

Direct Banking

von
Ralf Krause

Technische Universität Darmstadt
Fachbereich 1
Betriebswirtschaftliche Bibliothek
Inventar-Nr.: 50.015
Abstell-Nr.: A 5 / 661
.....
.....
00196550

Deutscher Sparkassen Verlag Stuttgart

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
Abkürzungsverzeichnis	12
Abbildungsverzeichnis	14
1 Thematische Abgrenzungen und Begriffsdefinitionen	15
1.1 Vertriebswege	15
1.2 Direct Banking	15
1.3 Direct Broking und Discount-Broking	18
2 Technische Grundlagen	20
2.1 Technische Grundlagen des Telefonbanking	20
2.1.1 Allgemeine technische Grundlagen	20
2.1.2 Varianten des Telefonbanking	21
2.1.2.1 Mensch-Mensch-Kommunikation	21
2.1.2.2 Mensch-Maschine-Kommunikation	23
2.1.2.3 Halbautomatische Telefonbanking-Lösungen	26
2.1.2.4 Maschine-Maschine-Kommunikation	26
2.2 Technische Grundlagen des Telefaxvertriebs	28
2.3 Technische Grundlagen des PC-Homebanking	30
2.3.1 Datenfernverarbeitung	30
2.3.2 Homebanking auf der Grundlage von „T-Online“ (Bildschirmtext)	32
2.3.3 Homebanking im Internet	39
2.3.4 Digitales Geld als neues Medium im Homebanking	41
3 Direktbankmarkt	45
3.1 Strukturwandel im Privatkundenmarkt	45
3.2 Anbieter auf dem Direktbankmarkt	49
3.3 Einsatz der Direktvertriebswege	52
3.4 Marktsegment für das Direct Banking	56
3.5 Vertriebsobjekte für das Direct Banking	61
4 Besondere Rahmenbedingungen im Discount-Broking	68
4.1 Bedeutung des Wertpapiergeschäfts	68
4.2 Vertriebsrelevante Rechtsfragen im Discount-Broking	68

5	Kriterien für die Nutzung von Direktvertriebswegen durch die Kunden	77
5.1	Leistungsangebot	78
5.1.1	Leistungsangebot im Telefonbanking	78
5.1.2	Leistungsangebot im Telefaxbanking	81
5.1.3	Leistungsangebot im PC-Homebanking	83
5.1.3.1	Basisdienstleistungen	83
5.1.3.2	Allgemeine Homebanking-Software	88
5.1.3.3	Wertpapier-Homebanking-Anwendungen	91
5.1.4	Ergänzende Leistungen	94
5.2	Servicekomfort der Vertriebswege	95
5.2.1	Servicekomfort des Zweigstellennetzes	95
5.2.2	Servicekomfort im Direct Banking	96
5.2.2.1	Allgemeine Servicemerkmale	96
5.2.2.2	Besondere Servicemerkmale einzelner Direktbankvertriebswege	99
5.3	Sicherheit der Direktbankvertriebswege	103
5.3.1	Sicherheit im Telefonbanking	103
5.3.2	Sicherheit im Telefaxbanking	105
5.3.3	Sicherheit im PC-Homebanking	106
5.4	Kosten des Direktvertriebs für den privaten Haushalt	111
5.4.1	Kosten der technischen Ausstattung	111
5.4.1.1	Anschaffungskosten	111
5.4.1.2	Laufende Kosten	113
5.4.2	Preisgestaltung im Direct Banking	116
5.4.2.1	Preisgestaltung bei allgemeinen Bankgeschäften	116
5.4.2.2	Preisgestaltung im Wertpapiergeschäft	118
6	Kriterien für den Einsatz von Direktvertriebswegen durch Kreditinstitute	122
6.1	Direct Banking als Rationalisierungsinstrument	123
6.1.1	Rationalisierungspotentiale im technisch-organisatorischen Bereich	123
6.1.2	Rationalisierungspotentiale im Marktbereich	128
6.2	Profitabilität des Direktvertriebs	129
6.2.1	Kostenbetrachtung	129
6.2.1.1	Anlaufinvestitionen	129
6.2.1.2	Laufende Kosten	133
6.2.1.3	Kostenwirkungen bei unterschiedlichen Vertriebsstrukturen	137
6.2.2	Ertrags- und Ergebnisbetrachtung	139
6.3	Direct Banking als marktstrategischer Faktor	143

7	Zusammenfassende Beurteilung des Direktvertriebs	151
8	Zukunftsperspektiven der Direktvertriebswege	153
	Anhang	159
	Literaturverzeichnis	160