

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XVII
Symbolverzeichnis	XXI
Abbildungsverzeichnis	XXVII
Formelverzeichnis.....	XXIX
Tabellenverzeichnis	XXXI
A Einleitung	1
I Problemstellung und Motivation	1
II Zielsetzung der Arbeit	4
III Gang der Untersuchung	7
B Vertriebscontrolling in Genossenschaftsbanken – Grundlagen und Einordnung des Forschungsfeldes.....	11
I Terminologie.....	11
1 Genossenschaftsbanken	11
1.1 Ökonomische Einordnung	11
1.2 Legaldefinition	12
1.3 Einordnung in das deutsche Bankensystem	14
2 Vertriebscontrolling.....	18
2.1 Vertrieb	18
2.2 Controlling	21
2.3 Abgrenzung der Begriffe Vertriebscontrolling und Vertriebssteuerung	23
II Aufsichtsrechtliche Rahmenbedingungen	29
1 Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk)	29
2 Institutsvergütungsverordnung (InstitutsVergV).....	34
3 Gesetz über den Wertpapierhandel (WpHG).....	36

III Bankbetriebliche Grundlagen zum Vertriebscontrolling in Genossenschaftsbanken.....	38
1 Organisatorische Einordnung	38
2 Prozessuale Einordnung	41
3 Einbindung in die Entwicklung der Vertriebsstrategie	45
4 Technisch-kalkulatorische Unterstützungsleistungen im Rahmen einer mehrdimensionalen Kundensegmentierung	46
5 Operative Aufgaben des Vertriebscontrolling im Überblick.....	51
5.1 Potenzialorientierte Vertriebsplanung	51
5.2 Kundengeschäftskalkulation	54
5.3 Reporting	59
5.4 Kennzahlensystem	61
C Entwicklung eines kunden- und wertorientierten Kennzahlensystems für das Vertriebscontrolling in Genossenschaftsbanken....	66
I Konzeptionelle Grundlagen	66
1 Vorgehensweise zur Modellentwicklung	66
2 Anforderungskriterien zur Bewertung von Banksteuerungsmodellen.....	67
2.1 Kundenorientierung	67
2.2 Wertorientierung	69
2.2.1 Shareholder Value nach RAPPAPORT	69
2.2.2 Member Value nach THEURL	75
2.2.3 Stakeholder Value nach FREEMAN	78
2.3 Zieladäquate Steuerungswirkung für das Vertriebscontrolling.....	81
2.4 Betriebswirtschaftliche Operationalisierbarkeit	84
2.5 Zusammenfassende Darstellung der Bewertungskriterien	87
II Aktueller Forschungsstand zur Banksteuerung	90
1 Traditionelle Banksteuerung mit der Marktzinsmethode	90
1.1 Grundmodell	90
1.2 Barwertkonzept.....	93

1.3 Kalkulation von Bankgeschäften mit nicht-deterministischen Zins- und Kapitalverläufen.....	96
1.4 Limitationen im Barwertkalkül.....	98
1.5 Zwischenfazit zur Marktzinsmethode.....	101
2 Ausgewählte Modelle zur kunden- und wertorientierten Unternehmenssteuerung in Banken.....	105
2.1 Operationalisierungskonzepte im Shareholder Value-Umfeld.....	105
2.1.1 Economic Value Added nach STEWART.....	105
2.1.2 Cash Value Added nach LEWIS.....	108
2.1.3 Zwischenfazit zu den vorgestellten Residualgewinnverfahren.....	110
2.2 Customer Lifetime Value nach DWYER.....	115
2.2.1 Grundlagen des Customer Lifetime Value-Konzepts ...	115
2.2.2 Customer Lifetime Value-orientiertes Vertriebscontrolling in Banken.....	121
2.2.3 Kundenwertorientiertes Vertriebscontrolling nach WÜLLER.....	124
2.2.4 Zwischenfazit zum Customer Lifetime Value-Konzept.....	129
2.3 Balanced Scorecard nach KAPLAN/NORTON.....	133
III Fazit und Herleitung des Vertriebskennzahlensystems	139
1 Zusammenfassende Bewertung der vorgestellten Konzepte	139
2 Schlussfolgerungen und Ableitung der Modellsystematik.....	144
3 Implikationen für weiteren Forschungsbedarf.....	148
D Modellentwicklung zur Monetarisierung des Zusammenhangs zwischen Kundenzufriedenheit und Unternehmenswert.....	156
I Konzeptionelle Grundlagen und aktueller Forschungsstand ...	156
1 Vorgehensweise zur Modellentwicklung	156
2 Forschungsstand zum Einfluss der Kundenzufriedenheit auf den Unternehmenswert von Banken.....	157
2.1 Theoretische Grundlagen zur Erklärung von Kundenzufriedenheit.....	157

