

Frank Engelbert

Electronic Business Strategien im Bankensektor

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 Verlags. 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 © 2000 Diplom.de
ISBN: 9783832429270

Frank Engelbert

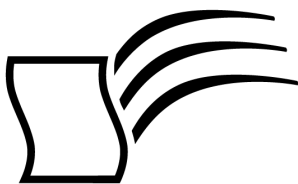
Electronic Business Strategien im Bankensektor

Frank Engelbert

Electronic Business

Strategien im Bankensektor

Diplomarbeit
an der Universität des Saarlandes
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften
Dezember 2000 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 2927

Engelbert, Frank: Electronic Business: Strategien im Bankensektor / Frank Engelbert -
Hamburg: Diplomarbeiten Agentur, 2000
Zugl.: Saarbrücken, Universität, Diplom, 2000

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Die dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Übersetzung, des Nachdrucks, 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 2000
Printed in Germany



Diplomarbeiten Agentur

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

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.de —
www.diplom.de —

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	IV
Abkürzungsverzeichnis	V
1 Einleitung.....	1
1.1 Electronic Business als Herausforderung für Banken	1
1.2 Ziel der Arbeit.....	2
1.3 Aufbau der Arbeit.....	2
2 Begriffliche Grundlagen	3
2.1 Electronic Business und Elektronische Märkte.....	3
2.2 Strategisches Bankmanagement und Electronic Business-Strategie	4
2.3 Bankbegriff und Regulierung.....	7
3 Umweltanalyse	10
3.1 Metatrends.....	11
3.1.1 Digitale Technologien und Internet als Hauptinnovationsfaktoren.....	11
3.1.2 Globalisierung und Deregulierung	12
3.1.3 Politisch-rechtliche Entwicklung.....	12
3.1.4 Soziodemographische Entwicklung	14
3.1.5 Kundenbezogene Entwicklungstendenzen	15
3.2 Strategische Basistrends im Finanzdienstleistungsmarkt.....	15
3.2.1 Restrukturierung der Vertriebswege.....	16
3.2.2 Verbriefung als Form der Disintermediation.....	17
3.2.3 Trend zum deal-based banking.....	18
3.3 Wettbewerbsintensivierung als Ursache und Wirkung strategischer Basistrends...	19

3.3.1 Bedrohung durch neue Wettbewerber	19
3.3.1.1 Banknahe Finanzinstitute (near banks).....	19
3.3.1.2 Nichtbanken am Bankenmarkt (non banks)	20
3.3.1.3 Direktbanken	23
3.3.1.4 Internet-Banken	23
3.3.2 Bedrohung durch Substitutionsprodukte	25
3.3.3 Steigende Verhandlungsmacht der Kunden	26
3.3.4 Rivalität unter Banken	27
3.3.5 Verhandlungsmacht der Lieferanten	27
3.4 Neue Geschäftsfelder als Chance für Banken im Electronic Business	28
3.4.1 Funktionserweiterungen im Online-Banking	28
3.4.2 Banken als Anbieter von elektronischen Zahlungssystemen	29
3.4.3 Banken als Anbieter von E-Services	30
3.4.4 Banken als Betreiber oder Bestandteil elektronischer Marktplätze.....	32
3.4.5 Banken als Anbieter von Informationsdienstleistungen und -produkten	33
3.4.6 Softwareentwicklung und -vertrieb	33
3.4.7 Banken als Anbieter von Sicherheits- und Zertifizierungsdienstleistungen.....	33
3.4.8 Schlussfolgerung	34
3.5 Risiken	35
3.6 Umweltbezogene Erfolgsfaktoren	36
3.6.1 Erfolgsfaktoren in der Phase der Markteinführung	37
3.6.2 Erfolgsfaktoren in der Phase der Erschließung des Massenmarktes	38
3.7 Strategisches Bankmanagement als Antwort.....	38
4 Strategische Optionen aus Bankensicht	40
4.1 Marktentwicklungsstrategien	40
4.1.1 Diversifikations- und Rückzugspostulat.....	43
4.1.1.1 Diversifikationspostulat.....	44
4.1.1.2 Rückzugspostulat.....	48
4.1.2 Gestaltung der Schnittstellen	48
4.1.2.1 Gestaltung der Schnittstelle zu anderen Unternehmen.....	49
4.1.2.1.1 Die Bank im strategischen Wertschöpfungsnetzwerk – die Vision als Ausgangspunkt	49
4.1.2.1.2 Das virtuelle Unternehmen als theoretische Grundlage	53
4.1.2.1.3 Akquisitionen und strategische Allianzen	54
4.1.2.1.4 Outsourcing und Insourcing als strategische Option	55
4.1.2.2 Gestaltung der Schnittstelle zum Kunden – strategische Aspekte im Customer Relationship Management (CRM).....	56
4.1.2.2.1 Identifikation von Kundenprozessen	57
4.1.2.2.2 Kundensegmentstrategie.....	59
4.1.2.2.3 Multikanalstrategie	60
4.1.2.2.3 Servicestrategie.....	62

