

**Oliver Küll**

# Das Internet als Vertriebskanal für Bankdienstleistungen

Eine Studie zu Möglichkeiten und Grenzen unter  
besonderer Berücksichtigung zu erwartender  
Transaktionskosteneffekte

**Diplomarbeit**

## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Copyright © 1997 Diplom.de  
ISBN: 9783832407193

**Oliver Küll**

## **Das Internet als Vertriebskanal für Bankdienstleistungen**

**Eine Studie zu Möglichkeiten und Grenzen unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Transaktionskosteneffekte**



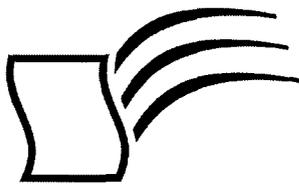
---

Oliver Küll

# **Das Internet als Vertriebskanal für Bankdienstleistungen**

*Eine Studie zu Möglichkeiten und Grenzen unter besonderer  
Berücksichtigung zu erwartender Transaktionskosteneffekte*

**Diplomarbeit  
an der Georg-August-Universität Göttingen  
Mai 1997 Abgabe**



***Diplomarbeiten Agentur***  
**Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey**  
**Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke**  
**und Guido Meyer GbR**

**Hermannstal 119 k**  
**22119 Hamburg**

**agentur@diplom.de**  
**www.diplom.de**

ID 719

Küll, Oliver: Das Internet als Vertriebskanal für Bankdienstleistungen: Eine Studie zu Möglichkeiten und Grenzen unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Transaktionskosteneffekte / Oliver Küll - Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 1998  
Zugl.: Göttingen, Universität, Diplom, 1997

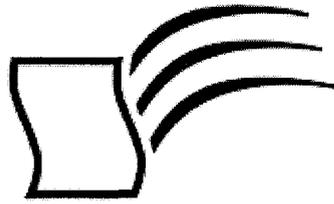
---

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachrucks, des Vortrags, der Entnahme von Abbildungen und Tabellen, der Funksendung, der Mikroverfilmung oder der Vervielfältigung auf anderen Wegen und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, vorbehalten. Eine Vervielfältigung dieses Werkes oder von Teilen dieses Werkes ist auch im Einzelfall nur in den Grenzen der gesetzlichen Bestimmungen des Urheberrechtsgesetzes der Bundesrepublik Deutschland in der jeweils geltenden Fassung zulässig. Sie ist grundsätzlich vergütungspflichtig. Zuwiderhandlungen unterliegen den Strafbestimmungen des Urheberrechtes.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, daß solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden, und die Diplomarbeiten Agentur, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey, Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke & Guido Meyer GbR  
Diplomarbeiten Agentur, <http://www.diplom.de>, Hamburg  
Printed in Germany



**Diplom.com**

## Wissensquellen gewinnbringend nutzen

**Qualität, Praxisrelevanz und Aktualität** zeichnen unsere Studien aus. Wir bieten Ihnen im Auftrag unserer Autorinnen und Autoren Wirtschaftsstudien und wissenschaftliche Abschlussarbeiten – Dissertationen, Diplomarbeiten, Masterarbeiten, Staatsexamensarbeiten und Studienarbeiten zum Kauf. Sie wurden an deutschen Universitäten, Fachhochschulen, Akademien oder vergleichbaren Institutionen der Europäischen Union geschrieben. Der Notendurchschnitt liegt bei 1,5.

**Wettbewerbsvorteile verschaffen** – Vergleichen Sie den Preis unserer Studien mit den Honoraren externer Berater. Um dieses Wissen selbst zusammenzutragen, müssten Sie viel Zeit und Geld aufbringen.

<http://www.diplom.de> bietet Ihnen unser vollständiges Lieferprogramm mit mehreren tausend Studien im Internet. Neben dem Online-Katalog und der Online-Suchmaschine für Ihre Recherche steht Ihnen auch eine Online-Bestellfunktion zur Verfügung. Inhaltliche Zusammenfassungen und Inhaltsverzeichnisse zu jeder Studie sind im Internet einsehbar.

**Individueller Service** – Gerne senden wir Ihnen auch unseren Papierkatalog zu. Bitte fordern Sie Ihr individuelles Exemplar bei uns an. Für Fragen, Anregungen und individuelle Anfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit.

### Ihr Team der *Diplomarbeiten Agentur*

#### **Diplomarbeiten Agentur**

Dipl. Kfm. Dipl. Hdl. Björn Bedey –  
Dipl. Wi.-Ing. Martin Haschke —  
und Guido Meyer GbR —————

Hermannstal 119 k —————  
22119 Hamburg —————

Fon: 040 / 655 99 20 —————  
Fax: 040 / 655 99 222 —————

agentur@diplom.com —————  
www.diplom.com —————

## Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	V
<b>1. Relevanz des Themas, Zielsetzung und Aufbau der Arbeit</b>	1
<b>2. Einige Basisüberlegungen zur Nutzung des Internet als elektronischer Vertriebskanal für Bankdienstleistungen</b>	3
2.1 Entstehung, Merkmale und Funktionsweise sowie aktuelle Weiterentwicklungen des Internet	3
2.2 Zentrale Bestimmungsgründe für die Etablierung eines neuen Vertriebskanals im Internet bei Kreditinstituten	8
2.2.1 Die Angebotsseite: Auftreten branchenfremder und international operierender Wettbewerber	8
2.2.2 Die Nachfrageseite: Wandel bankbezogener Erwartungen der Kunden	9
2.3 Wesentliche Implikationen der Transaktionskostentheorie für die Nutzung des Internet als bankbetrieblichen Vertriebskanal	10
2.3.1 Begriff und Bestimmungsfaktoren der Transaktionskosten	10
2.3.2 Einfluß der Informations- und Kommunikationstechnologie auf die Höhe der Transaktionskosten	13
<b>3. Möglichkeiten und Grenzen des Internet als Vertriebskanal für Bankdienstleistungen im Lichte ausgewählter marktpolitischer Handlungsparameter</b>	15
3.1 Möglichkeiten und Grenzen der Leistungspolitik	15
3.1.1 Leistungspolitik im Retailgeschäft	15
3.1.1.1 Aspekte des Leistungsumfangs	15
3.1.1.2 Aspekte der Schnelligkeit der Leistungsabwicklung	17
3.1.1.3 Aspekte der Kundenberatung bei der Leistungsabwicklung	18