

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
Symbol- und Abkürzungsverzeichnis	9
Abbildungsverzeichnis	13
Verzeichnis der Anlagen im Anhang	15
1. Einleitende Worte und Aufbau der Arbeit	17
2. Theoretische Grundlagen des Vertrauenskonstruktes	22
2.1. Definition und Typologie des Vertrauens	22
2.2. Entstehung von Vertrauen – der Vertrauensmechanismus	29
2.3. Arten des Vertrauens	36
3. Zur Bedeutung des Vertrauens in der Ökonomie, insbesondere im Kreditgewerbe	43
3.1. Vertrauen in der theoretischen Ökonomie	43
3.1.1. Einordnung des Vertrauens in die Ökonomie, insbesondere in die Betriebswirtschaftslehre	43
3.1.2. Vertrauen und das Modell des Homo oeconomicus	45
3.2. Vertrauen im Kreditgewerbe	50
3.2.1. Vorbemerkungen	50
3.2.2. Branchenspezifische Besonderheiten des Kreditgewerbes	53
3.2.2.1. Die Wesensmerkmale der Bankleistung	53
3.2.2.2. Die Wesensmerkmale der Bankgläubiger	56
	7

3.2.3.	Systemvertrauen	60
3.2.3.1.	Das Systemvertrauen als Geschäftsgrundlage des Finanzsystems	60
3.2.3.2.	„Geld als geprägtes Vertrauen“	65
3.2.4.	Vertrauen in der Kunde-Bank-Beziehung	70
3.2.4.1.	Die Bankberatung – Vertrauensprodukt und Ursprung des Kundenvertrauens	70
3.2.4.2.	Das Kreditgeschäft als Prinzipal-Agent-Verhältnis	73
3.2.5.	Nutzenpotenziale von Vertrauen im Kreditgewerbe	79
3.2.6.	Vertrauenstreiber im Kreditgewerbe	83
3.2.6.1.	Ausgewählte Treiber des Systemvertrauens	83
3.2.6.2.	Ausgewählte Treiber des personalen Vertrauens	88
3.2.6.3.	Ausgewählte übergreifende Vertrauensstreiber im Kreditgewerbe	92
4.	Fazit	98
4.1.	Zusammenfassung	98
4.2.	Kritische Würdigung	100
	Anhang	103
	Literaturverzeichnis	131