

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort ..... V

Vorwort..... VII

Inhaltsverzeichnis ..... IX

Abbildungsverzeichnis..... XIII

Tabellenverzeichnis..... XIX

Abkürzungsverzeichnis ..... XXI

1. Einleitung..... 1

    1.1 Problemstellung..... 1

    1.2 Zielsetzung und Mehrwert der Arbeit ..... 4

    1.3 Abgrenzung der Arbeit ..... 8

    1.4 Terminologie der Arbeit ..... 8

    1.5 Aufbau der Arbeit ..... 11

2. Grundlagen..... 13

    2.1 Privatkundengeschäft von Banken ..... 13

        2.1.1 Anbieter: Definition und Übersicht der Bankenlandschaft ..... 13

        2.1.2 Nachfrager: Differenzierung der Hauptkundengruppen..... 17

        2.1.3 Bankleistungen: Passiv- und Dienstleistungsgeschäft der Banken ..... 18

        2.1.4 Kerntrends im Privatkundengeschäft von Banken..... 30

    2.2 Grundlagen des Preismanagements ..... 32

        2.2.1 Rolle und Funktion des Preises im Bankmanagement..... 33

        2.2.2 Definition des Preismanagements..... 33

        2.2.3 Einordnung des Preismanagements in Strategie und Marketing..... 34

    2.3 Theoretische Grundlagen ..... 36

    2.4 Kaufentscheidungsprozess und Bank-Kunden-Beziehung..... 38

        2.4.1 Einführung zum Kaufentscheidungsprozess ..... 39

        2.4.2 Theoretische Einzelbestandteile des Kaufverhaltens ..... 40

        2.4.3 Entscheidungstypologien ..... 45

        2.4.4 Bank-Kunden-Beziehung..... 47

    2.5 Fazit Grundlagen-Kapitel ..... 49

3. Forschungsinhalte, -konzeption und Methodik ..... 51

    3.1 Forschungsinhalte und -konzeption..... 51

        3.1.1 Detaillierung der Zielsetzung ..... 51

        3.1.2 Forschungsansatz und -konzeption ..... 52

            3.1.2.1 Forschungsansatz..... 52

3.1.2.2 Forschungskonzeption .....	54
3.1.3 Forschungsinhalte .....	55
<b>3.2 Methodik .....</b>	<b>57</b>
3.2.1 Güte der Forschung .....	57
3.2.2 Detaillierung der eingesetzten Methoden .....	59
<b>3.3 Datengrundlagen .....</b>	<b>87</b>
3.3.1 Untersuchungsgegenstand .....	87
3.3.2 Analyse der Bankenstruktur im Privatkundengeschäft als Ausgangspunkt .....	88
3.3.3 Qualitative Interviews .....	89
3.3.4 Auswertung der Preislisten .....	89
3.3.5 Schriftliche Befragung .....	92
<b>4. Ausgestaltung des Bankpreismanagements (Ergebnisteil 1) .....</b>	<b>98</b>
<b>4.1 Preisstrategie .....</b>	<b>98</b>
4.1.1 Definition, Abgrenzung und Eigenschaften von Preisstrategien .....	98
4.1.2 Kontext von Preisstrategien .....	101
4.1.3 Inhaltliche Ausgestaltung von Preisstrategien .....	108
4.1.4 Empirische Ergebnisse zu Preisstrategien und Preiswettbewerb .....	115
4.1.5 Zusammenfassung der Erkenntnisse zur Forschungsfrage 1 .....	120
<b>4.2 Ziele des Bankpreismanagements .....</b>	<b>121</b>
4.2.1 Definition der Ziele des Bankpreismanagements .....	121
4.2.2 Detaillierung des Kundenwerts und dessen preispolitische Beeinflussung .....	129
4.2.3 Fazit zur Forschungsfrage 2 .....	141
<b>4.3 Ansatzpunkte des Bankpreismanagements .....</b>	<b>142</b>
4.3.1 Übersicht der Konstrukte des Preisverhaltens .....	142
4.3.2 Grundsätzliche Wirkungsweise der Ansatzpunkte .....	143
4.3.3 Aktivierende Prozesse .....	144
4.3.4 Kognitive Prozesse des Preisverhaltens .....	149
4.3.5 Zusammenfassung der Erkenntnisse zu den Forschungsfragen 3a,b .....	176
<b>4.4 Gestaltungsmöglichkeiten des Bankpreismanagements .....</b>	<b>183</b>
4.4.1 Übersicht der Gestaltungsmöglichkeiten .....	183
4.4.2 Preissystem .....	184
4.4.3 Preishöhe .....	241
4.4.4 Preistransparenz (-maßnahmen) .....	273
4.4.5 Preislinienpolitik/Ausgleichspreisstellung .....	281
4.4.6 Zusammenfassung der Erkenntnisse zu den Forschungsfragen 4a,b,c .....	285
<b>4.5 Pricing-Prozess: Preismanagementprozess und -bestandteile .....</b>	<b>293</b>
4.5.1 Grundüberlegungen zum Preismanagementprozess .....	293
4.5.2 Erläuterungen des Preismanagementprozesses .....	294
4.5.3 Empirische Ergebnisse zum Pricing-Prozess .....	304

