

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	3
1.1 Problemaufriß und Zielsetzung der Arbeit	3
1.2 Standortbestimmung und Grundlagen	5
1.2.1 Banken im sich verändernden Marktumfeld	5
1.2.2 Marktteilnehmer und Strategien	7
1.2.3 Kriterien zur Bewertung der Strategien	14
2 Relationship-Ansatz zum Management von Kundenbeziehungen	18
2.1 Zur Werthaltigkeit von Kundenbeziehungen	18
2.2 Analyse der Kundenpräferenzen und Gestaltung der Kundenbeziehung	25
2.2.1 Theoretische Grundlagen der Interaktion zwischen Kunde und Bank	25
2.2.2 Modellierung von Kundenpräferenzen	33
2.2.2.1 Ziel der Modellableitung	33
2.2.2.2 Mikro-ökonomische Grundlagen der beteiligten Parteien	35
2.2.2.3 Beschreibung der Präferenzen	38
2.2.2.4 Ableitung der Nutzenfunktionen aus den Präferenzen ...	41
2.2.3 Modellanwendung	42
2.2.3.1 Definition und Diskussion der Einflußfaktoren	42
2.2.3.2 Aggregation der Faktoren und Vergleich der strategischen Konzepte	54
2.3 Praktische Anwendung eines Relationship-Management-Konzepts	65

3 Portfolio-orientierter Ansatz zur Steuerung des Bankgeschäfts	69
3.1 Vor- und Nachteile von Diversifizierungsstrategien	71
3.1.1 Problemfelder bei der Bewertung von Universalbankstrategien ..	71
3.1.2 Effiziente Risikoreduzierung durch Diversifikation des Geschäftsportfolios	73
3.2 Erhöhung des Shareholder Value durch Steuerung des Geschäftsportfolios	77
3.2.1 Portfolio-orientierte Unternehmensbewertung	78
3.2.2 Portfoliosteuerung durch shareholder-value-orientierte Konzepte	81
3.2.2.1 Markt- und kreditrisikobezogene Management- Informations-Systeme	84
3.2.2.2 Strategische Selektion von Geschäftsfeldern	99
4 Zusammenfassung und Ausblick	110
Anhang	114
Verzeichnis der Tabellen	117
Verzeichnis der Abbildungen	118
Abkürzungsverzeichnis	119
Literaturverzeichnis	120