

	Heft	Seite		Heft	Seite
Sparda-Bank Hessen: „Die Kommunikation über Sponsoring wirkt eher indirekt“	5	15	Rechtsfragen: Widerrufsbelehrung für mündige Verbraucher	4	8
Sparkassenverband Bayern: „Gewinnausschüttung ist nicht der richtige Weg“	11	15	Weniger Bargeld – mehr Negativzinsen: Auswirkungen auf den Mittelstand	4	27
SWB: Das Geschäft mit Partnerbanken ist ein zweites Standbein	12	16	Beratungspraxis		
Verbraucherzentrale Bundesverband: In erster Linie ist es eine Zeitfrage	7	18	Ganzheitliche Finanzplanung – kein Auslaufmodell	11	26
Verdi: Kreditinstitute drohen ihre Attraktivität als Arbeitgeber zu verlieren	2	19	Online-Banking zum Ausprobieren – neue Chancen für Berater	11	21
VÖIG: Die Bedeutung von Fonds wird bei der privaten Vorsorge stark zunehmen	10	18	Strukturierte Beratungsprozesse – Nutzen für Bank und Kunden	11	29
VZBV: Der Interessenkonflikt durch die Provision ist das Grundübel	1	25	Weniger ist mehr	11	4
Wieder mehr Insourcing bei der Comdirect	3	19	Big Data		
bank und technik			Assekuranz an der Spitze, Banken nur im Mittelfeld	3	26
Blockchain in der Finanzbranche – eine disruptive Technologie?	8	37	Banken beginnen aufzuholen	12	33
Dem Angriff der Fintechs begegnen	3	26	Daten und Fakten		
Deutsche Bank startet Robo Advisor	1	33	Daten zum deutschen Werbemarkt	6	13
Die Digitalisierung mischt viele Karten neu	3	21	Zu Beschäftigten im Kreditgewerbe	2	5
IT-Services Comfort – ein Komplettpaket für Sparkassen	3	25	Zum Crowdfunding	6	5
Mehr als eine Spielerei: ein neuer Tisch für die Beratung	8	30	Zum Konsumentenkredit und zum Scoring	7	5
Wieder mehr Insourcing bei der Comdirect	3	19	Zum Kontowechsel	10	5
Bankmanagement-Glossar			Zum Mittelstandsgeschäft	9	5
Attention Economy	12	45	Zum Privatkundengeschäfts der Zukunft	8	5
Callcenter	6	45	Zum Sponsoring	5	5
Digital Natives	5	41	Zur Anlageberatung	11	5
Empfehlungsmarketing	8	42	Zur Bargeld-Obergrenze	3	5
Evoked Set	9	45	Zur Finanzberatung	1	5
Eye Tracking	3	46	Zur Geldanlage	4	5
Giveaways	2	42	Zur Regulatorik aus Bankensicht	12	5
Key Performance Indicator	1	45	Datenschutz		
Megatrends	4	45	Risiken durch Tracking beim Online-Banking	9	37
Retargeting	7	45	Digitalisierung		
Service Excellence	10	45	Begrenztes Ertragspotenzial	1	34
Swot-Analyse	11	42	Bergfest für die Internet-Filiale 6 der Sparkassen	12	24
Bargeld			Blockchain-Technologie: Banken in Aufbruchstimmung	12	37
Banknotenfälschungen: Neuer Boom durch das Internet	6	39	Der „digitale Spielplatz“ – mehr als nur Spielerei	11	18
Barzahlungsverkehr – vom Kostenblock zum Ertragsbringer	6	37	Der Mittelstand wird digital – was heißt das für Banken?	9	16
Degussa: „Der Bargeldentzug greift in die Freiheitsrechte der Bürger ein“	4	23	Die Deutsche Bank und das „digitale Ökosystem“	5	23
Diskussion ums Bargeld: vielschichtiger, als es scheint	4	25	Die digitale Privatbank – das Beste aus zwei Welten	8	33
Eine andere Baustelle	3	4	Die Digitalisierung mischt viele Karten neu	3	21
Eine Obergrenze zu fordern gehört für mich in die Abteilung Symbolpolitik	3	17	Digitalisierung im Kreditprozess – wo sind die Handlungsfelder?	10	32
Neues Geld aus Kunststoff	2	38	Digitalisierung: Fruchtloser Rechtsstreit	11	10
Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37	Fintechs und Banken: Kein Kampf der Systeme	12	40
zur Bargeld-Obergrenze	3	5	Innovationen: Nicht schnell genug	10	8
Bausparen/Baufinanzierung			Internet-Filiale 6 mit Responsive Design	9	31
Aus für den ewigen Wiederruf	3	33	Online-Banking zum Ausprobieren – neue Chancen für Berater	11	21
Aus für den Widerrufsjoker	1	6	Direktbanken		
Baufinanzierung: Verbraucherschutz durch ewiges Widerrufsrecht?	3	32	Comdirect besinnt sich auf ihre Wurzeln	3	9
EU-Wohnimmobilienkreditrichtlinie: Engpässe bei der Baufinanzierung	5	11	Comdirect mit eigenem Ratenkredit	5	9
Gut gemeinte Leitplanken werden zu Hürden	6	14	ING-Diba: Strategische Reserven genutzt	4	8
Rechtliche Unsicherheiten	10	9	Finanzbildung		
			Finanzbildung für Flüchtlinge	3	11

	Heft	Seite		Heft	Seite
Finanzvertrieb					
Der Berater bleibt Dreh- und Angelpunkt der Kundenbeziehung	5	27	Unterversicherte Start-ups	6	46
Finanzberatung: MLP in Kauflaune	4	6	Weniger Bargeld – mehr Negativzinsen: Auswirkungen auf den Mittelstand	4	27
Schwieriges Umfeld für OVB	5	8	Fusionen/Übernahme		
			DAB Bank wird Consors Bank: Nicht ohne Tücken	11	6
Fintechs			Geldwäsche		
21 Fintech-Investments in Deutschland im Jahr 2015	4	22	Fusionen 2.0: für Genossenschaftsbanken und Sparkassen	11	35
Crowdfunding als Bindeglied zwischen Bank und Kunde	6	33	Geldwäscherichtlinie: Der Widerstand formiert sich	11	6
Crowdfunding-Plattformen der BaFin-Aufsicht unterstellen?	9	20	Terrorismusfinanzierung und was Banken dagegen tun können	1	39
Das Bewusstsein des kooperativen Handelns ist sehr weit verbreitet	6	28	Was wird aus kontoungebundenen Prepaid-Karten?	3	18
Das Ringen um die Gunst des Bankkunden	8	12	Geschäftsstelle		
Daten und Fakten zum Crowdinvesting	6	5	Zukunft der Bankfiliale – Auslandsmodell oder Erlebniswelt?	5	30
