ISSN 1864-0664 | 9. Jahrgang

BANKINGNEWS

aktuell.unabhängig.institutsübergreifend.

Editorial

INHALTSVERZEICHNIS

Zankapfel Dispozinsen ... 1

Cool um jeden Preis
Impressum ... 2

Buchrezension: Bundessteuergesetzbuch. Ein Reformentwurf zur Erneuerung des Steuerrechts ... 3

Vom Sinn und Unsinn der Filialmodernisierungen
TopTermine ... 4

Zankapfel Dispozinsen

Seit Jahren wird die Bankbranche für überhöhte Dispozinsen kritisiert. Jetzt kommt Bewegung in die Branche. Über geschickte und ungeschickte PR.

Bei der einen oder anderen Bank ist es längst geübte Praxis. Die ING-Diba wird gelobt, es als erste getan zu haben. Andere halten sich noch bedeckt. Es geht um die Zinsen für eine Kreditaufnahme über den vereinbarten Disporahmen hinaus. Die sogenannte geduldete, aber nicht vereinbarte Überziehung. Hier schlagen manchen Banken auf den Dispozins noch ein bisschen oben drauf. Auf der einen Seite verständlich. Banken argumentieren, es soll abschrecken und erhöht ja das um die damalige Kreditprüfung erhöhte Risiko für die Bank. Aufschlag gerechtfertigt, so einige Banken.

Und weil eben dieser Zusatzzins immer wieder in der Kritik steht, schaffen einige Banken diesen Zins einfach ab. Ein geschicktes Manöver, denn es lenkt ein wenig von der zweiten Diskussion ab, nämlich dem Dispozins an sich. Hier hat auch das Verbraucherschutzministerium ein Auge drauf und erwägt, diesen Zins zu beschneiden und Banken zudem zu zwingen, mit den Kunden über Rückführung und Alternativen zu beraten.

Thorsten Hahn
Herausgeber
BANKINGNEWS

Nicht noch mehr Regulierung, proklamiert Jürgen Fitschen und legt sich mit der Politik an. Anders Martin Blessing, der sich ausdrücklich für ein Gesetz zur Befristung einer Disponutzung ausspricht. Schon erhält Blessing Lob von vielen Seiten, dabei lenkt er geschickt von der zweiten Diskussion über die Höhe des Zinssatzes ab.

Recht hat er natürlich, dass es für langfristige Kredite Alternativen gibt, Alternativen die zumeist auch preiswerter sind. Eine Info an den Dauernutzer der Dispolinie ist fair. Und für die Bank preiswerter als die Deckelung des Dispozinssatzes.

Fakt ist, dass Banken eben genau die Aufgabe haben und sich hier differenzieren können, wenn sie einen Kunden in Sachen Finanzierung beraten. Fakt ist aber auch, dass der Dispozins alles andere als transparent ist und in der Vergangenheit selten mit Marktzinsen korreliert hat. So nimmt die Postbank im Jahr 2005 einen Zinssatz von 12,75 Prozent und heute für das Produkt Giro Plus einen Zinssatz von 12,05 Prozent. Refinanzieren kann sich die Postbank bei der EZB deutlich preiswerter. Wohl ein Grund, warum die Politik diesen Zins nun bei 7 Prozent plus Drei-Monats-Euribor begrenzen will. Transparenz hat noch nie geschadet!

Anzeige

Cool um jeden Preis

Im Zeitalter der vernetzten Informationsgesellschaft ist der Facebook-Auftritt eines Unternehmens fast schon obligatorisch. Doch wieviel Erfolg haben Banken mit Social Media Kanälen?

Eine Bank auf Facebook als Freund zu adden, wirkt auf den ersten Blick befremdlich. Wer ist schon daran interessiert, sich als „Freund" einer Bank zu outen? Oder gar den Post einer Bank zu liken? Das Bankenimage ist ja nicht das beste. Eine Zeit lang wirkten Banken verhalten, wenn nicht sogar zögerlich, wenn es um den Dialog über Social Media Kanäle geht. Laut dem Statistik-Portal statista sind gerade mal 2% der Blogs und Foren in Deutschland im Bankwesen und im Investmentbanking verteilt. Womöglich resultiert dieses Verhalten aus dem Selbstverständnis der Banken als ein geschlossenes System, das wenig auf Transparenz und Offenheit setzt. Dabei haben Social Media Kanäle durchaus Potential, da sie eine enorme Reichweite haben. Erst jüngst meldete Facebook neben steigenden Nutzerzahlen im ersten Quartal 2014 einen Umsatz von 2,5 Milliarden US-Dollar. Grund genug, um selbst mitzumischen.

