ISSN 1864-0664 | 9. Jahrgang

BANKINGNEWS

aktuell.unabhängig.institutsübergreifend.

Editorial

INHALTSVERZEICHNIS

Acht Prozent und reingefallen? ... 1

Lang lebe die Filiale ... 2
Impressum

Buchrezension: Kundenakquise in Social Media Netzwerken ... 3

BCBS 239 ist Chefsache - Handeln, nicht warten TopTermine ... 4

Die neuen Digitalisierten ... 5

Acht Prozent und reingefallen?

Passagiere des öffentlichen Nahverkehrs kennen die Werbung von Prokon. Bis zu acht Prozent und ökologisch wertvoll angelegt.

S&K, Wölber, Infinus und jetzt auch noch Prokon? Der graue und damit unregulierte Markt ist riesig. Die Verlockungen der Unternehmen auf eine hohe Rendite verschleiern bei Anlegern oftmals das Risiko. Wenn heute über die Probleme bei Prokon geschrieben wird, dann könnte ich beinahe einen Artikel zu S&K und Co. kopieren und die Namen ändern. Nein, der Prokon Gründer lebt nicht in Saus und Braus, wie es den S&K-Gründern vorgeworfen wird, er hat sich jedoch eine Anlageklasse ausgesucht, die sich in der heutigen Zeit beinahe von alleine verkauft.

Thorsten Hahn
Herausgeber
BANKINGNEWS

Bei S&K ist es das Beton-Gold, bei Infinius ist es echtes Gold und bei Prokon die ökologisch bessere Welt. Jetzt noch ein paar Subventionen und Steuervergünstigungen, damit sich der brave Steuerzahler ein Teil vom bösen Finanzamt wieder zurückholen kann. Fehlt nur noch die Blendgranate gegen zu langes Lesen der Vertragsbedingungen, auch Rendite genannt und schon sind Milliarden Euro von Sparbuchguthaben auf dem Weg und kurz danach weg.

Und weil der Staat die niedrigen Zinsen derzeit gut gebrauchen kann, scheinbar aber ein schlechtes Gewissen hat, dass Liesschen Müller für die hart gesparten Groschen weniger Rendite erhält, als die Inflationsrate, drückt man in Berlin schon mal ein Auge zu. Ist ja nur der graue Kapitalmarkt.

Wenn jedoch der Bankberater ein bisschen Riester-, Rürupp-Rente oder Wohnbauförderung, also staatlich subventionierte Anlageprodukte verkaufen will, dann muss er ausgebildet sein, geprüft und zertifiziert, er muss Protokolle ausfüllen, alles richtig machen, immer nett und freundlich sein und sich auch noch in der Öffentlichkeit beschimpfen lassen. Und wenn sogar der Kunde all dies nicht will, wenn ihm die Bürokratie aus der Verbraucherschutzmacht in Berlin zu viel wird, dann geht er halt zum grauen Kapitalmarkt. Da ist alles so viel einfacher. Auch sein Geld loszuwerden.

Frankfurt School Verlag

Konferenz
Gesamtbanksteuerung 2014

Programm & Infos unter

Anzeige

Lang lebe die Filiale

Oft in Frage gestellt, aber doch nie ganz aus der Mode gekommen - die Filiale steht heute mehr den je im Fokus der Bank- und Finanzbranche. Schließlich laufen, Onlinebanking und mobilem Vertrieb zum Trotz, immer noch 80 Prozent des Vertriebs über diesen Kanal.

Die Deutsche Bank hat Eine und nun auch die Commerzbank - gemeint ist der neudeutsch bezeichnete „Flagshipstore". Hip in Berlin, wo sonst in der Republik? Hier am Puls der Zeit hat die Commerzbank im Dezember 2013 die Deutschlandpremiere ihrer neuen Filiale gefeiert.