Dem Angriff der Fintechs begegnen	3	26	Zweistellenrückgang bei den Sparkassen am stärksten	5	33
Der Wildwuchs ist vorbei	6	4	Gesellschaftliche Verantwortung		
Digitale Drückerkolonnen	1	9	Eine Ethikbank für Österreich in Vorbereitung	3	40
Direct Lending als Chance für kleine Unternehmen und Banken	10	36	LBBW fasst ihre Stiftungen zusammen	3	13
Fintechs bei Verbrauchern weitgehend unbekannt	7	28	Nachhaltigkeit von Banken – die Kodizes helfen	3	35
Fintechs und Banken – Glaubenskrieg oder große Chance?	4	36	Investment/Publikumsfonds		
Fintechs und Banken: Kein Kampf der Systeme	12	40	VÖIG: Die Bedeutung von Fonds wird bei der privaten Vorsorge stark zunehmen	10	18
Geld von der Crowd: Nicht nur der Erfolg entscheidet	6	30	Kartendienstleistungen/Zahlungsverkehr		
Geldanlage: Hoffen auf die Fintechs	7	6	Anwendungsauswahl am PoS – neue Herausforderung für die Kartenakzeptanz	6	25
Insellösungen sind bei der Finanzierung nicht dabei	6	31	Neues Logo für Mastercard	8	15
Insurtechs aus Verbrauchersicht wenig seriös	9	15	Nicht mehr das Ankerprodukt	10	4
Kleinanlegerschutzgesetz: Crowdfunding-Branche behindert?	8	11	Kommunikation		
N26 – mit Banklizenz ein Stück „normaler“?	9	8	Banken und Medien – der Kampf der Welten	7	39
Neuer Übernahmewettbewerb?	9	10	Form statt Inhalt?	4	4
Niedriges Finanzierungsziel erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit	6	35	Kommunikation von Banken und Versicherern wenig glaubwürdig	1	13
Notleidende Kredite – Online-Börse als Ausstieg	9	21	Social Media Monitoring im Reputationsmanagement	9	41
Number 26 wird N26	9	13	Sponsoring im Kommunikationsmix – Alternative zur Werbung	9	38
Sutor Bank bietet Fintechs Schnittstellen zum Kernbanksystem	4	28	Tarifverhandlungen: Wie viel ist drin?	4	11
			Unternehmenskommunikation: Verbraucher bleiben skeptisch	2	13
Firmengeschäft			Konsumentenkredit		
Beim Crowdfunding ist der Erfolg vom Buzz abhängig	9	25	Bankenfachverband: Das strenge Schriftformerfordernis hat sich überholt	7	22
Daten und Fakten zum Mittelstandsgeschäft	9	5	Comdirect mit eigenem Ratenkredit	5	9
Der Mittelstand wird digital – was heißt das für Banken?	9	16	Daten und Fakten zum Konsumentenkredit und zum Scoring	7	5
Die Businessline – Betreuungsmodell für gewerbliche Kunden	10	42	DS-GVO: Wirtschaft und Verbraucherschutz ziehen an einem Strang	7	20
Digitalisierung des Mittelstands: KfW sieht Nachholbedarf	9	11	easycredit: Das provisionsgestützte Modell gewinnt an Relevanz im Niedrigzinsumfeld	10	28
Direct Lending als Chance für kleine Unternehmen und Banken	10	36	eIDAS: Neue Chancen für die elektronische Kreditvergabe	7	25
Finanzdienstleister und öffentliche Hand im Fördermodus	4	32	Immer noch im Nachteil	7	4
Insellösungen sind bei der Finanzierung nicht dabei	6	31	Kredit per App: Schnelligkeit ist Trumpf	9	10
Main Funders: Digitale Finanzierungsplattform für den Mittelstand	7	17	Kreditbanken: beinahe glücklich	6	8
Migranten als Gründer: Der Arbeitsmarkt spielt eine große Rolle	4	41	Mobiler Kreditcheck: neue Chancen für die Hausbank	1	8
Mit Kreditportalen kooperieren	3	8			
Mittelstandsgeschäft: Kundenbindung mit Cash-Management	2	6			
Notleidende Kredite: Banken erwarten gleichbleibende Bestände	9	23			
Notleidende Kredite – Online-Börse als Ausstieg	9	21			

	Heft	Seite		Heft	Seite
Online-Kredite ohne Medienbruch	7	29	Anlagen im Ypos-Inflationscheck 1, 9; 2, 9; 3, 9; 4, 9;		
Selbstständigen-Kredit – aber für Privates	5	8	5, 9; 6, 9; 7, 9; 8, 9; 9, 9; 10, 9; 11, 9;	12	9
Verbraucherzentrale Bundesverband: In erster Linie ist es eine Zeitfrage	7	18	Auch unverstandene Claims wirken	4	15
Wir sollten die Öffnungsklauseln nutzen	7	15	Audio-Nutzung: Online auf dem Vormarsch	1	11
			Außenwerbung wirkt stärker als gedacht	9	14
Kooperationen			Banken immer noch im Vertrauenstief	8	16
easycredit: Das provisionsgestützte Modell gewinnt an Relevanz im Niedrigzinsumfeld	10	28	Banker immer noch im Vertrauenstief	5	8
Sutor Bank bietet Fintechs Schnittstellen zum Kernbanksystem	4	28	Bankmarken verlieren an Markenwert	7	13
			Bankmarketing: Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten 1,13; 2, 13; 3, 15; 4, 16; 5,13; 6, 12;	12	15
			7, 14; 8, 17; 9, 15; 10, 17, 11, 14;		
Kundenbindung			Bankvorständen fehlt es an Technologie-Know-how	2	37
Nicht mehr das Ankerprodukt	10	4	bAV aus Arbeitnehmersicht: gut, aber verbesserungswürdig	10	23
Daten und Fakten zum Kontowechsel	10	5	Beliebteste Finanzmarken: Sparkassen mit Abstand vorn	3	15
			City-Light-Poster: Digital wirkt besser	6	11
Kunst in der Bank			Crowdfunding: Niedriges Finanzierungsziel erhöht die Erfolgswahrscheinlichkeit	6	35
Genossenschaftliches Selbstverständnis als Kunstwerk	3	11	Deutlich mehr (Kredit-)Kartenwerbung	9	15
			Die Zukunft von Finanzdienstleistungen für Privatkunden: Die Furcht vor dem Wandel sitzt tief	11	24
Marketing			Empfehlungsmarketing: Potenzial nicht ausgeschöpft	2	13
Adblocker-Rate erstmals rückläufig	5	13	Erklärfilme im Finanzmarkt: am liebsten zu Geldanlage-themen	3	16
