

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort . . . . .	7
Autoren- und Mitarbeiterverzeichnis . . . . .	9
<b>Entwicklungsschritte beim Vertrieb von Finanzdienstleistungen</b>	
VON OSKAR BETSCH . . . . .	11

## **Erstes Kapitel**

### **Stationärer Vertrieb von Finanzdienstleistungen**

<b>I. Die Geschäftsstelle als Hauptabsatzweg von Kreditinstituten</b>	
VON WALTHER ZÜGEL . . . . .	31
<b>II. Neue Bankstellentypen in der Schweiz am Beispiel der Schweizerischen Kreditanstalt (SKA)</b>	
VON KURT WIDMER . . . . .	45
<b>III. Zum Konzept von Zielgruppenbankstellen im Privatkundengeschäft</b>	
VON MICHAEL SCHMUTTERER . . . . .	51
<b>IV. Vertriebspolitik im internationalen Bankgeschäft</b>	
VON HANS HÖVELER . . . . .	63

## **Zweites Kapitel**

### **Außendienste für Finanzdienstleistungen**

<b>I. Finanzaußendienst – Entwicklungen und Erfahrungen am Beispiel Wüstenrot</b>	
VON WALTER SEUFERLE UND INA BASTAM . . . . .	73
<b>II. Bankenaußendienst – Möglichkeiten, Grenzen, Zukunftsperspektiven</b>	
VON WINFRIED DREWES UND REINHARD TIEFENTHAL . . . . .	83
<b>III. Der »reine« Versicherungsaußendienst – hat er noch Chancen?</b>	
VON HEINZ ADOLF GÖBBELS UND HARALD SCHULZ . . . . .	93
<b>IV. Vertrieb über unabhängige Vermittler – die Zukunft der Finanz-(Versicherungs-)makler</b>	
VON PETER GESSNER . . . . .	101

**Drittes Kapitel**  
**Direktvertrieb von Finanzdienstleistungen**

I. Erfolge und Probleme beim Direct Response Marketing von Finanzdienstleistungen  
von HEINRICH K. ALLES und RANDOLF VON ESTORFF . . . . . 113

II. Voraussetzungen und Möglichkeiten des Telefonvertriebs von Finanz-(und Bank-)Dienstleistungen  
von GOTTFRIED NEUMANN . . . . . 125

III. Selbstbedienung im Privatkundengeschäft  
von JOSEF TURIAUX . . . . . 137

IV. Electronic Banking als Vertriebsweg im Firmenkundengeschäft  
von GÜNTER BRAUN . . . . . 151

**Viertes Kapitel**  
**Besondere Vertriebswege**

I. Das Vertriebssystem der Postbank  
von CHRISTIAN SCHWARZ-SCHILLING . . . . . 165

II. Finanzservice direkt beim Auto-Händler  
von WALTER OCKENFELS . . . . . 187

III. Finanzdienstleistungen im Handel – von der Vermittlung zum Servicemarketing  
von GÜNTER SCHNEIDER . . . . . 199

Stichwortverzeichnis . . . . . 211