Die Konzeption der Filiale soll etwa eineinhalb Jahre gedauert haben. Dabei musste Vieles berücksichtigt werden. Sei es die räumliche Gestaltung, die zwischen architektonischer Offenheit und Transparenz genau den schmalen Grat treffen muss, um dennoch ungestörte und vor allem diskrete Gespräche zwischen Berater und Kunde zu ermöglichen. Oder die Integration der vorherrschenden Technologien. So wird vermehrt auf den Einsatz von großen Displays mit Touchscreentechnolgie gesetzt. Natürlich kommen Tablets zum Einsatz. Schließlich will man modern sein und den Kunden beeindrucken.

Nicht zu vergessen - die Mitarbeiter müssen sich auf den neuen Arbeitsplatz und die moderne Atmosphäre einstellen. Weg ist der miefige Teppich und die sperrigen Röhren der alten Monitore. Endlich, das Ende der „Monitorrückseitenberatung", wie es scherzhaft hinter vorgehaltener Hand genannt wird. Nicht nur auf Augenhöhe mit dem Kunden, nein sogar auf dem gleichen Bildschirm mit dem Kunden. Wir haben uns schon lange gefragt warum diese nicht mitgucken dürfen - schließlich geht es doch um ihre Daten.

Bei all den genannten Faktoren, die den Vertrieb und den Service einfacher, schöner und fortschrittlicher machen sollen, darf man eines nicht vernachlässigen: Bankfilialen stehen unter enormen Druck. Die Servicequalität muss dringend verbessert und gleichzeitig die Kosten reduziert werden. Außerdem wabern die Begriffe „Multikanal" oder gar neuerdings „Omnikanal" durch die Führungsetagen.

Einen umfassenden Ansatz wie man das lösen kann bietet zum Beispiel Hewlett-Packard. Simon Reynolds, seines Zeichens Business Development Lead, hat dazu ein Diskussionspapier verfasst, welches einen Einblick in die zu berücksichtigenden Aspekte ermöglicht.

Besonders interessant ist dabei die Lösung des Dokumentenmanagements - lesen Sie selbst -> Zum PDF

Übrigens auch Volks-, Raiffeisenbanken sowie einige Sparkassen haben begonnen die Filiale neu zu erfinden. So stellte ein Kollege der Sparkasse Lippstadt das neue Filialkonzept im letzten Jahr auf unserem Innovationskongress vor.

Ich persönlich bin gespannt ob es „nur" bei den Pilotfilialen bleibt oder ob es doch flächendeckende Änderungen gibt!

Christoph Meyer
Redakteur
BANKINGNEWS

BANKINGCLUB PremiumPartner

CREALOGIX
ELAXY Add Experience
finanz informatik technologie service
hp
InfoZoom Klick. Überblick.
READSOFT
sas THE POWER TO KNOW.
SOLUTIONS for FINANCE
T-Systems
Transversal

Impressum

Herausgeber
BANKINGCLUB GmbH
Dipl.-Kfm. Thorsten Hahn
Aachener Straße 382
50933 Köln