4.2 Marktpositionierungsstrategien	62
4.2.1 Bedeutung des frühzeitigen Markteintritts	62
4.2.2 Marktbeseztung strategisch relevanter Märkte	63
4.2.3 Markenpolitik	64
4.2.4 Kostenführerschafts- und Differenzierungsstrategien im Kontext des sich entwickelnden Marktes	64
4.3 Das Geschäftsmodell als strategische Ebene einer Bankenarchitektur	65
4.3.1 Geschäftsmodelle im Internet-Banking	65
4.3.1.1 Elektronische Voll- oder Spezialbanken	65
4.3.1.2. Kontaktvermittler/Geschäftsvermittler	66
4.3.1.3 Finanzmanager	67
4.3.1.4 Finanzportal/Vertikales Portal	68
4.3.2 Bewertung der Modelle auf Grund von Plausibilitätskriterien	68
4.3.3 Generelle Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen im Internet-Banking	70
5 Bewertung aktueller Strategieworientierungen von Banken	71
5.1 Die Deutsche Bank als Universalbank deutscher Prägung	71
5.1.1 Beratungskompetenz verfügbar machen: moneyshef.com	72
5.1.2 Ausbau der globalen Platzierungskraft	74
5.1.3 Aktiver Einsatz der globalen Transaktionsplattform: db business direct	75
5.1.4 Transformation der Kapital- und Gütermärkte	77
5.1.5 Kooperationen, Diversifikation und Outsourcing/Insourcing	78
5.1.6 Bewertung der E-Transformationsstrategie der Deutschen Bank	81
5.2 Die NetBank als reine Internet-Bank	85
5.3 Gestaltung der Kundenschnittstelle in der Praxis	87
5.3.1 Identifikation von Kundenprozessen	87
5.3.2 Kundensegmentstrategie	87
5.3.3 Multikanalstrategie	88
5.3.4 Servicestrategie	90
5.4 Zusammenfassung und Ausblick	90
Literaturverzeichnis	VI

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Twister-Architektur	32
Abbildung 2: Erfolgsfaktoren in der Phase der Markteinführung.....	37
Abbildung 3: Erfolgsfaktoren in der Phase der Erschließung des Massenmarktes.....	38
Abbildung 4: Aufbau der Unternehmensanalyse.....	45
Abbildung 5: Nutzung der Kernkompetenzen Vertrauenswürdigkeit, Zahlungsverkehr und Kundeninformation.....	47
Abbildung 6: Der Kundenprozess	58
Abbildung 7: Kooperationsverbund	81
Abbildung 8: Einschätzung der E-Business-Strategien deutscher Universalbanken	84
Abbildung 9: Kundensegmente nach Rentabilität und Potenzial	88

Abkürzungsverzeichnis

AG	Aktiengesellschaft
ASP	Application Service Providing
BdB	Bundesverband der deutschen Banken
Bzw.	Beziehungsweise
CRM	Customer Relationship Management
d.h.	Das heißt
DAX	Deutscher Aktienindex
ECN	Electronic Communication Network
EBPP	Electronic Bill Presentment and Payment
Et al.	Et alii
ETB	European Transaction Bank
HBCI	Homebanking Computer Interface
IPO	Initial Public Offering
KMU	Klein und mittelständische Unternehmen
KWG	Kreditwesengesetz
MoSign	Mobile Signature
OFX	Open Financial Exchange
PSP	Process Service Providing
SET	Secure Electronic Transaction
SQL	Structured Query Language
SSL	Secure Socket Layer
u.a.	Unter anderem
UMTS	Universal Mobile Telecommunications System
Usw.	Und so weiter
Vgl.	Vergleiche
WAP	Wireless Application Protocol
z.B.	Zum Beispiel