

Leitartikel

Nur eine Illusion (4)

bm-Blickpunkte

Privatkundengeschäft: Rückkehr zur Gier? (6)
Öffentlichkeitsarbeit: Abgeltungssteuer einmal anders (6)
MLP: Konsequente Neutralität (7)
Einlagengeschäft: Sparkassen unter Durchschnitt (8)
Investmentfonds: BaFin gegen Rentner (8)
Onlinebanking: Wer zahlt für Sicherheit? (9)
Geschäftskunden: Postbank rundet ab (10)
Abgeltungssteuer: Erklärungsbedürftige Kirchensteuer (10)
Franchising: bisher nur auf Kundenseite interessant (11)

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (12)
Werbebarometer (13)
Aus der Marken- und Werbeforschung (14)

Sepa

„Der Zeitplan ist nicht in Gefahr“

Interview mit Gertrude Tumpel-Gugerell (15)

Financial crisis: Sepa can be part of the solution

Von Charlie McCreevy (18)

Ready, willing and able: Creating Sepa-readiness on the customer side

Von Gerard Hartsink (21)

Geht der Sepa-Lastschrift der Atem aus?

Von Bernd Fieseler (25)

Ein Jahr Sepa: eine kritische Bestandsaufnahme

Von Ralf-Christoph Arnoldt (28)

Die Grundlagen zur Umsetzung sind geschaffen

Von Hans-Joachim Massenbergl (31)

Im Firmenkundengeschäft steigt der Beratungsbedarf

Von Georg Lixenfeld und Marcus Schmitter (33)

EU-Lastschrift aus Unternehmenssicht: nur geringes Interesse

Von Gert Langer (37)

Weiter am Ball bleiben

Von Javier Perez (39)

Ernüchterung aus Bankensicht:

Der Sepa-Durchbruch wird schwer

Von Christian Bruck (40)

Notiert

Daten und Fakten zur Sepa (5) – Indikator zum Sparklima (7) – bankassurance + allfinanz (43) – Bankmanagement-Glossar (45) – Zum Absatzklima von Publikumsfonds (46) – Impressum (30) – Rote Seiten (Heftmitte)

38. Jahrgang
Januar 2009
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
1-2009



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

Die Redaktion der bank und markt hat das Herannahen des ersten Geburtstages der **Single European Payments Area (Sepa)** zum Anlass genommen, in ihrem Neujahrshft das bisher Erreichte zu resümieren und gleichzeitig einen Blick in die Zukunft zu wagen. Doch das Projekt Sepa befindet sich an einem schwierigen Punkt: Zwar ist die Sepa-Überweisung realisiert, aber noch weit von ihrer Etablierung als Standardprodukt entfernt. Und die zum 1. November dieses Jahres geplante Einführung der Sepa-Lastschrift wirft in Hinblick auf ein tragfähiges Geschäftsmodell Diskussionen auf.

Gertude Tumpel-Gugerell, Europäische Zentralbank, fordert mehr Engagement von der Kreditwirtschaft ein. Durch die Finanzkrise sieht sie die zeitlichen Planungen für Sepa nicht in Gefahr, dafür seien schon zu viele Investitionen getätigt beziehungsweise in den Budgets der Banken einkalkuliert worden. Ein Stichtag zum Beenden des Parallelbetriebs von nationalen Verfahren und Sepa-Produkten ist in ihren Augen sinnvoll. Auch EU-Kommissar Charlie McCreevy ist der Meinung, die Debatte um einen solchen Endtermin müsse vorangetrieben werden. Sowohl McCreevy als auch Gerard Hartsink, European Payments Council, argumentieren außerdem, dass die kritische Masse an Sepa-Transaktionen nicht erreicht werden kann, solange nicht die öffentliche Hand beim eigenen Zahlungsverkehr mit gutem Beispiel vorangeht. Eine gesetzliche Zwangsumstellung gefährde das Vertrauen der Kunden, warnt hingegen Bernd Fieseler, DSGV. Er fürchtet mit Blick auf die Diskussion über das Interbankenentgelt bei der Sepa-Lastschrift, wirtschaftliche Nachteile für Kreditinstitute. Ralf-Christoph Arnoldt, BVR, und Hans-Joachim Massenbergl, Bankenverband, drängen vor allem auf die Festlegung eines einfachen Verfahrens zur Umstellung der laufenden Lastschriftmandate.



Um ihren Firmenkunden den Mehrwert des einheitlichen Eurozahlungsverkehrsraumes deutlich zu machen, hat die Kreissparkasse Köln ein Beratungskonzept zur Optimierung des Zahlungsverkehrs im Angebot. Überwiegend national agierende Firmen, so fasst Gert Langer von der IHK Dresden aber zusammen, haben sich mit dem Thema schlicht noch überhaupt nicht beschäftigt. Von den Banken, so analysiert es Christian Bruck, Bearing Point, wird Sepa nicht als Wettbewerbsvorteil wahrgenommen: Sie sehen vor allem die Implementierungskosten, aber bisher nur sehr vage Einsparungs- und Gewinnoptimierungspotenziale.