Bankmarketing: Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten 1,13; 2, 13; 3, 15; 4, 16; 5, 13; 6, 12; 7, 14; 8, 17; 9, 15; 10, 17; 11, 14;	12	15	Eventmarketing auf dem Rückzug	6	11
Bernhard Langer neuer Berenberg-Markenbotschafter	11	11	Falsche Akzente gesetzt?	8	9
Comdirect mit neuem Corporate Design	7	10	Fintechs bei Verbrauchern weitgehend unbekannt	7	28
DSGv: „Die Sparkassen müssen noch mehr menschliche Nähe vermitteln“	4	18	Geld von der Crowd: Nicht nur der Erfolg entscheidet	6	30
Empfehlungsmarketing: Potenzial nicht ausgeschöpft	2	13	Helaba: Eintracht-Kampagne mit breiter Wirkung	7	10
Eventmarketing auf dem Rückzug	6	11	Indikator zum Sparklima in Deutschland 1, 7; 2,7; 3, 7; 4, 7; 5, 7; 6, 7; 7, 7; 8, 7; 9, 7; 10, 7; 11, 7;	12	7
FMVÖ: „Die Rolle des Finanzmarketings hat sich radikal verändert“	4	38	Indizes für Kundenzufriedenheit: Welcher bringt was?	4	17
Influencer Marketing in Sachen Glaubwürdigkeit vorn	12	14	Influencer Marketing in Sachen Glaubwürdigkeit vorn	12	14
Keine Ruhe an der Farbenfront	9	6	ING-Diba für die Deutschen die relevanteste Bankmarke	12	15
Klassische Mailings im Aufwind	9	14	Insurtechs aus Verbrauchersicht wenig seriös	9	15
LBBW orientiert sich an der Natur	5	12	Interesse an Wirtschaftsthemen sinkt immer weiter	10	35
Nachholbedarf beim Content-Marketing	9	14	Internetsuche nach Finanzfragen: Edelmetalle im Fokus	12	14
Neues Logo für Mastercard	8	15	Jeder fünfte i-Phone-Nutzer deaktiviert Ad-Tracking	11	14
Number 26 wir N26	9	13	Jeder zweite Internetnutzer nutzt Werbeblocker	7	14
Pokémon-Fieber genutzt	9	8	Klassische Mailings im Aufwind	9	14
Proberentnern mit Swiss Life	3	13	Kommunikation von Banken und Versicherern wenig glaubwürdig	1	13
Probleme mit der Rechtssicherheit	12	46	Künftig mehr Bankwechsler?	5	10
PSD Bank Köln positioniert sich als „Aufrichtige Bank“	11	13	Markenskandale färben auch auf Testimonials ab	1	13
Rechtsfragen: Keine Werbung in automatischen Antwortmails	1	38	Markenwert der Allianz um zwölf Prozent gewachsen	11	14
Schwäbisch Hall erneuert Band sucht Bleibe	11	13	Mobile Finanzwerbung: Full Screen Interstitial wirkt am besten	3	47
Sparkassen mit neuem Marktauftritt	2	10	Nachfrage nach älteren Beschäftigten wird bald steigen	2	41
Suchmaschinenmarketing. Anzeigen wenig wahrgenommen	5	13	Nachholbedarf beim Content-Marketing	9	14
Talanx-Industrierversicherung mit neuem Namen	2	12	Online-Video-Werbung: am besten emotional	6	11
Videomarketing wird häufig noch unterschätzt	6	40	OVK: Adblocker-Rate weiter gesunken	10	16
W & W mit neuem Corporate Design	11	13	Private Banken enttäuschen bei Convenience	8	10
Wer darf danken	7	6	Schweinsteiger mit dem höchsten Vermarktungspotenzial	6	12
Zurich: PR-Aktion mit blauer Mütze	1	11	Social-Media-Nutzung auf Rekordhoch	4	15
			Soziale Medien: Youtube überholt Facebook	2	12
Marktforschung			Suchmaschinenmarketing. Anzeigen wenig wahrgenommen	5	13
2017 überholt Mobile erstmals Display-Werbung	10	16	TV in Deutschland weiterhin Hauptnachrichtenquelle	8	17
59 Millionen Verbraucher lesen Zeitung	1	12	Unternehmenskommunikation: Verbraucher bleiben skeptisch	2	13
Adblocker-Rate erstmals rückläufig	5	13			
Aktienmuffel in guter Gesellschaft	4	10			
Allianz bleibt wertvollste Versicherungsmarke der Welt	3	16			
Anlageberatung: Zurück in die Deflation	6	9			

	Heft	Seite		Heft	Seite
VHV: Til-Schweiger-Werbung überzeugt Makler und Verbraucher	1	12	Preisgestaltung in der Kritik	10	27
Werbebarometer 1, 12; 2, 11; 3, 13; 4, 13; 5, 14; 7, 12; 8, 15; 9, 13; 10, 13; 11, 12;	12	13	Stadtsparkasse München beugt sich der Politik	9	9
Werbejahr 2016 mit leicht positiven Erwartungen	7	13	Versprechen aus besserer Zeit	10	6
Werbemarkt 2016 im Plus	10	17	Private Insolvenz		
Werbemarkt in ersten Quartal weiter im Aufwind	6	13	Verbraucherinsolvenz: Nur die eine Seite der Medaille	1	6
Werbemarktprognose 2016: Weiterer Aufschwung	3	15	Privatkundengeschäft		
Werbung im Kontext von Online-Videos wirkt	4	16	Aktienmuffel in guter Gesellschaft	4	10
Werbung im Maklervertrieb: VHV am effizientesten	3	16	Bargeld: Neue Kooperationen?	6	6
Zahl der Radiohörer steigt	8	17	Basiskonto: Banken in der Grauzone	8	6
Marktstrategie			Das Gesetz geht an der Geschäftsrealität vieler Berater und Kunden vorbei	1	30
DSGV: „Die Sparkassen müssen noch mehr menschliche Nähe vermitteln“	4	18	Daten und Fakten zum Privatkundengeschäfts der Zukunft	8	5
Sparkassen mit neuem Marktauftritt	2	10	Deutsche Bank startet Robo Advisor	1	33
Talanx-Industrieversicherung mit neuem Namen	2	12	Deutsche Verbraucher gegen Vergemeinschaftung	8	11
Mitarbeiter/Personalmanagement			Die digitale Privatbank – das Beste aus zwei Welten	8	33
Abschluss mit Augenmaß	8	8	Die Zukunft von Finanzdienstleistungen für Privatkunden: Die Furcht vor dem Wandel sitzt tief	11	24
Arbeitsumfelder im Wandel: mehr Chancen als Risiken	2	14	Eine Frage der Fairness	10	6
Bankvorständen fehlt es an Technologie-Know-how	2	37	Falsche Akzente gesetzt?	8	9
