

Inhalt

Vorwort	5
---------	---

Teil 1

Typologie der Direktbanken

Typologie der Direktbanken	13
<i>Uwe Swoboda</i>	

Teil 2

Umfeldsituation

Quantensprung in der deutschen Kreditwirtschaft	43
<i>Uwe Swoboda</i>	
Die finanziellen und IT-Bedürfnisse der Privatkundschaft	53
<i>Uwe Swoboda</i>	
Die Entwicklung der Direktversicherungen in Deutschland	69
<i>Knut Kühlmann</i>	
Die historische Entwicklung der Direktbanken und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten	81
<i>Uwe Swoboda</i>	
Hat das Direct Banking in Deutschland eine Zukunft?	91
<i>Jürgen Singer</i>	

Teil 3

Moderne Instrumente der Finanzmarktforschung

Einsatz von Data Warehouse und Data Mining zur Kundenanalyse und Kundenbewertung im Direktbanking _____	113
<i>Jan Wohlschiess</i>	

GfK Finanzmarktpanel zur Optimierung der Kundenverbindung _____	143
<i>Lenard J. W. Goedeke</i>	

Teil 4

Strategische Positionen von ausgewählten Direktbanken

Strategien der Direktbanken _____	169
<i>Uwe Swoboda</i>	

NetBank: die neue Unternehmensform im Banking _____	191
<i>Heinz Wings</i>	

Strategische Positionierung von Auto-Direktbanken _____	205
<i>Frank Stenner und Joachim Lorenz</i>	

Teil 5

Leistungsprogrammpolitik

Brand Status – Evaluation und Diagnose des Markenerfolgs einer Direktbank aus Verbrauchersicht _____	231
<i>Rüdiger Szallies</i>	

Vom Pionier zum Player unter den Direktbanken: Der Aufbau der Marke Volkswagen Bank direct _____	247
<i>Norbert M. Massfeller</i>	

Innovative Finanzprodukte zur Schaffung von Wettbewerbsvorteilen _____	267
<i>Ulf Geismar und Claudia Dillenberger</i>	

Teil 6

Preispolitik und Servicepolitik

Preisstrategien der modernen Direktbanken _____	289
<i>Thomas Schempf</i>	
Methoden zur Messung der Kundenzufriedenheit _____	307
<i>Anton Meyer und Robert Ertl</i>	

Teil 7

Distributionspolitik und Kommunikationspolitik

Bankdienstleistungen in der virtuellen Welt _____	339
<i>Thomas Holtrop</i>	
Der Online-Vertriebsweg und Wertpapiergeschäfte ohne Beratung _____	355
<i>Karl Matthäus Schmidt</i>	
Baufinanzierung und Ethisches Marketing – das Unternehmen Hypotheken-Discount _____	373
<i>Wolfgang J. Kuhn und Johannes W. Feuling</i>	
Wie Banken lernen: Unternehmenserfolg im „Spiel ohne Grenzen“ durch Wissensmanagement _____	391
<i>Wolfgang Habelt</i>	
Die Kommunikation als strategischer Erfolgsfaktor des Direktbank-Pioniers _____	415
<i>Bernhard Hafner</i>	
Aspekte der Kommunikationsstrategie einer Direktbank _____	431
<i>Jens-Peter Knoblauch</i>	
Die Autoren _____	447