# BANKINGNEWS

hungszins.

... 3

... 4

... 5

aktuell.unabhängig.institutsübergreifend.

ING-Diba schafft ab, was die Berliner schon abgeschafft haben: Den Überzie-

### **Editorial**

## Bankprodukte sind gleich – denkste!

**INHALTSVERZEICHNIS** 

Bankprodukte sind gleich - denkste!

Sieger abseits des Treppchens Impressum

Buchrezension: Stiftungsmanagement

"BCBS 239: Aggregation und Reporting von Risikodaten"

Bargeld war gestern TopTermine Endlich mal wieder positive Schlagzeilen aus der Welt der Banken. Seit Jahren sind die Überziehungszinsen nicht nur Kunden, sondern auch Verbraucherschützern ein Dorn im Auge. Und bitte seien Sie mal ehrlich, das Argument, dass man damit den Kunden vor der Überschuldung bewahre, ist arg konstruiert.

Wenn die größte regionale Volksbank den Überziehungszins abschafft, interessiert dies scheinbar keine einzige Zeitung. Wenn die ING-Diba mit diesem Thema die PR-Trommel rührt, steht es überall. Tatsache ist, dass die Berliner Volksbank schon im letzten Jahr auf einen erhöhten Dispozins für die geduldete Überziehung verzichtete. Den Vorreiter-Bonus muss die ING-



Thorsten Hahn Herausgeber BANKINGNEWS

Diba leider wieder abgeben. Zumal es auch noch weitere Sparkassen und Volksbanken geben soll, die ähnliche Preismodelle anbieten. Eine Recherche bei knapp über 2.000 Banken in Deutschland ist indes etwas aufwendig.

"Der Überziehungszins war für uns einfach nicht mehr zeitgemäß", so Carsten Jung, Vorstand der Berliner Volksbank. Eine Bank, die Wert auf Kundenbindung und Service legt, hat zum einen technische Möglichkeiten Kunden vor einer Überziehung zu bewahren, zum anderen sollte die Bank schon vor dem Erreichen der Dispogrenze auf den Kunden zugehen, um nach Finanzierungsalternativen zu suchen. "Ein Dispositionskredit soll den kurzfristen Engpass, nicht die langfristige Investition finanzieren", so Jung.

In Berlin hat man im Anschluss an das Projekt Dispozins auch die Kontomodelle für Privatkunden angepasst. Der Kunde kann nun selber entscheiden, ob er ein Konto ohne Gebühren bevorzugt oder ein Kontomodell wählt, bei dem nicht nur die Kreditkarte, sondern auch ein drei Prozent Rabatt auf den Dispozins inklusive



Anzeige

ist. Dann liegt auch in Berlin der Dispozins bei derzeit knapp über acht Prozent.

Gebührenpflichtige Konten und der Anreiz bei einer Genossenschaftsbank Mitglied zu werden, sind für die Berliner Volksbank keineswegs ein Kundenabbauprojekt. 27.000 neue Mitglieder im abgelaufenen Jahr und eine Abwanderungsquote von unter einem Prozent sprechen für sich.

Bleibt zu hoffen, dass wir mehr solcher Meldungen veröffentlichen können. Getreu dem Motto, tue Gutes und rede darüber.

## Sieger abseits des Treppchens

Sportsponsoring gehört für viele Unternehmen zum festen Bestandteil ihrer Kommunikationspolitik – wie bei den Wettkämpfen auch, gibt es hierfür keine Erfolgsgarantie.