Bildungsfinanzierung: Studienfonds statt Kredit	8	27	Geduldete Überziehung – nur ohne Mindestentgelt	12	6
Daten und Fakten zu Beschäftigten im Kreditgewerbe	2	5	Geiz ist geil!	9	4
Deutschlands beste Arbeitgeber: Automobile Finanzdienstleister an der Spitze	4	46	Konditionenpolitik: Sparda-Banken verteidigen Entgelte	5	6
Immer weniger Fondsmanagerinnen	8	6	Konsumentencredit: Mobiler Kreditcheck: neue Chancen für die Hausbank	1	8
Kind, werd' Banker	2	4	Kontoführungsgebühren bleiben größtes Ärgernis	6	6
Mehrzahl der Beschäftigten bevorzugen Unternehmen mit geringer Personalfuktuation	2	30	Künftig mehr Bankwechsler?	5	10
Nachfrage nach älteren Beschäftigten wird bald steigen	2	41	Mehr als eine Spielerei: ein neuer Tisch für die Beratung	8	30
Nachwuchskräfte: Chancen durch Digitalisierung und Regulierung	2	35	Negativzinsen: Unter die Matratze	12	8
Personalmanagement als Erfolgsgarant	2	31	Nicht mehr das Ankerprodukt	10	4
Private Banken ohne Sorgen vor künftigem Fachkräftemangel?	8	23	Paradigmenwechsel bei den Spardas	12	6
Sind die Bezüge von Sparkassenvorständen zu hoch?	2	22	Preisanhebung oder Negativzinsen?	12	27
Sparkassen als Arbeitgeber – ein Thema für den Vorstand	8	18	Preisgestaltung in der Kritik	10	27
Sparkassenvorstände sind branchenüblich bezahlt	2	27	Preispolitik: Nicht immer freundlich und fair	3	7
Strategische Personalplanung – ein Blick in die Glaskugel	8	24	Private Banken enttäuschen bei Convenience	8	10
Tarifverhandlungen: Wie viel ist drin?	4	11	Basiskonto mit Tücken	2	8
Verdi: Kreditinstitute drohen ihre Attraktivität als Arbeitgeber zu verlieren	2	19	EU-Finanzmarktregulierung auf den Prüfstand	2	8
Mobile Banking			Robo-Advsing in Deutschland noch in den Kinderschuhen	10	25
Noch längst nicht der große Renner	8	39	Sparda West berät Online-Banking-Skeptiker	9	30
Nutzung von Banking-Apps verdreifacht	10	38	Stadtsparkasse München beugt sich der Politik	9	9
Wie Mobile Banking cool wird	8	32	Tanus Sparkasse: Zinsfreie Kredite für Unwetter-Geschädigte	7	16
Preispolitik			Telefónica mit eigenem Girokonto	9	6
Eine Frage der Fairness	10	6	Tempora mutantur – 15 Jahre Honorarberatung in Deutschland	1	36
Geduldete Überziehung – nur ohne Mindestentgelt	12	6	Verbundinstitute: Exodus der Berufsanfänger	12	10
Geiz ist geil!	9	4	Versprechen aus besserer Zeit	10	6
Kirchenbanken für Sparfische?	11	8	VZBV: Der Interessenkonflikt durch die Provision ist das Grundübel	1	25
Konditionenpolitik: Sparda-Banken verteidigen Entgelte	5	6	Wertpapierberatung für möglichst viele Kunden sicherstellen	1	14
Kontoführungsgebühren bleiben größtes Ärgernis	6	6	Zahlungskontengesetz – neue Herausforderung für Banken	7	32
Mitgliedsbeitrag für die GLS	7	7	Zukunft der Filiale – wie digital will der Kunde wirklich?	7	35
Nicht immer freundlich und fair	3	7	Zum Kontowechsel	10	5
Paradigmenwechsel bei den Spardas	12	6	Zur Geldanlage	4	5
Preisanhebung oder Negativzinsen?	12	27	Provisionsgeschäft		
			Das Gesetz geht an der Geschäftsrealität vieler Berater und Kunden vorbei	1	30

	Heft	Seite
Die provisionsfreie Bank – eine sinnvolle Vision?	1	17
EBS: Das Gesetz geht an der Geschäftsrealität vieler Berater und Kunden vorbei	1	30
Tempora mutantur – 15 Jahre Honorarberatung in Deutschland	1	36
VZBV: Der Interessenkonflikt durch die Provision ist das Grundübel	1	25
Was wird aus den Banken?	1	4
Wertpapierberatung für möglichst viele Kunden sicherstellen	1	14
Rechtsfragen		
Aus für den ewigen Wiederruf	3	33
Baufinanzierung: Aus für den Widerrufsjoker	1	6
Baufinanzierung: Verbraucherschutz durch ewiges Widerrufsrecht?	3	32
BGH-Urteil: Bankgeheimnis versus Markenschutz	12	29
BGH-Urteil: Zu früh gefreut	12	8
Check 24 muss nachbessern	9	8
Déjà vu vor Gericht	12	4
Geduldet Überziehung – nur ohne Mindestentgelt	12	6
Keine Ruhe an der Farbenfront	9	6
Keine Werbung in automatischen Antwortmails	1	38
Probleme mit der Rechtssicherheit	12	46
Später Triumph für Sofortüberweisung.de	8	64
Widerrufsbelehrung für mündige Verbraucher	4	8
Zahlungskontengesetz – neue Herausforderung für Banken	7	32
Regulierung/Steuerfragen		
10-Euro-Grenze für Streuwerbeartikel bleibt	2	43
Anwendungsauswahl am PoS – neue Herausforderung für die Kartenakzeptanz	6	25
Crowdfunding-Plattformen der BaFin-Aufsicht unterstellen?	9	20
Das Gesetz geht an der Geschäftsrealität vieler Berater und Kunden vorbei	1	30
Daten und Fakten zur Regulatorik aus Bankensicht	12	5
Die provisionsfreie Bank – eine sinnvolle Vision?	1	17
DS-GVO: Wirtschaft und Verbraucherschutz ziehen an einem Strang	7	20
EBS: Das Gesetz geht an der Geschäftsrealität vieler Berater und Kunden vorbei	1	30
eIDAS: Neue Chancen für die elektronische Kreditvergabe	7	25
Erleichterung für kleinere Banken sind auch Verbraucherschutz	5	29
EU-Grünbuch zu Retail-Finanzdienstleistungen: schlechtes Timing	1	16
EU-Wohnimmobilienkreditrichtlinie: Engpässe bei der Baufinanzierung	5	11
Geldwäscherichtlinie: Der Widerstand formiert sich	11	6
Gut gemeinte Leitplanken werden zu Hürden	6	14
Immer noch im Nachteil	7	4
