

Leitartikel

Alles in Bewegung (4)

bm-Blickpunkte

Marktforschung: Kundenzufriedenheit mit den Spardas sinkt (6)

Regionale Banken: Zu klein oder gut für den Mittelstand? (7)

Vertriebspolitik: Rollende Filiale – kein Anachronismus (8)

Deutsche Bank: Automatisierte Steuererklärung (8)

Crowdsourcing: LBBW gründet ein Fintech (9)

Versicherungen: Schadenregulierung 2.0 bei Zurich (12)

Mobile Banking: Girokonto von Moneyou (12)

Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (13)

Werbebarometer (15)

Aus der Marken- und Werbeforschung (16)

Operative Marketingmaßnahmen nach Banken (16)

Direct Banking

Herausforderungen für Direktbanken – es geht um mehr als „digital“
Von Arno Walter (18)

Reines Online-Brokerage ist ein Geschäftsmodell
Von Jens Wöhler (22)

Mensch oder Maschine – KI im Kundenservice einer Direktbank
Von Sven Deglow (25)

Lohnen sich Filialbanken noch?
Von Katja Drygala (28)

Wachstum durch Digitalisierung – das Beispiel SWK Bank
Von Ulf Meyer (31)

Unternehmenskredite zwischen Fintechs und Software-Lösungen
Von Sandra Lange und Michael Wiemker (35)

Immobilienkredite: Mehr Klarheit bei der Kreditwürdigkeitsprüfung
Von Michael Hartmann (38)

Notiert

Daten und Fakten zum Direct Banking (5) –
Indikator zum Sparklima (7) –
Anlagen im Ypos-Inflationscheck (9) –
bankassurance + allfinanz (42) –
Bankmanagement- Glossar (45) –
Impressum (46) –
Rote Seiten (Heftmitte)

47. Jahrgang
Oktober 2018
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
10-2018



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

Direktbanken und Direct Banking: Seit dem Aufkommen der Direktbanken hat sich der Wettbewerb stark verändert – und damit auch die Anforderungen an Direktbanken. Längst reicht es nicht mehr aus, nur digital zu sein. Denn das sind die Filialbanken und neue Wettbewerber wie Fintechs oder die Technologie- und Internetgiganten auch. Geprägt wird der Wettbewerb



Quelle: pixabay

deshalb nicht mehr länger nur durch ein Mehr an Technologie, sondern durch die Integration in die Lebenswelt der Kunden, so Arno Walter. Aus der Evolution der Online-Broker sind überwiegend Direktbanken mit breiter Produktpalette hervorgegangen. Nicht so beim S-Broker. Jens Wöhler sieht vor allem die Integration in die S-Finanzgruppe im B2C- und im B2B-Geschäft als Erfolgsfaktor. Damit das Geschäftsmodell weiterhin aufgeht, braucht es dennoch auch eine leistungsfähige Handelsplattform und gute Services. Service im digitalen Zeitalter ist

auch das Thema von Sven Deglow. Hier lässt sich durch Künstliche Intelligenz vieles automatisieren und verbessern. Längerfristig sieht Deglow hier auch Potenzial für eine automatisierte, aber individuelle Beratung, die über die Standardlösungen von Robo Advice hinausgeht.

Das Potenzial von Filialbanken im Wettbewerb nimmt Katja Drygala unter die Lupe. Ihr Fazit: Filialbanken könnten das Thema Beratung noch stärker kommunizieren. Denn Kunden, die beim Berater abschließen, verfügen über eine höhere Zahlungsbereitschaft und sind weniger wechselbereit. Gleichzeitig gilt es auch die im Schnitt anspruchsvolleren Online-Kunden im Blick zu behalten, nicht zuletzt, weil sie für die Mund-zu-Mund-Propaganda eine wichtige Rolle spielen.

Kreditgeschäft: Wo alle über die Herausforderungen der Digitalisierung sprechen, sieht sich die SWK Bank schon ein Stück weiter. Bei ihr zählt sich die Digitalisierung der Prozesse bereits in kräftigem Wachstum aus. Dass sich das Konsumentenkreditgeschäft mit Partnerbanken eher in Richtung Abwicklung verschiebt, weil viele Banken das Geschäft wieder selbst in die Bücher nehmen, spielt dabei keine Rolle. Auch das Firmenkreditgeschäft wird zunehmend digitalisiert, um Prozesse zu beschleunigen. Hier läuft für viele Banken die Suche nach der richtigen technischen Lösung. Ob Fintech oder Software-Anbieter – für diese Frage sehen Sandra Lange und Michael Wiemker kein Patentrezept. In der Baufinanzierung hatte die Wohnimmobilienkreditrichtlinie zu unerwünschten Nebenwirkungen geführt. Die Immobilien-Kreditwürdigkeitsprüfungsleitlinien-Verordnung soll hier für mehr Rechtssicherheit sorgen. Alle Fragen werden zwar auch durch sie nicht geklärt, meint Michael Hartmann. Doch die Altersdiskriminierung sowie Nachteile für junge Familien, deren Lebensweg nicht sicher vorauszusagen ist, werden zumindest reduziert. Das gibt Banken die Gelegenheit, ihre Kreditvergaberichtlinien noch einmal zu überprüfen.