Ob Grand-Slam Turniere, Olympische Spiele oder Fußball-Weltmeisterschaften, sportliche Großveranstaltungen wecken bei den Beteiligten starke Emotionen. Für kleinere Sportereignisse gilt dies ganz genauso. Haufenweise Sympathien fliegen den Sportlern und ihren Mannschaften entgegen, und die Treue ihrer Fans ist ihnen gewiss. Unternehmen können von einem solchen positiven Image und einer starken Kundenbindung für ihre Marken und Produkte nur träumen. Wenn sie selbst schon keine Medaillen und Pokale gewinnen können, umgeben sich Unternehmen einfach mit den sportlichen Helden, in der Hoffnung, dass ein bisschen was vom Glanz der sportlichen Erfolge auf sie abstrahlt. Sportsponsoring hat sich als adäquates Mittel etabliert, um die geballten Gefühle des Sportzirkus auf das Markenimage zu übertragen, die Bekanntheit zu steigern und das Image zu verbessern.

Die Bandbreite des Sponsorings wartet mit Einzelsportlern, Vereinen, Veranstaltungen und Sportförderungen auf. Unternehmen müssen sich die Frage stellen, ob sie Team- oder Individualsportarten unterstützen und auch, ob das Engagement in regionaler, nationaler oder internationaler Form erfolgen soll. Die Sportart oder das Image von Sportlern muss zur Unternehmenskultur und den Werten passen, um die entsprechenden Zielgruppen zu erreichen. Die Deutsche Bank engagiert sich

im Rahmen der Sportförderung und unterstützt Sportler, die nebenbei eine Ausbildung oder ein Studium absolvieren. Dabei identifiziert sich das größte deutsche Bankhaus mit Werten wie Ehrgeiz, Wettbewerbsfähigkeit und dem Willen zu Höchstleistung. Die Berenberg Bank erreicht ihren spitzen Kundenkreis etwa bei noblen Polo- oder Golfturnieren. Schwieriger ist es, Botschaften bei beliebten Sportarten wie Fußball oder Formel 1 an seine Zielgruppen zu transportieren. Während Sportsponsoring eine positive Markenwahrnehmung erzielen kann, lassen sich Konsumenten dadurch eher nicht in ihrem Kaufverhalten beeinflussen, besagt eine Online-Umfrage des KompetenzCentrums für Statistik und Empirie der FOM Hochschule.

Unternehmen aus der Sportbranche fällt es leichter einen Bezug zum Sport herzustellen als branchenfremde Unternehmen. König Fußball ist eine der beliebtesten Kommunikationsplattformen in Deutschland. Auch Finanzinstitute nutzen dieses Umfeld, um als Sponsor aufzutreten. So unterstützt die Postbank etwa Bundesligisten Borussia Mönchengladbach als Hauptsponsor. Auf der Facebook-Seite "Postbank Fankurve" werden die Fans zum Mitmachen bei Aktionen motiviert. Die Commerzbank mit ihrem Hauptsitz in Frankfurt am Main setzt auf regionale Verankerung und engagiert sich als Sponsor bei Eintracht Frankfurt und

dem DFB. Wie dem Frankfurter Waldstadion, das 2005 in Commerzbank-Arena umbenannt wurde, erging es schon vielen deutschen Arenen.

Allerdings ist die Werbewirkung von Sportsponsoring nicht bis ins Detail planbar, und so besteht immer ein gewisses Risiko. Ein Fußballverein in der Abstiegszone vermittelt wenig von Siegeswillen und Erfolg. Das Image von Sportlern und ganzen Vereinen kann sich über Nacht verändern. Diese unschöne Erfahrung musste die Deutsche Telekom machen, die sich nach den Doping Vorfällen im Team T-Mobile als Sponsor im Radsport zurückgezogen hat. Aktuell stehen die Sponsoren der Olympischen Winterspiele, wie Coca-Cola oder McDonald's, in der Kritik. Argwöhnisch beäugt der Rest der Welt, dass sich die US-Unternehmen nicht klar gegen die Menschenrechtsverletzungen Russland aussprechen. Die Konzerne bewegen sich auf dünnem Eis, was im schlimmsten Fall zu einem Image-Schaden führen kann.



