



Zinsen als Werbungskosten

Einige Bankkunden nutzen eine Kapitallebensversicherung dazu, Darlehen zurückzuzahlen, die sie zum Erwerb von Mietgrundstücken aufgenommen haben. In diesem Fall können die Zinsen für ein weiteres Darlehen, mit dem die Versicherungsbeiträge finanziert werden, als Werbungskosten bei den Einkünften aus Vermietung und Verpachtung abgezogen werden, urteilte der Bundesfinanzhof am 25. Februar 2009 – (IX R 62/07).

hud

Rente: Wechselkurs schwankt? Neuberechnung!

Wer Rente in ausländischer Währung bezieht, muss mit Wechselkursschwankungen rechnen. Die Frage, ob diese zu einer Veränderung des Jahresbetrags der Rente führen, mit der folglich der steuerfreie Teil der Rente neu berechnet wird, hat das Bundesministerium der Finanzen nach der Verfügung des Bayerischen Landesamts für Steuern vom 4. Mai 2009 (S 2255.1.1-3/2 St 32/St 33) bejaht. Das Ministerium vertritt folgende Auffassung: „Ergibt sich aufgrund von Änderungen eines Wechselkurses ein höherer oder niedrigerer Rentenbruttobetrag in Euro,

obgleich sich die Höhe der Rente in der ursprünglichen Währung nicht geändert hat, hat dies bei der Besteuerung der Rente zur Folge, dass der steuerfreie Teil der Rente unter Berücksichtigung des maßgebenden Besteuerungsanteils neu berechnet wird (§ 22 Nr. 1 Satz 3 Buchst. a Doppelbuchst. aa Satz 6 EStG). Eine Rentenanpassung im Sinne des § 22 Nr. 1 Satz 3 Buchst. a Doppelbuchst. aa Satz 7 EStG, die nicht zu einer Neuberechnung des steuerfreien Teils der Rente führt und somit zu 100 % der Besteuerung unterliegt, wird darin nicht gesehen [...]“ hud

Widerrufsfrist wirksam verlängert

Nach dem Besuch eines Vermittlers beteiligte sich der Kunde im Jahr 2000 mit Hilfe eines Bankkredits an einem geschlossenen Immobilienfonds. Der Darlehensvertrag enthält eine vom Kunden unterschriebene Belehrung über das Widerrufsrecht. Darin heißt es, die einwöchige Widerrufsfrist beginne „frühestens, wenn Ihnen diese Belehrung über Ihr Widerrufsrecht ausgehändigt worden ist, jedoch nicht bevor Sie die von uns gegengezeichnete Ausfertigung des Darlehensvertrages erhalten haben“.

Da nach dem Haustürgeschäfte-Widerrufsgesetz (HWiG) die Widerrufsfrist immer schon mit der Aushändigung der Belehrung beginnt, bedeutet die Formulierung im Darlehensvertrag eine Verlängerung der Frist. Das macht jedoch, weil die Verlängerung für den Kunden günstig ist, die Belehrung nicht unwirksam. Auch die gesondert unterschriebene Bestätigung des Kunden, die Belehrung empfangen zu haben, führt nicht zu deren Ungültigkeit, entschied der Bundesgerichtshof am 13. Januar 2009 (Az. XI ZR 47/08). ar

Gutschriften in der Krise

Auf seinem Betriebsmittelkonto war einem Kunden ein nicht ausgeschöpfter Kredit über 100.000 Euro eingeräumt. In den 3 Monaten vor Insolvenzantrag verringerte sich der Sollsaldo durch 2 Gutschriften um rund 45.000 Euro. Belastungen gab es in dieser Zeit nicht. Kurz nach dem Insolvenzantrag kündigte die Bank den Kredit fristlos. Der Insolvenzverwalter verlangte nun von der

Bank die Herausgabe der beiden Gutschriften – zu Recht, urteilte der Bundesgerichtshof am 7. Mai 2009 (Az. IX ZR 140/08). Es handelt sich um inkongruente Deckungen, da der Kredit noch nicht fällig war und den Gutschriften keine Belastungen gegenüberstanden. Die Kredittilgung durch Verrechnung ist also anfechtbar, wenn der Kunde bereits zahlungsunfähig war. ar



AUTOREN: Dr. Claudius Arnold (ar), Fachanwalt für Bank- und Kapitalmarktrecht, Stuttgart, informiert über bankrechtliche Urteile. Hans-Ulrich Dietz (hud), Lehrbeauftragter an der Frankfurt School of Finance & Management, berichtet über Steuerurteile.

So platzieren Sie Werbebotschaften effektiv in Ihrer Zielgruppe und schonen dabei Ihr Werbebudget



WWW.GABLER.DE



Schwarzbauer, Florian

Modernes Marketing für das Bankgeschäft

Mit Kreativität und kleinem Budget zu mehr Verkaufserfolg

2009. 160 S. Geb.

EUR 34,90

ISBN 978-3-8349-1654-9

Unter den Schlagworten Web 2.0, Social Communities, Affiliate Marketing oder Podcasting entstanden Jahren neue Instrumente für ein kreatives Marketing. Sie sollen dazu beitragen, die nachlassende Werbewirkung traditioneller Medien zu kompensieren. Den im Finanzdienstleistungssektor vielfach noch zu beobachtenden Vorbehalten stellt Florian Schwarzbauer mit seinem Buch eine aufmunternde „Yes, we can“-Position gegenüber. Praxisnah zeigt er Einsatzmöglichkeiten moderner Marketinginstrumente, wie Viral Marketing, Buzz Marketing, Ambush Marketing oder Guerilla Marketing.

Der Inhalt

- Grundlagen zum Bankmarketing
- Strategische Herausforderungen für das Marketing in Banken
- Konsequenzen für die Positionierung einer Bank
- Gestaltungsmöglichkeiten alternativer Marketinginstrumente
- Chancenpotenziale alternativer Marketinginstrumente
- Ausgewählte Beispiele für den Einsatz alternativer Marketinginstrumente in Genossenschaftsbanken
- Handlungsempfehlungen für den Einsatz alternativer Marketinginstrumente

Der Autor

Florian Schwarzbauer ist Dipl. Betriebswirt (FH) und arbeitet in der Abteilung „Vertrieb & Marketing“ einer mittelgroßen Genossenschaftsbank. Im Rahmen seines Studiums beschäftigte er sich schwerpunktmäßig mit dem Marketing in Genossenschaftsbanken. Ein besonderes Steckepferd des Autors sind innovative und unkonventionelle Marketinginstrumente.

Einfach bestellen:
kerstin.kuchta@gvv-fachverlage.de Telefon +49(0)611. 7878-626

KOMPETENZ IN SACHEN WIRTSCHAFT

