

INHALTSVERZEICHNIS

I. EINLEITUNG	1
A. Problemstellung	1
B. Gang der Untersuchung	3
II. HAUPTTEIL	5
A. Allgemeine historische Betrachtung der Absatzfinanzierung	5
B. Absatzfinanzierung in der Automobilindustrie	16
1. Entwicklung der Automobilindustrie in der Bundesrepublik Deutschland	16
a) Wachstumsphase der 50er und 60er Jahre	16
b) Veränderung des Marktes und Ausblick auf Entwicklungen in naher Zukunft	21
c) Anpassung im Marketing aufgrund gegebener Marktveränderungen	33
2. Organisationsformen der Absatzfinanzierungsgesellschaften der Automobilindustrie	36
a) "Zentrale Bank"	36
b) "Bank mit Filialen"	39
c) "Joint Venture" bzw. "Kooperation mit einer Geschäftsbank"	41
3. Zielsetzungen der Absatzfinanzierungsgesellschaften der Automobilindustrie	44
a) Optimierung des Absatzes	44
aa) Verbesserung des Kundenservice	44
ab) Angebot interessanter Finanzprodukte	46
ac) Einsatz geeigneter Werbemethoden	51
ad) Händlerfinanzierung	53
b) Erzielen von Gewinnen	56
ba) Ausschöpfen günstiger Refinanzierungsmöglichkeiten	56
bb) Angebot spezieller Bankdienstleistungen	60

4. Auswirkungen der Absatzfinanzierung der Automobilindustrie auf das "traditionelle" Bankgeschäft	70
5. Bedeutung und Entwicklung einer Absatzfinanzierungsgesellschaft der Automobilindustrie am Beispiel der Fiat Kredit Bank GmbH	79
a) Stellenwert der Fiat Kredit Bank GmbH	79
b) Historische Betrachtung	80
c) Pläne für die Zukunft	82
C. Absatzfinanzierung im Einzelhandel	86
1. Entwicklung des Einzelhandels in der Bundesrepublik Deutschland	86
a) Historische Betrachtung	86
b) Neuere Entwicklung in den einzelnen Handelssektoren aufgrund gegebener Marktveränderungen	92
2. Organisationsformen der Absatzfinanzierung im Einzelhandel und die damit verbundenen Zielsetzungen	96
a) Kleinbetriebsform	96
aa) Betriebseigene Absatzfinanzierung	96
ab) Kooperation	98
b) Großbetriebsform	99
ba) Betriebseigene Absatzfinanzierung	99
bb) Kooperation	106
bc) Beteiligung an eigenständiger Bank und konzernelgane Bank	109
c) Zukünftige Formen und Ausblick	111
3. Auswirkungen der Absatzfinanzierung im Einzelhandel auf das "traditionelle" Bankgeschäft	114
4. Entwicklung und Bedeutung der Absatzfinanzierung des Einzelhandels am Beispiel der Kaufhof AG, Köln	117
a) Historische Betrachtung	117
b) Entwicklung in den letzten Jahren	122
c) Pläne für die Zukunft	123

III. SCHLUSSBETRACHTUNG	125
ANHANG	129
STUDIEN	145
LITERATURVERZEICHNIS	201
VERZEICHNIS DER GESPRÄCHE UND VORTRÄGE	214