Corinna Groner Redakteurin **BANKINGNEWS** 

#### BANKINGCLUB PremiumPartner





















## **Impressum**

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

Bildnachweis

Seite 4 - Basler Aussschuss für Bankenaufsicht

Seite 5 - LDProd via istockphoto.de

USt.-Idnr.: DF173444638

#### 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











Autor: Hans Fleisch

188 Seiten, Taschenbuch Euro 19,80 ISBN: 978-3941368507 Bundesverband Deutscher Stiftungen e.V. 2013

## Stiftungsmanagement

Ein Leitfaden für erfolgreiche Stiftungsarbeit

Hans Fleisch legt besonderen Wert auf eine strategische Denkweise, die er Stiftungsmanagern in seinem Ratgeber ans Herz legt. Fleisch ist seit 2005 Generalsekretär beim Bundesverband Deutscher Stiftungen in Berlin und Geschäftsführer der Deutschen StiftungsAkademie. Außerdem hat er eine Lehrtätigkeit an der Universität Hildesheim. Seine langjährigen und fundierten Erfahrungen aus Praxis und Lehre fließen in den Ratgeber ein.

Anders als in der Wirtschaft müssen sich Stiftungen nicht zwischen Wettbewerbern behaupten. Dennoch sollten mittel- bis langfristige Strategien vorliegen, um zusätzliche Potentiale zu generieren. Zunächst gibt der Autor elf übergreifende Ratschläge für Stiftungsmanager. So muss z.B. auch hier der Einsatz von Geld. Zeit und Ressourcen im Hinblick auf das Resultat, bzw. den Erfolg geprüft werden. Fleisch ermuntert die Leser zur kritischen Reflektion. Stiftungsmanager sollen ihre persönlichen Ziele und Stiftungsziele abgleichen. Schließlich muss sichergestellt werden, dass die Ressourcen optimal eingesetzt werden. Der Ratgeber beinhaltet auch allgemeine Tipps und Anregungen. Sie spiegeln die subjektiven Erfahrungswerte des Autors wider, der sich hier auf Praxisprobleme bezieht.

Im Kapitel "Stiftungsmanagement als verantwortungsvolle Aufgabe" wird ein allgemeiner Überblick über das Stiftungsmanagement geboten und die verantwortungsvolle Rolle des Stiftungsmanagers betrachtet. Sowohl Begrifflichkeiten, Fakten und Zahlen werden skizziert, als auch Chancen, die sich für die Zivilgesellschaft im Rahmen von Stiftungen auftun. Anschließend schildert der Autor neun Voraussetzungen für erfolgreiches Stiftungsmanagement. Die rechtlichen Grundlagen bilden dabei die Rahmenbedingungen für die Tätigkeit des Stiftungsmanagements. Der Leser erfährt, wie auch ein kleines Budget eine große Hebelwirkung hervorrufen kann und warum jede Stiftung ihre "Marktnische" finden muss. In der Tat lässt sich hier einiges vom Management eines kleinen oder mittelständischen Dienstleistungsunternehmens abschauen. Verschiedenste Handlungsfelder werden zudem als Erfolgsfaktoren erläutert, wie beispielsweise Planung und Controlling, Kooperationen oder Personal.

Im detaillierten Anhang werden den Lesern zahlreiche Hinweise auf vertiefende Literatur dargeboten. Eine hilfreiche Ergänzung sind zudem ein Glossar und einige grundlegende Gesetztestexte.

Der Ratgeber richtet sich an Menschen, die in einer bereits bestehenden Stiftung ehren- oder hauptamtlich Verantwortung tragen. Gleichzeitig an alle, die sich für ein solche Tätigkeit interessieren und sich vorab informieren möchten. Schließlich werden hier auch Berater von Stiftungen angesprochen, wozu natürlich auch Banken zählen.



