INTERNATIONALE HOCHSCHULE

www.iu.de

# IU DISCUSSION PAPERS

## Business & Management

Zinsverbot trifft Förderauftrag:
Islamic Banking als laterale Markterweiterung von Genossenschaftsbanken

**MARCEL DULGERIDIS**
**CONSTANTIN SCHUBART**

**IU Internationale Hochschule**

Main Campus: Erfurt
Juri-Gagarin-Ring 152
99084 Erfurt

Telefon: +49 421.166985.23
Fax: +49 2224.9605.115

Kontakt/Contact: kerstin.janson@iu.org

Autorenkontakt/Contact to the author(s):

Prof. Dr. Marcel Dulgeridis
ORCID-ID: 0009-0009-4248-3067 (Open Researcher und Contributer ID)

IU Internationale Hochschule – Campus Regensburg
Johanna-Kinkel-Straße 3+4
93049 Regensburg

Email: marcel.dulgeridis@iu.org

Prof. Dr. Constantin Schubart
ORCID-ID: 0009-0008-9259-0533 (Open Researcher und Contributer ID)

IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt

Email: constantin.schubart@iu.org

**IU Discussion Papers, Reihe: Business & Management, Vol. 7, No. 17 (NOV 2026)**

ISSN: 2750-0683

DOI: https://doi.org/10.56250/4160

Website: https://repository.iu.org

# ZINSVERBOT TRIFFT FÖRDERAUFTRAG

## Islamic Banking als laterale Markterweiterung von Genossenschaftsbanken

**Marcel Dulgeridis**
**Constantin Schubart**

## ABSTRACT:

*For a cooperative bank, Islamic banking becomes a market-creating innovation only as a lateral market expansion – and its success depends on the system rather than on the single bank.*

*Islamic finance assets reached USD 4.4 trillion in 2025 according to the Islamic Financial Services Board and USD 6.5 trillion according to LSEG and ICD, reflecting different scopes. In Germany, home to an estimated 6.6 to 7.0 million Muslims, Sharia-compliant banking remains a niche served by essentially one bank. This conceptual paper examines to what extent expanding a German cooperative bank into Islamic banking ("VR-Islamic Banking") meets the criteria of a market-creating innovation in the sense of Kotler and Trias de Bes' lateral marketing, and which design recommendations follow. The conceptual findings are mirrored against time-stamped empirical evidence from 2009 to 2026. Vertical marketing captures only single aspects; lateral marketing reconstructs the idea as a new market that combines cooperative membership with Sharia compliance, provided that a ring-fenced Islamic window allows Sharia-compliant member participation. Most Islamic contracts have functional equivalents in German law but differ in risk allocation. The licensing of KT Bank in 2015 shows that Islamic banking is feasible under German supervisory law, while tax rules, liquidity management, Sharia governance, specialists and credibility remain the decisive barriers. Religiosity does not equal demand, and claims of superior efficiency or stability are not supported. The paper derives three fields of action, a role for the cooperative network (Verbund) and a four-question screening framework for values-based market expansions.*

## KEYWORDS:

*Islamic banking; Cooperative banks; Lateral marketing; Market expansion; Values-based banking; Sharia governance; Germany*

**JEL classification: G21, P13, M31, O31, Z12**

## AUTOREN



***Prof. Dr. Marcel Dulgeridis*** *ist Professor für Betriebswirtschaftslehre sowie Gründer und CFO. Nach zehn Jahren in führenden Positionen bei Banken und Big-Four-Gesellschaften bringt er umfangreiche Erfahrung aus Wirtschaftsprüfung, Beratung und Finanzwirtschaft mit.*



***Prof. Dr. Constantin Schubart*** *ist seit 2020 Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre an der IU Internationale Hochschule sowie Gründer und geschäftsführender Gesellschafter. Seine Schwerpunkte liegen im Bereich Management- und Organisations-Entwicklung.*

# Wenn Werte zum Wettbewerbsfaktor werden Islamic Banking als Chance für Genossenschaftsbanken

Islamic Finance hat sich zu einer Branche mit einem Volumen von mehreren Billionen US-Dollar entwickelt. Nach Angaben des Islamic Financial Services Board (IFSB) erreichten die Vermögenswerte 2025 rund 4,4 Billionen US-Dollar, nach dem Bericht von LSEG und ICD rund 6,5 Billionen (IFSB, 2026; LSEG & ICD, 2026). In Deutschland, wo nach der jüngsten Hochrechnung des BAMF 2025 schätzungsweise 6,6 bis 7,0 Millionen Muslime lebten (Stichs, 2026), ist ein vollständiges islamkonformes Bankangebot dagegen im Wesentlichen mit einem einzigen Institut verbunden, der KT Bank in Frankfurt am Main (Fiedler, 2026).

Ein aktuelles Forschungsprojekt der Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft (AIWG) an der Goethe-Universität Frankfurt formuliert die zugrunde liegende Marktfrage: Fehlt das Angebot, weil die Nachfrage fehlt, oder bleibt die Nachfrage unsichtbar, weil es kaum Angebote gibt (AIWG, 2026)? Für Banken in gesättigten Märkten ist diese Frage strategisch relevant, denn neue Produkte gelten als wichtiger Weg zu Wachstum (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 44).

Genossenschaftsbanken liegen als Anbieter nahe, weil ihr gesetzlicher Auftrag nicht die Gewinnmaximierung, sondern die Förderung ihrer Mitglieder ist, ausdrücklich auch in deren sozialen und kulturellen Belangen (§ 1 Abs. 1 GenG); ihr Selbstverständnis beruht auf Partnerschaft, Solidarität und Vertrauen (Volksbanken Raiffeisenbanken, o. D.). Zugleich leben auch sie vom Zinsgeschäft: Der Zinsüberschuss ist mit 24,5 Milliarden Euro im Jahr 2025 ihre größte Ertragsquelle (Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken [BVR], 2026b). Daraus ergibt sich die Frage, wie nah sich islamisches Zinsverbot und genossenschaftliche Mitgliederförderung in ihrem Wertekern stehen und ob diese Nähe ein gemeinsames Angebot tragen kann, obwohl das Geschäftsmodell der Genossenschaftsbank selbst auf dem Zins beruht.

## FORSCHUNGSLÜCKE UND FRAGESTELLUNG

Die Forschung vergleicht islamische und konventionelle Banken ausführlich (Beck et al., 2013; Chaffai, 2022), untersucht die Determinanten des Kundenverhaltens in systematischen Reviews (Andespa et al., 2024) und stellt Islamic Banking zunehmend neben westliche Wertebanken (Relano, 2023). Diese Studien stammen jedoch überwiegend aus Märkten mit etabliertem Islamic Banking. Für Deutschland fehlen belastbare Erkenntnisse zu Nachfrage und institutioneller Integration (AIWG, 2026), und offen ist, wie sich ein islamkonformes Angebot innerhalb einer bestehenden Bankengruppe marketingtheoretisch einordnen lässt. Daraus ergibt sich die Forschungsfrage:

*Inwieweit erfüllt die Markterweiterung einer Genossenschaftsbank um islamkonforme Finanzdienstleistungen die Kriterien einer marktschaffenden Innovation im Sinne des lateralen Marketings, also einer Verbindung von neuem Produkt und neuem Verwendungszweck, und welche Gestaltungsempfehlungen ergeben sich daraus für eine „VR-Islamic Bank“?*

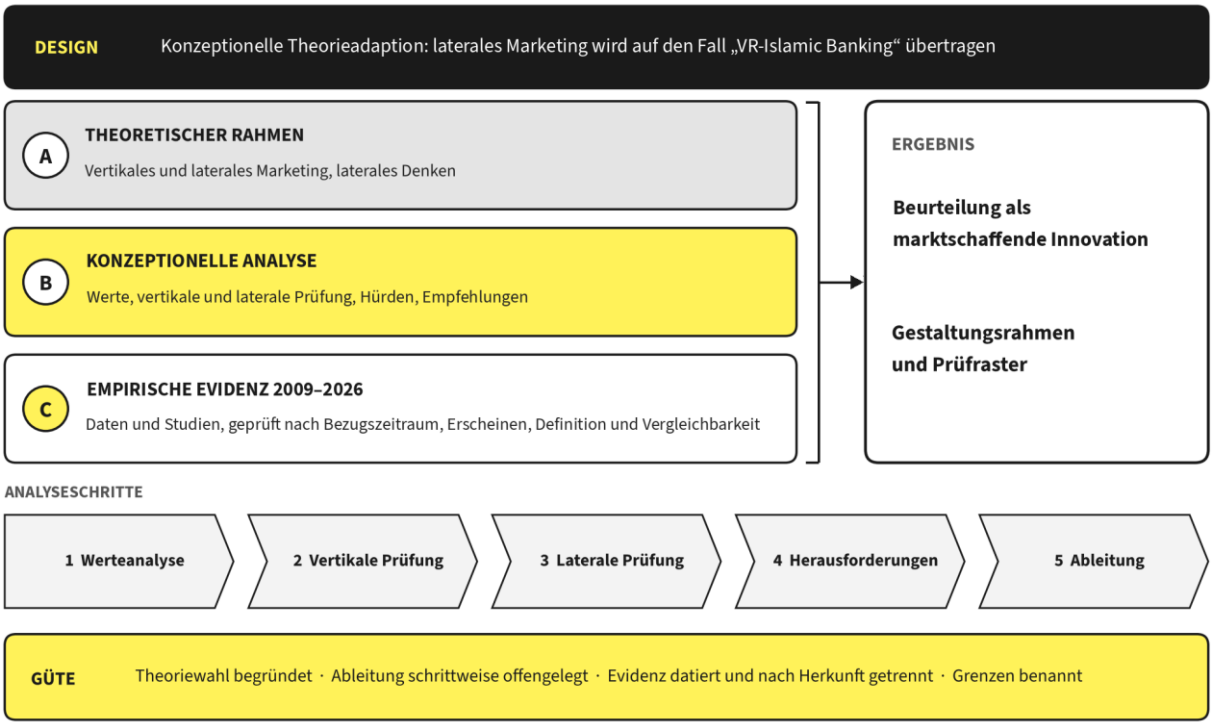
Die Wortneuschöpfung *„VR-Islamic Banking“* bezeichnet die konzeptionelle Idee, den Markt einer Volks- und Raiffeisenbank (VR-Bank) um islamische Finanzdienstleistungen zu erweitern; *„VR-Islamic Bank“* steht für das hypothetische Institut. Der Beitrag ist dreifach: Das Paper entwickelt eine konzeptionelle

Analyse, spiegelt sie an ausdrücklich datierter Evidenz bis 2026 und überführt beides in ein übertragbares Prüfraster.

## VORGEHEN UND AUFBAU

Methodologisch folgt das Paper dem Design einer konzeptionellen Theorieadaption: Ein etablierter Rahmen, das laterale Marketing, wird auf einen neuen Gegenstand übertragen, um dessen Verständnis zu erweitern (Jaakkola, 2020). Konzeptionelle Arbeiten verbinden bestehende Theorien und Disziplinen, ohne eigene empirische Daten zu erheben (Gilson & Goldberg, 2015). Ihr Beitrag ist im Sinne von MacInnis (2011) vor allem integrierend, weil zwei getrennte Domänen aufeinander bezogen werden, und explizierend, weil die Verbindung in ein Prüfraster überführt wird. Das Vorgehen gliedert sich in drei Ebenen (Abbildung 1). Ebene A legt im Kapitel „Zwei Logiken, zwei Wertesysteme“ den theoretischen Rahmen, das vertikale und laterale Marketing, sowie die begrifflichen und institutionellen Grundlagen beider Wertesysteme einschließlich wertorientierter Genossenschaftsbanken. Weil die Werteanalyse, der erste Analyseschritt, unmittelbar auf diesen Grundlagen aufbaut, wird sie bereits dort vorgenommen. Ebene B wendet diesen Rahmen auf die „VR-Islamic Bank“ an (Kapitel „Vertikal beschreibbar, lateral begründbar“). Ebene C spiegelt die konzeptionellen Befunde an empirischer Evidenz der Jahre 2009 bis 2026 (Kapitel „Was die Evidenz trägt“). Das Kapitel „Diskussion“ führt alle drei Ebenen zu einem Gestaltungsrahmen und einem Prüfraster zusammen. „Prüfen“ bezeichnet dabei durchgängig eine kriteriengeleitete, konzeptionelle Beurteilung, keinen empirischen Test: Das Paper erhebt keine Daten und testet keine Hypothesen, sondern beurteilt anhand der Kriterien von Kotler und Trias de Bes (2005), inwieweit der Fall sie erfüllt; die empirische Evidenz dient als Plausibilitätsabgleich. Entsprechend ist das Prüfraster ein Katalog von Leitfragen für die Vorabbeurteilung vergleichbarer Vorhaben.

