

Leitartikel

Kaum ein Stein auf dem anderen (4)

bm-Blickpunkte

Versicherungen: R+V erforscht automatisiertes Fahren (6)

Fintechs: Outbank auf Partnersuche (7)

Investmentfonds: Neues Gebührenmodell – eine Antwort auf MiFID II? (8)

Leasing: Dieselmotoren in der Restwertfalle (8)

Crowdfunding: Marktwächter Finanzen raten zur Vorsicht (9)

Geschäftsstelle: Längst nicht mehr „overbanked“ (10)

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (12)

Werbebarometer (13)

Aus der Marken- und Werbeforschung (16)

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten (17)

Wertpapiergeschäft

„MeinInvest“ – Robo Advising ergänzt Entwicklung zum digitalen Pionier

Von Stefan Schindler (18)

Nicht nur Union: Das Dachfondskonzept der Volksbank Sprockhövel

Von Jörg Wenner (22)

Spezialbanken

Automobile Finanzdienstleistungen im digitalen Zeitalter

Von Franz Reiner (25)

Digitalisierung: Der Anfang ist gemacht

Von Michael Moschner (27)

Verbraucherschutz

Negativzinsen bei Geldanlagen – die Sicht des Verbraucherschutzes

Von Niels Nauhauser (30)

Firmenkundengeschäft

Deutschland und Polen: Für Familienunternehmen zählen weiche Faktoren

Von Helmut Pernsteiner und Jerzy Węclawski (32)

Der gewerbliche Kreditprozess hat Verbesserungspotenzial

Von Thomas Paulat und Marcel Kastner (38)

Notiert

Daten und Fakten zur deutschen Kreditwirtschaft (5) – Indikator zum Sparklima (7) – Anlagen im Ypos-Inflationscheck (9) – bankassurance + allfinanz (40) – Bankmanagement-Glossar (41) – Impressum (42)

46. Jahrgang
November 2017
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
11-2017



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

Wertpapiergeschäft: Als erste der zwölf Sparda-Banken hat die Sparda-Bank Nürnberg im September das Robo Advising von Visual Vest eingeführt. Stefan Schindler sieht für diese Ergänzung des Beratungsangebots großes



Potenzial und wachsendes Kundeninteresse. Die ersten Erfahrungen der Bank zeigen denn auch, dass das Angebot nicht nur für die technikaffinen „Millennials“, sondern für alle Kundengruppen attraktiv ist. Die Volksbank Sprockhövel hat sich entschieden, ihre seit 2013 als Einzelanlage umgesetzte Investmentstrategie in ein Dachfondskonzept zu übertragen und damit vor allem dem regulierungsbedingten Beratungs- und Dokumentationsaufwand zu reduzieren. Bei der Suche nach einer Service-KVG ist die Bank dabei außerhalb des genossenschaftlichen Verbunds fündig geworden.

Spezialbanken: Das Kerngeschäft einer Captive ist zwar auch weiterhin die Fahrzeugfinanzierung. Doch im Zuge der Digitalisierung müssen auch sie sich weiterentwickeln – von der Autobank zur Mobilitätsbank. Dazu gehören nicht zuletzt Bündelprodukte, die die Mobilität über das eigene Auto hinaus als Gesamtpaket abdecken und dabei zum Beispiel Carsharing oder auch den ÖPNV einbeziehen, weiß Franz Reiner.

Die SWK Bank hat auf dem Weg zur Digitalisierung bereits wichtige Meilensteine geschafft. Mit dem medienbruchfreien digitalen Kredit kann der Kunde fünf Werktag einsparen. Doch auch die klassischen Vertriebswege sind weiterhin gefragt, berichtet Michael Moschner.

Verbraucherschutz: In Negativzinsen auf Geldanlagen sieht Niels Nauhauser einen neuerlichen Versuch der Kreditwirtschaft, zusätzliche Gebühren einzuführen. Aus Sicht des Verbraucherschutzes sind die Begründungen für solche „Verwarentgelte“ aber rechtlich nicht haltbar, zumal sie dem eigentlichen Sinn des Vertragsabschlusses zuwiderlaufen.

Firmenkundengeschäft: Familienunternehmen in Deutschland und Polen ticken ein wenig unterschiedlich, haben Helmut Pernsteiner und Jerzy Weclawski herausgefunden. Das liegt an der kürzeren Tradition in Polen. In Deutschland ist die Beziehung zur Hausbank stärker, die Unternehmen zeigen sogar Verständnis für den Regulierungsdruck der Banken. Dafür erwarten sie eine Art Schutzfunktion im Krisenfall. Im gewerblichen Kreditgeschäft sind Fintechs noch nicht so weit vorgedrungen. Das gibt Kreditinstituten Zeit, ihre Prozesse in diesem Bereich zu überprüfen und zu optimieren. Denn die Laufzeiten sind in vielen Fällen noch deutlich zu lang. Und auch im Zusammenspiel von Markt und Marktfolge hat eine Untersuchung beträchtlichen Handlungsbedarf zutage gefördert.