



dandelon.com

© 2006 AGI-Information Management Consultants  
May be used for personal purposes only or by  
libraries associated to dandelon.com network.

**Nina Kreyer**

**Integriertes Kunden-, Kanal-  
und Partnermanagement in  
der Finanzdienstleistungsbranche**

**Verlag Dr. Kovač**

**Hamburg  
2006**

**TOC**

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1	Zielsetzung .....	2
1.2	Aufbau der Arbeit .....	4
<b>2</b>	<b>Abgrenzung des Forschungsgegenstands</b> .....	<b>7</b>
2.1	Grundlagen des Investitionsmanagements.....	7
2.2	Finanzdienstleister und -leistungen .....	17
<b>3</b>	<b>Rahmenbedingungen und Trends in der Finanzdienstleistungsbranche</b> .....	<b>25</b>
3.1	Wandel der Finanzdienstleistungsbranche.....	25
3.1.1	Zunehmende Rivalität und neue Konkurrenten .....	30
3.1.2	Veränderte Kundenbedürfnisse.....	33
3.1.3	Technologischer Fortschritt.....	38
3.2	Trends in der Finanzdienstleistungsbranche .....	40
3.2.1	Kundenorientierung .....	42
3.2.2	Technologisch forcierte Veränderungen des Vertriebs ..	46
3.2.3	Leistungserstellung in Netzwerken .....	48
<b>4</b>	<b>Customer Relationship Management</b> .....	<b>53</b>
4.1	Grundlagen kundenorientierter Strategien.....	54
4.1.1	Zum Begriff des Customer Relationship Management....	54
4.1.2	Der Customer Lifetime Value als zentrales Element des CRM .....	57
4.2	Investitionen zur Akquise von Neukunden „vs.“ Bestandskundenbetreuung .....	67
4.2.1	Stand der Forschung .....	69
4.2.2	Grundmodell.....	73
4.2.3	Erweiterungen des Grundmodells .....	83
4.2.4	Reflektion der Modellergebnisse .....	91

4.3	CLV-Optimierung auf Basis von Einzelverträgen .....	94
4.3.1	Grundlagen der Modellierung .....	96
4.3.2	Zusammenfassung und Reflektion der Modellergebnisse .....	107
4.4	Zukünftige Herausforderungen im CRM .....	110
<b>5</b>	<b>Multi-Channel Management .....</b>	<b>113</b>
5.1	Grundlagen des MC-Managements .....	116
5.2	Modell zur integrierten MC-Steuerung durch kanalspezifische Investitionen .....	122
5.2.1	Grundmodell für unabhängige Kanäle .....	123
5.2.2	Erweiterungen des Grundmodells .....	130
5.3	Zukünftige Herausforderungen im MC-Management .....	148
<b>6</b>	<b>Integrierte Sourcing-Strategien .....</b>	<b>153</b>
6.1	Überblick über Sourcing-Alternativen .....	155
6.1.1	Anwendungsentwicklung an alternativen IT-Standorten .....	155
6.1.2	Outsourcing des IT-Betriebs .....	158
6.2	Entwicklung eines integrierten IT-Sourcing-Modells .....	161
6.2.1	Analyse der Standortalternativen zur Anwendungsentwicklung .....	162
6.2.2	Outsourcing i.e.S. als zusätzliche Alternative beim IT-Betrieb .....	172
6.3	Interpretation der Modellergebnisse .....	177
6.4	Kritische Reflektion der Modellergebnisse .....	180
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung &amp; Ausblick .....</b>	<b>183</b>
	Abkürzungsverzeichnis .....	IX
	Abbildungsverzeichnis .....	XI
	Tabellenverzeichnis .....	XIII
	Literaturverzeichnis .....	XIV