Abbildung 1: Forschungsdesign, Ebenen und Analyseschritte




Quelle: Eigene Darstellung; Designtypologie nach Jaakkola (2020).

Für konzeptionelle Arbeiten gelten andere Gütekriterien als für empirische Studien: eine begründete Theoriewahl, eine nachvollziehbare Ableitung und offengelegte Grenzen (Jaakkola, 2020). Das Paper setzt dies um, indem es die Analyseschritte offenlegt, jede Kennzahl datiert und nach Herkunft trennt und die Grenzen in einem eigenen Abschnitt benennt. Der laterale Prozess dient dabei nicht der offenen Ideenfindung, sondern der Rekonstruktion einer formulierten Idee; er dient der kriteriengeleiteten Beurteilung, nicht dem Nachweis des Markterfolgs. Die Evidenz wurde nicht über eine systematische Literaturrecherche, sondern gezielt ausgewählt: jeweils die aktuellsten amtlichen und verbandsseitigen Daten, Reviews und Metaanalysen zu den fünf Forschungssträngen sowie Primärstudien, auf die sich diese stützen; Schätzungen ohne dokumentierte Methode sind als solche gekennzeichnet. Steuer-, aufsichts- und gesellschaftsrechtliche Detailfragen werden benannt, aber nicht vertieft geprüft.

# Zwei Logiken, zwei Wertesysteme

# Ebene A: Theoretischer Rahmen und begriffliche Grundlagen

Ob eine Neuheit als marktschaffende Innovation gilt, entscheidet sich daran, ob sie innerhalb eines bestehenden Marktes entsteht oder einen neuen Markt schafft. Diese Unterscheidung von Kotler und Trias de Bes (2005) bildet den Erklärungsrahmen des Papers. Der Ansatz stammt aus der praxisorientierten Managementliteratur und ist wissenschaftlich weniger rezipiert als andere Konzepte der Marktschaffung, etwa die Blue-Ocean-Strategie, die ebenfalls auf neue, noch unbesetzte Märkte zielt (Kim & Mauborgne, 2005). Er wird hier gewählt, weil er einen schrittweisen Prozess anbietet, mit dem sich prüfen lässt, ob eine Idee innerhalb einer bestehenden Kategorie bleibt oder eine neue schafft; diese Prüfbarkeit ist für eine Theorieadaption im Sinne von Jaakkola (2020) das maßgebliche Auswahlkriterium. Für die „VR-Islamic Bank“ lautet die Frage entsprechend: Erweitert sie das Sortiment einer Volks- und Raiffeisenbank innerhalb ihres bestehenden Marktes, oder begründet sie einen neuen Markt? Zugleich legt das Kapitel die begrifflichen und institutionellen Grundlagen beider Wertesysteme und gleicht ihre Werte ab.

## STRATEGISCHES MARKETING UND DIE GRENZEN DER SEGMENTIERUNG

Strategisches Marketing wird hier als markt- und zukunftsorientierte Unternehmensplanung verstanden; Marketing gilt als marktorientierte Führung, deren Kernaufgabe im Management komparativer Konkurrenzvorteile liegt (Backhaus & Schneider, 2009, S. 8–10, 22, 33). Klassisch folgen auf ein definiertes Bedürfnis Marktabgrenzung, Segmentierung und Positionierung (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 33–40). Wiederholte Segmentierung führt jedoch zu fragmentierten, übersättigten Märkten, deren Teilbereiche immer kleiner und weniger profitabel werden, und die Abgrenzung kann potenzielle Kunden ausblenden (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 36–43). Daraus ergibt sich die Ausgangsfrage, ob Islamic Banking lediglich ein weiteres Segment ist oder einen eigenständigen Vorteil begründen kann.

## VERTIKALES MARKETING: NEUHEIT INNERHALB DER KATEGORIE

Vertikales Marketing folgt einem logischen Denkprozess vom Allgemeinen zum Detail; Markt, Segment und Kategorie bleiben unverändert, neu ist allein eine veränderte Produkteigenschaft (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 81 f.). Unterschieden werden sechs Varianten: Modifikation, Verkaufsgröße, Verpackung,

Design, Ergänzung und Verringerung des Aufwands (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 52–61). Solche Neuheiten sind leicht nachvollziehbar, erhöhen in reifen Märkten das Volumen aber kaum und kannibalisieren bestehende Angebote (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 88–91). De Bono (1972, S. 45) fasst die Logik in der Formel: „Vertikales Denken ist Auswahl durch Ausschluß."

## LATERALES MARKETING: MARKTSCHAFFENDE INNOVATION DURCH EINE GEZIELTE LÜCKE

Laterales Marketing beruht auf dem lateralen Denken, das bestehende Muster neu strukturiert, indem es Informationen auf andere Weise zusammenfügt (de Bono, 1972, S. 54). Der Prozess umfasst drei Schritte (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 102–128): die Wahl eines Fokus auf Markt-, Produkt- oder Marketing-Mix-Ebene mit einem Anker (S. 108–116), dessen Verschiebung mit einer von sechs Techniken – Ersatz, Gegenteil, Zusammenfügen, Übertreibung, Weglassen oder andere Kombination –, sodass eine bewusst unlogische Lücke entsteht (S. 117–120), und die Schließung dieser Lücke durch Bewertung von Kaufprozess, positiven Aspekten und Umfeld (S. 121–124). Sind Produkt und Verwendungszweck neu, entsteht ein neuer Markt mit neuer Kategorie, den Kotler und Trias de Bes als „echte Innovation" bezeichnen (S. 128). Das Paper spricht im Folgenden wertungsfrei von marktschaffender Innovation. Gemeint ist dabei die Neuheit für den jeweiligen Markt, nicht eine weltweite Neuheit: Entscheidend ist, ob für die betrachteten Anbieter und Nachfrager ein neuer Markt entsteht. Beide Logiken ergänzen einander (S. 83). Abbildung 2 stellt sie gegenüber.

Abbildung 2: Vertikales und laterales Marketing im Vergleich




Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Kotler und Trias de Bes (2005, S. 52–128) und de Bono (1972).

Für die Untersuchung folgt daraus eine klare Prüflogik: Lässt sich die Idee vertikal vollständig erklären, handelt es sich um eine Produkterweiterung; eine marktschaffende Innovation liegt erst vor, wenn eine

laterale Verschiebung zu neuem Produkt und neuem Verwendungszweck führt. Eine Verschiebung allein genügt nicht. Das Kapitel „Vertikal beschreibbar, lateral begründbar“ wendet diese Prüflogik auf die „VR-Islamic Bank“ an.

## ZENTRALE BEGRIFFE

Neben dem Erklärungsrahmen setzt eine Markterweiterung, die zwei Wertesysteme verbindet, präzise Begriffe voraus. Tabelle 1 klärt die wichtigsten.

Tabelle 1: Zentrale Begriffe

| Begriff | Bedeutung | Relevanz für das Paper |
|---|---|---|
| **Islamic Finance / Islamic Banking** | Gesamtheit schariakonformer Finanzdienstleistungen (Bankgeschäft, Sukuk, Fonds, Takaful) bzw. deren Bankgeschäft | Abgrenzung der Marktzahlen (Einleitung) |
| **Vollbank / Islamic Window** | Eigenständiges islamisches Institut bzw. integrierter Geschäftsbereich einer konventionellen Bank | „VR-Islamic Bank“ als Window, nicht als Neugründung |
| **Riba** | Verbot von Zinsnahme und Zinszahlung | Kern der Bruchlinie zum Genossenschaftsbank-Modell |
| **Gharar und Maysir** | Verbot übermäßiger Unsicherheit bzw. von Glücksspiel und Spekulation | Grenzen der Produktgestaltung |
| **Murabaha, Ijara, Musharaka, Mudaraba** | Handel mit vereinbartem Aufschlag, Miete bzw. Leasing, Beteiligung mit Gewinn- und Verlustteilung | Alternativen zum verzinslichen Kredit (siehe Tabelle 2) |
| **Sukuk** | Verbriefte Anteile an realen Vermögenswerten als Gegenstück zur Anleihe | Kapitalmarktinfrastruktur |
| **Qard Hassan** | Zinsloses, wohltätiges Darlehen | Brückenprodukt zum Genossenschaftsmodell |
| **Scharia-Board** | Gelehrtengremium, das Institute und Produkte zertifiziert und laufend prüft | Zusätzliche Kontrollinstanz |
| **Marktschaffende Innovation** | Neues Produkt mit neuem Verwendungszweck, sodass ein neuer Markt entsteht; bei Kotler und Trias de Bes (2005) „echte Innovation“ | Prüfkriterium der Forschungsfrage |

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Gassner und Wackerbeck (2010), Mahlknecht (2009) sowie Kotler und Trias de Bes (2005).

Die Unterscheidung zwischen Vollbank und integriertem Geschäftsbereich ist für das Paper grundlegend: Eine „VR-Islamic Bank“ ist nicht als neues Institut gedacht, sondern als Erweiterung einer bestehenden Genossenschaftsbank, weil die laterale Neuheit gerade auf Mitgliederbasis, regionaler Verankerung und Filialnetz einer bestehenden Bank beruht. International ist diese Form als Islamic Window etabliert: 2025 bestanden weltweit 910 solcher Windows neben 1.387 eigenständigen islamischen Instituten; auf sie entfielen 15 % der Vermögenswerte islamischer Finanzinstitute. Jüngere Gesetzgebungen wie in Usbekistan erlauben ausdrücklich beides (LSEG & ICD, 2026).

## GENOSSENSCHAFTLICHE WERTE UND FÖRDERAUFTRAG

Kreditgenossenschaften bilden neben privaten Kreditbanken und Sparkassen eine der drei Säulen des deutschen Universalbankensystems (Wurm et al., 2008, S. 12). Ihr Zweck ist gesetzlich bestimmt: Eine Genossenschaft fördert den Erwerb oder die Wirtschaft ihrer Mitglieder oder deren soziale oder kulturelle Belange durch gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb (§ 1 Abs. 1 GenG). Daraus folgt eine doppelte Rolle der Mitglieder: Sie sind Kunden und zugleich Teilhaber; unabhängig von der Zahl ihrer Anteile hat jedes Mitglied eine Stimme, und die Mitgliedschaft steht allen offen (Volksbanken Raiffeisenbanken, o. D.). Als Werte nennt die Gruppe Partnerschaftlichkeit, Transparenz, Solidarität, Vertrauen, Fairness und Verantwortung (Volksbanken Raiffeisenbanken, o. D.). Jede der 646 Volksbanken und Raiffeisenbanken ist rechtlich und wirtschaftlich selbstständig; gemeinsam mit Verbundunternehmen bilden sie die Genossenschaftliche FinanzGruppe, die über 30 Millionen Kunden betreut (BVR, 2026a, 2026b; Volksbanken Raiffeisenbanken, o. D.). Das Zinsgeschäft ist dabei auch für Genossenschaftsbanken der Kern des Geschäftsmodells (BVR, 2026b).

