

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	11
Teil 1: Grundlagen der bankbetrieblichen Preispolitik	
1. Abschnitt: Erfahrungsobjekt und Erkenntnisobjekt der bankbetrieblichen Preispolitik	23
1.1. Terminologische Grundlagen	23
1.1.1. Zum bankbetrieblichen Preisbegriff	23
1.1.2. Charakteristik des Bankproduktes	25
1.1.3. Preise für Bankprodukte	31
1.1.4. Bankbetriebliche Preispolitik und Pricing	37
1.1.5. Verbindung zur Preistheorie	44
1.2. Wissenschaftstheoretische Fragestellungen der bankbetrieblichen Preispolitik	46
1.2.1. Das Erfahrungsobjekt der bankbetrieblichen Preispolitik	47
1.2.2. Das Erkenntnisobjekt und Erkenntnisziel der bankbetrieblichen Preispolitik	49
1.3. Bestimmungsfaktoren des preisautonomen Entscheidungsraumes	54
2. Abschnitt: Nachfragebasierte Bestimmungsfaktoren der bankbetrieblichen Preispolitik	59
2.1. Bestimmungsfaktoren des Nachfrageverhaltens	59
2.2. Die Preiswahrnehmung als nachfrageseitiger Bestimmungsfaktor	67
2.3. Die Preisbeurteilung als nachfrageseitiger Bestimmungsfaktor	71
2.4. Die Preiselastizität der Nachfrage als Bestimmungsfaktor des Verhaltens	75
2.5. Bedeutung für die bankbetriebliche Preispolitik	79

3. Abschnitt: Konkurrenzbasierte Bestimmungsfaktoren der bankbetrieblichen Preispolitik	81
3.1. Einführende Bemerkungen	81
3.2. Der Einfluss der Marktform	83
3.3. Marktstruktur	85
3.4. Markteffizienz	106
3.5. Marktdynamik	111
3.6. Regulatorische Rahmenbedingungen	112

Teil 2: Entscheidungen der bankbetrieblichen Preisplanung

4. Abschnitt: Die Kosten als Einflussgrößen der bankbetrieblichen Preispolitik	119
4.1. Der Zusammenhang zwischen Preisen und Kosten	120
4.2. Die preispolitische Bedeutung der bankbetrieblichen Produktionsfunktion	126
4.3. Die Bedeutung der Kostendynamik für die bankbetriebliche Preispolitik	129
4.4. Bedeutung der Kosten für die Preispolitik	141
5. Abschnitt: Bankbetriebliche Preispolitik und Wettbewerbsstrategie	143
5.1. Die Wettbewerbsstrategie der Bank	143
5.2. Preispolitik als Element der Wettbewerbsstrategie	148
5.3. Alternative bankbetriebliche Wettbewerbsstrategien	150
5.4. Pricing im Produktlebenszyklus	160
5.5. Preispolitik im Marketing-Mix	162
6. Abschnitt: Entscheidungs- und Handlungsfelder der bankbetrieblichen Preispolitik	165
6.1. Pricing als bankbetrieblicher Entscheidungstatbestand	165
6.2. Das preispolitische Umweltsystem der Bank	170
6.3. Das preispolitische Zielsystem der Bank	171

6.3.1.	Preispolitische Bedeutung der Bankziele	172
6.3.2.	Anforderungen an preispolitische Zielsysteme	173
6.3.3.	Inhalt bankbetrieblicher Preisziele	176
6.4.	Die preispolitischen Handlungsoptionen der Bank	183
6.5.	Das preispolitische Wirkungsmodell	185
6.6.	Das preispolitische Präferenzensystem	186
7.	Abschnitt: Marktsegmentierung als Grundlage der bankbetrieblichen Preispolitik	191
7.1.	Einleitende Bemerkungen	191
7.2.	Zielgruppenorientierte Marktsegmentierung	195
7.3.	Alternative Segmentierungsmodelle	197
7.3.1.	Definition des Zielmarktes	198
7.3.2.	Definition der Segmentierungskriterien	200
7.4.	Wettbewerbsstrategische Funktion der Marktsegmentierung	211

Teil 3: Entscheidungen der bankbetrieblichen Preissetzung

8.	Abschnitt: Bankbetriebliche Preisstrategie	217
8.1.	Zum Begriff der bankbetrieblichen Preisstrategie	217
8.2.	Determinanten der preisstrategischen Grundausrichtung der Bank	222
8.3.	Markt-, kosten- und konkurrenzorientierte Preisstrategien	226
8.3.1.	Kostenorientierte Preissetzungsverfahren	227
8.3.2.	Marktorientierte Preissetzungsverfahren	231
8.3.3.	Konkurrenzorientierte Preissetzungsverfahren	233
8.4.	Alternative bankbetriebliche Preisstrategiekonzepte	234
8.4.1.	Aktive und reaktive Preisstrategien	234
8.4.2.	Normstrategien	235
8.4.3.	Produktorientierte Positionierungsstrategien	237
8.4.4.	Produktorientierte Preisdifferenzierungsstrategien	248
8.4.5.	Beziehungsorientierte Positionierungs- und Differenzierungsstrategien	252
8.4.6.	Normstrategien als Denkmodelle	256

9. Abschnitt: Bankbetriebliche Preismodelle	259
9.1. Begriff und Inhalt des bankbetrieblichen Preismodells	259
9.2. Typologie bankbetrieblicher Preismodelle	263
9.3. Das Volumen-Modell	264
9.4. Das Ticket-Fee-Modell	266
9.5. Das Flat-Fee-Modell	268
9.6. Das Zeit-Modell	270
9.7. Das Club-Modell	272
9.8. Das Bereitstellungskosten-Modell	274
9.9. Das Positionslisten-Modell	274
9.10. Das Performance-Modell	275
9.10.1. Modellvarianten	277
9.10.2. Begründung performancebasierter Preismodelle	281

Teil 4: Entscheidungen der bankbetrieblichen Preisdurchsetzung

10. Abschnitt: Preisdifferenzierung für Bankprodukte	287
10.1. Grundlagen	287
10.2. Differenzierungsentscheidungen über den Preiszähler	290
10.3. Nichtlineare Preisdifferenzierung für Bankprodukte	295
10.3.1. Rabattstrategie	296
10.3.2. Bonusstrategien	298
10.3.3. Zweiteilige Tarife	305
10.3.4. Blocktarife und Preispunkte-Strategien	306
10.3.5. Begründung der nichtlinearen Preisbildungsstrategien	306
10.4. Bündelung und Entbündelung von Produkten als preisennerbezogene Differenzierungsmaßnahmen	307

11. Abschnitt: Institutionelle und instrumentale Aspekte der bankbetrieblichen Preispolitik	315
11.1. Die Implementierung und Durchsetzung der Preispolitik in der Bank	315
11.2. Struktur und Organisation des bankbetrieblichen Preissetzungsprozesses	318
11.3. Preiscontrolling als Instrument der bankbetrieblichen Preispolitik	324
11.4. Kostenrechnung und Preispolitik	328
11.4.1. Bankkostenrechnung als preispolitisches Entscheidungsinstrument	328
11.4.2. Anforderungen an die Bankkostenrechnung aus preispolitischer Sicht	329
11.4.3. Eignung unterschiedlicher Verfahren der Bankkostenrechnung aus preispolitischer Sicht	335
11.5. Implementierungs- und Durchsetzungsvoraussetzungen	342
12. Abschnitt: Abschliessende Bemerkungen	347
Literaturverzeichnis	351
Index	375