

Leitartikel

Umdenken gefragt (4)

bm-Blickpunkte

Privatkundengeschäft: Kundenzufriedenheit: Filialbanken unter Druck (6)

Geldautomatenentgelte: Bundeskartellamt gegen Obergrenze (7)

Preispolitik: BGH-Urteil kippt weitere Zusatzentgelte (8)

Postbank: Unvereinbare Positionen (9)

Digitalisierung: Neue Störungskultur? (10)

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (11)

Werbebarometer (12)

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten (13)

Aus der Marken- und Werbeforschung (14)

Versicherungen

Digitalisierung in der Assekuranz – das Konzept der Arag

Von Hanno Petersen (15)

„Der Hauptgrund für den Ausstieg ist das Kostenargument“

Interview mit Jörg Rheinländer (19)

„Die Vertriebsstruktur in der Versicherungsbranche wird sich verändern“

Interview mit Ubbo Störmer (20)

Im Zahlungsverkehr in die digitale Zukunft

Von Christoph Ruoff (22)

Baufinanzierung

Der Spagat zwischen Regulatorik und Beratung kann gelingen

Von Jochen Ramakers (25)

Nachfrageelastizität an der Grenze – ein Warnruf

Von Markus Knüfermann (29)

bank und technik

Regtechs: Eine Branche mit Potenzial?

Von Swantje Benkelberg (33)

Patente für die Videoidentifikation:

Was heißt das für die Praxis?

Standpunkte von Sebastian Bärhold (36) und Frank Stefan Jorga (38)

Digital und persönlich: OSPlus neo verändert den Berateralltag

Von Hans-Peter Merk (40)

Notiert

Daten und Fakten zu digitalen Versicherungsangeboten (5) – Indikator zum Sparklima (7) – Anlagen im Ypos-Inflationscheck (9) – bankassurance und allfinanz (43) – Bankmanagement-Glossar (45) – Impressum (46) – Rote Seiten (Heftmitte)

46. Jahrgang
Oktober 2017
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
10-2017



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

Versicherungen: In Sachen Digitalisierung sieht sich die Arag bestens aufgestellt und verspricht sich davon Wettbewerbsvorteile. Denn mit Agilität lassen sich Größennachteile gegenüber Konzernen ausgleichen, meint Hanno Petersen und stellt einige Beispiele vor. Die Huk-Coburg setzt hingegen ganz auf ihre Markenstärke, die es ihr erlaube, auf den Vertrieb über Vergleichsportale zu verzichten. Die PSD Bank Hannover will mit der Zusammenarbeit mit dem Robo-Advisor Clark auf die Veränderungen in den Vertriebsstrukturen im Versicherungsgeschäft reagieren. Als „Tippgeber“ verdient die Bank so auch dann mit, wenn ein Kunde Versicherungen nicht beim Berater abschließt. Den Zahlungsverkehr der Assekuranz nimmt Christoph Ruoff kritisch unter die Lupe. Neue Produkte benötigen auch neue Bezahlprozesse. Für deren Integration schlägt er die Anbindungen an die Inkasso-Schnittstelle vor. Im Zuge dessen könne der Inkassoprozess auch zum Kommunikationsprozess umgestaltet werden.



Die Wohnimmobilienkreditrichtlinie hat die **Baufinanzierung** verändert. Die mittlerweile erreichten Änderungen zeigen jedoch auch, dass Lobbyarbeit etwas bewirken kann, meint Jochen Ramakers. Dennoch führen die regulatorischen Auflagen dazu, dass Beratung zu Immobilienfinanzierungen immer häufiger nur in spezialisierten Zentren angeboten werden. Um den Spagat zwischen Regulatorik und Beratungsansatz zu meistern, müssten Banken deshalb Gestaltungsspielräume nutzen und die Beratung mit digitalen Strategien kombinieren. Markus Knüfermann sieht die Probleme an anderer Stelle: Die Nachfrageelastizität, die angibt, wie sich Konditionenänderungen auf die Nachfrage auswirken, ist sehr gering. Banken haben somit kaum noch die Möglichkeit, die Ertragsauswirkungen der Niedrigzinspolitik durch ein Mehr an Geschäft auszugleichen.

bank und technik: Anders als bei den Fintechs stellt sich bei den „Regtechs“ die Frage nach Kooperation oder der Verdrängung von Banken kaum. Sie haben sich aufgemacht, Prozesse im Bereich Regulatorik und Compliance zu optimieren und bedienen insofern eine Nachfrage. Die Branche steht aber noch ganz am Anfang. Zu den Herausforderungen zählt der vergleichsweise geringe Austausch mit den Regulatoren. Die Videolegitimation gehört mittlerweile nahezu zum Standardangebot von Banken. Um die Patente für Verfahren und Technologie wird jedoch gestritten. WebID und IDnow stellen ihre Positionen dar.

In den Sparkassen wird das neue Vertriebs-Frontend OSPlus neo die Beratungssituation verändern. Denn der Bildschirm, auf den Berater und Kunde gemeinsam schauen, wird zum zentralen Medium beim Beratungsgespräch. Das setzt in den Instituten eine strategische Grundsatzentscheidung für IT-gestützte Prozesse voraus.