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: Aggregation und Reporting von Risikodaten" – Studien & Whitepaper

**BANKINGNEWS** 

Der Basler Ausschuss für Bankenaufsicht hat im Januar 2013 "Grundsätze für die effektive Aggregation von Risikodaten und die Risikoberichterstattung" (Basel Standard 239) veröffentlicht. Neben Anforderungen an die Aufbau- und Ablauforganisation des Risikomanagements in Banken werden auch konkrete regulatorische Anforderungen an die IT-Architektur und das Datenmanagement in Kreditinstituten definiert. Nachfolgend sind die wesentlichen Quellen, Kommentierungen und Studien rund um das Thema aufgeführt:

Veröffentlichung des Basler Ausschusses für Bankenaufsicht zu "Grundsätze für die effektive Aggregation von Risikodaten und die Risikoberichterstattung"

Enhanced Disclosure Task Force (EDTF): Enhancing the Risk Disclosures of Banks (Empfehlungen für Risikoreporting, Stand: 29. Oktober 2012)

Empirische Studie der Universität zu Köln zur Risikoberichterstattung deutscher Banken (Erhebung des Branchenstandards) Whitepaper von Moody's Analytics zum Thema "Embedding Risk Data Aggregation and Reporting Principles Across the Organization"

Artikel "What Is the Path Toward Effective Risk Data Aggregation and Risk Reporting?" von Protiviti

Bundesbank: Bankinterne Methoden zur Ermittlung und Sicherstellung der Risikotragfähigkeit und ihre bankaufsichtliche Bedeutung

The Boston Consulting Group (BCG): Global Risk 2013–2014: Breaching the Next Banking Barrier

Neue Anforderungen an IT-Architektur und DataGovernance im Risikobereich von Banken basierend auf BCBS 239 "It's not just about getting your ratios right"; Veröffentlichung von McKinsey & Company zu BCBS Regulierung 239

Veröffentlichung von Accenture zu "Risk Aggregation and Reporting"

Management Reporting in turbulenten Zeiten (Artikel aus "die bank" 06.2013, S. 44-48)

Einheitliches Risikomanagement: BCBS # 239: Grundsätze zur Aggregation von Risikodaten und Risikoberichterstattung, S. 11- 13.

Kompakte Präsentation der SKS Group zu "Risk Data Aggregation and Risk Reporting"



Ihre Meinung zu BCBS 239?

Mehr Tipps und Erfahrungswerte finden Sie hier



Frank Romeike Geschäftsführer/Eigentümer RiskNET

SEPA NFC NFC
BITCOIN Zahlungsverkehr
Mobile Payment Bargeldversorgung
walletösungen E-Geld

Wallet



## Bargeld war gestern

Wenn Apps mittlerweile Zahlungen ermöglichen, wofür dann noch Kredit- und EC-Karten mit sich herumschleppen? Banken müssen auf den Trend des Mobile Payment reagieren.



Wir leben digital. Anstatt Freunde auf ein Bier zu treffen, chatten wir auf Facebook, anstelle von Brettspielen misst man sich auf der App Quizduell. Auch Billard und Bowling sind zu Hause auf dem Tablet gemütlicher. Da online geshoppt wird, ist es auch keine allzu große Überraschung, wenn die Geldbörse digitalisiert wird. Der Trend zu Mobile Payment wächst stärker denn je und könnte Bargeld, Kreditkarten und Co. obsolet machen, da sie sowohl für Kunden als auch für Händler und Dienstleistungsanbieter zahlreiche Vorteile mit sich bringen.

Aus einer Studie des niederländischen Unternehmens Adyen geht hervor, dass mobile Zahlungen um 55 Prozent im Vergleich zum Vorjahr angestiegen sind. Sie machen mittlerweile 19.5 Prozent aller Transaktionen aus. Die Studie stellte einen Unterschied bei der Nutzuna von Smartphone, Tablet und PC fest. Demnach werden Tablets bei Bestellungen aus den oberen Preissegmenten und größeren Anschaffungen bevorzugt, während Smart-

phone eher für Spontaneinkäufe und Einkäufe geringen Wertes eingesetzt werden. Insgesamt zeigt dieser Trend, dass Händler ihre Shops und Checkouts sowohl für die Online- als auch für die App-Nutzung optimieren müssen. Smartphone und Tablet sind ständige Begleiter des modernen Menschen, sodass es immer üblicher wird jegliche Einkäufe von überall zu tätigen. Eine gute Werbebotschaft kann den Kaufanreiz selbst im Biergarten auslösen. Deshalb müssen die Bezahlmethoden einfach und verständlich sein. um zum erfolgreichen Ergebnis zu führen.

