

Christian M. Messerschmidt
Sven C. Berger/ Bernd Skiera

Web 2.0 im Retail Banking

Einsatzmöglichkeiten,
Praxisbeispiele und
empirische Nutzeranalyse



Inhalt

Vorwort.....	5
1 Einleitung.....	9
2 Evolution des Internets als Wegbereiter von Web 2.0.....	13
2.1 Web 2.0 - Definition und Abgrenzung.....	13
2.2 Technische Entwicklung in der Bedienung (Frontend).....	14
2.2.1 Dynamische Darstellungstechniken.....	14
2.2.2 Standardisierung von Schnittstellen und Formaten.....	16
2.2.3 Inhaltserstellung ohne Programmierung.....	17
2.3 Technische Entwicklung in der Verfügbarkeit (Infrastruktur).....	19
2.3.1 Einführung des Breitbandzugangs.....	19
2.3.2 Drahtlose Verfügbarkeit.....	21
2.3.3 Endgerätekonvergenz.....	23
2.4 Ökonomische Entwicklung.....	25
2.5 Soziale Entwicklung.....	28
2.5.1 Individualisierung und Anonymisierung.....	29
2.5.2 Räumliche Mobilität.....	29
2.5.3 Globalisierung.....	29
2.6 Fazit.....	30
3 Privatkundengeschäft von Banken.....	31
3.1 „Andersartigkeit“ - Was unterscheidet das Finanzprodukt von anderen Produkten?.....	31
3.1.1 Wesen von Finanzprodukten.....	31
3.1.2 Vertriebsstrukturen.....	32
3.1.3 Kundenbedarf.....	33
3.2 Kaufprozessphasen bei Finanzprodukten.....	33
3.2.1 Vorkaufphase.....	34
3.2.2 Kaufphase.....	35
3.2.3 Nachkaufphase.....	36
3.3 Rechtlicher Rahmen für Finanzprodukte im Web 2.0.....	37
3.3.1 Urheberrecht.....	37
3.3.2 Beratungshaftung.....	37
3.3.3 Vertragsrecht.....	38
3.4 Herausforderungen für Banken.....	38

4	Darstellung der Web-2.0-Anwendungen.....	39
4.1	Unterscheidung nach dem Dialoggrad.....	39
4.2	Kriterien zur Bewertung von Web-2.0-Anwendungen.....	40
4.3	Web-2.0-Anwendungen mit geringem Dialoggrad.....	41
4.3.1,	Podcasts.....	41
4.3.2	Widgets.....	54
4.4	Web-2.0-Anwendungen mit mittlerem Dialoggrad.....	65
4.4.1	Wikis.....	66
4.4.2	Bewertungsplattformen.....	74
4.4.3	Blogs.....	83
4.5	Web-2.0-Anwendungen mit hohem Dialoggrad.....	93
4.5.1	Interaktive Verkaufsberatung.....	93
4.5.2	Online-Communities.....	97
4.5.3	Peer-to-Peer-Lending.....	118
4.6	Strukturierung von Web-2.0-Anwendungen im Finanzdienstleistungsbereich.....	124
5	Empirische Analyse der aktuellen Nutzung und der Nutzungswünsche.....	129
5.1	Darstellung der Studie.....	129
5.2	Nutzung der Web-2.0-Anwendungen.....	131
5.3	Nutzung und Wichtigkeit je Kaufprozessphase.....	136
5.4	Wünsche der Weiterentwicklung seitens der Probanden.....	140
5.5	Profile der Nutzer.....	143
5.6	Fazit.....	146
6	Zusammenfassung.....	147
	Glossar.....	151
	Literaturverzeichnis.....	159
	Abbildungsverzeichnis.....	167
	Tabellenverzeichnis.....	171
	Das E-Finance Lab.....	173
	Die Autoren.....	175