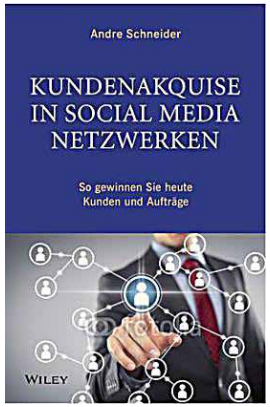
USt.-Idnr.: DE173444638

Kontakt
tel + 49 221 99 50 91 - 0
fax + 49 221 99 50 91 - 29

redaktion@bankingnews.de
www.bankingnews.de
www.bankingclub.de/mediadaten

Bildnachweis

Seite 2 - Commerzbank AG
Seite 4 - Bafin - Ben Fischer
Seite 5 - Leroiy



Autor: Andre Schneider

250 Seiten, gebunden
Euro 24,99
ISBN: 978-3-527-50725-2
Wiley-VCH Verlag 2013

Kundenakquise in Social Media Netzwerken

So gewinnen Sie heute Kunden und Aufträge

Für manch einen Unternehmer, Verkäufer und Vertriebler ist Social Media noch Neuland, das ergründet werden muss. Dabei ermöglicht die Welt der sozialen Medien neue Methoden und Wege zur Kunden- und Auftragsgewinnung. Richtig eingesetzt, bieten diese für jeden Verkäufer und Vertriebler ungeahnte Möglichkeiten. Wie dies funktioniert und auf Facebook, Youtube, Xing und Twitter angewendet werden kann, beschreibt Andre Schneider in seinem Buch „Kundenakquise in Social Media Netzwerken“

Das Buch ist in neun übersichtliche Kapitel gegliedert und nimmt den Leser mit auf eine spannende Reise von den Anfängen der Social Media Revolution über die Fehler, die man auf den Plattformen machen und im besten Fall vermeiden soll, zu den Social-Media-Schlüsseln für eine erfolgreiche Kundengewinnung. Im ersten Kapitel wird der Leser mit der Welt der sozialen Medien vertraut gemacht. Beschrieben werden der Paradigmenwechsel der Informationsverbreitung, der Verlust der Informationshoheit und die Chancen, die sich für Unternehmen ergeben. Als nächstes stellt ein Überblick der wichtigsten Social-Media-Netzwerke die jeweiligen Vor- und Nachteile vor. Zahlreiche Beispiele, die auf die einzelnen Netzwerke bezogen sind, helfen das Gelesene aus Praxissicht zu betrachten. In den weiteren Kapiteln werden Tipps und Tricks zur erfolgreichen Social-Media-Nutzung präsentiert. Anhand von Fallbeispielen werden die wichtigsten Möglichkeiten vorgestellt: Angefangen von der Lead-Generierung, dem Aufbau eines Kontaktpools über den stufenweisen Vertrauensaufbau, der Ausnutzung viraler Effekte, bis hin zur Recherche und Vorbereitung für komplexe Verkaufsverhandlungen.

Alles in allem zeigt der Autor, wie Social Media konkret genutzt werden kann, um Kunden anzusprechen und zu gewinnen. Ob Profi oder blutiger Anfänger, das Buch ist lesenswert und empfehlenswert. Die vielen Praxisbeispiele sind interessant dargelegt. Schneider stellt zahlreiche Fragen, die den Leser dazu auffordern, die für sich passenden Lösungen zu finden. Das Leseerlebnis wird durch die lockere Sprache Schneiders abgerundet. Auf der letzten Seite angekommen meint man, man hätte kein Sachbuch gelesen, sondern an einem persönlichen Coaching teilgenommen.

Der Autor, Kundengewinnungscoach und Trainer für gehirngerechte Verkaufs- und Kommunikationstrainings, berät Unternehmen und Unternehmer seit 17 Jahren zu allen Fragen rund um Kundengewinnung. Seit vier Jahren wendet er sein Wissen auf Social-Media-Netzwerke an. Denn dort liegt die Zukunft, die bereits Gegenwart ist.

Anzeige

Weitere Bücherempfehlungen finden Sie auch im **BANKINGCLUB Bookstore** auf amazon.de

Alle bisher verfassten Rezensionen finden Sie auch hier auf **www.bankingclub.de**

BCBS 239 ist Chefsache - Handeln, nicht warten

Im Januar 2013 veröffentlichte der Basler Ausschuss für Bankenaufsicht die „Grundsätze für die effektive Aggregation von Risikodaten und die Risikoberichterstattung". Die sogenannte BCBS 239 werden in Deutschland in die MaRisk eingearbeitet.

Zu den Gründen und Auswirkungen haben wir Benjamin Fischer Sprecher der BaFin befragt.

Was ändert sich durch die neuen Regulierungsvorschriften unter BCBS 239?