## WERTORIENTIERTE GENOSSENSCHAFTSBANKEN

Innerhalb des genossenschaftlichen Sektors haben sich Institute herausgebildet, die eine besondere Werteorientierung nicht nur formulieren, sondern auf mehreren Ebenen umsetzen. Die Verbraucherzentrale Bremen führte in ihrer bislang letzten Übersicht (Stand Oktober 2020) die GLS Gemeinschaftsbank, die EthikBank, die Evangelische Bank und die Pax-Bank als Banken mit Nachhaltigkeitsstandards, die für Eigenanlagen und Kreditvergabe Ausschlusskriterien und Förderschwerpunkte festlegten (Verbraucherzentrale Bremen, 2020). Sichtbar wird diese Werteorientierung auf drei Ebenen: in Produkten und Eigenanlagen, etwa wenn die GLS Bank ausschließlich sozial-ökologische Vorhaben finanziert (GLS Bank, 2025), in Organisation und Transparenz, etwa mit der Offenlegung aller Kundenkredite und Beteiligungen bei der EthikBank (EthikBank, o. D.), und gesellschaftlich, etwa über Förderprogramme und gemeinsame Positionspapiere (Evangelische Bank, o. D.; Evangelischer Pressedienst, 2025).

Zwei Befunde sind für das Paper wesentlich. Erstens lässt sich ein ausgeprägtes Wertesystem, sozial-ökologisch wie bei GLS Bank und EthikBank oder christlich wie bei Evangelischer Bank und Pax-Bank, innerhalb der genossenschaftlichen Rechtsform und des Verbunds dauerhaft umsetzen. Zweitens zeigt die EthikBank ein Organisationsmodell, das der „VR-Islamic Bank“ strukturell entspricht: eine wertorientierte Marke als Zweigniederlassung einer bestehenden Volksbank (Verbraucherzentrale Bremen, 2020). Die Analogie trägt allerdings nur organisatorisch: Die Werte der EthikBank stehen nicht im Konflikt mit dem Zinsgeschäft der Mutterbank, ein islamkonformes Angebot dagegen schon. Die Werteumsetzung reicht dabei über das Produkt hinaus: Ausschlusskriterien, Offenlegung der Mittelverwendung und öffentliche Positionierung machen die Werte überprüfbar (EthikBank, o. D.; Evangelischer Pressedienst, 2025). Glaubwürdigkeit entsteht so aus der Übereinstimmung von Produkt, Organisation und Auftreten. An diesem Maßstab müsste sich auch ein islamkonformes Angebot messen lassen.

## PRINZIPIEN UND PRAXIS DES ISLAMISCHEN FINANZWESENS

Islamic Finance ist Teil eines umfassenden islamischen Wirtschafts-, Gesellschafts- und Sozialsystems (Gassner & Wackerbeck, 2010, S. 231). Leitende Prinzipien sind Treuhänderschaft über Ressourcen, Rückbindung an die Realwirtschaft, soziale Gerechtigkeit, Ehrlichkeit und Partnerschaft (Antes, 1991,

S. 82 f.; Gassner & Wackerbeck, 2010, S. 30–37). Zwischen Ideal und Praxis besteht allerdings eine dokumentierte Distanz: Viele Produkte ähneln wirtschaftlich konventionellen Transaktionen und unterscheiden sich vor allem in Terminologie und Vertragsform (Khan, 2010). Aktuell warnt das IFSB vor Strukturen, die konventionelles Banking zunehmend nachbilden (IFSB, 2026). Für eine Genossenschaftsbank folgt daraus, dass Glaubwürdigkeit aus der Substanz und nicht aus dem Etikett entstehen muss.

## INSTRUMENTE UND IHRE DEUTSCHEN PENDANTS

Wie nah islamkonforme Instrumente an bekannten Formen des deutschen Rechts liegen, zeigt ein Vergleich mit ihren deutschen Pendants. Tabelle 2 stellt sie gegenüber und benennt die jeweilige Hürde für eine Umsetzung in Deutschland.

Tabelle 2: Islamkonforme Instrumente und ihre deutschen Pendants

| Instrument | Deutsches Pendant | Wesentlicher Unterschied | Hürde in Deutschland |
|---|---|---|---|
| **Murabaha (Handel mit Aufschlag)** | Ratenkauf, Annuitätendarlehen | Bank kauft und verkauft das Gut; Aufschlag statt Zins, wirtschaftlich zinsähnlich | Bei Immobilien doppelte Grunderwerbsteuer |
| **Ijara / Ijara wa Iqtina** | Operating-Leasing / Mietkauf | Eigentumsrisiken verbleiben bei der Bank, Nutzungsrisiken beim Kunden | Steuerliche und bilanzielle Einordnung |
| **Mudaraba** | Stille Gesellschaft (§§ 230 ff. HGB) | Kapitalgeber trägt Verluste bis zur Einlage; bei der stillen Gesellschaft ist die Verlustbeteiligung ausschließbar (§ 231 Abs. 2 HGB) | Risikotragfähigkeit und Aufsicht |
| **Musharaka (auch abnehmend)** | Joint Venture, Baufinanzierung mit schrittweisem Eigentumsübergang | Gewinn nach Vereinbarung, Verlust nach Beteiligungsquote | Doppelte Erwerbsvorgänge, Komplexität |
| **Sukuk (z. B. al-Ijara)** | Anleihe | Anteil an einem realen Vermögenswert statt Forderung | Emissionsstrukturen und Kapitalmarktzugang |
| **Islamische Fonds (Mudaraba, Wakala)** | Investmentfonds | Branchenausschlüsse; Vergütung erfolgs- oder gebührenbasiert | Gering, Screening über Scharia-Board |
| **Qard Hassan** | Zinsloses Mitgliederdarlehen | Rückzahlung nur des Nominalbetrags, ohne Aufschlag | Ertragsmodell, etwa über Mitgliedsbeiträge |

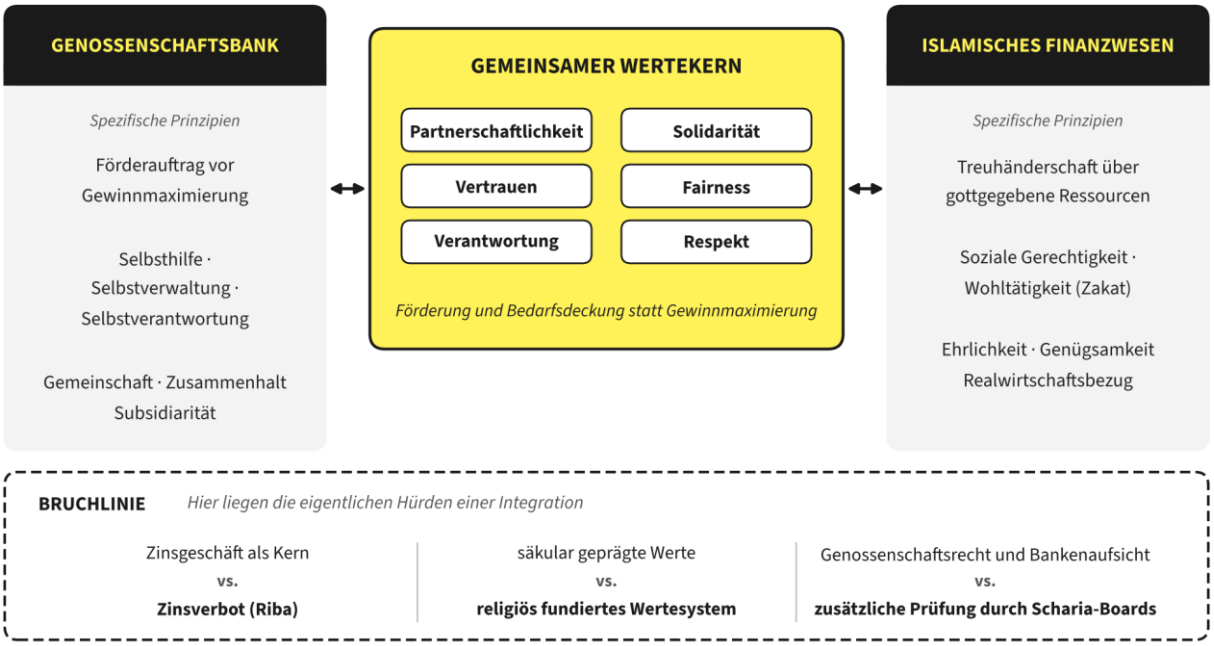
Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Gassner und Wackerbeck (2010, S. 77–84, 122–129, 171–174, 208).

Die meisten Instrumente haben damit funktionale Pendants. Der Unterschied liegt weniger in der Rechtsform als in der Risikoverteilung: Islamische Verträge binden die Vergütung an Eigentum oder Beteiligung, konventionelle an die Kapitalüberlassung. Daraus folgen zwei Konsequenzen für eine Genossenschaftsbank. Erstens lässt sich ein Angebot weitgehend mit bekannten Vertragsformen abbilden; zweitens entscheidet gerade die Risikoverteilung darüber, ob ein Produkt als substanziell islamkonform oder nur als umetikettiert gilt (Khan, 2010).

## WERTEBRÜCKE UND BRUCHLINIE

Werden die Wertekataloge beider Systeme nebeneinandergelegt, zeigen sich mehr Parallelen als Unterschiede. Abbildung 3 ordnet gemeinsame und systemspezifische Werte und benennt die Bruchlinie.

Abbildung 3: Wertebrücke und Bruchlinie zwischen Genossenschaftsbank und islamischem Finanzwesen




Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Antes (1991), Gassner und Wackerbeck (2010) und Volksbanken Raiffeisenbanken (o. D.).

Sechs Werte teilen beide Systeme ausdrücklich; beide stellen zudem Förderung beziehungsweise Bedarfsdeckung über die Gewinnmaximierung. Die Bruchlinie verläuft dort, wo die Systeme operativ werden: beim Zins, bei der religiösen gegenüber der säkularen Fundierung und bei der zusätzlichen Kontrollinstanz. Relano (2023) beschreibt für Ethik- und Islamic Banks eine ähnliche Konstellation: gemeinsame ethische Ziele, aber Maßstäbe aus unterschiedlichen Quellen.

# Vertikal beschreibbar, lateral begründbar
# Ebene B: Konzeptionelle Analyse der „VR-Islamic Bank“

Die konzeptionelle Analyse wendet den Rahmen der Ebene A auf die „VR-Islamic Bank“ an: Sie prüft die Idee vertikal und lateral, grenzt die Nachfragerkreise ab und systematisiert die Herausforderungen. Die Werteanalyse als erster Schritt ist bereits im Kapitel „Zwei Logiken, zwei Wertesysteme“ enthalten. Empirische Belege folgen getrennt im Kapitel „Was die Evidenz trägt“.

## VERTIKALES MARKETING BESCHREIBT NUR DIE OBERFLÄCHE

Alle sechs vertikalen Varianten lassen sich zumindest in Ansätzen auf das Angebot einer VR-Bank übertragen; die Designvariante allerdings nur über Erscheinungsbild und Konfiguration, weil Bankdienstleistungen immateriell sind. Tabelle 3 fasst die Übertragung zusammen.

Tabelle 3: Vertikale Prüfung des „VR-Islamic Banking“

| Vertikale Variante | Übertragung auf das Angebot einer VR-Bank | Erklärungsbeitrag |
|---|---|---|
| **Modifikation** | Förderauftrag ausdrücklich auf soziale und kulturelle Belange der Mitglieder richten (§ 1 Abs. 1 GenG); Gewicht des Zinsgeschäfts verringern | teilweise |
| **Verkaufsgröße** | Leistungsumfang um islamische Finanzierungs- und Anlageinstrumente erweitern | in Ansätzen |
| **Verpackung** | Beratungsumfeld gestalten: weltoffene Räume, halale Bewirtung, Auftreten der Berater, Termine unter Berücksichtigung der Gebetszeiten | teilweise |
| **Design** | Erscheinungsbild und Konfiguration gestalten: eigener Markenauftritt, Karten- und App-Design, individuell zusammengestellte Werteportfolios, etwa schariakonforme ETF-Sparpläne | in Ansätzen |
| **Ergänzung** | Genossenschaftliche Beratung um Inhalte und Instrumente des Islamic Banking ergänzen | teilweise |
| **Verringerung des Aufwands** | Islamkonforme Leistungen über das Filialnetz sowie Telefon- und Onlinebanking statt bei wenigen Spezialinstituten | teilweise |

Quelle: Eigene Darstellung nach Kotler und Trias de Bes (2005, S. 52–61). Gemeinsamer Befund: Das Basisprodukt der VR-Bank bleibt unverändert.