Doch Vorsicht! Nur Facebook und Co. als PR- und Werbeplattform zu benutzen, ist grob fahrlässig. Soziale Netzwerke erscheinen zunächst als eine günstige Alternative zu klassischen Marketinginstrumenten, mit denen Banken ihren Bekanntheitsgrad und das Interesse an Beratungen und Produkten steigern. Sinnvoll eingesetzt, können Facebook und Co. einen wichtigen Beitrag zum Kundenmanagement leisten. Denn viel wichtiger als den eigenen Bekanntheitsgrad und das Interesse an Produkten und Leistungen zu steigern, ist Kundenmanagement. Dienstleistung am Kunden ist der Schlüssel zum Erfolg. Guter Service bindet Kunden nachhaltig und verbessert deutlich das eigene Image. Kundennähe rentiert sich, um Kundenbedürfnisse herauszufiltern, die zu Produkt- und Leistungsverbesserungen führen. Spricht sich guter Service bei Freunden rum, sind Neukunden so gut wie garantiert. Die Bank kann Social Media Kanäle effizient einsetzen, indem sie eine beratende Funktion einnehmen, zum Beispiel in Form eines Kontaktformulars. Facebook und Co. bieten schnelle Abhilfe und ersparen das Abwarten der Antwortmail oder das Durchkommen bei der Hotline. Die Bank kann bestehende Geschäftsmodelle durch soziale Netzwerke ergänzen. Allerdings kann sich die beratende Funktion nur innerhalb eines bestimmten Rahmens bewegen. Zu hoch ist das Risiko durch einen unachtsam gewählten Post, zum Beispiel Insiderinformationen, Regularien zu verletzen. Das bedeutet die Hinzuziehung des Compliance-Beauftragten.

Die Nutzung sozialer Netzwerke soll und wird die klassische Bankfiliale nicht ersetzen. Zwar können Kunden sich vorab über Finanzleistungen und Produkte informieren, doch ein Direktvertrieb ist über soziale Netzwerke nicht möglich. Alles, was Vertragscharakter hat und einer kompetenten Beratung bedarf, muss persönlich mit dem Bankberater besprochen werden. Wer möchte sich über Twitter, Xing und Co. über Immobilienfinanzierungen, Geldanlage oder die Altersvorsorge beraten lassen?

Banken gehen mit der Zeit, wenn sie soziale Netzwerke nutzen. Ob dieser Weg langfristig erfolgreich ist, wird sich noch zeigen. Der Versuch lohnt sich zur Ergänzung der bestehenden Kommunikationswege.

Diana Jeddoubi
Redakteurin
BANKINGNEWS

BANKINGCLUB PremiumPartner

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

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 - scanrail via istockphoto.de

Vorgelegt von Paul Kirchhof

1286 Seiten, gebunden
Euro 139,95
ISBN: 978-3-8114-5429-3
C.F. Müller - Verlag

Bundessteuergesetzbuch

Ein Reformentwurf zur Erneuerung des Steuerrechts

Seit 2001 ist in Deutschland das Ertragsrecht nach dem sogenannten Karlsruher Modell geregelt. Dieses Modell ist für die Berechnung und Erhebung der Ertragssteuer hoch komplex. Obwohl bereits über drei Jahre alt, legte die Heidelberger Arbeitsgruppe „Bundessteuergesetzbuch“ unter der Leitung des Herausgebers Prof. Dr. Paul Kirchhof nach neunjähriger Arbeit in diesem Buch ihre Ergebnisse und Vorschläge der Öffentlichkeit vor, mit welchem die Steuergesetzgebung radikal vereinfacht werden kann.

Paul Kirchhof, seit Anfang 2013 Professor für öffentliches Recht und Steuerrecht an der Universität Heidelberg, ist einer der führenden Köpfe in der anhaltenden Steuerdebatte und tritt für eine Vereinfachung des Steuerrechts sowie einen radikalen Abbau der öffentlichen Schulden ein. Als ehemaliger Richter des Bundesverfassungsgerichts war er u.a. an den Beschlüssen zum Euro, der Vereinbarkeit des deutschen Grundgesetzes mit dem Maastricht-Vertrag sowie dem Finanzausgleich zwischen Bund und Länder mitverantwortlich.