Der Baseler Standard 239 formuliert Grundsätze, die sich hauptsächlich an global und national systemrelevante Institute richten. Die Grundsätze konkretisieren erstmals global koordinierte Aufsichtsanforderungen an die Architektur der Risiko-IT und an das Datenmanagement der Institute. Sie beziehen sich auf die Hauptbereiche Governance, Infrastruktur und Datenaggregation sowie das Risikoberichtswesen. Ein weiterer Teil richtet sich an die Aufsichtsbehörden und präzisiert Anforderungen an die aufsichtlichen Überprüfungen. Für weniger komplexe Institute plant die deutsche Aufsicht, diese Prinzipien in die Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk) zu übernehmen – natürlich unter Wahrung des Proportionalitätsgedankens.

Die Banken haben jährlich neue Auflagen bekommen. Warum schon wieder?

Die Finanzkrise hat offengelegt, dass die IT- und Datenarchitektur vieler Banken für die umfassende Steuerung finanzieller Risiken nicht geeignet war. Die Institute waren nicht in der Lage, Risikopositionen zügig und präzise zusammenzufassen und Risikokonzentrationen auf Konzernebene sowie über Geschäftsfelder und Konzerngesellschaften hinweg zu identifizieren. Dadurch war eine ordnungsgemäße Steuerung der Risiken nicht gewährleistet, was schwerwiegende Folgen für die Banken selbst, aber auch für die Stabilität des gesamten Finanzsystems zur Folge hatte.

Heruntergebrochen auf den einzelnen Mitarbeiter: Was ändert sich im Alltag?

Der Baseler Standard richtet sich an das Top-Management der Institute. Die Umsetzung der Anforderungen muss daher zur „Chefsache" erklärt werden. Es werden dennoch sämtliche Mitarbeiter vom Front- bis zum Backoffice durch die notwendigen Anpassungen in den IT-Systemen betroffen sein. Durch die Forderung nach einem höheren Automatisierungsgrad dürfte sich zumindest langfristig eine Entlastung der Mitarbeiter einstellen. Um ein Beispiel zu nennen, zeitaufwendige Nacharbeiten anhand selbsterstellter Excel-Sheets sollten damit der Vergangenheit angehören.

Bis wann rechnen Sie mit der Umsetzung für den deutschen Markt?

Für global systemrelevante Institute (sog. G-SIBs) sieht der Baseler Standard eine Umsetzungsfrist bis zum 1. Januar 2016 vor. Für eine national systemrelevante Bank (D-SIB) ist der Standard ebenfalls innerhalb von drei Jahren verpflichtend, sobald ein Institut durch die Aufsicht als D-SIB klassifiziert wurde.

Welche Änderungen stellen deutsche Banken vor die größten Herausforderungen?

Systemrelevante Institute werden erhebliche IT-Budgets benötigen, um die weitreichenden Anforderungen des Baseler Standards 239 erfüllen zu können. Die Institute tun gut daran, sich so früh wie möglich auf die kommenden Anforderungen einzustellen und bereits jetzt entsprechende IT-Projekte anzustoßen. Nur so können sie den langjährigen Investitionsstau in der Risiko-IT abbauen und die Vielzahl von institutsinternen Eigenentwicklungen rechtzeitig auf den Prüfstand stellen.

Herr Fischer, vielen Dank für Ihre Antworten!

Christoph Meyer
Redakteur
BANKINGNEWS

TOPTERMINE

04.02. | ZÜRICH | SCHUTZ VON DOKUMENTEN

Im täglichen Arbeitsablauf werden schier unüberschaubare Datenmengen verarbeitet und zwischen verschiedenen Instituten innerhalb und außerhalb des Unternehmens transferiert. Wenn hierbei Kunden-, Personal- oder Kreditkartendaten in falsche Hände geraten, hat dies nicht nur einen enormen Reputationsverlust...