Am weitesten trägt die Modifikation. Sie knüpft an den Förderauftrag an, der ausdrücklich auch soziale und kulturelle Belange der Mitglieder einschließt (§ 1 Abs. 1 GenG). Religiös begründete Anforderungen an Finanzdienstleistungen lassen sich als solche Belange verstehen. Die Verringerung des Aufwands gewinnt an Gewicht, weil das dichte Bankstellennetz islamkonforme Leistungen räumlich weit verfügbar machen könnte.

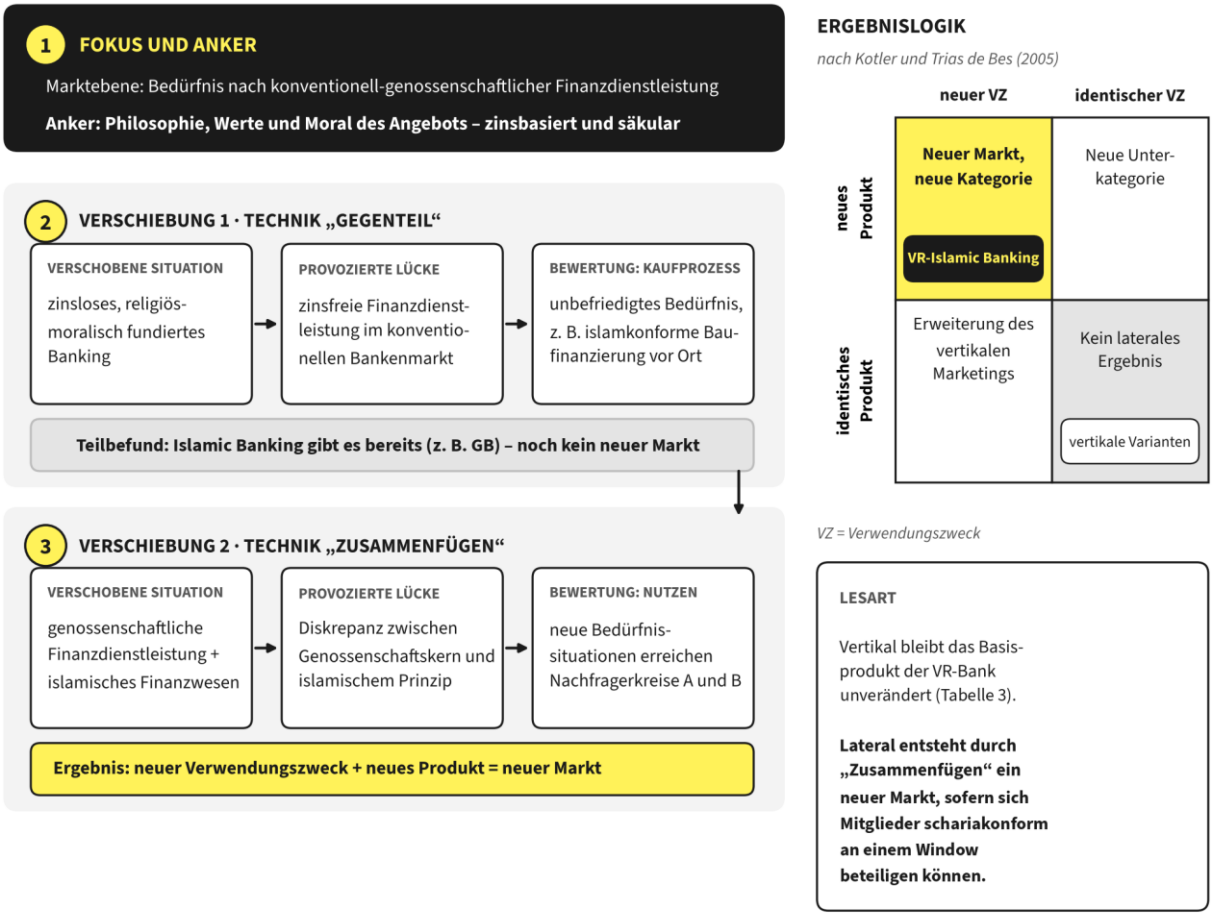
Ein Element entzieht sich der vertikalen Logik jedoch: die genossenschaftliche Eigentümerstruktur. Mitglieder sind zugleich Kunden und Teilhaber und beteiligen sich über Geschäftsanteile an ihrer Bank (Volksbanken Raiffeisenbanken, o. D.). Eine solche Beteiligung ist der Gewinn- und Verlustteilung islamischer Beteiligungsverträge strukturell näher als ein verzinsliches Darlehen (Tabelle 2); ob und in welcher Ausgestaltung sie als schariakonform gelten kann, müsste ein Scharia-Board beurteilen; ein gewöhnlicher Geschäftsanteil am Gesamtergebnis einer zinsbasierten Bank dürfte die Anforderungen

nicht erfüllen. Für die vertikale Prüfung bleibt die Mitgliedschaft ohne Wirkung, weil sie das Basisprodukt nicht verändert. Ihr Potenzial erschließt sich erst lateral, wenn genossenschaftliches Eigentum und islamisches Partnerschaftsprinzip zusammengefügt werden. In allen Varianten bleibt das Basisprodukt unverändert. Der Kern der Idee, die Verbindung eines zinsbasierten mit einem zinslosen System, erscheint vertikal widersprüchlich und fällt durch das Raster der „Auswahl durch Ausschluß“ (de Bono, 1972, S. 45).

## LATERALES MARKETING ERZEUGT EINEN NEUEN MARKT

Die laterale Rekonstruktion erfolgt in zwei Verschiebungen, die Abbildung 4 zusammen mit der Ergebnislogik darstellt.

Abbildung 4: Laterale Rekonstruktion des „VR-Islamic Banking“ und Einordnung in die Ergebnislogik




Quelle: Eigene Darstellung; Ergebnislogik nach Kotler und Trias de Bes (2005, S. 128).

Die erste Verschiebung kehrt den Anker mit der Technik des Gegenteils um: Aus einer zinsbasierten, säkularen Finanzdienstleistung wird ein zinsloses, religiös-moralisch fundiertes Banking; die so provozierte Lücke ist gewollt (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 117). Die Bewertung des Kaufprozesses schließt sie über ein unbefriedigtes Bedürfnis, etwa eine islamkonforme Baufinanzierung oder Geldanlage bei einer Bank vor Ort, die außerhalb weniger Standorte bislang kaum erreichbar ist. Eine marktschaffende Innovation entsteht dadurch noch nicht, weil Islamic Banking andernorts bereits existierte und heute mit der KT Bank auch in Deutschland vertreten ist (Fiedler, 2026).

Die zweite Verschiebung verbindet deshalb mit der Technik des Zusammenfügens die genossenschaftliche Finanzdienstleistung mit dem islamischen Finanzwesen, also zwei Marktsituationen, die gewöhnlich nicht zusammengehören (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 118). Die Bewertung der positiven Aspekte schließt die Lücke über Kunden, die bereits ein Bedürfnis nach islamkonformen Leistungen haben, und solche, bei denen der Wunsch nach wertebasierten Finanzgeschäften nach der lateralen Logik erst durch das Angebot entstehen kann (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 85). Der neue Verwendungszweck liegt aus Sicht der Kunden in der Verbindung von Teilhabe und Schariakonformität: Mitglieder beteiligen sich über Geschäftsanteile an ihrer Bank, was dem Partnerschaftsprinzip islamischer Beteiligungsverträge nahekommt, und nutzen zugleich islamkonforme Leistungen einer regional verankerten, demokratisch verfassten Bank. Diese Kombination bietet weder eine konventionelle Genossenschaftsbank noch ein islamisches Spezialinstitut. Diese Begründung steht allerdings unter einer Bedingung: Ein gewöhnlicher Geschäftsanteil beteiligt das Mitglied am Gesamtergebnis der Bank, das überwiegend aus dem Zinsgeschäft stammt (BVR, 2026b), und wäre nach gängigen Kriterien nicht schariakonform. Tragfähig wird die Verbindung von Teilhabe und Schariakonformität erst, wenn das Angebot als Islamic Window mit getrennten Mitteln und eigenem Ergebnis geführt wird und Mitglieder sich in schariakonformer Form an diesem Window beteiligen können. Ob das Genossenschaftsrecht eine solche, vom Gesamtergebnis abgegrenzte Beteiligung zulässt, etwa über die Gewinnverteilung in der Satzung (§ 19 GenG) oder investierende Mitglieder (§ 8 Abs. 2 GenG), ist nicht geprüft. Unter dieser Bedingung umfasst „VR-Islamic Banking“ einen neuen Verwendungszweck und neue Produktkategorien und erfüllt das Kriterium einer marktschaffenden Innovation. Die Neuheit liegt ausdrücklich in der Kombination: Neu ist das Angebot für den genossenschaftlichen Bankensektor und seine Mitglieder, nicht für den Markt insgesamt; keines der beiden Angebote wäre für sich lateral neu. Widerlegt wäre die Begründung, wenn Kunden die Mitgliedschaft nicht als eigenständigen Nutzen wahrnehmen; dann bliebe nur die vertikale Verringerung des Aufwands. Ob der Bedarf bereits durch bestehende Anbieter wie die KT Bank gedeckt ist, betrifft dagegen das Marktvolumen, nicht den Innovationstyp.

## ZWEI NACHFRAGERKREISE

Wird der neue Markt funktional nach dem gestifteten Nutzen abgegrenzt (Benkenstein & Uhrich, 2009, S. 30), ergeben sich zwei Nachfragerkreise. Kreis A umfasst Muslime, die Finanzdienstleistungen im Einklang mit religiösen Geboten nachfragen. Kreis B umfasst Nichtmuslime, die sich mit dem Wertefundament einer „VR-Islamic Bank“ identifizieren, etwa mit dem Realwirtschaftsbezug, dem Verzicht auf Spekulation oder den Branchenausschlüssen. Nach der lateralen Logik ist zu erwarten, dass bei ihnen der Wunsch nach wertebasierten Finanzgeschäften erst durch das Angebot entsteht (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 85); für Deutschland ist dies empirisch nicht belegt. Kreis B ist damit nicht religiös, sondern wertebezogen definiert und überschneidet sich mit der Kundschaft wertorientierter Banken.

## DIE GRÖßTEN HÜRDEN LIEGEN IM SYSTEM, NICHT IN DER BANK

Die Herausforderungen lassen sich in zwei Kategorien systematisieren. Strukturell-organisatorisch sind es die fehlende Scharia-Governance, divergierende Rechtsgutachten, der steuerliche Rahmen, das Liquiditätsmanagement und der Mangel an Fachleuten. Kulturell-gesellschaftlich sind es der Wertekonflikt beim Zins, die Glaubwürdigkeit der Umsetzung, die Akzeptanz bei Bestandskunden sowie Bekanntheit und Verständnis. Die meisten dieser Hürden wirken auf der Ebene des Systems und lassen sich von

einer einzelnen Bank nicht allein beseitigen. Ihre empirische Belegung folgt später im Kapitel „Was die Evidenz trägt“ in Tabelle 5.

# Was die Evidenz trägt
# Ebene C: Empirische Evidenz 2009 bis 2026

## FORSCHUNGSSTAND: WAS DIE EVIDENZ TRÄGT – UND WAS NICHT

Der Forschungsstand lässt sich in fünf Stränge gliedern, die jeweils einen Teil der Fragestellung berühren. Tabelle 4 ordnet sie und benennt ihre Bedeutung für das Paper.