Verbraucherzentrale Bundesverband: In erster Linie ist es eine Zeitfrage	7	18
Was wird aus den Banken?	1	4
Wertpapierberatung für möglichst viele Kunden sicherstellen	1	14
Wir sollten die Öffnungsklauseln nutzen	7	15
Zahlungskontengesetz – neue Herausforderung für Banken	7	32

	Heft	Seite
Selbstbedienung		
Deutsche Verbraucher gegen Vergemeinschaftung	8	11
Selbstbedienung: Veränderte Anforderungen	11	9
Postbank – SB-Technik für das „Luxusproblem“	3	8
Sicherheit		
Abschied von der i-TAN	12	11
Banknotenfälschungen: Neuer Boom durch das Internet	6	39
Bedenken bremsen Online-Banking	3	6
Biometrie als Alternative zu Passwort und PIN?	5	38
Ganze Branche betroffen	8	4
Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37
Social Media		
Schwäbisch Hall erneuert Band sucht Bleibe	11	13
Social Media Monitoring im Reputationsmanagement	9	41
Social-Media-Nutzung auf Rekordhoch	4	15
Soziale Medien: Youtube überholt Facebook	2	12
Spezialbanken		
Autobanken bauen Marktanteil aus	6	8
Autobanken: Dienstleistungen für das Wachstum entscheidend	3	10
Kreditbanken: beinahe glücklich	6	8
VW Financial Services wird onlinefähig	5	6
Sponsoring		
Allianz bleibt Sponsor der Paralympics	10	15
Allianz kooperiert mit SOS-Kinderdörfer	10	14
Barmenia sponsert Bayer 04	8	16
Check 24 wird Sportschau-Hauptsponsor	9	12
Daten und Fakten zum Sponsoring	5	5
Deutsche Bank bleibt Partner von Chio Aachen	10	14
Deutsche Bank Partner der Frieze Art Fair	11	13
Die Bayerische sponsert 1860 München	9	12
Easy Credit neuer Namensgeber der Basketball-Bundesliga	9	12
Fifa-Sponsoren: Offener Brief an die Fifa	1	11
HSH Nordbank bleibt Partner der Kieler Woche	7	11
ING-Diba führt Basketball-Engagement fort	11	12
Namensrechte: Engagement mit hohem Werbewert	5	17
Nürnberger engagiert sich beim 1. FC Nürnberg	9	13
Santander: Fast 80 Prozent für die Bildung	5	20
Schweinsteiger mit dem höchsten Vermarktungspotenzial	6	12
S-Finanzgruppe: 470 Millionen Euro für das Gemeinwohl	8	15
Sparda Baden-Württemberg verstärkt Bildungsförderung	8	16
Sparda-Bank Hessen: „Die Kommunikation über Sponsoring wirkt eher indirekt“	5	15
Sponsoring im Kommunikationsmix – Alternative zur Werbung	9	38
Zwischen Effizienz und Mäzenantentum	5	4
Unternehmensführung		
Das Wertpapiergeschäft der Sparkassen: ein riskantes Spiel?	9	33
Die Bank der Zukunft – Strategien für den Erfolg	4	29
Frankfurter Sparkasse: Manöver in bewegter See	5	7
Verbände		
Tempora mutantur – 15 Jahre Honorarberatung in Deutschland	1	36

	Heft	Seite		Heft	Seite
Verbraucherschutz			Neue Superfiliale für die Deutsche Bank	12	11
DS-GVO: Wirtschaft und Verbraucherschutz ziehen an einem Strang	7	20	Postbank – SB-Technik für das „Luxusproblem“	3	8
Fast alle Empfehlungen unbrauchbar?	1	28	Zukunft der Bankfiliale – Auslandsmodell oder Erlebniswelt?	5	30
Kleinanlegerschutzgesetz: Crowdfunding-Branche behindert?	8	11	Zukunft der Filiale – wie digital will der Kunde wirklich?	7	35
Marktwächter Finanzen – nicht neutral genug?	10	8	Werbung		
Tempora mutantur – 15 Jahre Honorarberatung in Deutschland	1	36	2017 überholt Mobile erstmals Display-Werbung	10	16
Verbraucherschutz: Portale im Fokus	4	6	Allianz: Neuauflage für den Spot „Tomatenstapel“	8	14
Verbraucherzentrale Bundesverband: In erster Linie ist es eine Zeitfrage	7	18	Arag kommuniziert Vielseitigkeit	5	12
VZBV: Der Interessenkonflikt durch die Provision ist das Grundübel	1	25	Auch unverstandene Claims wirken	4	15
Wer oder wie ist „der Verbraucher“?	5	34	Außenwerbung wirkt stärker als gedacht	9	14
Verbundstrategie			Auxmoney im Wilden Westen	6	10
Das Wertpapiergeschäft der Sparkassen: ein riskantes Spiel?	9	33	Auxmoney-Kampagne: Alle für einen	2	11
Das Wertpapiergeschäft der Sparkassen: Valide Ergebnisse durch Bilanzanalyse	10	39	Check 24 mit eigener Sitcom	10	14
easycard: Das provisionsgestützte Modell gewinnt an Relevanz im Niedrigzinsumfeld	10	28	City-Light-Poster: Digital wirkt besser	6	11
Fusionen 2.0: für Genossenschaftsbanken und Sparkassen	11	35	Commerzbank mit internationaler Firmenkunden-kampagne	12	13
Gewinnverwendung von Sparkassen: Diskussionen nicht nur in Bayern	11	16	Daten zum deutschen Werbemarkt	6	13
Internet-Filiale 6 mit Responsive Design	9	31	Deutlich mehr (Kredit-)Kartenwerbung	9	15
Paradigmenwechsel bei den Spardas	12	6	DSGV: „Die Sparkassen müssen noch mehr menschliche Nähe vermitteln“	4	18
Sparkassenverband Bayern: „Gewinnausschüttung ist nicht der richtige Weg“	11	15	DZ Bank kommuniziert den Zusammenschluss	10	12
Yomo: Mit dem Segen des Bundeskartellamts	10	10	Effie 2016 ohne Finanzdienstleister	12	12
Versicherungen/Bankassurance			EM-Rudelgucken mit der Barmenia	7	11
Allianz will Service verbessern	4	44	Erste Kampagne für Wikifolio	3	14
Bekanntheit von Insurtechs noch überschaubar	7	43	Hannoversche Leben mit neuer Agentur	5	12
Die Rentenversicherung ist keine Geldanlage	2	6	Hannoversche zum zehnten Mal mit Anke Engelke	10	15
Garantiezinssenkung kommt zur Unzeit	8	26	Havas Media verantwortet Mediaetat der Dekabank	12	12
