

Leitartikel

Am Tropf der Technik (4)

bm-Blickpunkte

Privatkunden: Warten auf die Zinswende (6)
Verbünde: Westfälischer Zankapfel (6)
Icesave-Urteil: Zweiklassen-Einlagensicherung (7)
Assurbanking: Am Kunden vorbei (8)
Sparda-Bank Südwest plant Videoberatung (8)
i-Phone-Nutzer als Geldautomaten (9)
App-Date misslungen (10)

Aus der Finanzwerbung

États und Kampagnen (11)
Werbebarometer (12)
Aus der Marken- und Werbeforschung (13)

Technik im Retail

Direktbanken: immer noch die „Banken von morgen“
Von Natascha Klimek (14)

Erfolgsfaktor Produktions- und Prozessoptimierung
Von Stefan Kram und Mathias Schröder (16)

Smartphone-Apps stärken die Kundenbeziehung
Von Marie-Luise Sessler
und Bernhard Steurethaler (19)

**Magellan: Effizienz plus Kundennutzen
gleich Qualität**
Von Stephan Manz und Bernd Oletzky (25)

Mobile Geräte – sicher, aber effizient
Von Thomas Laubrock (29)

Mobile Banking für Unternehmen – die Nachfrage steigt
Von Carsten Kress (31)

**Corporate Mobile Banking ist eine
Differenzierungschance**
Von Matt Richardson und Scott Manley (32)

Banking im Zeitalter der Cloud
Von Frank Hauswald und Andreas Hünnebeck (34)

**IT-gestützt beraten mit OSPlus –
Schlüssel zum Vertriebs Erfolg**
Von Thorsten Bambey (37)

Neue Wege der Online-Vermarktung
Von Moritz Schaefer (39)

Digitale Förderkreditplattform hilft den Vertriebspartnern
Von Petra Borisch (40)

**Kreditprüfung: Optimierte Haushaltsrechnung
verbessert Annahmquoten**
Von Thomas Salewski (42)

**Mobile Banking erfordert plattformübergreifende
IT-Strategie**
Von Harald Haller (44)

Notiert

Daten und Fakten zum Online-Banking (5) –
Indikator zum Sparklima (7) –
Anlagen im Ypos-Inflationscheck (9) –
Bankmanagement-Glossar (45) – Impressum (46)
Rote Seiten (Hefmitte)

42. Jahrgang
März 2013
Fritz Knapp Verlag
Frankfurt am Main
3-2013



bank und markt

Zeitschrift für Retailbanking

Herausgeber: Prof. 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, Prof. Dr. Wulf von Schimmelmann, Ben Tellings, Thomas Ullrich, Dr. Herbert Walter, Alexander Würst

SCHWERPUNKTE

Technik im Retail: Die Direktbanken waren es, die den Vormarsch der Technik im Retailgeschäft als Erste für sich zu nutzen wussten. Und sie werden auch weiterhin Marktanteile gewinnen, ist sich Natascha Klimek von der Netbank sicher. Denn der Trend zur Mobilität kommt ihnen entgegen, während die Investitionskraft der Filialbanken schwindet. Doch auch die Direktbanken investieren weiter in ihre Prozesse. So hat die PSD Bank Nord, dem Selbstverständnis nach eine Direktbank mit Filialen, ihre Baufinanzierung neu organisiert und setzt dabei auf die vorgangsgestützte Bearbeitung im Kernbankensystem.

Apps für das Smartphone stehen in einer Konkurrenzsituation zum Filialgeschäft, lassen sich aber auch in die Filialprozesse integrieren. Zudem sind sie eine wichtige Voraussetzung zur Bindung von Potenzialkunden, weiß die Sparda-Bank Hessen. Wichtig ist bei der Integration mobiler Endgeräte ein Gleichgewicht zwischen Sicherheit und Performance, mahnt der TÜV Rheinland. Das ist um so wichtiger, als mobile Angebote mittlerweile auch von Firmenkunden verstärkt nachgefragt werden, so die Erfahrung von Sybase 365. Die enge Verzahnung der Prozesse bei zunehmender Gerätediversität funktioniert nach Einschätzung der GAD am ehesten bei der Verlagerung in eine mehrmandantenfähige Cloud.



Nicht mehr wegzudenken ist die Technik aus der Beratung. Das Sparkassensystem OSPlus der Finanz IT hilft bereits im Vorfeld bei Zielgruppenselektion und -ansprache sowie dem Kampagnenmanagement, begleitet die ganzheitliche Beratung und bietet Hilfestellung beim Aktivitätencontrolling. Die klassische Beratung mit der Online-Welt verbinden will das neue Portal FinQ, auf dem Berater kostenlos Nutzerfragen beantworten können. Aus Beratersicht ist das gut investierte Zeit, meint Moritz Schaefer.

Unter dem Namen Magellan laufen bei der Deutschen Bank die Arbeiten an der neuen Service- und IT-Plattform für Postbank, Norisbank und Deutsche Bank, mit der man in Sachen Effizienz zum Wettbewerb aufschließen will. Bis 2015 soll die neue Plattform stehen.

Im Kreditgeschäft soll die neue Förderkreditplattform der KfW das Durchleitungssystem im Vertrieb stärken und den Banken und Sparkassen als Vertriebspartnern helfen. Bei der Kreditprüfung will Arvato Infoscore mit neuen Simulationsmodellen die Annahmquoten verbessern.