Tabelle 4: Forschungsstand nach Forschungssträngen

| Forschungsstrang | Zentrale Befunde | Evidenzbasis | Bedeutung für das Paper |
|---|---|---|---|
| **Leistungsfähigkeit islamischer Banken** | In der Finanzkrise besser kapitalisiert und mit höherer Aktivaqualität (Beck et al., 2013); in den Golfstaaten kein signifikanter Unterschied in der Widerstandsfähigkeit (Parsa, 2022); kein systematischer Effizienzvorteil (Chaffai, 2022) | Länderübergreifende Panelanalysen; Metaregression | Kein Stabilitäts- oder Effizienzversprechen ableitbar |
| **Form und Substanz** | Viele Produkte wirtschaftlich nah an konventionellen Transaktionen (Khan, 2010); „hybride Risiken“ durch Nachbildung konventioneller Strukturen (IFSB, 2026) | Kritische Literatur- und Praxisanalyse; Stabilitätsbericht | Glaubwürdigkeit als Kernressource |
| **Kundenverhalten** | Einstellungen, soziale Normen, wahrgenommene Kontrolle, islamisches Finanzwissen, Religiosität, Konformität und islamisches Branding prägen das Verhalten (Andespa et al., 2024) | Systematisches Review (PRISMA, 2013–2023) | Aufklärung und Marke als gestaltbare Hebel |

| Forschungsstrang | Zentrale Befunde | Evidenzbasis | Bedeutung für das Paper |
|---|---|---|---|
| **Genossenschafts- und Wertebanken** | Weniger prozyklische Kreditvergabe genossenschaftlicher und anderer Stakeholder-Banken (Ferri et al., 2014); stärkerer Realwirtschaftsbezug wertebasierter Banken (Global Alliance for Banking on Values [GABV], 2022); Ethik- und Islamic Banks mit gemeinsamen Zielen, aber unterschiedlichen ethischen Quellen (Relano, 2023) | Panelstudie; Verbandsstudie; konzeptioneller Vergleich | Anschluss über Förder- und Realwirtschaftsbezug |
| **Islamic Finance in westlichen Märkten** | Großbritannien als führender westlicher Markt mit Marktanteil von 0,1 % (Fitch Ratings, 2025); Fehlvorstellungen bei Nichtmuslimen (Gatehouse Bank, 2024); für Deutschland keine belastbaren Nachfragedaten (AIWG, 2026) | Fitch-Analyse; Anbieterbefragung; laufendes Forschungsprojekt | Zentrale Evidenzlücke für Deutschland |

Quelle: Eigene Darstellung.

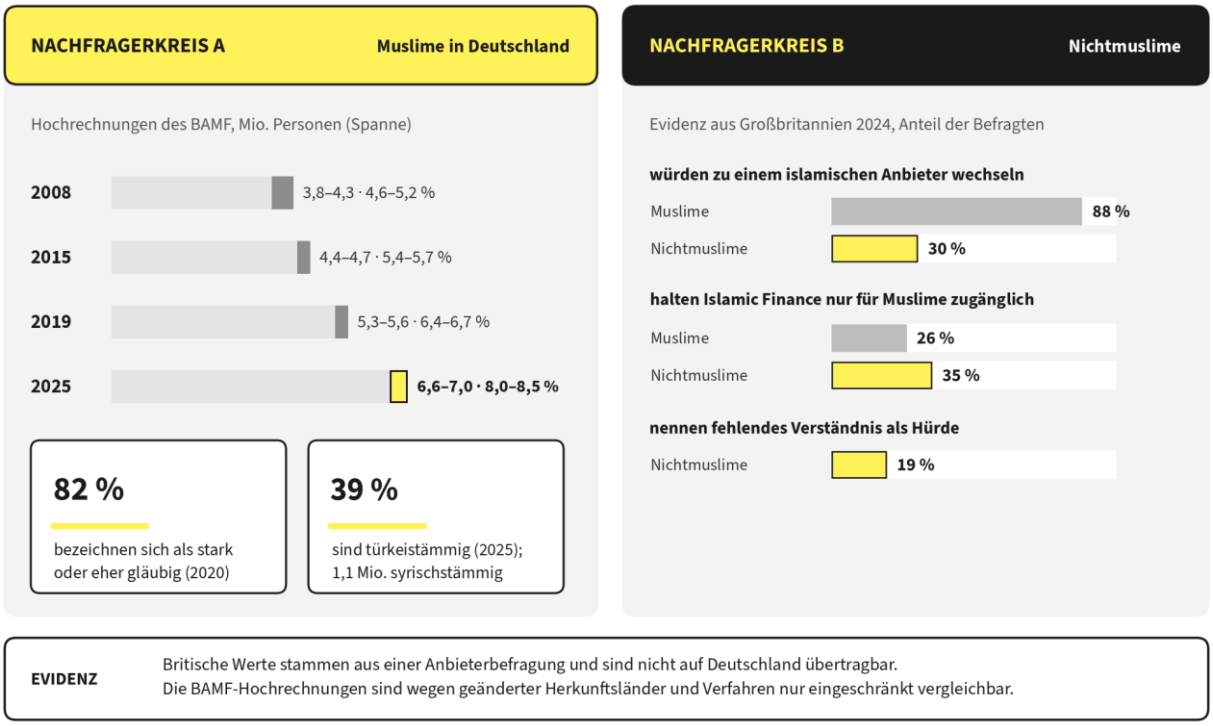
Daraus folgen drei Schlussfolgerungen. Erstens lässt sich ein Stabilitäts- oder Effizienzversprechen nicht belegen, weil den günstigen Krisenbefunden Studien ohne signifikante Unterschiede und ohne systematischen Effizienzvorteil gegenüberstehen (Tabelle 4). Zweitens prägen neben der Religiosität Einstellungen, Normen, Finanzwissen und Markenwahrnehmung das Verhalten (Andespa et al., 2024); Bekanntheit und Verständnis sind damit gestaltbar. Drittens liegt die Anschlussfähigkeit an das Genossenschaftsmodell weniger in Renditevorteilen als im gemeinsamen Realwirtschaftsbezug (GABV, 2022; Relano, 2023). Die Forschungslücke liegt an der Schnittstelle der Stränge: Trägermodelle für Islamic Banking innerhalb bestehender, insbesondere genossenschaftlicher Bankengruppen in westlichen Märkten sind, soweit ersichtlich, bislang nicht untersucht.

Auch Großbritannien, das als führender westlicher Standort für Islamic Finance gilt, liefert keinen Maßstab für einen bestehenden Privatkundenmarkt. Trotz staatlicher Sukuk-Emissionen 2014 und 2021 und der steuerlichen Gleichstellung islamischer Immobilienfinanzierungen seit 2003 liegt der Anteil islamischer Banken an den britischen Bankaktiva bei nur 0,1 %; die Institute bedienen zudem überwiegend Kunden aus den Golfstaaten (Fitch Ratings, 2025; Finance Act 2003, s. 73). Der niedrige Anteil lässt zwei Lesarten zu: fehlendes Vertrauen, geringe Bekanntheit und schwacher Vertrieb oder eine begrenzte Nachfrage. Aus dem Ausland lässt sich deshalb kein bestehender Privatkundenmarkt ableiten, auf den eine „VR-Islamic Bank“ in Deutschland setzen könnte; ob sich ein solcher Markt im Sinne der lateralen Logik erschließen lässt, kann nur eine Erhebung in Deutschland klären.

## EVIDENZ ZU DEN NACHFRAGERKREISEN

Abbildung 5 unterlegt beide Nachfragerkreise mit den verfügbaren Daten.

Abbildung 5: Nachfragerkreise eines „VR-Islamic Banking“ mit empirischer Evidenz




Quelle: Eigene Darstellung auf Basis von Haug et al. (2009), Stichs (2016, 2026), Pfündel et al. (2021) und Gatehouse Bank (2024). Jahre bezeichnen den Bezugszeitraum; britische Werte aus einer Online-Befragung im Auftrag einer islamischen Bank.

Nachfragerkreis A ist deutlich gewachsen. Die Hochrechnungen des BAMF stiegen von 3,8 bis 4,3 Millionen (2008) über 4,4 bis 4,7 Millionen (Ende 2015) und 5,3 bis 5,6 Millionen (2019) auf 6,6 bis 7,0 Millionen im Jahr 2025, das entspricht 8,0 bis 8,5 % der Bevölkerung (Haug et al., 2009; Pfündel et al., 2021; Stichs, 2016, 2026). Die Zielgruppe ist zugleich heterogener geworden: Türkeistämmige bilden mit 39,4 % zwar weiterhin die größte Gruppe, ihr Anteil sinkt aber seit 2008 kontinuierlich. Zweitgrößte Gruppe sind mit rund 1,1 Millionen Muslime mit syrischem Migrationshintergrund; im Zuge der Fluchtzuwanderung aus Syrien und dem Irak stieg der Anteil der Muslime aus dem Nahen Osten von 8,3 % (2008) auf 21,7 % (2025), insgesamt haben 29,4 % einen Migrationshintergrund aus einem arabischsprachigen Land (Stichs, 2026). Diese Gruppe ist zu einem großen Teil erst in den letzten Jahren zugewandert (Stichs, 2026); mit einem Durchschnittsalter von rund 32 Jahren ist die Zielgruppe insgesamt deutlich jünger als die Gesamtbevölkerung (Pfündel et al., 2021). Nach der jüngsten Befragung bezeichnen sich 82 % als stark oder eher gläubig (Pfündel et al., 2021). Die Reihe ist nur eingeschränkt vergleichbar, weil sich Herkunftsländer und Verfahren der Hochrechnungen unterscheiden; belastbar ist vor allem der Anstieg des Bevölkerungsanteils von 6,4 bis 6,7 % (2019) auf 8,0 bis 8,5 % (2025) (Stichs, 2026); erfasst werden zudem nur Personen mit Migrationshintergrund aus muslimisch geprägten Ländern. Vor allem aber ist Religiosität kein Maß für Produktnachfrage. Eine frühe Nachfrageschätzung, nach der 15 % der Muslime ihre Finanzen möglichst im Einklang mit dem Koran führen wollten (Booz, zitiert nach Mattke, 2010), ist

veraltet und methodisch nicht dokumentiert. Repräsentative deutsche Daten zur Zahlungsbereitschaft fehlen (AIWG, 2026).

Für Nachfragerkreis B liefert Großbritannien die derzeit beste, aber nur indirekte Evidenz. In einer Befragung von 1.002 Muslimen und 1.004 Nichtmuslimen im Mai 2024 würden 30 % der nichtmuslimischen Befragten zu einem islamischen Anbieter wechseln, sofern dieser vergleichbare Leistungen bietet. 35 % von ihnen glaubten jedoch, Islamic Finance stehe nur Muslimen offen, 19 % hielten es für schwer verständlich, und 34 % nannten fehlendes Wissen über die Funktionsweise als Hinderungsgrund (Gatehouse Bank, 2024). Da die Erhebung von einem Anbieter beauftragt wurde und ihre Repräsentativität nicht dokumentiert ist, taugen die Werte als Plausibilitätsindikator, nicht als Marktschätzung. Sie stimmen aber mit der Review-Evidenz überein, nach der Wissen und Wahrnehmung das Verhalten wesentlich prägen (Andespa et al., 2024). Für Deutschland gibt es zwei Anhaltspunkte. Nach Angaben eines Sprechers der KT Bank hatten 2018 schätzungsweise 15 % ihrer Kundschaft keinen muslimischen Hintergrund (Wahl-Immel, 2018). Zudem belegt die Kundschaft wertorientierter Genossenschaftsbanken ein wertebezogenes Segment: Die GLS Bank zählte 2024 rund 377.800 Kunden (GLS Bank, 2025). Ob dieses Segment auch für ein islamkonformes Angebot offen ist, ist nicht untersucht. Die britischen Befunde mahnen zur Vorsicht: Wenn ein Drittel der Nichtmuslime Islamic Finance für Muslimen vorbehalten hält, kann ein religiöses Etikett säkular-wertorientierte Kunden ebenso abschrecken wie anziehen; Relano (2023) betont entsprechend die unterschiedlichen ethischen Quellen beider Banktypen. Offen bleibt vor allem die Zahlungsbereitschaft. In der britischen Befragung würden 75 % der muslimischen Befragten für ein wertekonformes Produkt einen höheren Preis akzeptieren, während ein deutscher Berater auf Basis internationaler Studien das Gegenteil beobachtet (Gatehouse Bank, 2024; Wackerbeck, zitiert nach Wahl-Immel, 2018). Dieser Widerspruch lässt sich nur durch eine repräsentative Erhebung in Deutschland auflösen.

