ISSN 1864-0664 | 8. Jahrgang

BANKINGNEWS

aktuell.unabhängig.institutsübergreifend.

Anzeige

Editorial

INHALTSVERZEICHNIS

Zahlungsverkehr ist (un)sexy ... 1
Schwankendes Weltbild ... 2
Impressum
Buchrezension: Finanzdienstleister der nächsten Generation ... 3
Payment - schnell, sicher, bequem ... 4
Mehr Schein als Sein ... 5

Zahlungsverkehr ist (un)sexy

Die Prognosen zum Transaktionsvolumen bei mobilem Zahlungsdiensten sind vielversprechend. Mal wieder ohne Banken?

Von Bargeld, Schecks und Wechseln über Kreditkarten bis zu den elektronischen und mobilen Zahlarten. Banken haben sich über die Jahre im Bereich der Zahlungsinnovationen rausgehalten. Ein fataler Fehler. Der erst genannte Bereich verliert laut einer Studie von NTT DATA jährlich 2-3 Prozentpunkte, die anderen drei Märkte wachsen. Im mobilen Zahlungsmarkt geht die Studie sogar von 49 Prozent Wachstum aus.

Der Anteil der Banken, die an diesem Kuchen mitverdienen, ist indes mit jedem neuen Zahlungsmarkt erheblich geschrumpft. Umso erfreulicher, dass es wenigstens ein paar „gallische Dörfer" gibt. Die Fidor Bank bringt mit „FidorPayS" (http://www.fidorpays.de/) ein umfassendes System für Bezahlvorgänge im E-Commerce ins Rennen, jetzt folgt die biw Bank mit einer smarten Bezahllösung für mobile Transaktionen. Hier profitiert der Händler von geringen Gebühren, verknüpft mit der Sicherheit einer sofort garantierten Zahlung. Sehr verkürzt braucht es für die Zahlung mit kesh (http://www.kesh.de/) zwei Mobiltelefone.

Thorsten Hahn
Herausgeber
BANKINGNEWS

Ich bin der festen Überzeugung, dass bei den Zahlungen im Retailmarkt das Smartphone zur favorisierten Geldbörse wird, wenn der reine Zahlvorgang mit Mehrwerten aufgeladen wird. Bei Netto geht das schon heute. Zahlen mit der Smartphone-App und die Rabattaktionen werden sofort berücksichtigt und der Kassenbon wird digitalisiert. Das hinter diesem Produkt Post PAY steckt dürfe hingegen ein echter Schlag in die Magengrube der Bankbranche sein.

Anzeige

Schwankendes Weltbild

Das Problem mit den schwankungsanfälligen Konjunkturzahlen isT, dass jeder einzelne Datenpunkt daraufhin abgeklopft wird, ob er gewisse Maßnahmen der Notenbank begünstigt oder bremst.

Gerade hatte man sich mit diesem Weltbild abgefunden: Die japanische Wirtschaft rennt dank immenser fiskalischer und geldpolitischer Stimuli vorneweg. China präsentiert weitgehend konstante BIP-Wachstumsraten um 7½%-8%. In den USA steht das Konjunkturbarometer auf zirka 2% Wachstum – und die Eurozone trippelt mit „negativen Zuwachsraten", wie es so schön heißt, hinterher. Deutschland bewegt sich leicht oberhalb der Nulllinie, Frankreich genau drauf und Spanien sowie Italien darunter.

Im Tagesgeschäft an den Finanzmärkten zählt jedoch bisweilen nicht das große Bild, sondern wie sich dieses Bild im Kleinen verändert. Und hier zeigt sich derzeit nahezu genau das Gegenteil dessen, was das große Bild beschreibt: In Japan stehen die Aktienmärkte unter Druck und die Schwächetendenz des Yen scheint für den Moment unterbrochen zu sein. In China beunruhigen Einkaufsmanagerindizes mit Werten teils lediglich um die Expansionsschwelle von 50 Punkten die Anleger. In den USA unterstreicht der schwächste ISM Index seit fast vier Jahren den Soft Patch im zweiten Quartal. Aus Europa hingegen häufen sich die positiven Konjunktursignale: Die Einkaufsmanagerumfragen hellen sich auf, vor allem in Spanien und Italien, aber auch in Frankreich und in Deutschland.