Lebensversicherung: Einmalbeitragsgeschäft rückläufig	6	43	Helaba mit neuer Kampagne für die Eintracht Heimspiele	10	12
Lebensversicherung: Verbraucherschützer warnen vor „Neue Klassik“	10	44	Helaba: Eintracht-Kampagne mit breiter Wirkung	7	10
Modetrend „biometrische Produkte“	7	43	Hessische Sparkassen werben mit den Lochis	8	14
Neue Produkte: Verzicht auf Garantien lohnt nicht immer	3	45	Hörfunk-Kampagne für die Sparda Südwest	4	13
Ohne Einmalbeträge: Einbruch beim Versicherungsvertrieb der Sparda-Banken	5	56	Huk 24 verzichtet auf Provisionen	11	11
Personenversicherung: Regulierung verändert den Vertriebswegemix	1	43	Huk-Coburg mit neuer TV-Kampagne	12	12
Potenzial bei Elementarschadenversicherungen – auch ohne Versicherungspflicht	9	44	Imagekampagne für Allianz Suisse	4	14
Situative Versicherungen für neue Zielgruppen	10	11	ING-Diba mit neuer Leitagentur	4	14
Unterversicherte Start-ups	6	46	Jeder fünfte i-Phone-Nutzer deaktiviert Ad-Tracking	11	14
Verbraucher wollen flexiblere Produkte	10	31	Jeder zweite Internetnutzer nutzt Werbeblocker	7	14
Versicherungsvertrieb: „Ropo“ wird zum Standard	11	40	Kfz-Kampagne für Ergo	12	12
Vertrauen in die Sozialsysteme hemmt Vorsorgebereitschaft für den Fall der Erwerbsunfähigkeit	11	43	Knappschaft erstmals im TV	3	12
Vertriebswegemix in der Personenversicherung: Klassische Kanäle behaupten sich	12	43	LBBW orientiert sich an der Natur	5	12
Vertriebspolitik			Markenskandale färben auch auf Testimonials ab	1	13
Kanalübergreifende Content-Strategie noch vernachlässigt	3	31	Mediaagenturen: Abblocker gefährden das Internet	10	16
			Mobile Finanzwerbung: Full Screen Interstitial wirkt am besten	3	47
			Neue Imagekampagne für Generali	12	12
			Neue Produktkampagne für Barclaycard	8	14
			Neue Spots für den wichtigsten Ort der Welt	10	14
			Neuer Kredit-Spot für die Targobank	7	10
			Online-Spot für den Postbank-Finanzassistenten	3	12
			Online-Video-Werbung: am besten emotional	6	11
			OVK: Abblocker-Rate weiter gesunken	10	16
			Paydirekt-Pitch abgeschlossen	6	10
			Paypal feiert die Spontanität	11	11
			Paypal mit neuer Markenkampagne	6	10
			Paypal schafft das Bargeld ab	3	14
			Paypal will das Leben leichter machen	4	13
			Postbank erfüllt Wünsche	11	11
			PSD Bank Köln mit Poldipreis	4	14
			Rabo Direct wirbt mit zukunftsweisenden Projekten	1	11

	Heft	Seite		Heft	Seite
Schwäbisch Hall zeigt, wo die wichtigsten Dinge passieren	3	12	Die Deutsche Bank und das „digitale Ökosystem“	5	23
Serviceplan Berlin bleibt Leadagentur für AOK	12	13	Eine andere Baustelle	3	4
Sozialverband informiert über Altersarmut	9	12	Form statt Inhalt	4	4
Sparkassen in Jugendsprache	10	15	Fundraising gewinnt an Bedeutung	6	23
Sparkassen mit neuem Marktauftritt	2	10	Ganze Branche betroffen	8	4
Sparkassen: Retourkutsche für die Commerzbank	1	10	Geiz ist geil!	9	4
Stadion-Spot von Santander	1	10	Immer noch im Nachteil	7	4
Start-up-Versicherungsmakler Clark.de mit TV-Kampagne	3	14	Kind werd' Banker	2	4
Tanzduell mit der Deka	10	13	Nicht mehr das Ankerprodukt	10	4
Targobank erfüllt Herzenswünsche	2	10	Was wird aus den Banken?	1	4
TV-Kampagne für Sixt Leasing	2	12	Weniger ist mehr	11	4
TV-Spot für Bonify	10	15	Zwischen Effizienz und Mäzenantentum	5	4
Union Investment wirbt mit GGH Mullen Lowe	5	12			
VHV: Til-Schweiger-Werbung überzeugt Makler und Verbraucher	1	12	Berger, Thomas		
VR-Bank Schwalm-Eder vermarktet Verbesserungen	4	12	Mehr als eine Spielerei: ein neuer Tisch für die Beratung	8	30
Werbebarometer 1, 12; 2, 11; 3, 13; 4, 13; 5, 14; 7, 12; 8, 15; 9, 13; 10, 13; 11, 12;	12	13;	Berg, Claire		
Werbejahr 2016 mit leicht positiven Erwartungen	7	13	Zukunft der Bankfiliale – Auslandsmodell oder Erlebniswelt?	5	30
Werbemarkt 2016 im Plus	10	17			
Werbemarkt in ersten Quartal weiter im Aufwind	6	13	Blaß, Robin		
Werbemarktprognose 2016: Weiterer Aufschwung	3	15	Zukunft der Bankfiliale – Auslandsmodell oder Erlebniswelt?	5	30
Werbung im Kontext von Online-Videos wirkt	4	16			
Werbung im Maklervertrieb: VHV am effizientesten	3	16	Blümle, Jessica		
Wüstenrot: Vom Bausparen zum Wohnsparen	4	12	Zahlungskonten: Entwurf zu Entgelttransparenz und Terminologie	12	22
Zurich: Olympia-Kampagne mit Robert Harting	7	11			
			Binding, Lothar		
Wertpapiergeschäft			Eine Bank mit einem starken honorarbasierten Anteil wäre eine erstrebenswerte Vision	1	23
Aktienmuffel in guter Gesellschaft	4	10			
EFT-Boom aufgrund von Missverständnissen	6	20	Böttger, Jens		
			Stiften leicht gemacht – wie aus Kunden Stifter werden	6	17
Zielgruppen					
Bildungsfinanzierung: Studienfonds statt Kredit	8	27	Boldyreff, Alexander		
Die Businessline – Betreuungsmodell für gewerbliche Kunden	10	42	Das provisionsgestützte Modell gewinnt an Relevanz im Niedrigzinsumfeld	10	28
Finanzbildung für Flüchtlinge	3	11			
Selbstständigen-Kredit – aber für Privates	5	8	Braun, Dirk		
Stiften leicht gemacht – wie aus Kunden Stifter werden	6	17	Das Wertpapiergeschäft der Sparkassen: Valide Ergebnisse durch Bilanzanalyse	10	39