## DIE HÜRDEN IM SPIEGEL DER EVIDENZ

Tabelle 5 ordnet die im Kapitel „Vertikal beschreibbar, lateral begründbar“ systematisierten Herausforderungen einer Wirkungsebene zu und belegt sie. Dass islamische Geschäftsmodelle aufsichtsrechtlich möglich sind, zeigt die KT Bank, die 2015 nach rund zweieinhalbjähriger Prüfung eine Vollbanklizenz der BaFin erhielt; zinsfreie Finanzierungen gelten dabei in der Regel als erlaubnispflichtiges Kreditgeschäft, und aufsichts-, verbraucherschutz- und steuerrechtliche Folgefragen erforderten eine umfangreiche Abstimmung mit den Behörden (Norton Rose Fulbright, 2016).

Tabelle 5: Herausforderungen einer „VR-Islamic Bank“

| Herausforderung | Ebene | Kern und Beleg |
|---|---|---|
| **STRUKTURELL-ORGANISATORISCH** | | |
| **Fehlende Scharia-Governance** | System | Standards nur freiwillig (Mahlknecht, 2009); nur 23 Länder mit zentralem Scharia-Board (LSEG & ICD, 2026); Lösungsmuster: beratendes Board, Entscheidung beim Vorstand (Norton Rose Fulbright, 2016) |
| **Divergierende Rechtsgutachten** | System | Unterschiedliche theologische Bewertungen erschweren die Standardisierung (Gassner & Wackerbeck, 2010; Fiedler, 2026) |

| Herausforderung | Ebene | Kern und Beleg |
|---|---|---|
| **Steuerlicher Rahmen** | System | Kein Spezialrecht; Lizenzierung möglich (KT Bank 2015), aber z. B. doppelte Grunderwerbsteuer (Gassner & Wackerbeck, 2010, S. 208), praktisch über Gesellschaftsmodelle vermieden (Wahl-Immel, 2018); in GB seit 2003 gesetzlich gelöst (Finance Act 2003, s. 73) |
| **Liquiditätsmanagement** | System und Bank | Liquiditätsausgleich im Verbund und Zentralbankeinlagen sind zinsbasiert; GB: schariakonforme Einlagefazilität der Bank of England seit 2021 (Bank of England, 2021) |
| **Mangel an Fachleuten** | System | Gelehrte mit Kompetenz in Wirtschaftsrecht und Finanzwesen knapp (Gassner & Wackerbeck, 2010, S. 43, 227); Wachstum übersteigt in neuen Märkten den Aufbau von Expertise (LSEG & ICD, 2026) |
| **KULTURELL-GESELLSCHAFTLICH** | | |
| **Wertekonflikt beim Zins** | System und Bank | Zinsgeschäft als Kern der Kreditgenossenschaft gegenüber Zinsverbot (BVR, 2026b) |
| **Glaubwürdigkeit der Umsetzung** | Bank | Kritik an formaler Schariakonformität (Khan, 2010); Zweifel an einer deutschen Umsetzung (Mahlknecht, 2009, S. 83) |
| **Akzeptanz bei Bestandskunden** | Bank | Mögliches Befremden bei Bestandskunden (Mattke, 2010) |
| **Bekanntheit und Verständnis** | System und Bank | 35 % der Nichtmuslime halten das Angebot für Muslime reserviert (Gatehouse Bank, 2024) |

Quelle: Eigene Darstellung.

Strukturell fehlt eine verbindliche Scharia-Governance: Standards von AAOIFI und IFSB gelten nur, wo nationale Aufsichtsbehörden sie übernehmen (Mahlknecht, 2009, S. 56 f., 64–67), und weltweit verfügen nur 23 Länder über ein zentrales Scharia-Board (LSEG & ICD, 2026). Unterschiedliche theologische Bewertungen erschweren die Standardisierung (Fiedler, 2026; Gassner & Wackerbeck, 2010, S. 205 f.). Die Lizenzierung der KT Bank zeigt allerdings, dass das deutsche Aufsichtsrecht kein grundsätzliches Hindernis ist; die eigentlichen Rahmenhürden liegen im Steuerrecht und in der Liquiditätssteuerung (Norton Rose Fulbright, 2016). Gerade Letztere trifft eine Genossenschaftsbank besonders, weil ihr Liquiditätsausgleich über den genossenschaftlichen Verbund läuft und dort zinsbasiert organisiert ist. Wie grundlegend dieses Problem ist, zeigt Großbritannien: Dort konnten islamische Banken ihren Liquiditätspuffer lange nicht mit Zentralbankeinlagen bilden, weil diese verzinst sind. Erst 2021 eröffnete die Bank of England eine zinsfreie, durch Sukuk unterlegte Einlagefazilität, die erste ihrer Art bei einer westlichen Zentralbank (Bank of England, 2021). Kulturell-gesellschaftlich treffen ein religiös fundiertes Wertesystem und ein zinsbasiertes Geschäftsmodell aufeinander. Daraus folgen Akzeptanzrisiken bei Bestandskunden (Mattke, 2010) und Vertrauensfragen bei Neukunden (Mahlknecht, 2009, S. 83). Die britische Erfahrung bestätigt diese Muster: Als wesentliche Hemmnisse gelten dort fehlendes Verständnis, ein begrenztes Produktangebot, höhere Gebühren und die Annahme, Islamic Finance sei nur für Muslime bestimmt (Fitch Ratings, 2025). Die vom IFSB beschriebene Annäherung an konventionelle Strukturen (IFSB, 2026) verschärft zudem die Glaubwürdigkeitsfrage.

# Diskussion
# Vom Gedankenexperiment zum Gestaltungsrahmen

Die Befunde beantworten die Forschungsfrage differenziert: Konzeptionell erfüllt „VR-Islamic Banking“ die Kriterien einer marktschaffenden Innovation, allerdings nur unter klaren Bedingungen; empirisch bleibt offen, ob der neue Markt trägt. Dieses Kapitel ordnet die Befunde ein, prüft Widersprüche, übersetzt sie in Handlungsfelder und leitet ein übertragbares Prüfraster ab.

## WARUM DIE LATERALE LOGIK TRÄGT – UND WO SIE ENDET

Das laterale Marketing eignet sich als Erklärungsrahmen, weil „VR-Islamic Banking“ zwei bestehende Systeme neu kombiniert und genau jene Umstrukturierung bestehender Muster leistet, die laterales Denken auszeichnet (de Bono, 1972, S. 54). Die AIWG-Frage, ob Deutschland einen Markt übersieht oder ob dieser erst geschaffen werden muss (AIWG, 2026), lässt sich damit präzisieren: Laterale Innovationen erzeugen ihr Volumen selbst, statt bestehende Produkte zu ersetzen (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 89, 91). Eine heute unsichtbare Nachfrage ist demnach für sich genommen kein Gegenargument, aber auch kein Beleg. Prüfbar bleibt die laterale Begründung nur, wenn ihr Widerlegungskriterium empirisch getestet wird: Nehmen Kunden die Verbindung von Mitgliedschaft und Schariakonformität nicht als eigenständigen Nutzen wahr, trägt sie nicht. Zugleich folgt daraus eine Grenze: Die laterale Logik begründet, dass ein neuer Markt entstehen kann, nicht, dass er groß genug ist. Eine zweite Grenze ist institutionell: Die laterale Begründung trägt nur, wenn sich ein abgegrenztes Window mit schariakonformer Mitgliederbeteiligung rechtlich gestalten lässt.

Ein Widerspruch ist offen zu benennen. Teile der Fachdiskussion verbinden Islamic Banking mit Krisenfestigkeit. Die empirische Evidenz trägt diese Erwartung nur eingeschränkt, weil die Befunde zu Kapitalisierung, Widerstandsfähigkeit und Effizienz uneinheitlich sind (Tabelle 4). Für Genossenschaftsbanken ist eine weniger prozyklische Kreditvergabe belegt (Ferri et al., 2014). Die tragfähige Verbindung beider Modelle liegt deshalb nicht in Stabilitätsversprechen, sondern im gemeinsamen Realwirtschafts- und Förderbezug.

Wie dieser Förderbezug praktisch aussehen kann, zeigt das Qard Hassan: Nach Gassner und Wackerbeck (2010, S. 78 f.) praktizierten kleine, nicht-islamische Genossenschaftsbanken in Schweden zum Zeitpunkt ihrer Analyse ein Punktemodell für zinslose Mitgliederdarlehen, das strukturell schariakonform sein dürfte, auch wenn eine offizielle Einstufung ausstand.

## SELBSTSTÄNDIGKEIT UND VERBUND ALS HEBEL

Dass jede Volksbank und Raiffeisenbank rechtlich und wirtschaftlich selbstständig ist (Volksbanken Raiffeisenbanken, o. D.), senkt die Einstiegshürde erheblich: Über ein islamkonformes Angebot können Vorstand, Aufsichtsrat und Mitgliedervertretung einer einzelnen Bank entscheiden. Ein Beschluss der gesamten Gruppe ist nicht erforderlich, wohl aber die Abstimmung mit dem genossenschaftlichen Prüfungsverband, der Sicherungseinrichtung des BVR und der Bankenaufsicht. Dass ein solcher Weg organisatorisch gangbar ist, zeigt die EthikBank, die als wertorientierte Zweigniederlassung einer einzelnen Volksbank betrieben wird (Verbraucherzentrale Bremen, 2020). Ein Pilot ist damit auf der Ebene einer Bank möglich. Die Selbstständigkeit löst jedoch nicht die Systemhürden: Scharia-Board, Fachkräfte

und schariakonforme Liquiditätsinstrumente kann eine einzelne Bank wirtschaftlich kaum allein vorhalten, und Liquiditätsüberschüsse werden auch im Verbund üblicherweise verzinslich angelegt. Für den Pilot folgt daraus eine Voraussetzung: Er braucht von Beginn an eine Übergangslösung für die schariakonforme Anlage überschüssiger Liquidität, etwa über eine Kooperation mit einem islamischen Institut. Als Alternative zum Window kommt eine eigenständige islamische Genossenschaftsbank im Verbund in Betracht. Sie würde die Frage der schariakonformen Mitgliederbeteiligung sauberer lösen, weil Mitglieder Anteile an einem ausschließlich islamkonformen Institut hielten. Dafür entfielen Mitgliederbasis, Filialnetz und regionale Verankerung einer bestehenden Bank, auf denen die laterale Neuheit beruht, und es wären eine eigene Vollbanklizenz und eigenes Kapital erforderlich. Das Paper behält das Window deshalb als Grundmodell bei; welche Trägerform sich durchsetzt, hängt davon ab, ob sich die Mitgliederbeteiligung im Window rechtlich gestalten lässt. Im Sinne des genossenschaftlichen Kooperationsprinzips liegt es daher nahe, die Pilotentscheidung bei einer Bank zu treffen, die Skalierungsfunktionen aber gebündelt mit Verbundpartnern oder mehreren Banken aufzubauen. Diese Arbeitsteilung ist als Gestaltungsoption zu verstehen, nicht als geprüfter Befund. Sie würde zugleich das Governance-Problem entschärfen: Nach dem Muster der KT Bank könnte ein Scharia-Board beratend wirken, während die genossenschaftlichen Organe ihre Entscheidungsrechte behalten (Norton Rose Fulbright, 2016).

