

## Leitartikel

Keine Heiligen (4)

## bm-Blickpunkte

Spardas Top, Targobank Flop (6)  
Konsumentencredit: Onlineabschluss mit geringer Relevanz (6)  
Verbraucherschutz: Produktinformationsblätter nachbessern (7)  
Markenführung: Bis zum EuGH? (8)  
Firmenkundengeschäft: Kreditvertrieb 2.0 (9)  
Insolvenzen: Private warten auf die Reform (9)

## Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (10)  
Werbebarometer (11)  
Aus der Marken- und Werbeforschung (13)

## Im Gespräch

„Banken werden eher größer als kleiner werden“  
Interview mit Michael Kemmer (14)

## bank und markt aktuell

**MiFID II und MiFIR – Proportionalität der Regulierung beachten**  
Von Gerhard Hofmann (19)

**Auswirkungen von MiFID II: mehr Aufwand, weniger Erträge**  
Von Ullrich Hartmann und Julia Dost (22)

## Finanzdienstleister und die Öffentlichkeit

„Eine Spruchkompetenz wäre eine Scheinlösung“  
Interview mit Hanspeter Häni (25)

**Der Versicherungsombudsmann als ehrlicher Makler**  
Von Günther Hirsch (29)

**Testkäufe – ein Mittel zur Qualitätssicherung?**  
Von Peter Hanker (32)

**Mystery Shopping à la Sparkasse: Feedback für den Berater**  
Von Marianne Venezia (34)

**Ratenkredite – zwischen Konsumkatalysator und rotem Tuch**  
Von Peter Wacket (36)

**Persönliche Betreuung wird zum Wettbewerbsfaktor**  
Von Matthias Meije und Renate Eisentraut (40)

**Gebührenfreies Girokonto: Grunderwartung oder noch Differenzierungsmerkmal?**  
Von Michael Becky (43)

## Notiert

Daten und Fakten zum Image von Kreditinstituten (5) – Indikator zum Sparklima (7) – Impressum (21) – Marktplatz (39) – bankassurance + allfinanz (44) – Bankmanagement-Glossar (46) – Rote Seiten (Heftmitte)

41. Jahrgang  
Januar 2012  
Fritz Knapp Verlag  
Frankfurt am Main  
01-2012



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

**Im Gespräch:** In der Krise fungieren Bankenverbände als Blitzableiter für die Branche, die in der öffentlichen Diskussion für Sachlichkeit sorgen müssen. So betont Michael Kemmer, dass die Banken in der Staatsschuldenkrise auch nur Opfer sind oder dass es bei der immer wieder geforderten Transparenz auch einen „Overkill“ geben kann.

**bank und markt aktuell:** Das Anliegen der EU-Kommission, mit der Neuauflage von MiFID die Unterschiedlichkeit der einzelnen Wertpapierdienstleister zu berücksichtigen, ist bisher noch unzureichend umgesetzt. Der BVR erwartet deshalb ein schwieriges Gesetzgebungsverfahren. Dennoch rät PwC der Kreditwirtschaft, sich schon in der Konsultationsphase für die neuen Regelungen aufzustellen. Dazu gehört auch die Beantwortung der Frage, ob nach den verschärften Anforderungen noch alle Dienstleistungen rentabel erbracht werden können.

**Finanzdienstleister und die Öffentlichkeit:** Das Ombudsmannverfahren bietet die Möglichkeit, Ärgernisse zwischen Banken und Kunden „hinter den Kulissen“ auszuräumen. Der deutsche Versicherungsombudsmann verweist dabei auf die befriedende Funktion: Die einvernehmliche Lösung sollte auch für die Anbieter das Ziel sein. Der Ombudsmann des Schweizer Kreditgewerbes stellt dabei eine zunehmende Komplexität der Themen fest.

Vielfach breites Medienecho finden Testkäufe. Anbietern und Kunden bringen sie der unzureichenden Vergleichbarkeit wegen aber meist wenig, meint Peter Hanker. Eine direkte Rückmeldung erhält der getestete Berater bei den Testkäufen auf Gegenseitigkeit in der Sparkassenorganisation. Und das bringt letztlich auch gute Ergebnisse beim medienwirksamen externen Mystery Shopping. Insgesamt bewegt sich die Zufriedenheit deutscher Bankkunden gleichwohl auf einem niedrigen Niveau. Die Zufriedenheitstreiber haben sich in den letzten Jahren verändert. Zentral werden Beratungsqualität und aktive Kundenbetreuung. Das gebührenfreie Girokonto wird dagegen immer weniger entscheidend für die Anbieterwahl. Vielfach ein rotes Tuch für die Öffentlichkeit ist nach wie vor der Ratenkredit. Die Kreditbanken tun aber einiges, um das Image der unverantwortlichen Kreditvergabe loszuwerden.