Verbundinstitute: Exodus der Berufsanfänger	12	10			
			Brandes, Moritz		
Autoren und ihre Beiträge			Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37
Adams, Lukas			Brunner, Levin		
Stiftungsvermögen im Niedrigzinsumfeld – quo vadis?	6	21	Insellösungen sind bei der Finanzierung nicht dabei	6	31
Bärhold, Sebastian			Byenw, John		
Online-Kredite ohne Medienbruch	7	29	Terrorismusfinanzierung und was Banken dagegen tun können	1	39
			Kind, werd' Banker	2	4
Becker, Ulf			Eine andere Baustelle	3	4
Bildungsfinanzierung: Studienfonds statt Kredit	8	27			
			Conreder, Christian		
Bednar, Heinz			Zahlungskontengesetz – neue Herausforderung für Banken	7	32
VÖIG: Die Bedeutung von Fonds wird bei der privaten Vorsorge stark zunehmen	10	18	Zahlungskonten: Entwurf zu Entgelttransparenz und Terminologie	12	22
Beinhauer, Manfred			Dahmen, Monika		
Digitalisierung im Kreditprozess – wo sind die Handlungsfelder?	10	32	Online-Banking zum Ausprobieren – neue Chancen für Berater	11	21
Benkelberg, Swantje					
Déjà vu vor Gericht	12	4			
Der Wildwuchs ist vorbei	6	4			

Diez, Jennifer Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37	Hasebrook, Joachim Personalmanagement als Erfolgsgarant	2	31
Dikmenoglu, Sükrü Barzahlungsverkehr – vom Kostenblock zum Ertragsbringer	6	37	Heckmann, Jörn Blockchain: Rechtliche Hürden für „Smart Contacts“	12	34
Ditzen, Stefan Social Media Monitoring im Reputationsmanagement	9	41	Henne, Stefan Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37
Dörr, Alberto Santander: Fast 80 Prozent für die Bildung	5	20	Henke, Anja Die Bank der Zukunft – Strategien für den Erfolg	4	29
Enders, Rolf POG-Umsetzung – die Zeit drängt	12	30	Heuse, Maren Digitalisierung im Kreditprozess – wo sind die Handlungsfelder?	10	32
Fahrenschon, Georg Wertpapierberatung für möglichst viele Kunden sicherstellen	1	14	Hieronimus, Erich Namensrechte: Engagement mit hohem Werbewert	5	17
Fairhurst, Sebastian Santander: Fast 80 Prozent für die Bildung	5	20	Hohrein, Holger Wieder mehr Insourcing bei der Comdirect	3	19
Felsner, Andrea Die Businessline – Betreuungsmodell für gewerbliche Kunden	10	42	Horsch, Florian Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37
Fleischer, Klaus Finanzdienstleister und öffentliche Hand im Fördermodus	4	32	Jahnke, Guido Internet-Filiale 6 mit Responsive Design	9	31
Frank, Björn Zukunft der Filiale – wie digital will der Kunde wirklich?	7	35	Jasny, Ralf Sind die Bezüge von Sparkassenvorständen zu hoch? Das Wertpapiergeschäft der Sparkassen: ein riskantes Spiel?	2 9	22 33
Freese, Thomas Der Berater bleibt Dreh- und Angelpunkt der Kundenbeziehung	5	27	Jehmlich, Tommy Nachhaltigkeit von Banken – die Kodizes helfen	3	35
Grabher, Christof Fusionen 2.0: für Genossenschaftsbanken und Sparkassen	11	35	Jost, Reinhold Wir sollten die Öffnungsklauseln nutzen	7	15
Gerhard, Linda Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37	Karawanskij, Susanna Die provisionsfreie Bank sorgt für eine Win-win-Situation	1	21
Geyer, Rudolf Juristisches Outsourcing als Antwort auf die Regulierung	12	19	Kaulartz, Markus Blockchain: Rechtliche Hürden für „Smart Contacts“	12	34
Glatzner, Florian In erster Linie ist es eine Zeitfrage	7	18	Kemper, Nicolas Weniger Bargeld – mehr Negativzinsen: Auswirkungen auf den Mittelstand	4	27
Goletzko, Simone Sparkassenvorstände sind branchenüblich bezahlt	2	27	Koch, Ricarda Nachhaltigkeit von Banken – die Kodizes helfen	3	35
Grandinger, Christian Mehr als eine Spielerei: ein neuer Tisch für die Beratung	8	30	Körber, Olaf Internet-Filiale 6 mit Responsive Design	9	31
Groche, Clemens Videomarketing wird häufig noch unterschätzt	6	40	Kotzbauer, Michael Der Mittelstand wird digital – was heißt das für Banken?	9	16
Hammer, Holger Sponsoring im Kommunikationsmix – Alternative zur Werbung	9	38	Kummer, Ralph Die provisionsfreie Bank sorgt für eine Win-win-Situation	1	21
			Laaks, Christopher Die Businessline – Betreuungsmodell für gewerbliche Kunden	10	42

	Heft	Seite
Lang, Johannes		
Sind die Bezüge von Sparkassenvorständen zu hoch?	2	22
Lehm, Silke		
Die Sparkassen müssen noch mehr menschliche Nähe vermitteln	4	18
Leichtweiß, Christoph		
Videomarketing wird häufig noch unterschätzt	6	40
Ley, Jürgen		
Strategische Personalplanung – ein Blick in die Glaskugel	8	24
Löbbe, Andreas		
Sparkassenvorstände sind branchenüblich bezahlt	2	27
Luckhof, Andreas		
Online-Banking zum Ausprobieren – neue Chancen für Berater	11	21
Maetje, Jochen		
IT-Services Comfort – ein Komplettpaket für Sparkassen	3	25
Mallouki, Jamal El		
Das Bewusstsein des kooperativen Handelns ist sehr weit verbreitet	6	28
Maroldt, Rüdiger		
Die Digitalisierung mischt viele Karten neu	3	21
Marten, Eckhard		
Banken und Medien – der Kampf der Welten	7	39
Martin, Jörg		
Stiften leicht gemacht – wie aus Kunden Stifter werden	6	17
Mayer, Anja		
Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37
Meister, Christoph		
Kreditinstitute drohen ihre Attraktivität als Arbeitgeber zu verlieren	2	19
Meyer, Thomas T.		