Aus diesen Beobachtungen könnte man jetzt natürlich wunderbar irgendwelche Theorien ableiten: Die Schwachen werden stärker und die Starken werden schwächer, zum Beispiel. Oder aber man argumentiert über die Zeitschiene: Während in Europa noch gefeiert wird, wird im Rest der Welt schon wieder „geschrubbt". Derlei Mutmaßungen sollte man jedoch nicht voreilig treffen. Den Blick zurück auf das große Bild gerichtet, befinden wir uns in einer Welt mit flachen Konjunkturausschlägen bei gleichzeitig häufigen Richtungswechseln. Im Tagesgeschäft spiegelt sich das in einer erhöhten Volatilität der Daten wider, welche das große Bild jedoch nicht grundsätzlich in Zweifel ziehen.

Das Problem mit den schwankungsanfälligen Konjunkturzahlen ist jedoch, dass jeder einzelne Datenpunkt daraufhin abgeklopft wird, ob er gewisse Maßnahmen der Notenbank begünstigt oder bremst. Gute Daten in den USA werden als Vorzeichen eines baldigen Taperings der Fed interpretiert. Schlechte Daten hingegen verursachen eine Verschiebung des Taperings auf der Zeitschiene nach hinten. Und wir setzen noch einen drauf: Gute Daten, welche ein baldiges Tapering signalisieren, sind für viele Anleger eigentlich schlechte Daten, eben weil durch sie die „Gefahr" abnehmender geldpolitischer Impulse steigt. Schlechte Daten seien im Umkehrschluss eigentlich gute Daten, weil sie ein längeres Festhalten der Fed an der expansiven geldpolitischen Ausrichtung wahrscheinlicher machen.

In der Folge sehen wir das, was wir seit etwa zwei Wochen beobachten: Aktien, Wechselkurse und Peripherie-Spreads schwanken in fast täglichem Wechsel auf und nieder. Dagegen steht jedoch ein ziemlicher eindeutiger Trend im Markt für Staatsanleihen der Kernländer: Hier steigen die Renditen fast täglich an. Vermutete Hauptursachen: Die Tapering-Diskussion in den USA und das Auspreisen weiterer Leitzinssenkungen durch die EZB (ablesbar an fallenden Euribor Future Kursen). Damit haben sich die Rentenmärkte von den anderen Marktsegmenten zu einem gewissen Grad emanzipiert. Die Renditeanstiege könnten noch um 10-20 Basispunkte weiter gehen, bis die Erwartungen an die Zentralbankentscheidungen der Fed und der EZB eine Art neutrales Niveau erreicht haben. Oder aber eben so lange, bis wir uns mit diesem „Weltbild" in den Rentenmärkten abgefunden haben…

Kornelius Purps
Fixed Income Strategist
UniCredit Research

BANKINGCLUB Partner

InfoZoom Klick. Überblick.
Apontas Die Forderungsmanager
bank-verlag Das Service-Unternehmen der privaten Banken
ELAXY Add Experience
finanz informatik technologie service
NTT DATA
sas THE POWER TO KNOW.
Transversal
T-Systems
worldcompliance

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
Erscheinungsweise: 40x jährlich

Bildnachweis

Seite 4 Youtube Screenshot

Hrsg.:
Oliver Everling, Robert Lempka

450 Seiten, gebunden
Euro 59,90
ISBN: 978-3-940913-62-3
Frankfurt School Verlag 2013

Finanzdienstleister der nächsten Generation

Die neue digitale Macht der Kunden

Der digitale Umbruch und das Web 2.0 haben einen Paradigmenwechsel hervorgebracht, dem sich auch die Bankenwelt nicht verschließen kann. Die Herausgeber Oliver Everling und Robert Lempkalassen lassen Autoren zu Wort kommen, die die veränderten Rahmenbedingungen, Anforderungen und Folgen für die Finanzbranche aufzeigen. Die Experten schreiben vor dem Hintergrund von Rationalisierungen, Regulierungen, Wegfall alter Ertragsfelder und enormen Wettbewerbsdruck.

