

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
2	Bedeutung kundenzentrierter Beratung.....	5
2.1	Besonderheit von Bankprodukten in der Beratung	5
2.2	Der Filialvertrieb von Sparkassen	6
2.3	Rolle des Verkäufers als Intermediär	6
2.4	Überblick über Einflussfaktoren auf das Kaufverhalten	9
3	Grundlagen zum Verständnis kundenzentrierter Beratung.....	13
3.1	Kundenzentrierung.....	13
3.2	Kommunikation	15
3.2.1	Allgemein	15
3.2.2	Kooperation	19
3.2.3	Qualität	23
3.2.3.1	Merkmale in der Bankberatung	23
3.2.3.2	Kommunikationsinhalt	26
3.2.3.3	Kommunikationsbeziehung.....	26
3.3	Grundzüge von Beratungsgesprächen	27
3.3.1	Einführung	27
3.3.2	Strukturierung von Verkaufsgesprächen.....	29
3.3.2.1	Das BAAAV-Prinzip im Überblick.....	31
3.3.2.2	Die Analysephase.....	33
3.4	Oberflächen- und Tiefenstruktur der Kommunikation.....	34
3.5	Gesprächsverhalten	35
3.5.1	Sprecherwechsel	35
3.5.2	Redeanteile	36
3.5.3	Zuhören und Hörverstehen	37
3.6	Gesprächstechniken	40
3.6.1	Überblick	40
3.6.2	Fragen	41
3.6.3	Paraphrase – Verbalisieren	45

4	Konzeption der empirischen Analyse.....	49
4.1	Einführung Empirie	49
4.2	Zielsetzung und Konzeption der Untersuchung	50
4.3	Gestaltung des Untersuchungsdesigns	52
4.4	Empirisches Vorgehen	53
4.5	Deskriptive Statistiken	55
4.6	Faktorenanalyse	58
4.7	Partial-Least-Square-Modell	62
4.7.1	Strukturmodell	62
4.7.2	Messmodelle	64
4.7.3	PLS-Ergebnisse	64
4.7.3.1	Rollenanforderung	64
4.7.3.2	Grundhaltung	66
4.7.3.3	Gesprächsverhalten	68
4.7.3.4	Gesprächstechnik	68
4.7.4	Modellevaluation	70
4.7.4.1	Messmodelle	70
4.7.4.2	Strukturmodell	72
5	Diskussion der Ergebnisse.....	75
5.1	Inhaltliche Interpretation.....	75
5.2	Methodische Kritik	79
5.3	Ausblick auf künftige Forschung	80
6	Praktische Implikationen	83
6.1	Rollenanforderungen und Auswahlverfahren	83
6.2	Weiterbildungen.....	84
6.3	Kundenzentrierung in der Steuerung	84
7	Erweiterter Ausblick.....	87
	Literaturverzeichnis	89
	Quellenverzeichnis.....	95

Anhang97

Anhang A: DSGVO-Privatkundensegmentierung^{alt} 97

Anhang B: DSGVO-Privatkundensegmentierung^{neu} 98

Anhang C: Kommunikationsmodell nach Geißner (1969)..... 98

Anhang D: Tabelle zur Oberflächenstruktur nach Bartsch und
Marquart (1999)..... 99

Anhang E: Tabelle zur Tiefenstruktur nach Bartsch und Marquart
(1999) 99

Anhang F: Fragebogen 100

Anhang G: Zielsystem..... 116

Anhang H: Faktorenanalyse 117