

# Islamic Finance – Welche Herausforderungen bestehen für den Finanzplatz Europa?

von  
Sven Gußmann

Erstauflage

Diplomica Verlag 2014

Verlag C.H. Beck im Internet:  
[www.beck.de](http://www.beck.de)

ISBN 978 3 95485 040 2

# Leseprobe

## Textprobe

### Kapitel 3, Der Markt und die Zielgruppe

Gegenwärtig leben ca. 1,5 Mrd. Menschen islamischen Glaubens auf der Erde, das entspricht fast 23 % der Weltbevölkerung, demnach ist fast jeder vierte Mensch auf dem Planeten ein Muslim - was den Islam zur zweitgrößten Weltreligion macht. Geographisch liegen die Kerngebiete mit islamischer Mehrheit im arabischen Raum und dieser wird traditionell in den nordafrikanischen 'Maghreb' (Westen) und in den arabischen 'Maschrek' (Orient) unterteilt. Interessanterweise liegen mit Indonesien, Pakistan, Indien und Bangladesch die vier Staaten, welche für fast die Hälfte aller Muslime eine Heimat darstellen, außerhalb des Ursprungsgebietes. Die ökonomischen Fakten sprechen indes eine sehr wechselhafte Sprache, zum einen zählen mit der Türkei, Saudi-Arabien und Indonesien derzeit drei islamisch geprägte Nationen zu den G-20 Staaten und neben Katar, mit 83.841 Int-\$ / Jahr auf Platz 1, befinden sich mit Singapur, Brunei, Kuwait und den Vereinigten Arabischen Emiraten weitere 4 islamische Länder in den Top 20 beim kaufkraftbereinigten Bruttoinlandsprodukt pro Kopf des IMF. Zum anderen befinden sich allerdings am Ende dieser Liste mit Afghanistan, Bangladesch und Mauretanien die Armenhäuser der islamischen Welt mit weniger als 2.100 Int-\$ / Jahr. Der rasante wirtschaftliche Aufschwung der arabischen Halbinsel ist eng mit den noch sprudelnden fossilen Rohstoffvorkommen dieser Region verknüpft, sowie die Förderung als auch der Export bilden damit den Großteil des Bruttoinlandsproduktes dieser Staaten. Die Kaufkraft, welche sich für das Islamic-Finance-Marktpotenzial verantwortlich zeigt, ist in den Ländern der arabischen Halbinsel bereits vorhanden, und doch führen bisher die wenigsten Muslime ihre Bankgeschäfte Schari'a-konform durch. Dazu kommt, dass die Versicherungsdichte und vor allem die Versicherungsdurchdringung (das prozentuale Verhältnis zwischen Prämieinnahmen und BIP) der islamischen Staaten signifikant unter den Werten ähnlich entwickelter Nationen liegen. Wie dieses Marktpotenzial für den europäischen Islamic-Finance-Markt aussehen könnte, darüber soll die anschließende Markt- und Zielgruppenanalyse Aufschluss geben

#### 3.1, Die Marktanalyse

2008 verwalteten weltweit über 300 private islamkonforme Finanzdienstleister ein Gesamtanlagevermögen von ca. 200 Mrd. US-\$, dazu zählen Banken, Erst- und Rückversicherer (Takaful- und Retakaful-Operatoren) und die als Islamic Windows bezeichneten Tochtergesellschaften konventioneller Unternehmen. Der Markt wächst seit dem Jahr 2000 kontinuierlich im zweistelligen Prozentbereich und die folgenden vier Kennzahlen unterlegen dies eindrucksvoll

1. Islamic Banking Assets stiegen um +17% CAGR von 2004 mit 260 Mrd. US-\$ bis 2008 auf 487 Mrd. US-\$
2. Emissionsvolumen Sukuk stiegen um + 88% CAGR von 2001 mit 1 Mrd. US-\$ bis 2008 (Prognose) auf 49,1 Mrd. US-\$
3. Anzahl islamischer Fonds stieg um + 28% CAGR von 2000 mit 102 Anleihen bis 2009 auf 925 Anleihen
4. Takaful Prämien stiegen um + 20,4% CAGR von 2004 mit 1,4 Mrd. US-\$ bis 2010 (Prognose) auf 4,3 Mrd. US-\$

### Die Marktperspektiven für Europa

Das Potenzial des europäischen Marktes für islamische Finanzdienstleistungen wird vor allem durch die nachgenannten Wachstumstreiber vorangeschoben

1. In der EU leben derzeit ca. 15 Mio. Muslime, dies ist vor allem auf die Zuwanderung seit den 1960er Jahre und Konversion zurückzuführen. Sie stellen damit nur 3% der gesamten EU-Bevölkerung, aber eine wachsende Minderheit dar
2. Nur ca. 5% der in Deutschland lebenden Muslime nutzen Islamic Finance
3. Die Marktdurchdringung für islamkonforme Finanzprodukte liegt bei 15
4. Der deutsche Markt hat ein Gesamtvolumen von ca. 1,2 Mrd. Euro (Baufinanzierung 400 Mio., Konsumentenkredite 220 Mio. Euro und Geldanlagen 590. Mio. Euro)
5. Die religiösen Muslime würden als Neukunden gewonnen und nicht von konkurrierenden konventionellen Banken oder Versicherungen abgeworben
6. In Deutschland lebende Muslime übertreffen mit einer Sparquote von 18% vom Nettoeinkommen deutlich den Bundesdurchschnitt von 10%.