Das Kompendium unterteilt sich in drei große Themengebiete: 1. Finanzwelt im Umbruch, 2. Digitale Revolution in Vertrieb und Kommunikation sowie 3. Kunden an die Macht: neue Geschäftsmodelle. Im ersten Themenschwerpunkt werden Megatrends (Next Generation Finance), demografische Herausforderungen für die Geldanlage und auch Innovatoren des Bankings aufgezeigt. Großbanken tun sich schwer mit der Implementierung Neuen Medien, Finanzkrise und Vertrauensverlust sind weitere Faktoren, die es zu bewältigen gibt. In der digitalen Welt sind Kunden die wichtigen Treiber, die die Bank verändern und die Finanzbranche demokratisieren können. So führen sie die digitale Revolution herbei, die im zweiten Themenschwerpunkt aufgegriffen wird. Es wird erklärt, welche neuen Chancen und insbesondere Kundenzentrierung sich durch digitale Medien ergeben, aber auch das Social Media Marketing angesprochen und die Frage geklärt, wie viel Social Media eine Bank braucht. Schließlich werden im dritten Teil des Buches neue kundenorientierte Geschäftsmodelle vorgestellt, darunter finden sich Persönliches Finanzmanagement im Retailbanking, Nachhaltigkeitsbanken und Corporate Crowdfunding.

Das Buch liefert praxisnahe Anregungen für die Zukunft der Finanzdienstleister. Dadurch, dass es sich um eine Sammlung von Essays und Artikeln verschiedener Autoren handelt, wird das Thema nicht systematisch aufarbeitet und kommt nicht zu einer expliziten Lösung. Das Buch ist aber sehr lesenswert, da es das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet und dem Leser Ideen und Denkanstöße liefert.

Das Handbuch richtet sich an Fach- und Führungskräfte aus der Finanzbranche, ist aber auch eine spannende Lektüre für ein Fachpublikum aus Internet- und Finanzbranche, Wissenschaft und Wirtschaftsjournalismus.

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

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

TOPTERMINE

13.06. | KÖLN | KVK-MESSE

Zum dritten Mal öffnet die KVK-Messe der Fonds Finanz ihre Pforten in der Metropole am Rhein. Die kostenfreie Versicherungs- und Finanzdienstleistermesse in den Hallen der Koelnmesse gilt als eine der größten Kommunikationsplattformen der Finanzdienstleisterbranche in Deutschland. Alleine das Rahmenprogramm setzt Maßstäbe: Auf der...

25.06. | ZÜRICH | WENN PAPIERGEBUNDEN ABLÄUFE AUF EINMAL ...

Neue technische Anforderungen oder regulatorische Vorgaben können Sie zwingen, papiergebundene Prozesse und somit nicht-digitalisierte Dokumente schnell in eine elektronische Form zu bringen. Als Beispiele seien Basel III, neue FINMA-Anforderungen zum Risikomanagement oder Anordnungen der Swiss Payments Council (SPC) und des Payments...

26.-27.06. | KÖLN | NEXT GENERATION PAYMENT

Heute wissen, was morgen passiert!
Vom Muschel- und Safrantausch über das Prägen von Münzen und Papier bis hin zur elektronischen Übertragung virtueller Währungen – Die Entwicklung des Zahlungsverkehrs steht nicht still! In Schweden stellt die erste Bank den Bargeldverkehr ein, in den USA wird das kontaktlose Bezahlen mit NFC Chips...

28.06. | KÖLN | DAS NEUE KAPITALANLAGEGESETZBUCH

BuB Alles, was Bankrecht ist.

Was Sie zur optimalen Vorbereitung auf die neuen Anforderungen wissen sollten!
Mitte Dezember 2012 hat die Bundesregierung einen Gesetzentwurf zur Umsetzung der AIFM-Richtlinie vorgelegt. Der 600 Seiten starke und über 300 Paragraphen fassende Entwurf des neuen Kapitalanlagegesetzbuches (KAGB) als wesentlicher Teil...

02.07. | MÜNCHEN | CUSTOMER COMPANY TOUR

»The customer is everywhere and so must be your business as well!« Ihre Kunden und Zielgruppen sind auf Social Media aktiv, konsumieren online, kommunizieren mobil, sind vernetzt und interagieren. Unternehmen müssen an diesen Gesprächen teilnehmen. Können Sie über alle Kanäle in den Dialog mit ihren Kunden treten?