POG-Umsetzung – die Zeit drängt	12	30
Meyer, Ulf		
Das Geschäft mit Partnerbanken ist ein zweites Standbein	12	16
Mihm, Oliver		
Dem Angriff der Fintechs begegnen	3	26
Zukunft der Filiale – wie digital will der Kunde wirklich?	7	35
Mikat, Philipp		
Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37
Mohn, Dorothea		
Der Interessenkonflikt durch die Provision ist das Grundübel	1	25
Möser, Robert		
Eine Ethikbank für Österreich in Vorbereitung	3	40

	Heft	Seite
Moschner, Michael		
Das Geschäft mit Partnerbanken ist ein zweites Standbein	12	16
Netzer, Ulrich		
„Gewinnausschüttung ist nicht der richtige Weg“	11	15
Ohlhausen, Ralf		
Fintechs und Banken – Glaubenskrieg oder große Chance?	4	36
Parise, Raffaele		
Das Wertpapiergeschäft der Sparkassen: Valide Ergebnisse durch Bilanzanalyse	10	39
Peters, Timur		
Notleidende Kredite – Online-Börse als Ausstieg	9	21
Petry, Markus		
Die Bank der Zukunft – Strategien für den Erfolg	4	29
Plattner, Verena		
Crowdfunding als Bindeglied zwischen Bank und Kunde	6	33
Polleit, Thorsten		
Der Bargeldentzug greift in die Freiheitsrechte der Bürger ein	4	23
Posch, Werner		
Beim Crowdfunding ist der Erfolg vom Buzz abhängig	9	25
Rauch Dieter		
Tempora mutantur – 15 Jahre Honorarberatung in Deutschland	1	36
Redl, Josef		
Die Rolle des Finanzmarketings hat sich radikal verändert	4	38
Riekeberg, Marcus		
Strukturierte Beratungsprozesse – Nutzen für Bank und Kunden	11	29
Riemann, Thomas		
DS-GVO: Wirtschaft und Verbraucherschutz ziehen an einem Strang	7	20
Rietsch, Danielle		
Online-Kredite ohne Medienbruch	7	29
Ritter, Klaus		
Die Businessline – Betreuungsmodell für gewerbliche Kunden	10	42
Rogge-Strang		
Arbeitsumfelder im Wandel: mehr Chancen als Risiken	2	14
Rupar, Dietmar		
VÖIG: Die Bedeutung von Fonds wird bei der privaten Vorsorge stark zunehmen	10	18
Singer, Maren		
Personalmanagement als Erfolgsgarant	2	31
Schall, Bernd		
An der Legacy-Schranke: Wie aus Banken Fintechs werden	12	41

	Heft	Seite
Schabel, Markus		
Sparkassen als Arbeitgeber – ein Thema für den Vorstand	8	18
Schäfer, Thomas		
Eine Obergrenze zu fordern gehört für mich in die Abteilung Symbolpolitik	3	17
Schettler, Hans Joachim		
Fusionen 2.0 für Genossenschaftsbanken und Sparkassen	11	35
Schick, Gerhard		
Wir brauchen ein Level Playing Field für alle Beratungsformen	1	17
Schild, Ulrike		
Zahlungskontengesetz – neue Herausforderung für Banken	7	32
Schmidt, Karl Matthäus		
Robo-Advsing in Deutschland noch in den Kinderschuhen	10	25
Schwarz, Carsten		
eIDAS: Neue Chancen für die elektronische Kreditvergabe	7	25
Serfas, Sebastian		
Diskussion ums Bargeld: vielschichtiger, als es scheint	4	25
Sonnek, Maike		
Secode für sichere PIN-Eingabe am Geldautomaten	5	37
Späth, Bianca		
Die Bank der Zukunft – Strategien für den Erfolg	4	29
Stahl, Jörg		
Anwendungsauswahl am PoS – neue Herausforderung für die Kartenakzeptanz	6	25
Steinkühler, Dominik		
Direct Lending als Chance für kleine Unternehmen und Banken	10	36
Stoltenberg, Ulrich		
Neues Geld aus Kunststoff	2	38
Strahl, Christiane		
Baufinanzierung: Verbraucherschutz durch ewiges Widerrufsrecht?	3	32
BGH-Urteil: Bankgeheimnis versus Markenschutz	12	29
Teufel, Hariolf		
Der „digitale Spielplatz“ – mehr als nur Spielerei	11	18
Thießen, Friedrich		
Nachhaltigkeit von Banken – die Kodizes helfen	3	35
Thomas, Tobias		
Strategische Personalplanung – ein Blick in die Glaskugel	8	24
Tiedemann, Lutz		
Negative Zinsen – viele Fragen offen	12	25
Tillman, Antje		
Der Kunde sollte selbst entscheiden	1	18

	Heft	Seite
Tilmes, Rolf		
Das Gesetz geht an der Geschäftsrealität vieler Berater und Kunden vorbei	1	30
Ganzheitliche Finanzplanung – kein Auslaufmodell	11	26
Tobias, Jörn		
Blockchain in der Finanzbranche – eine disruptive Technologie?	8	37
Tschütscher, Christine		
Eine Ethikbank für Österreich in Vorbereitung	3	40
Wacket, Peter		
Wer oder wie ist „der Verbraucher“?	5	34
Wagner, Jan W.		
Das strenge Schriftformerfordernis hat sich überholt	7	22
Walter, Hans-Jürgen		
Nachwachskräfte: Chancen durch Digitalisierung und Regulierung	2	35
Waschbusch, Gerd		
Zukunft der Bankfiliale – Auslandsmodell oder Erlebniswelt?	5	30
Wassermann, Michael		
Strukturierte Beratungsprozesse – Nutzen für Bank und Kunden	11	29
Weber Jürgen		
„Die Kommunikation über Sponsoring wirkt eher indirekt“	5	15
Werne, Jochen		
Die digitale Privatbank – das Beste aus zwei Welten	8	33
Wissing, Volker		
Eine provisionsfreie Bank ist keine sinnvolle Vision – eine transparente schon	1	20
Wittkamp, Bernd		
Mit Digitalisierung die Kundenbindung stärken	12	38
Wolff, Anke		
Fast 80 Prozent für die Bildung	5	20
Wollmann, Thomas		
Dem Angriff der Fintechs begegnen	3	26
Wuermeling, Joachim		
Gut gemeinte Leitplanken werden zu Hürden	6	14
Stiftungen		
Fundraising gewinnt an Bedeutung	6	23
Stiften leicht gemacht – wie aus Kunden Stifter werden	6	17
Stiftungsvermögen im Niedrigzinsumfeld – quo vadis?	6	21
Innovationen		
Nicht schnell genug	10	8
Situative Versicherungen für neue Zielgruppen	10	11
Yomo: Mit dem Segen des Bundeskartellamts	10	10