In dem Gesetzesvorschlag werden mit nur 146 Artikeln, sämtliche Steuerarten des deutschen Rechts mit all seinen bisher ca. 30.000 Paragraphen zusammengefasst. Ziel des Buches ist eine grundlegende Vereinfachung des Ertragssteuerrechts, alles auf Basis des Karlsruher-Modells von 2001. Zu Beginn wird der Leitgedanken zur Steuerreform sowie den konkreten vorgelegten Gesetzestext und die dazugehörige Durchführungsverordnung geliefert. Im ersten Buch stellen die Autoren die allgemeine Gesetzeslage dar und geben dem Leser einige Definitionen zu den Steuern zur Hand. Das zweite Buch thematisiert das Einkommenssteuerrecht, welches im Entwurf einheitlich, rechtsformneutral, familiengerechter und zukunftssichernd werden soll. Buch Nummer Drei bezieht sich auf die Erb- und Schenkungssteuer. Diese sollen im Bewertungsverfahren von Grundstücken und Unternehmsaufkommen am Ertragswert reformiert werden. Das vierte Buch enthält Vorschläge zur Vereinfachung und Sicherung des Umsatzsteueraufkommens, während das letzte Buch sich mit der Verbrauchsteuer auseinandersetzt. Im Anhang wird noch ausführlich auf eine neue realitätsnähere Bilanzordnung und eine – verordnung eingegangen.

Alles in allem ist das vorliegende Bundessteuergesetzbuch ein in sich abgestimmtes und vor allem schlüssiges Regelwerk. Einzelheiten des Gesetzesvorschlages hätten im Gegensatz zur jetzigen Regelung sowohl vor dem EGH als auch dem BVerfG Bestand. Dass dieses Buch in der Öffentlichkeit nicht diskutiert wird, zeigt den fehlenden politischen Willen zu einer Vereinfachung in Deutschland. Gründe hierfür liegen in dem fehlenden wirtschaftlichen Verständnis unserer politischen Führung.

INNOVATIONSforBANKS
14.- 15. Mai 2014 im GS 1, Köln

Jetzt noch schnell anmelden und Ticket sichern:

[www.innovationsforbanks.de]

Premiumpartner
CREALOGIX READSOFT SOLUTIONS for FINANCE

Basispartner
hp Transversal

Pecha Kucha Partner und Sachpartner
Appway finanz informatik technologie service DISPLAY FACTORY „THE MANUFACTURER“

Mediapartner
BANKINGNEWS marketing BÖRSE www.marketing-boerse.de

Anzeige

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

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

Vom Sinn und Unsinn der Filialmodernisierung

Auch Banken müssen sich beizeiten den geänderten Bedingungen anpassen. Dies umfasst besonders die Filiale als Aushängeschild. Aber sind alle Konzepte wirklich sinnvoll?

BANKFILIALEN SIND NICHT STARBUCKS

Es spricht nichts dagegen, beizeiten die Filialen zu modernisieren. Dass dieses mehr bedeutet als nur einen neuen Anstrich, dürfte auch jedem bewusst sein. Grundsätzlich ist auch nichts gegen ein völliges Neukonzept einzuwenden. Aber wenn einige Banken ihre Filialen in eine andere Form von Starbucks umwandeln möchten, stellt sich folgende Frage: „Ist das überhaupt notwendig?" Es ist ja nicht so, dass kaum noch Kunden die Filiale aufsuchen. Gewiss, Überweisungen ausführen oder den Kontostand abfragen, dafür geht heute fast niemand mehr in die Filiale. Aber Bankgeschäfte umfassen wesentlich mehr, als Beispiele seien hier nur Geldanlagen und die klassische Baufinanzierung genannt. Schwer vorstellbar, dass ein Kunde sich von einem Mitarbeiter in Kaffeeschürze und T-Shirt beraten lässt. Schließlich will der Kunde eine kompetente Beratung.

NUR EIN PERSÖNLICHES GESPRÄCH SCHAFFT VERTRAUEN

Zur Filialmodernisierung gehört auch der Einsatz modernster Technik. Schaut man sich die Beweggründe an, welche für einen Bankenwechsel ausschlaggebend sind, ist Folgendes festzustellen. Natürlich spielen bessere Zinsen und Konditionen eine Rolle, aber auch eine bessere Erreichbarkeit der Filiale, eine kompetente Beratung und ein guter Service. Interessanterweise spielt das bessere Online-Angebot gerade einmal bei 8% der unter 29jährigen eine wichtige Rolle. Bei der älteren Generation noch weniger.