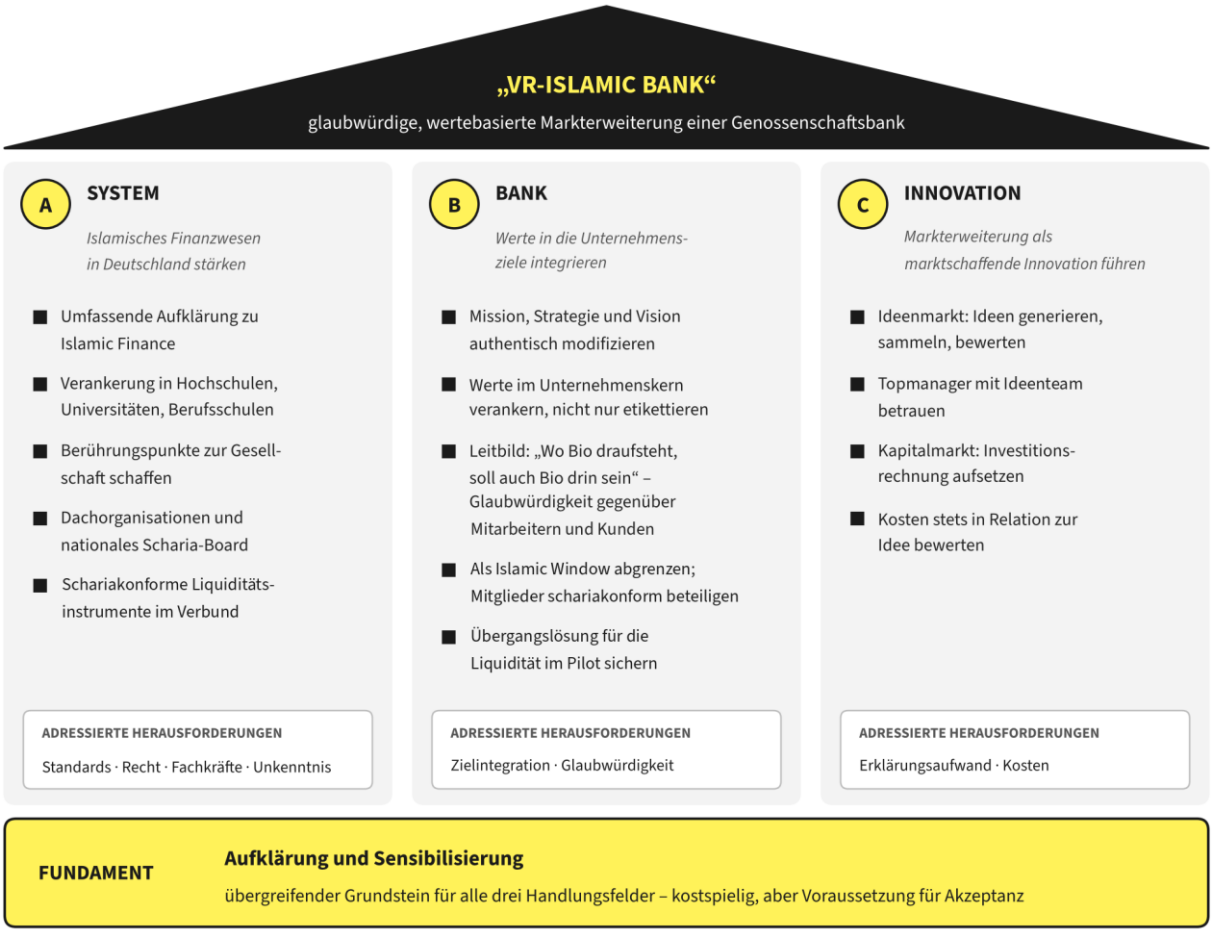
## DAS FILIALNETZ ALS ZUGANGSVORTEIL

Ein strukturelles Argument für Genossenschaftsbanken ist ihre Präsenz in der Fläche. Mit 6.813 Bankstellen (BVR, 2026a) verfügen sie über eines der dichtesten Bankservicenetze in Europa (Volksbanken Raiffeisenbanken, o. D.), während islamkonforme Vollbankleistungen bislang an wenige Standorte gebunden sind. Ein dezentrales Netz senkt die Zugangsschwelle für Kunden außerhalb der wenigen Standorte spezialisierter Anbieter; die Verringerung des Aufwands aus der vertikalen Prüfung erhält hier ihr praktisches Gewicht. Ergänzend zeigt die EthikBank, dass ein wertorientiertes Angebot auch als Direktbank bundesweit vertrieben werden kann (EthikBank, o. D.). Wie gut Filialnetz und Wohnorte der muslimischen Bevölkerung tatsächlich zusammenpassen, ist mit regionalisierten Daten zu prüfen und gehört zur empfohlenen Machbarkeitsanalyse.

## DREI HANDLUNGSFELDER FÜR EINE „VR-ISLAMIC BANK“

Weil eine Genossenschaftsbank Teil des Universalbankensystems ist, lassen sich die Empfehlungen nicht auf die einzelne Bank beschränken. Das Paper unterscheidet drei Handlungsfelder auf einem gemeinsamen Fundament (Abbildung 6).

Abbildung 6: Gestaltungsrahmen für eine „VR-Islamic Bank“




Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Kotler und Trias de Bes (2005, S. 183–185).

Das Fundament bildet Aufklärung; die britischen Befunde zu Fehlvorstellungen (Gatehouse Bank, 2024) und die Review-Evidenz zur Rolle von Finanzwissen (Andespa et al., 2024) unterstreichen dies. Auf der Systemebene (A) zählen dazu die Verankerung des Themas in Hochschulen und Berufsschulen, Berührungspunkte zwischen islamischem Finanzwesen und Gesellschaft sowie standardisierte Dachorganisationen bis hin zu einem nationalen Scharia-Board (Gassner & Wackerbeck, 2010, S. 51, 205 f.; Mahlknecht, 2009, S. 57). Das britische Beispiel ergänzt einen steuerlichen Hebel: Eine Regelung, die bei islamkonformen Immobilienfinanzierungen nur einen Erwerbsvorgang besteuert, würde die Wettbewerbsfähigkeit unmittelbar verbessern (Finance Act 2003, s. 73). Auf der Bankebene (B) geht es um Integrationstiefe: Mission, Strategie und Vision sollten authentisch angepasst werden, nach dem Grundsatz, dass drin sein muss, was draufsteht; die Kritik an formaler Schariakonformität (Khan, 2010) macht diese Forderung dringlicher. Wertorientierte Genossenschaftsbanken zeigen, wie sich Glaubwürdigkeit organisatorisch absichern lässt, etwa durch die vollständige Offenlegung der Mittelverwendung (EthikBank, o. D.). Hinzu kommen auf der Bankebene die Abgrenzung als Islamic Window mit schariakonformer Mitgliederbeteiligung und eine Übergangslösung für die Liquidität im Pilot, auf der Systemebene schariakonforme Liquiditätsinstrumente im Verbund. Auf der Innovationsebene (C) empfehlen sich ein Ideenmarkt, verantwortet aus dem Topmanagement, und eine Investitionsrechnung, in der Kosten in Relation zur Idee stehen (Kotler & Trias de Bes, 2005, S. 183–185).

## TRANSFER: EIN PRÜFRASTER FÜR WERTEBASIERTE MARKTERWEITERUNGEN

Die Prüfkette lässt sich vom Einzelfall lösen, weil islamkonforme Angebote sich mit anderen Formen werteorientierter Finanzdienstleistungen überschneiden, etwa durch Branchenausschlüsse, Bindung an reale Vermögenswerte und Transparenzanforderungen (Fiedler, 2026; GABV, 2022). Tabelle 6 verdichtet sie zu vier Prüffragen für Genossenschaftsbanken.

Tabelle 6: Prüfraster für wertebasierte Markterweiterungen von Genossenschaftsbanken

| Prüffrage | Befund „VR-Islamic Banking“ | Gestaltungskonsequenz |
|---|---|---|
| **1 Werteanschluss: Teilt das neue Feld Kernwerte der Genossenschaft, und wo verläuft die Bruchlinie?** | Sechs gemeinsame Werte; Bruchlinie beim Zins und bei der religiösen Fundierung | Bruchlinie offen benennen; Werte im Unternehmenskern verankern statt etikettieren |
| **2 Innovationstyp: Genügt eine vertikale Variante, oder entsteht erst lateral ein neuer Markt?** | Vertikal nur Einzelaspekte; lateral über Gegenteil und Zusammenfügen ein neuer Markt, sofern ein abgegrenztes Window schariakonforme Mitgliederbeteiligung erlaubt | Als Innovationsprojekt führen: Ideenmarkt, Investitionsrechnung, Aufklärungsbudget |
| **3 Nachfrage: Welche Nachfragerkreise entstehen, und wie belastbar sind die Daten?** | Kreis A gewachsen, Kreis B nur über Auslandsevidenz greifbar; deutsche Nachfragedaten fehlen | Vor Markteintritt Zahlungsbereitschaft repräsentativ erheben |
| **4 Systemvoraussetzungen: Welche Standards, Regeln, Fachkräfte und Akzeptanzbedingungen fehlen?** | Lizenzierung möglich; Steuerrecht, Liquidität, Scharia-Governance und Fachkräfte offen; Glaubwürdigkeit kritisch | Verbund und Systemakteure früh einbinden; Aufklärung als Fundament einplanen |

Quelle: Eigene Darstellung.

Das Raster ersetzt keine Marktanalyse, zeigt aber, welche Art von Vorhaben eine Bank vor sich hat: Eine vertikal erklärbare Idee erfordert eine Produkterweiterung, eine laterale Verschiebung mit neuem Produkt und neuem Verwendungszweck dagegen ein Innovationsprojekt mit Aufklärungsbudget, Governance und Akzeptanzmanagement.

## IMPLIKATIONEN FÜR DIE FORSCHUNG

Für die Marketingforschung zeigt das Paper, dass sich der laterale Prozess auf immaterielle Bankdienstleistungen und auf die Kombination von Wertesystemen übertragen lässt. Für die Islamic-Finance-Forschung verschiebt es den Blick von Instrumenten auf Trägermodelle in bestehenden Bankengruppen westlicher Märkte, für die die Review-Literatur bislang kaum Befunde enthält. Für die Genossenschaftsforschung stellt sich die Frage, wie sich eine religiös begründete, beratende Kontrollinstanz mit Selbstverwaltung und demokratischer Mitbestimmung verbinden lässt und welche Rolle der Verbund dabei übernehmen kann.

## LIMITATIONEN

Erstens beurteilt die konzeptionelle Analyse, inwieweit die Kriterien erfüllt sind; Nachfrage und Wirtschaftlichkeit belegt sie nicht. Zweitens wurde der laterale Prozess mit bekannter Zielidee angewendet,

und die Wahl der Verschiebungstechniken ist nicht zwingend. Drittens beruhen die Nachfrageindikatoren für Kreis B auf einer britischen Anbieterbefragung ohne dokumentierte Repräsentativität, und die jüngste deutsche Hochrechnung (2025) stützt sich für die Religionszugehörigkeit auf eine Befragung von 2020 und erfasst Konvertiten sowie Muslime ohne Migrationshintergrund nicht. Viertens stammen einzelne Angaben stammen aus Fachmedien und Kanzleiberichten, und die Angaben zu wertorientierten Banken beruhen überwiegend auf Selbstauskünften der Institute. Fünftens werden steuer-, aufsichts- und gesellschaftsrechtliche Fragen nur benannt, nicht geprüft; die Verbundperspektive ist eine konzeptionelle Ableitung. Sechstens setzt der laterale Befund voraus, dass sich eine schariakonforme, vom Gesamtergebnis abgegrenzte Mitgliederbeteiligung genossenschafts- und aufsichtsrechtlich gestalten lässt; diese Annahme ist ungeprüft. Ist dies nicht möglich, wäre eine eigenständige islamische Genossenschaftsbank im Verbund die naheliegende Alternative, deren Abwägung hier nur skizziert wird.