4.5.4 Zusammenfassung der Erkenntnisse zu den Forschungsfragen 5a,b.....	311
<b>5. Erfolgswirkung des Preismanagements (Ergebnisteil 2).....</b>	<b>314</b>
5.1 Konzeption, Operationalisierung und Validierung der Variablen.....	314
5.1.1 (Unabhängige) Gestaltungs-Variablen des Bankpreismanagements.....	315
5.1.2 Abhängige Variablen.....	326
5.1.3 Kontrollvariablen/preismanagementunabhängige Variablen.....	338
5.1.4 Prüfung der Diskriminanzvalidität mit Hilfe des Fornell-Larcker-Kriteriums .....	345
5.1.5 Zusammenfassung der Ergebnisse der Konzeption und Operationalisierung.....	346
5.2 Hypothesenbildung und Modellentwicklung .....	348
5.2.1 Hypothesenbildung und -begründung .....	348
5.2.2 Einfluss der Kontrollvariablen .....	353
5.2.3 Modellübersicht (Hypothesentests) .....	354
5.3 Empirische Ergebnisse zur Wirkung der Gestaltungs-Variablen .....	354
5.3.1 Erfolgsdimensionen und Einfluss der Finanzmarktkrise im Bankenmarkt .....	354
5.3.2 Modell 1: Provisionseinnahmen je Kunde .....	362
5.3.3 Modell 2: Passiveinlagen je Kunde.....	370
5.3.4 Modell 3a: Relative Entwicklung der Brutto-Neukundengewinnung (zu Vorjahren).....	376
5.3.5 Modell 4a: Relative Entwicklung der Brutto-Kundenabwanderung (zu Vorjahren).....	382
5.4 Ergebnisübersicht und -interpretation.....	386
5.4.1 Varianzaufklärung in den Modellen.....	386
5.4.2 Ergebnisübersicht der Modelle für die Hypothesentests.....	388
5.4.3 Ergebnisübersicht der zusätzlichen Analysemodelle (kein Hypothesenbezug).....	391
5.4.4 Ergebnisinterpretation .....	394
5.5 Ergebnisübersicht Hypothesentests .....	414
<b>6. Fazit und Implikationen .....</b>	<b>418</b>
6.1 Ergebniszusammenfassung.....	418
6.2 Bewertung der Forschungsleistung .....	421
6.3 Ableitungen für die Praxis .....	425
6.4 Einschränkungen der Arbeit .....	428
6.5 Ausblick .....	430
<b>Anhang .....</b>	<b>433</b>
<b>Anhang 1: Inhaltliche Vertiefungen.....</b>	<b>433</b>

<b>Anhang 2: Zusätzliche Analysemodelle.....</b>	<b>442</b>
<b>Anhang 3: Beispieldefinitionen des Preismanagements .....</b>	<b>451</b>
<b>Anhang 4: Identifikation/Argumentation der Wahl von Messmodellen .....</b>	<b>452</b>
<b>Anhang 5: Detailerläuterungen zur Auswertung der Preislisten .....</b>	<b>454</b>
<b>Anhang 6: Interviewleitfaden .....</b>	<b>456</b>
<b>Anhang 7: Schriftlicher Fragebogen .....</b>	<b>460</b>
<b>Anhang 8: Übersicht der Banken zur Ermittlung der Grundgesamtheit .....</b>	<b>467</b>
<b>Anhang 9: Statistischer Anhang .....</b>	<b>468</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>493</b>