Apple patentierte kürzlich eine Erfindung mit dem Titel "Methode, um Zahlungsinformationen über verschiedene drahtlose Übertragungswege zu senden, ohne die Nutzerdaten zu kompromittieren", mit der man mit dem Smartphone bezahlen kann. Der Bezahlprozess baut auf iTunes auf. Da ieder iPhone bzw. iPad-Nutzer über einen iTunes-Account verfügt (was weltweit mehr als 600 Millionen Accounts bedeutet), kann man auf die dort hinterlegten Daten zurückgreifen. Ein aufwendiger Registrierungsprozess bleibt aus. Die Nutzer können Waren im Handel genauso bezahlen, wie sie Apps bei iTunes kaufen. Mit der Google-Wallet hat auch der Suchmaschinengigant ein für Android Handys kompatibles mobiles Bezahlsystem ins Leben gerufen. Ebay ermöglicht schon seit Jahren durch

Paypal einen angenehmen Einkauf.

Und was machen Banken? Eine der wichtigsten Erlösquellen der Finanzdienstleister sind Transaktionen. Händler müssen dabei 0.3 Prozent des Umsatzes an die Bank abführen. Was sich bei kleinen Beträgen nach nichts anhört, kann summa summarum in der Bilanz auffallen. Jährlich sind es 250 Millionen Euro. Eine Umstellung auf die mobilen Transaktionen durch die Internetgiganten könnte die Kosten für Sicherheit und Transaktion bei den Händlern und Dienstleistern minimieren und bei Banken zum Komplettausfall der Erträge führen.

Und die Konsumenten werden sich freuen, wenn sie schnell mit der App zahlen können. Vorbei sind die Zeiten von vergessenen PINS, Kleingeldgewicht und die Sorge, die Geldkarte am Automaten zu verlieren. Auf das Smartphone wird mittlerweile mehr Acht gegeben. Wenn in einigen Ländern Bustickets nur noch per SMS zahlbar sind, kann noch der Trend zum digitalen Portemonnaie aufgehalten werden?



Milana Kogan Redakteurin **BANKINGNEWS** 

## **TOPTERMINE**

#### 11.03. | MÜNCHEN | MAKLER- UND MEHRFACHAGENTEN 2014



Der Startschuss zur 8. MMM-Messe fällt am 11. März 2014 um 9:00 Uhr im MOC München. Die Highlights der diesjährigen Messe: Großes Weiterbildungsprogramm mit Top-Referenten und "gut beraten" Punkten Treffen Sie die wichtigsten Versicherungen, Fondsge-

sellschaften, Emissionshäuser, Banken...

#### 13.03. | HAMBURG | WORLD MBA TOUR



Die QS World MBA Tour ist Hamburgs führende, inter-WORLD nationale 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...

#### 01.04. | MÜNCHEN | D-A-CH KONGRESS FÜR FINANZINFORMATIK



"Die Zukunft der Finanzinformationsdienste" Der DKF 2014 wird wieder in München stattfinden. dem geografischen Zentrum zwischen Frankfurt, Wien und Zürich und Hauptstadt der institutionellen Investoren mit über EUR 300 Milliarden Anlagevermögen. Die Veranstaltung beinhaltet sowohl eine Konferenz als auch eine Ausstellung...

#### 18.09. | KÖLN | INTRANET LOUNGE 2014



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.