

# Qualitätspolitik im Wettbewerb der Kreditinstitute

Von

Dr. Harald Griesel



DUNCKER & HUMBLOT / BERLIN

## Inhaltsverzeichnis

1.	<i>Problemstellungen und Ziele der Arbeit</i> .....	9
2.	<i>Die Qualität von Bankleistungen und von Rahmenbedingungen ihrer Inanspruchnahme</i> .....	13
2.1.	Grundlegende Betrachtungen zum ökonomischen Qualitätsbegriff .....	13
2.1.1.	Die Vielschichtigkeit des Qualitätsbegriffes und die Fixierung für die Zwecke der vorliegenden Arbeit .....	14
2.1.2.	Der Subjekt-Objekt-Bezug als Kennzeichen des ausgewählten Qualitätsbegriffes .....	27
2.2.	Bankleistungen und die Rahmenbedingungen ihrer Inanspruchnahme als Objekte einer Qualitätsbetrachtung .....	32
2.2.1.	Der Begriff der Bankleistung und die problemadäquate Systematisierung des bankbetrieblichen Leistungsangebots .....	33
2.2.2.	Die Notwendigkeit einer Einbeziehung von Rahmenbedingungen der Leistungsinanspruchnahme als spezifischen Objekten einer bankbetriebswirtschaftlichen Qualitätsanalyse .....	45
2.2.3.	Zusammenstellung konkreter Qualitätskomponenten von Bankleistungen sowie Rahmenbedingungen ihrer Inanspruchnahme..	46
3.	<i>Der Wettbewerb der Kreditinstitute</i> .....	50
3.1.	Der Wettbewerb als dynamischer Prozeß .....	50
3.2.	Charakteristische Merkmale des Wettbewerbs im Bankwesen	56
3.2.1.	Aspekte der Kennzeichnung von Bankleistungsmärkten .....	56
3.2.2.	Die Bankverbindung als spezifische Form der Marktbeziehung	66
3.2.3.	Die wettbewerbsrelevante Stellung der Kreditwirtschaft im gesamtwirtschaftlichen Gefüge .....	70
4.	<i>Die Bedeutung der Qualitätspolitik im Wettbewerb der Kreditinstitute</i> .....	79
4.1.	Voraussetzungen einer bankbetrieblichen Qualitätspolitik ....	80
4.1.1.	Die Qualitätspolitik als Element der bankbetrieblichen Geschäftspolitik .....	80

4.1.2.	Erfassung der für qualitätspolitische Maßnahmen relevanten Marktkonstellationen .....	88
4.2.	Qualitätspolitische Aktivitäten der Kreditinstitute als Aktionsparameter im Bankenwettbewerb .....	94
4.2.1.	Gestaltungsbereiche der bankbetrieblichen Qualitätspolitik ..	94
4.2.1.1.	Ansätze der Systematisierung des absatz- bzw. marktpolitischen Instrumentariums von Unternehmungen in der betriebswirtschaftlichen und speziell bankbetriebswirtschaftlichen Literatur	94
4.2.1.2.	Systematisierung der Gestaltungsbereiche bankbetrieblicher Markt- und Qualitätspolitik .....	102
4.2.2.	Gestaltungsmöglichkeiten im Bereich der Objekte der Qualitätspolitik und ihre Bedeutung für den Bankenwettbewerb ..	108
4.2.2.1.	Leistungs- und Leistungsprogrammgestaltung .....	108
4.2.2.1.1.	Leistungsgestaltung als klassische Maßnahme der Qualitätspolitik .....	109
4.2.2.1.2.	Die bankbetriebliche Leistungsinnovation und ihre spezifische Wettbewerbswirksamkeit .....	114
4.2.2.1.3.	Leistungsprogrammgestaltung bei Kreditinstituten .....	121
4.2.2.2.	Einlegerschutzpolitik .....	132
4.2.2.3.	Kapazitätsgestaltung .....	136
4.2.2.4.	Gestaltung der Bedingungen des Marktkontaktes .....	144
4.2.2.4.1.	Räumliche Gestaltung der Bedingungen des Marktkontaktes ..	144
4.2.2.4.2.	Sachliche Gestaltung der Bedingungen des Marktkontaktes ..	153
4.2.2.4.3.	Architektonisch-ästhetische Gestaltung von Bankstellen .....	155
4.2.2.4.4.	Personelle Gestaltung der Bedingungen des Marktkontaktes ..	156
4.2.2.4.5.	Zeitliche Gestaltung der Bedingungen des Marktkontaktes ..	157
4.2.2.5.	Gestaltung der subjektiv-emotionalen Komponenten des Institutsimages sowie einzelner Leistungsimages .....	160
4.2.3.	Qualitätspolitische Aktivitäten mit dem Ziel der Beeinflussung von Kundenbedürfnissen (Qualitätsanforderungen) und ihre Bedeutung für den Bankenwettbewerb .....	164
5.	<i>Schlußbetrachtung</i> .....	172
	<i>Summary</i> .....	178
	<i>Résumé</i> .....	181
	<i>Literaturverzeichnis</i> .....	184
	<i>Sachverzeichnis</i> .....	206