Payment - schnell, sicher, bequem

Christoph Meyer, Redakteur der BANKINGNEWS, sprach mit Björn Jüngerkes, Leiter der Geschäftsentwicklung, der biw Bank für Investments und Wertpapiere AG über mobile Bezahlsysteme und alternative Bezahlanwendungen.

Björn Jüngerkes
Leiter Geschäftsentwicklung
biw Bank

Banken wird derzeit die Annäherung an mobile Bezahlsysteme eher abgesprochen. Jetzt startet die biw Bank für Investments und Wertpapiere AG mit einer mobilen Bezahlanwendung. Was war die Motivation für die Bank?

Die Zahl der Smartphone Nutzer hat in den letzten Jahren stetig zugenommen. Umfragen belegen, dass in einigen Jahren altbekannte Zahlmethoden ausgedient haben und die Bedeutung mobiler Geräte wie Smartphones und Tablets in diesem Zusammenhang zunimmt. Als Bank besitzen wir alle Mittel Zahlungen selbstständig abzuwickeln und dies nicht an Intermediäre wie Kreditkartenorganisationen oder Zahlungsdienstleiter abzugeben, die für Ihre Dienstleistungen entsprechend hohe Gebühren verlangen - insbesondere auf der Händlerseite. Wir sehen die Zukunft der Banken im Zusammenspiel mit mobilen Endgeräten beim Bezahlen, so wie derzeit mit unserem mobilen Bezahlsystem kesh, aber durchaus auch bei anderen Bankanwendungen.

Statt Karte zahlen die Kunden bei kesh mit dem Smartphone, allerdings wie bei der „ach so erfolgreichen" Geldkarte im Prepaid-Verfahren. Eine mögliche Archillesferse?

Im Gegensatz zu der Geldkarte können Kunden nach einer erfolgreichen Registrierung unmittelbar aus der App heraus ihr kesh-Konto aufladen. Stellen Sie sich vor, Sie wollen Ihren Schwimmbadeintritt für die ganze Familie bezahlen und stellen aber erst beim Bezahlen am Eingang fest, dass Ihr kesh-Guthaben nicht ausreicht. Natürlich ist deswegen auch eine Sofortaufladung des kesh-Kontos aus der App heraus möglich. Da unser System ein Prepaid-Verfahren ist, können Händler im Gegensatz zu einer Bezahlung mit EC- oder Kreditkarte fällige Beträge in Echtzeit auf dem eigenen Konto verbuchen. Das hat den großen Vorteil, dass für Händler das Ausfallrisiko einer Zahlung entfällt.

In der Pilotregion kommen permanent neue Händler hinzu. Händler, die wahrscheinlich auch Bargeld annehmen und ein ec- und Kreditkartenterminal neben der Kasse stehen haben. Was macht kesh für Händler attraktiv?

Aktuell können wir in der Pilotregion bereits auf über 25 Händler verweisen und kontinuierlich kommen neue Händler hinzu. kesh kann unabhängig zum existierenden Kassensystem, der damit verbundenen notwendigen Infrastruktur und ohne Vertragslaufzeit genutzt werden. So entfallen mit kesh nicht nur die monatlichen Kosten für Terminals und der damit zusammenhängenden Infrastruktur, sondern der Handel profitiert auch von vergleichsweise geringeren Transaktionsgebühren als zur Girocard. Bei kesh gibt es Preismodelle, die individuell auf die individuellen Bedürfnisse des Händlers angepasst werden können. Die Gebühren für kesh starten für den Händler bei 3,9 cent je Transaktion. Ein weiterer Mehrwert von kesh ist, das das System den Nutzer nicht über einen QR-Code, sondern über seine Handynummer identifiziert. Das hat den großen Vorteil, dass eine physische Präsenz des Käufers beim Händler nicht zwingend erforderlich ist. Denken Sie zum Beispiel an Lieferdienste: Der Kunde bezahlt seine Bestellung bereits während des Anrufs, indem der Händler ihm eine Zahlungsaufforderung über kesh sendet. Auslieferungsfahrer müssen so die Ware lediglich beim Kunden abliefern, ohne jedoch zu kassieren. Händler können also mit kesh elektronische Zahlungen im Geschäft oder beim Kunden zu Hause in Echtzeit akzeptieren und sofort auf dem eigenen Konto verzeichnen.

