

Leitartikel

Mehr als nur Image (4)

bm-Blickpunkte

BGH-Urteil: SMS-TAN: Ein halber Sieg (6)
Kfz-Kredite: Widerruf für Dieselfahrer? (6)
Filiale: Haspa-Schließfächer zum Teilen (8)
Kontaktloses Bezahlen: Kein Alesia (8)
Marketing: Ratenkredit mit Negativzins (9)
Unternehmensgründer: Carsten Maschmeyer mit eigener Gründershow (10)
Kommunikation: Auch bei der EZB auf Deutsch (10)

Aus der Finanzwerbung

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

Im Gespräch

„Die Entwicklung des digitalen Kanals ist eine Herausforderung“

Interview mit Jean-Baptiste Charles und Clemens Spiegelhalter (16)

Geldanlage

Robo Advisor: Kooperation statt Konkurrenz

Von Gerald Klein (18)

Produktpolitik in Zeiten von Negativzinsen

Von Hauke Hess (21)

Zielgruppe

„Frauen benötigen eine andere Ansprache“

Interview mit Anke E. Connelly (24)

Marktstrategie

Kundenloyalität durch die Mehrwertzwiebel

Von Frank Hippen (26)

Das Kundenerlebnis entscheidet

Von Oliver Mihm und Thomas Wollmann (30)

Regulierung

MiFID II – Zielmarktkonzept mit Tücken

Von Wesselin Krushev (34)

bank und markt

Robotik in Banken: Potenzial für effizientere Prozesse

Von André H. Burger (38)

Notiert

Daten und Fakten zu Bankkonditionen (5) – Indikator zum Sparklima (7) – Anlagen im Ypos-Inflationscheck (9) – bankassurance + allfinanz (41) – Bankmanagement-Glossar (42) – Impressum (43)

46. Jahrgang
August 2017
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
8-2017



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, Ben Tellings, Thomas Ullrich, Dr. Herbert Walter, Alexander Wüerst

SCHWERPUNKTE

Im Gespräch: Die Übernahme von Opel durch die PSA ist perfekt – und sie findet ihren Widerhall auch im Bereich Finanzdienstleistungen. Seit Anfang 2017 hat die PSA den Markenauftritt vereinheitlicht. Obwohl die Automarken aus dem Namen der Bank verschwinden, erhofft sich die PSA Bank verstärkte Markenbindung. Das gilt auch für den Gebrauchtwagenmarkt und neue Leistungen im Bereich Mobilität, in denen sich die Captive positionieren will. Das berichten Jean-Baptiste Charles und Clemens Spiegelhalter.

Geldanlage: Fintechs sind kein Problem der Banken, sondern die Lösung, wenn es darum geht, sich auf die Bedürfnisse der Digital Natives einzustellen, meint Gerald Klein. Das gilt auch im Bereich Robo Advice, wo die Banken neue Technologien brauchen. Die Antwort auf ein Problem in der Produktwelt sieht Hauke Hess in Fonds mit Wertuntergrenze. Sie könnten die aussterbenden Garantiefonds ersetzen, wenn es darum geht, Alternativen zum Tagesgeld anzubieten. Geldanlagen und Vorsorge für



Quelle: pixabay.com

Frauen sind immer wieder einmal ein Thema. Das Finanzportal Her Money will Finanzen als Lifestyle aufbereiten und dabei ganz ohne die Vermittlung von Produkten auskommen, berichtet Anne E. Connelly.

Marktstrategie: Kundenbindung lässt sich am besten durch die „Mehrwertzwiebel“ erreichen. Dabei spielt die Schale der Zusatzdienste eine wachsende Rolle, so Frank Hippen. Damit lassen sich Kündigerquoten bei Preisanpassungen eindämmen. Gleichzeitig schlagen solche Leistungen auf den Ertrag durch. In dem Maße, wie sich die Ertragsquellen verschieben, werden auch Anpassungen im Geschäftsmodell nötig – als Kraftakt, wie bei den Sparkassen oder in kleinen Schritten wie bei den Genossenschaften, analysieren Oliver Mihm und Thomas Wollmann. Erfolgsfaktoren sind Beschränkungen und die Kundenzentrierung. Letztere ist aber oft noch ein Lippenbekenntnis.

Regulierung: Die Idee beim Zielmarktkonzept von MiFID II ist ein verbesserter Verbraucherschutz. Ob der dadurch wirklich realisiert wird, stellt Wesselin Krushev infrage. Denn die Unklarheiten bei der praktischen Umsetzung könnten zu einem sinkenden Produktangebot führen, das dann den individuellen Anlegerinteressen möglicherweise nicht mehr gerecht wird.

bank und technik: Eigentlich bietet der Finanzbereich große Potenziale für Robotik, so André H. Burger. Das gilt insbesondere im Prozessmanagement. Im Back-Office-Bereich lässt sich die Effizienz dadurch enorm steigern, wenn Robotik-Wissen und Bankprozesswissen zusammenkommen. Umgesetzt wird dies aber noch viel zu selten.