

Leitartikel

Nicht ohne Optionen (4)

bm-Blickpunkte

Shitstorm für die Berliner Sparkasse (6)
Deutsche Skatbank: Faire Negativzinsen (6)
Sparda Hamburg stellt sich dem Dialog (7)
Die Postbank kann's (9)
Sparverhalten: Unbelehrbar (9)
Crowdfunding-Branche fürchtet Regulierung (11)

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (12)
Werbebarometer (13)
Aus der Marken- und Werbeforschung (14)
Operative Marketingmaßnahmen
nach Bankprodukten (15)

Start-ups im Retailbanking

Fintechs: Aus der Nische zum Mainstream

Von Matthias Kröner (17)

Gefährlicher Glaube an die Bank

Von Rudolf Conrads und Karl-Friedrich Walter (21)

Girokonto fürs Smartphone – Geschäftsmodell eines Start-Ups

Von Valentin Stalf (24)

„In Deutschland ist die Immobilien-Verrentung nur wenigen bekannt“

Interview mit Dirk Bergfelder (26)

Versicherungen

„Versicherung für Baufinanzierer ermöglicht Kredite ohne Eigenkapital“

Interview mit Tim Rooney (31)

Regelbasierte Anlagestrategie in der Vorsorge

Von Wolfgang H. Sander und
Johannes Reichthaler (34)

Kommunikation

Marktorientierung in Bank-Firmierungen:

„Bank für ...“ ist die Ausnahme

Von Holger Blisse (36)

Notiert

Daten und Fakten zu Fintechs (5) – Indikator zum
Sparklima (7) – Anlagen im Ypos-Inflationscheck (8) –
Banken-Website-Performance-Index (10) –
Bankmanagement-Glossar (39) – Impressum (33) –
Rote Seiten (Heftmitte)

43. Jahrgang
Dezember 2014
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
12-2014



bank und markt

Zeitschrift für Retailbanking

Herausgeber: Prof. Dr. Dr. Oskar Betsch, Prof. Dr. Jörg-E. Cramer, Dr. Peter Hanker, Hans-Michael Heitmüller, Dr. Ewald Judt, Prof. Dr. Klaus Juncker, Carsten Maschmeyer, Klaus-Friedrich Otto, Prof. Dr. Wulf von Schimmelmann, Ben Tellings, Thomas Ullrich, Dr. Herbert Walter, Alexander Wüerst

SCHWERPUNKTE

Start-ups im Retailbanking: Vier Gründe für den Erfolg der Fintechs macht Matthias Kröner aus: die Vertrauenskrise des Bankgewerbes, die wachsende Akzeptanz des Web 2.0, eine Innovationsfeindlichkeit der Banken sowie gleichzeitig verbesserte Möglichkeiten, innovative Konzepte umzusetzen.

So habe sich das Social Banking als Gegenmodell zum klassischen Banking etablieren können, wodurch Banken in die Defensive geraten. Nach Einschätzung Krönners brauchen sie dringend ein „Update“, nicht nur beim Umgang mit Social Media. Auch der Verband der PSD Banken mahnt, dass die Entwicklung im Bereich neuer Wettbewerber von der Genossenschaftlichen Finanzgruppe viel stärker als bisher beachtet werden sollte. Denn viele Banken hätten derzeit nur die Spitze des Eisbergs im Blick.

In der Konsequenz heißt das: Die „Direktheit“ des Web 2.0 muss sich sowohl im Produktangebot als auch in der Kommunikation von Finanzdienstleistern stärker als bisher widerspiegeln. Ein Beispiel eines Start-ups im Retail ist die Number 26 GmbH mit ihrem Girokonto speziell fürs Smartphone. Ohne eine Bankpartnerschaft kommt freilich auch dieser Marktneuling nicht aus. Nicht alle Start-ups sind jedoch dem Bereich der Fintechs zuzuordnen. Die Unternehmensgruppe Deutsche Leibrente hat einen genossenschaftlichen Ansatz und hofft beim Thema Verrentung von Immobilien künftig auch auf Vertriebspartnerschaften mit Genossenschaftsbanken.

Neue Konzepte der Assekuranz: Neuerungen gibt es keineswegs nur an der Kundenschnittstelle. Auch die Assekuranz als Produktgeber der Banken stellt sich neuen Entwicklungen. Genworth Financial wendet sich mit einer neuen Hypothekenausfallversicherung an Baufinanzierer. Die neue Police soll es ermöglichen, auch Kunden ohne oder mit wenig Eigenkapital die Baufinanzierung anzubieten. Angesichts der Niedrigzinsphase brauchen auch die Lebensversicherer neue Konzepte, um nicht aus der Altersvorsorge verdrängt zu werden. Mit ihrer regelbasierten Anlagestrategie hat die R+V Luxembourg einen systemgestützten Ansatz für Fondspolicen entwickelt. Der Absatzerfolg ist offenbar gut.

Kommunikation: Einen speziellen Fokus ihrer Tätigkeit geben nur wenige Kreditinstitute in Deutschland bereits im Namen an. Eine Beschränkung auf die in der Firmierung genannte Zielgruppe gibt es auch bei diesen Häusern nicht mehr. Holger Blisse beobachtet jedoch eine leichte Trendumkehr.