Technik ist ohne Zweifel modern und die neue Generation ist bereits mit Internet und dem Smartphone aufgewachsen. Diese sogenannte Generation Y, aber auch immer mehr die ältere, nutzt selbstverständlich das Internet, Online-Banking und Social Media. Muss man aber deswegen das gesamte Leben auf das Internet ausrichten? Müssen deswegen Banken ihr gesamtes Filialkonzept über Bord werfen? Wohl eher nicht. Bei wichtigen Finanzentscheidungen wollen Kunden sich seriös beraten lassen. Eine repräsentative Studie von MSR Consulting veranschaulicht dies deutlich. Die Bereitschaft, einen Bausparvertrag online abzuschließen, wächst nicht proportional mit der steigenden Zahl der Internetuser. Das bedeutet, dass gewisse klassische Beratungswege nicht zu ersetzen sind. Durch Bausparverträge o.Ä. bindet der Kunde sich über Jahre. Da will er gut und vor allem persönlich beraten werden. Hier spielt Vertrauen und Seriosität eine nicht zu unterschätzende Rolle. Beide sind nur schwer auf elektronischem Wege herzustellen.

Dabei ist nichts gegen die moderne Technik einzuwenden. Es kann eine gute Ergänzung sein. Transparenz durch Bewertungen der Mitarbeiter und der Beratungsqualität geht besser und schneller mithilfe des Internets. Auch holen sich Kunden ihre ersten Informationen aus dem Netz. Warum auch nicht? Transparenz belebt genau wie Konkurrenz das Geschäft. Es spricht auch nichts dagegen, das Tablet zur Präsentation einzusetzen. Diese visuelle Unterstützung kann sogar verkaufsfördernd sein. Den schlimmsten Fehler kann eine Bank, wie jedes andere Unternehmen auch, begehen, wenn sie diese moderne Technik in Gänze vernachlässigt.

FÜR DIE ZUKUNFT GEWAPPNET

Natürlich müssen Banken beizeiten ihr Outfit ändern. Auch spricht nichts gegen eine etwas gründlichere Umorientierung, sowohl optisch als auch technisch. Gerade in Zeiten, in denen viel Konkurrenz zur klassischen Filiale auftrat, muss die Bank umdenken. Aber sie sollte stets nach den eigenen Aufgaben schauen und sich nach der Zielgruppe richten.

Ob Ihre Filialmodernisierung sinnvoll ist, erkennen Sie an einem einfachen Test. Bitte nennen Sie die Vorzüge der Filialmodernisierung, ohne die Wörter „modern" und „hip" zu verwenden. Schaffen Sie dies, ist Ihre Filiale für die Zukunft gewappnet.

Julian Achleitner
Redakteur
BANKINGNEWS

TOPTERMINE

08.05. | FRANKFURT | CUSTOMER EXPERIENCE FOR FINANCE 2014

Im Herzen von Frankfurt in der Deutschen Börse trifft sich die Expertise der Finanzbranche, um die Kundenzentrierung in der Finanzwelt in den Vordergrund zu rücken. Die Finanzkrise und das daraus, zu Recht oder zu Unrecht, resultierende Mißtrauen haben die Beziehungen zwischen...

10.05. | FREIBURG | GRÜNES GELD

Die Messe Grünes Geld Freiburg ist eine Messe und Vortragsprogramm zu ethischen und nachhaltigen Geldanlagen. Zahlreiche Aussteller präsentieren auf der Grünes Geld Messe Freiburg Produkte und Dienstleistungen rund um ethische und nachhaltige Geldanlagen....

19.05. | DÜSSELDORF | 8. PRIVATE EQUITY-KONFERENZ NRW

Unternehmer treffen Investoren: 8. Private Equity-Konferenz NRW. Wer in erfolgversprechende Ideen investieren möchte oder selbst Kapitalgeber sucht, ist herzlich eingeladen zur diesjährigen Private Equity Konferenz rund um das Thema Beteiligungsfinanzierungen. Gemeinsam mit dem Bundesverband deutscher Kapitalbeteiligungsgesellschaften (BVK)...

20.05. | MAINZ | IBM FINANCE FORUM 2014

Erleben Sie Performance Management der nächsten Generation. Die Top-Veranstaltung für Entscheider und Professionals aus den Bereichen Finanzen, Rechnungswesen sowie Controlling präsentiert die neuesten Analyse- und Reportinglösungen sowie moderne Konzepte für eine integrierte und vorausschauende Finanzplanung.

21.05. | FRANKFURT | COMMUNITY NUTZUNG VON CLOUD-SERVICES

Erfahren Sie alles Wissenswerte über das wichtige Thema der Community-Nutzung von Cloud-Services und wie Sie ihn für Ihre Bank optimal einsetzen können.Experten erklären in drei Vorträgen den Nutzen, den Aufbau und den Betrieb einer SAP Community Cloud. Bei einer folgenden Podiumsdiskussion bietet sich den Zuhörern n die Gelegenheit, Fachexperten...