19.02. | FRANKFURT | GESAMTBANKSTEUERUNG 2014

Frankfurt School of Finance & Management Bankakademie | HfB

Gesamtbanksteuerung 2014
Regulierung, Geschäftsmodelle und Infrastruktur auf dem Prüfstand
Die aktuellen Entwicklungen der Bankenaufsicht und der Finanzmarktregulierung stellen Kreditinstitute vor wachsende Herausforderungen. Mit der Einführung des einheitlichen Bankaufsichtsmechanismus...

13.03. | HAMBURG | WORLD MBA TOUR

QS WORLD MBA TOUR™

Die QS World MBA Tour ist Hamburgs führende, internationale MBA-Messe und präsentiert Ihnen top nationale und internationale Business Schools. Sprechen Sie direkt mit den Zulassungsbeauftragten, erfahren Sie alles zum MBA, GMAT, der Bewerbung und Stipendien und finden Sie Ihr passendes Programm.

18.03. | KÖLN | NEXT GENERATION PAYMENT 2014

Das Thema ist brisanter denn je: Zahlungsverkehr oder neudeutsch Payment
Die Frist zur Einführung von SEPA wurde verlängert, NFC ist langsam aber sicher auf dem Vormarsch und um BITCOINS macht sich nicht nur die Regulierung Gedanken. Über letzteres wird Oliver Flaskämper von BITCOIN uns informieren...

18.09. | KÖLN | INTRANET LOUNGE 2014

NetFed CORPORATE ONLINE SOLUTIONS

Am 18.09.2014 lädt NetFederation Kommunikationsexperten aus ganz Deutschland zur sechsten Intranet Lounge nach Köln ein, um sich über Trends, Entwicklungen und Best Practices im Bereich interne Online-Kommunikation auszutauschen.

Die neuen Digitalisierten

Ein Praxisbeispiel von Hundehalsbändern und Payment ohne Banken

Die Zeiten sind vorbei, in denen man zwingend ein Ladenlokal in guter Lage mieten muss, um seine Idee bzw. seine Produkte an die Kundschaft bringen zu können.

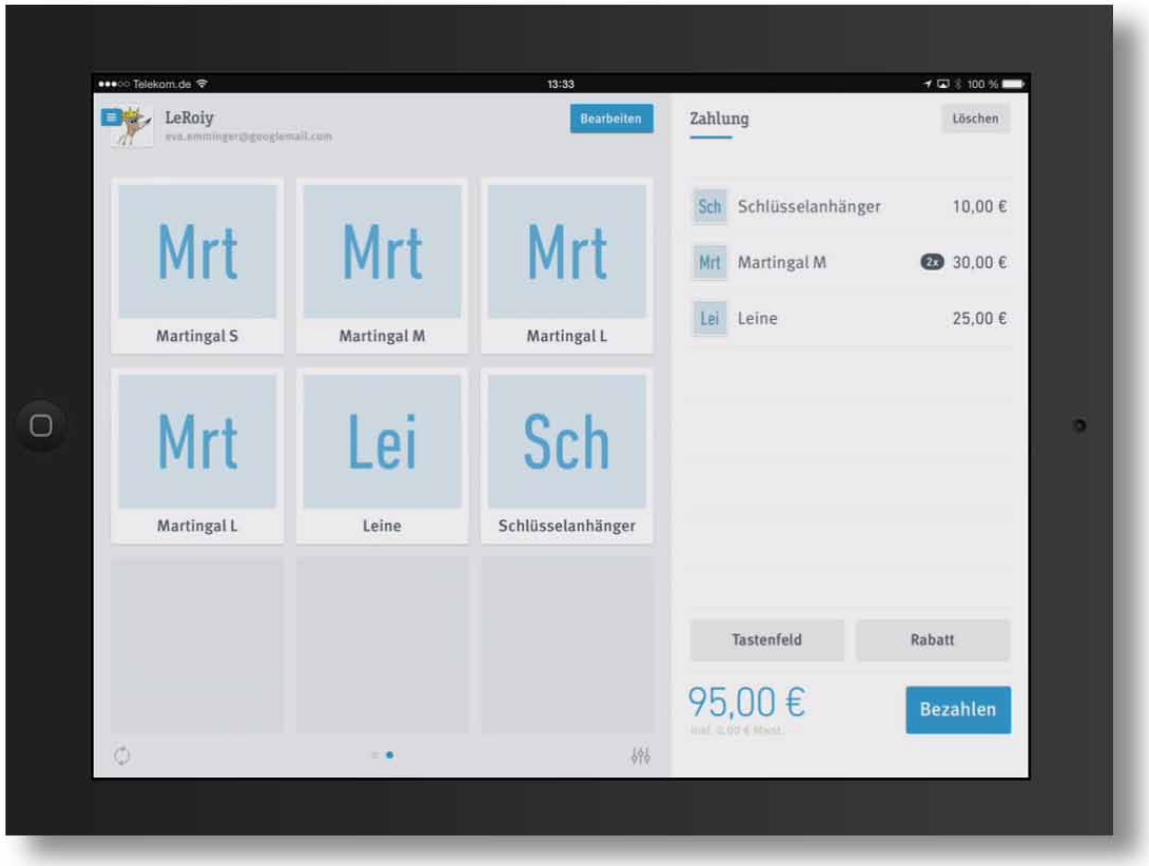
LeRoiy.de stellt in Handarbeit Hundehalsbänder und weitere Artikel für die besonderen Vierbeiner her. Keine Angst in den nächsten Zeilen finden Sie jetzt keine Beschreibung über die Vorteile von einem Martingal Halsband aus echtem HarrisTweed. Es geht um einen Erfahrungsbericht der aufzeigt, dass klassische Banken an diesem neuen Typ Firmenkunden erst mal kein Geld bzw. weniger verdienen.

