

LEITARTIKEL

Noch ein weiter Weg

Von Swantje Benkelberg 2

BLICKPUNKTE

Sponsoring: Happy End für English Theatre und Commerzbank 4

Zielgruppen: Unliebsame Kunden 4

Nachhaltigkeit: Neues Scoring für Finanzprodukte 5

Kommunikation: Fintechs schlampen bei Konditionen im Detail 6

Mitarbeiter: Deutsche Bank – Alles für die Aktionäre 7

AUS DER FINANZWERBUNG

Etats und Kampagnen 8

Aus der Marken- und Werbeforschung 10

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten 10

Werbebarometer 11

GELDANLAGE

„Wir lösen die Probleme, die in der Finanzindustrie immer noch bestehen“

Interview mit Lars Reiner, Ginmon Vermögensverwaltung GmbH 12

Kryptowerte bei VR-Banken – den Anschluss nicht verlieren

Von Ingmar Rega, Genoverband e.V., und Daniel Krüger, AWADO Rechtsanwalts-gesellschaft mbH 16

Kundengeschäft mit Kryptoassets – Chancen und Risiken für Kreditinstitute

Von Anja Schulz, Hochschule für Finanzwirtschaft & Management GmbH, und Luca Walendy, Sparkasse Celle-Gifhorn-Wolfsburg 20

Die neue Aktienkultur in Deutschland – etabliert oder nur ein Strohfeuer?

Von Christine Bortenlänger und Gerrit Fey, beide Deutsches Aktieninstitut e.V. (DAI) 24

Wie etablierte Banken für Kleinanleger attraktiver werden

Von Max Biesenbach und Ann-Christine Brunen, beide Simon-Kucher & Partners Strategy & Marketing Consultants GmbH 27

Einfluss von Zins und Nachhaltigkeit auf das Anlageverhalten von Privatkunden

Von Michael Eisemann und Florian Lohmann, beide Duale Hochschule Baden-Württemberg 30

NOTIERT

Daten und Fakten zur Geldanlage 3

Die Zahl 4

Indikator zum Sparklima 5

Der Ypos-Inflationscheck 7

Geldanlage: Generation Z investiert überdurchschnittlich nachhaltig 19

Fintech-News 34

Personalien 36

Bankassurance + Allfinanz:

Altersvorsorge: Die Jugend hat verstanden 38

Bankmanagement-Glossar: Empathetic Marketing 39

Impressum + Fotonachweise für diese Ausgabe 40

Beilagenhinweis

Dieser Ausgabe liegt das Sachregister 2023 der Zeitschrift **Bank und Markt – Die digitale Bank** bei.