2.1.1 C/D-Paradigma	157
2.1.2 Erklärungsansätze zur Entstehung von Kundenzufriedenheit.....	159
2.1.3 Erklärungsansätze zu den Auswirkungen der Kundenzufriedenheit auf die Kundenbindung und den Unternehmenswert	164
2.2 Empirische Erkenntnisse zu den Wirkungszusammenhängen im Umfeld der Kundenzufriedenheit	168
2.2.1 Empirische Studien zum Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung	168
2.2.2 Empirische Studien zum Zusammenhang zwischen Kundenzufriedenheit und unternehmerischem Erfolg ..	174
2.2.3 Bankspezifische empirische Studien aus dem Wirkungsumfeld der Kundenzufriedenheit.....	184
2.3 Zusammenfassung und Darstellung im Wirkungsmodell der Kundenbindung.....	191
3 Grundlagen der Unternehmenswertermittlung für Banken	198
3.1 Auswahl des Bewertungsverfahrens	198
3.2 Ermittlung und Planung der bankspezifischen Free Cashflows auf Netto-Basis	203
3.3 Bankspezifischer Marktwert des Eigenkapitals im Flow to Equity-Ansatz der DCF-Methode.....	208
II Zusammenfassung der bisherigen Forschungsergebnisse als Grundlage zur Modellentwicklung	213
III Herleitung einer kunden- und wertorientierten Vertriebskennzahl.....	216
E Empirische Fallstudie zur Schätzung zukünftiger Deckungsbeiträge auf Basis von Veränderungen der Kundenzufriedenheit.....	224
I Untersuchungsdesign.....	224
1 Methodisches Vorgehen	224
2 Hypothesenbildung	225
2.1 Hypothesen zum Einfluss der Kundenzufriedenheit	225
2.2 Hypothesen zu soziodemografischen Einflussfaktoren	226

2.3 Hypothesen zu Einflussfaktoren der Kundenbeziehung	228
3 Operationalisierung des Untersuchungsmodells	230
3.1 Methodenauswahl und Herleitung der Modellspezifikation..	230
3.2 Datenerhebung und Datengrundlage.....	234
3.2.1 Dyadisches Untersuchungsdesign.....	234
3.2.2 Gestaltung und Durchführung der Umfrage zur Kundenzufriedenheit.....	235
3.2.3 Beschreibung des Datensatzes zum Kundenverhalten..	238
3.3 Zusammenfassende Darstellung des Untersuchungsmodells.....	240
II Ergebnisse der Untersuchung.....	241
1 Deskriptive Analysen	241
2 Korrelationsanalysen	245
3 Überprüfung der Modellprämissen.....	247
4 Ergebnisse der Hypothesentests	255
4.1 Hypothesentests zur Kundenzufriedenheit	255
4.2 Hypothesentests zu den soziodemografischen Einflussfaktoren	258
4.3 Hypothesentests zur Kundenbeziehung	260
5 Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse	261
III Limitationen der empirischen Untersuchung	263
F Schlussbetrachtung.....	266
I Zusammenfassung und kritische Würdigung	266
II Implikationen für weitere Forschung	270
Anhang.....	273
Literaturverzeichnis	291