So reduzieren sie das Bargeldhandling, haben sofortige Liquidität und können über diese einfach aus der App heraus verfügen – wie gewohnt auch auf Ihr Geschäftskonto bei einer Drittbank.

Wenn es nach dem Willen der anderen Player am Markt geht, dann kommt das mobile Bezahlen nicht an Wallet-Lösungen und dem NFC-Chip vorbei. Ist Bezahlen via QR-Code schon wieder out, bevor es so richtig gestartet ist?

Derzeit gibt es nur wenige Smartphones, die NFC unterstützen, auf der Tablet-Seite hat sich die Technologie bisher noch nicht durchgesetzt. Die Verbreitung der NFC-Technologie bis dato hinter aller Erwartungen geblieben, obwohl NFC seit Jahren als DIE Übertragungstechnologie zwischen elektronischen Geräten propagiert wird. Die biw AG ist auch bereit NFC als weiteren Übertragungskanal in kesh vorzusehen, allerdings erst dann, wenn eine entsprechende Verbreitung der Technologie zu sehen ist.

„Kleinstforderungen" unter Freunden begleichen. Auch das funktioniert mit kesh. Kleinstbeträge zu überweisen scheitert bei anderen Anbietern oft an den Gebühren. Was zahlen die Freunde bei Ihnen für eine Transaktion zur Begleichung der Kölsch-Rechnung des letzten Abends?

kesh-Kunden können getreu unserem Slogan „Schnell. Sicher. Bequem." Zahlungen beim Händler und unter Freunden tätigen, ortsunabhängig und sofort. Als Bank stellen wir mit unserer deutschen Banklizenz die Einhaltung aller bankenüblichen Sicherheitsstandards und eine reibungslose Abwicklung der Zahlungen über unser Banksystem sicher. Für die Nutzung von kesh fällt keine monatliche Grundgebühr an. Für Kunden ist das Bezahlen beim Händler selbstverständlich immer kostenlos. Möchten kesh-Nutzer ihre Kölsch-Rechnung bei Freunden via kesh begleichen, fallen – anders als bei anderen Anbietern - dafür lediglich ein paar Cent an. Eine kesh-Überweisung ist günstiger als der Versand einer SMS.

Vielen Dank für das Gespräch!

Christoph Meyer
Redakteur
BANKINGNEWS

Mehr Schein als Sein

Kunden erhalten Mitspracherecht bei Banken. So versuchen Banken den Dialog mit der Kundschaft zu schüren. Wertvolle Stütze für die Unternehmen oder bloß ein Marketing-Streich?

Im vergangenen Monat startete die Sparkasse eine neue Initiative. Sie gehen in den Dialog mit den Kunden, den sogenannten Bürgerdialog. „Mit Menschen. Für Menschen." Neumodisch führen sie den Dialog fortan über die Online Plattform meine.sparkasse.de. Beim ersten interaktiven Sparkassentag im April hatten sich 60.000 Online-Besucher zugeschaltet und verfolgten unter anderem die Rede von Bundeskanzlerin Angela Merkel und stellten dem ehemaligen Bundesaußenminister Hans-Dietrich Genscher nach seiner Europa-Rede Fragen im Chat. Mit dieser Aktion nähern sich die Sparkassen virtuell ihren Kunden, fordern sie zur Teilnahme an Diskussionen auf und versuchen so, greifbar zu sein.

Ähnlich wie ein Kundenbeirat, wo Kunden die Möglichkeit haben, dem Unternehmen direkt Feedback zu geben. Ende Oktober 2008, als Reaktion auf den die Finanzkrise, holt sich die Commerzbank Kunden als Berater ins Haus. Dieser besteht aus 25 ehrenamtlich arbeitenden, engagierten Privatkunden, die alle drei Jahre neu gewählt werden. Ehemaliger Verantwortlicher des Beirats, Privatkunden-Vorstand Achim Kassow findet, dass der Kundenbeirat dabei hilft, kundenrelevante Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln zu beleuchten. Schließlich geben eben die Tipps ab, an die die Produkte gerichtet werden. Wird so Markt- und Kundenforschung überflüssig?

