

## Leitartikel

Neue Schuldner (4)

## bm-Blickpunkte

Zielgruppen: Yomo startet mit „240 Sparkassen zu wenig“ (6)

Deutsche Bank: Yunar – neuer Eckpfeiler im Plattformgeschäft (6)

Identifikationsdienste: Der E-Personalausweis wird alltagstauglich (8)

Zielgruppen: Generation 50 plus – digital vernachlässigt? (8)

Sicherheit: Identitätsplattformen starten langsam (10)

Digitalisierung: Teilzahlung als Spontankauf (10)

Markenführung: Bayerisch und Sofort – eine Einigung, ein Verfahren (11)

Deutsche Bank: Kein Grund zur Hämme (11)

Auskunfteien: Neue Diskussion um die Schufa-Scores (12)

## Aus der Finanzwerbung

Etats und Kampagnen (14)

Werbebarometer (15)

Aus der Marken- und Werbeforschung (17)

Operative Marketingmaßnahmen nach Banken (18)

## Robo Advisor

**Rolle rückwärts – Digitale Vermögensverwalter mit persönlicher Beratung**

Von Björn Siegmund (19)

**Die digitale Vermögensverwaltung ist sinnvoll**

Von Andreas Telschow (22)

## Digitalisierung

**Plattform- und Kontext-Banking – ein dynamisches Geschäft**

Von Hartmut Giesen (25)

**Baukredit: Königsdisziplin vor digitalem Wandel**

Von Christoph Tahedl (28)

## Rechtsfragen

**Bankentgelte – was geht, was geht nicht?**

Von Anna Lucia Izzo-Wagner und Lea Maria Siering (31)

## bank und technik

**IT-Outsourcing – aber wie?**

Von Henrik Schulz (35)

**DSGVO mit IT-Unterstützung – Pflicht und Sahnehäubchen**

Von Olaf Pulwey (38)

**Gesamtsicht auf den Kunden – Content Management am Limit**

Von Tjeerd Brenninkmeijer (40)

## Notiert

Daten und Fakten zur Überschuldung in Deutschland (5) – Indikator zum Sparklima (7) – Anlagen im Ypos-Inflationscheck (9) – bankassurance + allfinanz (44) – Bankmanagement- Glossar (45) – Impressum (46) Rote Seiten (Hefmitte)

47. Jahrgang  
Dezember 2018  
Fritz Knapp Verlag  
Frankfurt am Main  
12-2018



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

**Robo Advisor:** Das Interesse der Deutschen an digitaler Vermögensverwaltung ist hoch, die Nutzungsrate gering. Um das zu ändern, werden sich



die Robo Advisor wandeln müssen, meint Björn Siegmund. Weiterentwickeln können sie sich zum Beispiel durch Einbeziehung der persönlichen Beratung als Ergänzung zur algorithmusgesteuerten Geldanlage. Auch Andres Telschow ist sich sicher: Die digitale Vermögensverwaltung ist sinnvoll. Zum einen schafft sie den Zugang zu nicht beratungsaffinen Digital Natives. Zum anderen löst sie das Problem des steigenden Beratungsbedarfs und hilft, aus Sparem Anleger zu machen.

**Digitalisierung:** Die Sutor Bank hat vor fünf Jahren die Plattformökonomie zum Teil ihres Geschäftsmodells gemacht. Hartmut Giesen sieht die Bank deshalb für den Trend zum „Kontext-Banking“ gut aufgestellt. Mitbewerbern gibt er auf den Weg: Open-Banking-Konzepte gefährden zwar die Kundenschnittstelle – der Kontakt zum Kunden geht aber nicht wirklich verloren. Auch die Baufinanzierung muss sich im digitalen Zeitalter wandeln. Das betrifft nicht nur die Prozesseffizienz, sondern auch ein größeres Self-Service-Angebot, so Christoph Tahedl.

**Rechtsfragen:** Bei den Bankentgelten gab es in den letzten Jahren viel Dynamik – und fast ebenso viele, auch höchstrichterliche – Gerichtsurteile. Einen Überblick geben Anna Lucia Izzo-Wagner und Lea Marie Siering.

**bank und technik:** Beim Outsourcing von IT-Dienstleistungen schaut auch die Aufsicht genau hin. Dazu gehören Informationssicherheit und Business Continuity Management sowie Risikomanagement und Compliance. ISO-Zertifikate geben einen Hinweis darauf, ob Dienstleister die aufsichtlichen Anforderungen umsetzen, weiß Henrik Schulz. Mit der Umsetzung der DSGVO befasst sich Olaf Pulwey. Sein Credo: Ohne die passende IT-Unterstützung lässt sich Compliance an dieser Stelle kaum erreichen. Dabei dürfen jedoch keine neuen Prozessbremsen entstehen. Omnikanalstrategien scheitern häufig an inkonsistenten Datenbeständen. Wenn Content-Management-Systeme an ihre Grenzen stoßen, bieten sich Digital-Experience-Plattformen als Ausweg an, rät Tjeerd Brenninkmeijer. Denn sie lassen sich bedarfsgerecht an andere Systeme anbinden.



Redaktion und Verlag der Zeitschrift

bank und markt

wünschen Ihnen

besinnliche Weihnachten

und ein

gutes und erfolgreiches Jahr 2019

Die nächste Ausgabe erhalten Sie am 15. Januar 2019