

KURZ INFORMIERT**Marketing-Mix Ratenkredite**

Die Studie „Marketing-Mix-Analyse Ratenkredit 2014“ von Research Tools gibt auf 465 Seiten Einblick in das Marketingverhalten von zehn Banken: Creditplus, Deutsche Bank, Ing-Diba, Norisbank, Oyak-Anker, Postbank, PSD-Bank, Sparkassen, Targo- und Teambank. Analysiert wurden die vier sogenannten „Marketing-Ps“, das heißt Product, Price, Place, Promotion, im Ratenkreditmarkt. Die untersuchten Banken agieren mit großen Strategieunterschieden, besonders in den Marketingteilbereichen Konditionen und Kommunikation. Die Kommunikation von Alleinstellungsmerkmalen dient zur Wiedererkennung durch den Kunden und zur Abhebung von der Konkurrenz. Die Sparkassen verwenden in den Medien die gewählten produktspezifischen Leistungs- und Serviceattribute am durchgängigsten. Bei einer Großzahl der Banken tauchen vor allem in den Suchmaschinenanzeigen oder in den sozialen Medien die eingeführten Vorteilsargumente nicht auf. Exklusiv genutzte USP-Argumente (Unique Selling Proposition, ein Leistungsmerkmal) verwendet nur die Postbank. Für relevante Werbung wurden innerhalb eines Jahres von den zehn Banken 78 Millionen Euro aufgewendet, rund 20 Prozent mehr als im Vorjahr. Dabei decken vier Banken über Dreiviertel dieses Aufwandes ab. Die Banken investieren 60 Prozent der Ausgaben in Fernsehwerbung. Diese Ergebnisse teilte die Marktforschungsberatungsgesellschaft mit. ► www.research-tools.net

Wünsche junger Autokäufer

Autos verlieren für jüngere Leute an Bedeutung, beklagt die Automobilbranche. Eine Lösung dieses Problems könnte in deutlich flexibleren und „adaptiveren“ Angeboten innovativer Finanzierungs- und Leasing-Verträge liegen. Zu diesem Resümee kommt die Puls Marktforschung GmbH, Nürnberg, die dazu eine Studie bei 1000 Neu- und Gebrauchtwagenkäufern in Deutschland durchgeführt hat. Demnach wünschen sich vor allem jüngere Käufer von Neu- oder Gebrauchtwagen flexible Laufzeiten und Sonderkündigungsrechte bei Finanzierungs- und Leasing-Verträgen. Die Studie der Nürnberger zeigt, dass über alle Altersgruppen hinweg, besonders aber bei jüngeren ein ausgeprägter Wunsch nach flexiblen Finanzierungs- und Leasing-Verträgen besteht, die adaptiv an Veränderungen der Lebensumstände angepasst werden können. So wollen 41 Prozent der Autokäufer flexible Laufzeiten der Verträge, unter Jüngeren (bis 30 Jahre) wünschen sich dies sogar 52 Prozent. Weiteren 58 Prozent ist ein Sonderkündigungsrecht ihres Finanzierungs- und Leasing-Vertrags (sehr) wichtig, unter jüngeren Befragten beträgt dieser Anteil sogar stattliche 65 Prozent. „Durch innovative Finanzierungs- und Leasing-Angebote kann es gelingen, junge Kunden frühzeitig für bestimmte Marken oder Händler zu gewinnen und dann zu loyalisieren“, meint Puls-Geschäftsführer Dr. Konrad Weißner. ► www.puls-marktforschung.de

Privatinsolvenzen

Im ersten Quartal 2014 meldeten 29 165 Bundesbürger eine Privatinsolvenz an. Das sind 12,5 Prozent weniger als im Referenzzeitraum des Vorjahres. Zu diesem Ergebnis kommt das „Schuldenbarometer 1. Quartal 2014“ der Wirtschaftsauskunftei Bürgel. „Zwar bewerten wir diese Entwicklung positiv, da aber der Gesetzgeber beim reformierten Privatinsolvenzverfahren ab 1. Juli 2014 eine Verkürzung der Restschuldbefreiung vorsieht, wird es ab Mitte des laufenden Jahres zu einer Steigerung bei den Anträgen kommen,“ so Bürgel-Geschäftsführer Dr. Norbert Sellin. „Viele Betroffene zögern aktuell das Verfahren hinaus.“ Die Restschuldbefreiung in drei Jahren erhalten nur Personen, die in diesem Zeitraum 35 Prozent der zur Insolvenztabelle festgestellten Schulden sowie die Gerichtskosten aufbringen können. Für das Gesamtjahr 2014 geht die Auskunftei von 120 000 bis 123 000 Privatinsolvenzen aus. Das Vorjahresniveau lag bei 121 784 Fällen. Über alle Altersgruppen hinweg liegt die Durchschnittsschuldenshöhe der Betroffenen bei 35 000 Euro. Die kompletten Ergebnisse der Studie finden sich online unter: ► <http://www.buergel.de/de/presse/studien-analysen/schuldenbarometer-1-quartal-2014>

Veranstaltungen

Das neue Geldwäschegesetz: Die international verschärften Anforderungen an das Meldewesen und die erhöhten Sanktionen zwingen auch bisher weniger im Fokus stehende Unternehmen aus Industrie und Handel, sich gegen Anschuldigungen wegen Verstoßes gegen Geldwäschebestimmungen zu schützen. Die Anforderungen zur Verhinderung von Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und Proliferation steigen ständig. Ausführliche Informationen hierzu bietet das Seminar zum neuen Geldwäschegesetz am 4. September 2014 in Oberursel oder am 23. Oktober 2014 in München. Mehr unter: ► <http://www.deutsche-kongress.de>

Das Zentrum für Weiterbildung und Wissenstransfer an der Universität Augsburg bietet eine Reihe von Weiterbildungsmöglichkeiten für die Finanzwirtschaft an:

Kursangebote:	Beginn:	Inhalte unter:
IFRS Update	8.10.2014	www.zww.uni-augsburg.de/ias
Compliance Officer (Univ.)	10.10.2014	www.zww.uni-augsburg.de/compliance
Risk- und Compliance Officer (Univ.)	10.10.2014	www.zww.uni-augsburg.de/rco
RiskManager (Univ.)	23.10.2014	www.zww.uni-augsburg.de/risk
Finanz-Manager (Univ.)	25.10.2014	www.zww.uni-augsburg.de/fm
IAS/IFRS Accountant (Univ.)	6.11.2014	www.zww.uni-augsburg.de/ias