# Fazit und Ausblick
# Werte verbinden, wenn das System mitzieht

Die Markterweiterung einer Genossenschaftsbank um islamkonforme Finanzdienstleistungen erfüllt die Kriterien einer marktschaffenden Innovation, allerdings nur über die laterale Logik und nur unter einer institutionellen Bedingung: einem abgegrenzten Islamic Window, an dem sich Mitglieder schariakonform beteiligen können. Vertikal bleibt das Basisprodukt unverändert; erst das Zusammenfügen genossenschaftlicher und finanzislamischer Werte erzeugt eine neue Bedürfnissituation. Die empirische Evidenz stützt die Relevanz, weil die potenzielle Zielgruppe gewachsen und das Angebot schmal geblieben ist, warnt aber vor zwei Kurzschlüssen: Religiosität ist nicht gleich Nachfrage, und Stabilitäts- oder Effizienzvorteile sind nicht belegt. Am schwächsten belegt ist der Teil des neuen Marktes, der über Kreis A hinausgeht: Kreis A kann islamkonforme Leistungen bereits bei der KT Bank beziehen und gewinnt vor allem über die Mitgliedschaft; offen ist, ob ein religiös begründetes Angebot säkular-wertorientierte Kunden anzieht. Rechtlich ist Islamic Banking in Deutschland möglich; über den Erfolg entscheiden Steuerrecht, Liquiditätssteuerung, Scharia-Governance, Fachkräfte und Glaubwürdigkeit. Zusammengefasst ergeben sich fünf Kernaussagen:

- **Mehr als ein Produktzusatz.** Vertikal lassen sich nur Einzelaspekte beschreiben; das Basisprodukt der VR-Bank bliebe unverändert.
- **Laterale Logik als Begründung.** Erst Gegenteil und Zusammenfügen erzeugen eine neue Bedürfnissituation und damit einen neuen Markt, vorausgesetzt, Mitglieder können sich schariakonform an einem abgegrenzten Window beteiligen.
- **Gemeinsamer Wertekern statt Renditeversprechen.** Beide Systeme verbindet der Förder- und Realwirtschaftsbezug; Effizienz- und Stabilitätsvorteile sind nicht belegt.
- **Größere, jüngere Zielgruppe, offene Nachfrage. 6,6 bis 7,0 Millionen Muslime (2025), im Schnitt deutlich jünger als die Gesamtbevölkerung, stehen** im Wesentlichen einer islamischen Bank gegenüber; Daten zur Zahlungsbereitschaft fehlen.
- **Das System entscheidet.** Steuerrecht, Liquidität, Scharia-Governance, Fachkräfte und Glaubwürdigkeit begrenzen den Erfolg stärker als die einzelne Bank; die Selbstständigkeit der Banken ermöglicht einen Pilot, sofern eine Übergangslösung für die Liquidität besteht, die Skalierung braucht den Verbund, Aufklärung ist der Grundstein.

Drei Forschungslinien schließen sich an: eine repräsentative Studie, die Zahlungsbereitschaft beider Nachfragerkreise und die Haltung von Bestandsmitgliedern misst und prüft, ob Kunden die Verbindung von Mitgliedschaft und Schariakonformität als eigenständigen Nutzen wahrnehmen; eine rechtliche und steuerliche Machbarkeitsanalyse zur Einbindung einer schariakonformen Mitgliederbeteiligung, einer beratenden Scharia-Governance und schariakonformer Liquiditätsinstrumente in den genossenschaftlichen Verbund, die auch den regionalen Abgleich von Filialnetz und Zielgruppen umfasst; und Pilotprodukte, die beide Prinzipien bereits strukturell verbinden, etwa ein Qard-Hassan-Modell auf Punktebasis.

**Islamic Banking wird für eine Genossenschaftsbank nicht durch ein neues Produkt zur Innovation, sondern durch die Verbindung zweier Wertesysteme, die den Förderauftrag ernst nimmt.**

# Literaturverzeichnis:


Akademie für Islam in Wissenschaft und Gesellschaft. (25. August 2026). *Das Nischendasein islamkonformer Finanzprodukte: AIWG-Fellow Say Cheong Lim widmet sich dem Thema Islamic Finance* [Pressemitteilung]. Informationsdienst Wissenschaft. https://nachrichten.idw-online.de/2026/08/25/das-nischendasein-islamkonformer-finanzprodukte-aiwg-fellow-say-cheong-lim-widmet-sich-dem-thema-islamic-finance

Andespa, R., Yeni, Y. H., Fernando, Y. & Sari, D. K. (2024). A systematic review of customer Sharia compliance behaviour in Islamic banks: Determinants and behavioural intention. *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 1013–1034. https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2023-0181

Antes, P. (1991). *Der Islam: Religion – Ethik – Politik*. Kohlhammer.

Backhaus, K. & Schneider, H. (2009). *Strategisches Marketing* (2. Aufl.). Schäffer-Poeschel.

Bank of England. (2. Dezember 2021). *The Alternative Liquidity Facility* [Pressemitteilung]. https://www.bankofengland.co.uk/news/2021/december/the-alternative-liquidity-facility

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. & Merrouche, O. (2013). Islamic vs. conventional banking: Business model, efficiency and stability. *Journal of Banking & Finance*, 37(2), 433–447. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2012.09.016

Benkenstein, M. & Uhrich, S. (2009). *Strategisches Marketing: Ein wettbewerbsorientierter Ansatz*. Kohlhammer.

Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken. (2026a). *Geschäftsentwicklung 2025* [Statistik]. https://www.bvr.de/p.nsf/0/95D06543CBF99032C1257D0A0051A812/$file/Geschäftsentwicklung_2025.pdf

Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken. (15. Juli 2026b). *Erfolgreich positioniert im Wettbewerb: Genossenschaftliche FinanzGruppe erwirtschaftet Gewinn von 11,6 Milliarden Euro im Jahr 2025* [Pressemitteilung]. https://www.presseportal.de/pm/40550/6314905

Chaffai, M. (2022). New evidence on Islamic and conventional bank efficiency: A meta-regression analysis. *Bulletin of Economic Research*, 74(1), 221–246. https://doi.org/10.1111/boer.12291

de Bono, E. (1972). *Laterales Denken: Ein Kursus zur Erschließung Ihrer Kreativitätsreserven*. Rowohlt.

EthikBank. (o. D.). *Ethische Bank: Geldanlagen, Kredite, Girokonten*. Abgerufen am 11. November 2026, von https://www.ethikbank.de/

Evangelische Bank. (o. D.). *Evangelische Bank*. Abgerufen am 11. November 2026, von https://www.eb.de/startseite.html

Evangelischer Pressedienst. (16. April 2025). Ethisch ausgerichtete Banken gegen versteckte Rüstungsinvestitionen. *evangelisch.de*. https://www.evangelisch.de/inhalte/241870/16-04-2025/ethisch-ausgerichtete-banken-gegen-versteckte-ruestungsinvestitionen

Ferri, G., Kalmi, P. & Kerola, E. (2014). Does bank ownership affect lending behavior? Evidence from the Euro area. *Journal of Banking & Finance*, 48, 194–209. https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.05.007

Fiedler, M. (25. August 2026). Bis zu sieben Millionen Muslime: Wie lange bleibt Islamic Finance in Deutschland eine Nische? *experten.de*. https://www.experten.de/id/4951555/Bis-zu-sieben-Millionen-Muslime-Wie-lange-bleibt-Islamic-Finance-in-Deutschland-eine-Nische/

Finance Act 2003, c. 14, Part 4, s. 73 (UK). https://legislation.gov.uk/ukpga/2003/14/section/73/enacted/data.pdf

Fitch Ratings. (25. August 2025). *UK remains Western Islamic finance hub despite limited local uptake* [Pressemitteilung]. Zawya. https://www.zawya.com/en/press-release/research-and-studies/uk-remains-western-islamic-finance-hub-despite-limited-local-uptake-i0z9nb0y

Gassner, M. & Wackerbeck, P. (2010). *Islamic Finance: Islam-gerechte Finanzanlagen und Finanzierungen* (2. Aufl.). Bank-Verlag.

Gatehouse Bank. (2024). *Islamic and ethical finance consumer report 2024*. https://assets.gatehousebank.com/production/downloads/Gatehouse-Banks-Islamic-and-Ethical-Finance-Consumer-Report-2024.pdf

Gilson, L. L. & Goldberg, C. B. (2015). Editors' comment: So, what is a conceptual paper? *Group & Organization Management*, 40(2), 127–130. https://doi.org/10.1177/1059601115576425

GLS Bank. (13. März 2025). *GLS Bank wächst um mehr als acht Prozent* [Pressematerial zur Bilanzpressekonferenz]. https://www.gls.de/media/PDF/Presse/Pressematerial_GLS_Bank_Bilanzpressekonferenz_25.pdf

Global Alliance for Banking on Values. (26. April 2022). *2021 Real Economy – Real Returns: The business case for values-based banking* [Bericht und Pressemitteilung]. https://www.gabv.org/?p=12251

Haug, S., Müssig, S. & Stichs, A. (2009). *Muslimisches Leben in Deutschland* (Forschungsbericht 6). Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.

Islamic Financial Services Board. (26. Mai 2026). *IFSB releases Islamic financial stability report 2026 highlighting emerging hybrid risks in Islamic banking* [Pressemitteilung]. https://www.ifsb.org/?p=40644

Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: Four approaches. *AMS Review*, 10(1–2), 18–26. https://doi.org/10.1007/s13162-020-00161-0

Khan, F. (2010). How "Islamic" is Islamic banking? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(3), 805–820. https://doi.org/10.1016/j.jebo.2010.09.015

Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business School Press.

Kotler, P. & Trias de Bes, F. (2005). *Laterales Marketing für echte Innovationen: Auf Abwegen zum Erfolg*. Campus.

LSEG & ICD. (2026). *Islamic finance development report 2026: Growth amid headwinds*. London Stock Exchange Group; Islamic Corporation for the Development of the Private Sector. https://www.lseg.com/en/data-analytics/islamic-finance/islamic-market-intelligence/islamic-finance-development-report-2026

MacInnis, D. J. (2011). A framework for conceptual contributions in marketing. *Journal of Marketing*, 75(4), 136–154. https://doi.org/10.1509/jmkg.75.4.136

Mahlknecht, M. (2009). *Islamic Finance: Einführung in Theorie und Praxis*. Wiley-VCH.

Mattke, S. (24. Juni 2010). Allah hätte nichts dagegen. *Die Zeit*, (26).

Norton Rose Fulbright. (2016). *The Eurozone's first Islamic bank opens in Frankfurt*. https://www.nortonrosefulbright.com/en/knowledge/publications/c19d0b38/the-eurozones-first-islamic-bank-opens-in-frankfurt

Parsa, M. (2022). Efficiency and stability of Islamic vs. conventional banking models: A meta frontier analysis. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(3), 849–869. https://doi.org/10.1080/20430795.2020.1803665

Pfündel, K., Stichs, A. & Tanis, K. (2021). *Muslimisches Leben in Deutschland 2020* (Forschungsbericht 38). Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.

Relano, F. (2023). Ethical and Islamic banking compared from a time-based perspective. *Journal of Business Ethics*, 188(4), 795–805. https://doi.org/10.1007/s10551-023-05497-8

Stichs, A. (2016). *Wie viele Muslime leben in Deutschland? Eine Hochrechnung über die Anzahl der Muslime in Deutschland zum Stand 31. Dezember 2015* (Working Paper 71). Bundesamt für Migration und Flüchtlinge.

Stichs, A. (2026). *Zahl der Musliminnen und Muslime in Deutschland 2025* (Forschungsbericht 55). Bundesamt für Migration und Flüchtlinge. https://doi.org/10.48570/bamf.fz.fb.55.d.2026.hochrechng25.1.0

Verbraucherzentrale Bremen. (2020). *Übersicht: Banken mit Nachhaltigkeitsstandards* (Stand Oktober 2020). Verbraucherzentrale Berlin. https://verbraucherzentrale-berlin.de/node/32120

Volksbanken Raiffeisenbanken. (o. D.). *Die Idee der Genossenschaftsbanken*. Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken. Abgerufen am 11. November 2026, von https://www.vr.de/privatkunden/werte-mitgliedschaft/genossenschaftliche-beratung/idee-genossenschaftsbanken.html

Wahl-Immel, Y. (19. Januar 2018). Finanzgeschäfte nach Regeln Allahs: Islamisches Banking wächst. *t-online*. https://www.t-online.de/finanzen/aktuelles/id_83076410/finanzgeschaefte-nach-regeln-allahs-islamisches-banking-waechst.html

Wurm, G., Ettmann, B. & Wolff, K. (2008). *Kompaktwissen Bankbetriebslehre* (16. Aufl.). Bildungsverlag EINS.