

DIE DIGITALE BANK

Herausgeber: Prof. Dr. Dr. Oskar Betsch, Prof. Dr. Jörg-E. Cramer,
Dr. Peter Hanker, Dr. Ewald Judt, Prof. Dr. Klaus Juncker,
Carsten Maschmeyer, Klaus-Friedrich Otto, Ben Tellings,
Thomas Ullrich, Dr. Herbert Walter, Alexander Wüerst

LEITARTIKEL

Erfolgsmodell Hybride
Von Swantje Benkelberg

2

BLICKPUNKTE

Privatkundengeschäft: Bremsspuren bei den Spardas werden kleiner

4

Prämiensparverträge: Maximalforderungen scheitern vor dem BGH

5

Geschäftsstelle: Jugend in der Filiale

6

Geldautomatensprengungen: Politik hofft auf Abschreckung

7

Firmenkundengeschäft: Nachhaltigkeitskredite – die Kleinen nicht vergessen

8

AUS DER FINANZWERBUNG

Etats und Kampagnen

10

Werbebarometer

11

Aus der Marken- und Werbeforschung

13

Operative Marketingmaßnahmen nach Bankprodukten

13

PRIVATKUNDENGESCHÄFT

„Das kostenlose Girokonto ist wiedergekommen, um zu bleiben“

Interview mit Manfred Stang,
Sparda-Bank Südwest eG

14

„Mit Dialog-Inseln möchten wir Service- und Beratungsangebote erweitern“

Interview mit Oliver Klink, Taunus Sparkasse

19

ORGANISATION

Standardisierung im Bargeldkreislauf – Logistikbranche als Vorbild

Wolfgang Kneilmann, Giesecke+Devrient GmbH

23

PERSONALMANAGEMENT

Interim Management in Banken – kein Allheilmittel, aber oft eine Hilfe

Joachim Goldbeck,

Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG

26

Interim Management – von Banken noch unterschätzt

Joachim Rupp, Ludwig Heuse GmbH

29

Sicherheit und Effizienz beim mobilen Arbeiten – Wege aus dem Dilemma

Markus Adolph, EBF-EDV-Beratung Föllmer GmbH

30

NOTIERT

Daten und Fakten zum Privatkundengeschäft

3

Die Zahl

4

Indikator zum Sparklima

5

Der Ypos-Inflationscheck

7

Rechtsfragen: BGH – Klimaneutralität in Werbung muss definiert werden

9

Marktforschung: Digitales Angebot – Banken besser als ihr Ruf

22

Vertriebspolitik: Neobanken führend bei der digitalen Girokonto-Neukundengewinnung

28

Personalien

32

Fintech-News

34

Bankassurance + Allfinanz: Digitaler Versicherungsvertrieb im Aufwind

37

Versicherungen: Differenzierung durch (digitalen) Service

38

Bankmanagement-Glossar: Ambidextrie

39

Impressum + Fotonachweise für diese Ausgabe

40