

Bank- und Finanzmanagement

Marketing – Rechnungswesen – Finanzierung

Reflexionen aus der Praxis

Herausgegeben von
Dieter Boening und Heinz J. Hockmann

Mit Beiträgen von

Hermann Balzer · Dieter Boening · Bruno Dieckhöner ·
Karl-Heinz Franke · Heinz J. Hockmann · Friedrich-Michael Keine ·
Wolfgang Kehl · Rainer Link · Helmut Peick · Armin Riedesser ·
Bernd Rudolph · Armin F. Schwolgin · Dirk Stahlschmidt ·
Günter Weinrich · Gert Wünsche

Joachim Süchting zum 60. Geburtstag

IKF

Unterstützt durch den Verein zur Förderung des Instituts
für Kredit- und Finanzwirtschaft e. V. in der Gesellschaft
der Freunde der Ruhr-Universität Bochum e. V.

GABLER

Inhaltsübersicht

Erster Teil

Zum wissenschaftlichen Werk von Joachim Süchting

Bernd Rudolph..... 19

Zweiter Teil

Veränderungen in den Rahmenbedingungen der Kreditinstitute

Bruno Dieckhöner

Planung und Steuerung des EG-Solvabilitätskoeffizienten 27

Armin F. Schwolgin

Regulative Rahmenbedingungen und Finanzinnovationen in einem
Hochinflationsland - Das Beispiel Brasilien 45

Friedrich-Michael Keine

Überlegungen zur Reform der Einlagensicherung in Deutschland 81

Dritter Teil

Probleme der Steuerung dezentraler Einheiten in Kreditinstituten

Armin Riedesser

Zur Profitcenter-Bildung in Vertriebsorganisationen der
Finanzdienstleistungsbranche..... 107

Karl-Heinz Franke

Möglichkeiten und Grenzen der Marktinzinsmethode
aus Sicht der Praxis..... 143

Vierter Teil

Zentrale Aspekte des Bank- und Finanzmarketing

Dieter Boening

Zukunftsfragen des Vertriebs von Finanzdienstleistungen 157

Wolfgang Kehl

Die Berufsausbildung "Bankkaufmann/Bankkauffrau" im Wandel 175

<i>Rainer Link</i> Aktienmarketing und Investor Relations - Neue Begriffe im Rahmen der Eigenkapitalbeschaffung deutscher Publikumsgesellschaften	193
---	-----

Fünfter Teil

Verbindungslinien zwischen Unternehmensstrategie und -kultur

<i>Gert Wünsche</i> Corporate Identity als Teil einer umfassenden Unternehmensstrategie bei Kreditinstituten	225
--	-----

<i>Dirk Stahlschmidt</i> Auswirkungen einer Corporate Identity-Strategie auf sämtliche Bereiche eines Industrieunternehmens - Das Beispiel ERCO.....	239
--	-----

<i>Helmut Peick</i> Strategische Allianzen in der Kreditwirtschaft	259
---	-----

Sechster Teil

Ausgewählte Fragen der Unternehmensfinanzierung

<i>Günter Weinrich</i> Neuere Entwicklungslinien in der Bilanzanalyse.....	273
---	-----

<i>Hermann Balzer</i> Erfahrungen aus dem Einsatz von Cash-Management-Systemen am Beispiel der Mannesmann Mobilfunk GmbH	289
--	-----

<i>Heinz J. Hockmann</i> Die Entscheidung institutioneller Anleger zwischen internem und externem Portfolio Management	303
--	-----

Lebenslauf	323
------------------	-----

Schriftenverzeichnis	325
----------------------------	-----