Internet Payment und die Integration in den Webshop mit 10 Klicks

Neben Vorkasse und Kauf auf Rechnung wollten wir bei LeRoiy auch Kreditkartenzahlungen anbieten können. Wir entschieden uns für die Abwicklung über paypal. paypal bietet neben der klassischen Zahlung über Kreditkarten auch noch die Zahlung über seine eigene Wallet an. Viel interessanter ist aber, dass paypal für so ziemlich alle Shop Systeme fertige Komponenten bereithält und auf ihren Internetseiten die komplette Integration, inkl. großem FAQ Teil erklärt. Was mussten wir tun um mit „LeRoiy“ paypal zu nutzen? Erstellen eines neuen paypal accounts, runterladen des Software-Codes, einbinden in unseren Shop und fertig.

Kassensystem für POS transaktionen

Hundeausstellungen und Messen sind für uns gute Möglichkeiten um neue Kunden zu gewinnen. Um auch an unserem Messestand bei den Bezahlmöglichkeiten flexibel zu sein und dem Kunden die Möglichkeit zu geben, seinen Einkauf auch mit Karte zu zahlen, fiel die Wahl schnell auf izettle. izettle bietet neben einem Dongel der Karten liest, gleichzeitig eine komplette Software (app) Kassenlösung mit an. Der Einrichtungsaufwand auf einem Standard iphone/ ipad liegt nach der Verifizierung des Bankkontos unter 10min. App runterladen, anmelden, fertig. Den Karteleser konnten wir direkt online bestellen oder zum gleichen Preis im Laden um die Ecke kaufen. Die komplette Lösung hat uns 25€ für den Karteleser gekostet, bei dem noch zusätzlich ein 20€ Gutschein für Transaktionsgebühren bei lag.

Ähnliche Zahlungsarten bzw. deren Instrumente hätten wir in ähnlicher Form bestimmt auch über unsere Hausbank bekommen können, aber ich bin mir sicher, nicht so schnell und unkompliziert wie bei PayPal und izettle. Gebühren in welcher Form auch immer, fallen sowohl bei der Hausband wie auch bei paypal und izettle an. Was heisst hier sowohl – aktuell geht unsere Hausbank leider leer aus.

Christoph Meyer
Redakteur
BANKINGNEWS