Folgende bestehende Wachstumsbremsen blockieren das Marktpotenzial

1. Die gesetzlichen Rahmenbedingungen bspw. in Deutschland sind für islam-konforme Finanzprodukte noch nicht ausreichend reguliert, somit laufen Muslime u.a. bei islamischen Baufinanzierungen Gefahr, doppelt besteuert zu werden (In UK wurde dieses Hemmnis bereits 2003 beseitigt)

2. Das in Deutschland fehlende Produktangebot und die vereinzelt bestehende Sprachbarriere veranlassen potenzielle Kunden dazu, Finanzgeschäfte vorzugs-weise mit Instituten im Heimatland bzw. in deren selten deutschen Zweigstellen, wie im Falle der Kuveyt Türk Bank in Mannheim, abzuwickeln.

3. Aufgrund der hohen Attraktivität (Gewinnerwartung, langfristige Geschäfte) wird die Wettbewerbsintensität in Deutschland langfristig zunehmen

4. Islam-Konformität ist kein Alleinstellungsmerkmal mehr, die Differenzierung wird daher für alle Anbieter von Finanzdienstleistungen immer wichtiger

Handlungsempfehlungen um das Marktpotenzial perspektivisch zu entwickeln

1. Der rechtliche Rahmen muss vor allem in Deutschland, um einen fairen Wettbewerb wie in UK zu schaffen, vom Gesetzgeber reguliert werden

2. Mangelndes Vertrauen und Sprachbarrieren können, wie die 'Agenzia Tu', ein Ableger der italienischen UniCredit, seit 2007 beweist, durch Bankmitarbeiter mit eigenem Migrationshintergrund ausgeräumt werden

3. Durch Joint Ventures mit Partnern in Kernmärkten (VAE, Indonesien) könnten deutsche Finanzdienstleister ihr Produktentwicklungs- oder Vertriebs-Know-how einbringen und von den Marktmethoden der lokalen Partner vor Ort profitieren

4. Konventionelle Kunden sollten über die spezifischen Unterschiede aufgeklärt werden, um die allgemeine Akzeptanz für islamkonforme Produkte zu erhöhen und diese als weitere Alternativen zum konventionellen Portfolio zu etablieren

### 3.2, Die Zielgruppenanalyse

Die 15 Mio. Muslime in der EU (Vgl. Anl. 02), verteilen sich vor allem auf Frankreich, Deutschland, Großbritannien und die Niederlande. Warum sich der europäische Markt in unterschiedlichen Wachstumsphasen befindet, verdeutlicht die folgende Gegenüberstellung mit dem Fokus auf Deutschland und Großbritannien

## Deutschland

Etwa 99,5 % von den in Deutschland lebenden ca. 4 Mio. Muslimen sind dauerhaft ansässige Ausländer oder besitzen einen Migrationshintergrund, dieser resultiert vor allem aus der staatlich initiierten Arbeitsmigration der BRD in den 1960er Jahren. Die Muslime in Deutschland stammen zwar aus 50 verschiedenen Herkunftsländern, die öffentliche Wahrnehmung bestimmt aber weitestgehend die 2,2 Mio. Mitglieder umfassende türkische Gemeinde, von denen nach eigener Aussage etwa 70% religiös und somit überwiegend sunnitischen oder alevitischen Glaubens sind. Durch die historische Verbundenheit mit Europa und die 1938 von Mustafa Kemal Atatürk in der Verfassung verankerte Abschaffung des Islams als Staatsreligion gilt die Türkei als laizistischer Staat und deren Bevölkerung als modern und weltlich offen. Das Vermögen der deutschen Muslime wird auf bis zu 25 Mrd. Euro, das Sparvolumen auf 1,6 Mrd. Euro und die Versicherungsprämien auf 1 Mrd. Euro geschätzt. Das Haushaltseinkommen liegt aber nur bei 71% des Bundesdurchschnitts. Aktuell tragen türkische Unternehmen in Deutschland etwa 2,3% zur Wirtschaftsleistung bei. Desweiteren wird ein signifikanter Rückgang der Geldtransfers in die Heimatländer verzeichnet, was bedeutet dass bis 2020 etwa 18 Mrd. zusätzlich in Deutschland investiert werden. Obwohl eine spürbare Nachfrage nach islamkonformen Produkten besteht, existiert derzeit kein zielgruppenaffines Produktportfolio auf dem deutschen Markt.