Enger Kontakt zum Kunden kann ein höchsteffizienter Treiber für die Unternehmensentwicklung sein, vorausgesetzt natürlich, man nutzt die Vorschläge der Kunden und wendet sie an. Ein Kundenbeirat, der sich aus unterschiedlichen Menschen zusammensetzt, kann optimal Feedback zu den Produkten geben, die gewünscht werden oder die verbesserungswürdig sind. Aus der kollektiven Intelligenz kann man Ideen generieren und Verbesserungen im Unternehmen realisieren. Das Ergebnis ist ein konstruktiver Dialog zwischen beiden Seiten. Dieser kostet aber auch 100 Millionen Euro. Es fallen Aufwendungen für das Auswahlverfahren, das eigene Projektbüro für den Beirat, Transferkosten und Sitzungsgeld an. Dennoch sind das noch Kosteneinsparungen, denn durch den Beirat kann man zumindest im Bereich der Kundenhaltung auf Marktforschung und teure Unternehmensberater weitergehen verzichten.

Beim Beirat der Commerzbank hat der Moderator, der durch die Bank gestellt wird, eine zentrale Rolle. Er hat volle Kontrolle bei der Entscheidung über Themen, die veröffentlich werden sollen. Außerdem kann er einzelne Beiräte ausschließen. In der Satzung der Bank steht, dass sie jederzeit den Beirat auflösen kann. Die Bank hat volle Kontrolle und vollen Anspruch über den Beirat, der dadurch aussieht, wie eine Puppenkiste, an der die Bank die unsichtbaren Fäden hält um bloß den Eindruck zu erwecken, man vertraue den Kunden, um sie so an sich zu binden. Offensichtlich hat der Vorstand Angst davor, die Kontrolle aus den Händen zu geben. Die Satzung sieht auch vor, dass der Beirat nur einmal im Jahr zu einer zwei- bis dreistündigen Diskussion zusammenkommt. Kaum genug Zeit, um jedem Teilnehmer Mitspracherecht zu geben. Kontakt zu Kunden mit großer Distanz und Furcht. Die Commerzbank zeigte die Furcht durch eine Eingrenzung des Beirats von zunächst 40 auf 25 Mitglieder. So könne der Beirat praxisorientierter arbeiten, erklärte Privatkundenvorstand der Commerzbank, Martin Zielke.

Die Postbank hat seit 2011 auch einen Kundenbeirat, dessen Mitglieder theoretisch die Bank mitgestalten können. Durch ein mehrstufiges Auswahlverfahren wird ein repräsentativer Querschnitt der Kundenstruktur gewährleitet. Der Beirat trifft sich zweimal im Jahr und wird auch zu weiteren Sitzungen einberufen genauso wie zu Veranstaltungen des Konzernmanagements. „Wir wollen, dass die neuen Kundenbeirats-Mitglieder den Finger in die Wunde legen", so ein Sprecher der Postbank.

Durch einen Kundenbeirat konnten in den letzten Jahren zahlreiche kleine Veränderungen realisiert werden, die besonders einen Nutzwert für die Kundschaft darstellen. So wurde die Zahl der Gelautomaten erhöht und die Filialen arbeiten mittlerweile zu verlängerten Öffnungszeiten. Teilweise traten diese Veränderungen nicht nur durch einen Beirat ein, sondern durch direkte Umfragen in den Filialen. Also selbst initiierte Marktforschung.

Milana Kogan
Redakteurin
BANKINGNEWS

Fachbücher für Risikomanagement-Profis:

Oliver Everling | Rainer Langen (Hrsg.)

Basel III

Auswirkungen des neuen Bankenaufsichtsrechts auf den Mittelstand

ISBN 978-3-86556-354-5
Art.-Nr. 22.486-1300
200 Seiten, gebunden

59,00 Euro

Weitere Fachbücher in unserem Shop:
www.bank-verlag-shop.de

RISIKO MANAGER

Bank-Verlag GmbH | Wendelinstraße 1 | 50933 Köln
Telefon: +49-221-5490-500 | E-Mail: medien@bank-verlag.de

Anzeige