
Inhaltsverzeichnis

Teil I Marktteilnehmer als Anbieter und Nachfrager

**Das Geschäftsmodell der Volksbanken und Raiffeisenbanken
im digitalen Zeitalter** 3
Stephan Götzl

**Digitalisierung und Regulierung: Katalysatoren eines sich
wandelnden Bankgeschäftes** 25
Jürgen Lieberknecht

**Nicht Bank, sondern Sparkasse – Vertrieb neu denken und
erkennbar bleiben** 39
Stephan Scholl und Susanne Guigas

**Aktuelle Herausforderungen im bankbetrieblichen Umfeld aus
genossenschaftlicher Bankensicht** 57
Heinz Fohrer

Teil II Vertriebsmanagement

**Qualitatives Vertriebsmanagement stellt Kunden in den
Mittelpunkt** 77
Werner Braun

Vertriebsmanagement – Aus Sicht des Kunden denken! 99
Helmut Gottschalk

Kundensicht bestimmt Ausrichtung im Vertriebsmanagement 111
Andreas Hahn

Teil III Vertriebswege

**Filialzentrierter Multikanalansatz als Erfolgsmodell im
Privatkundengeschäft von Morgen** 129
Frank Dierolf

Kunden online und offline erfolgreich ansprechen	137
Kai Fürderer	
Herausforderungen im Multikanalvertrieb kleiner Kreditinstitute	147
Hans-Jürgen Lembicz	
Teil IV Produktportfolio	
Bausparen im deutschen Retail-Markt	161
Bernd Hertweck	
Möglichkeiten der Ausgestaltung eines bankbetrieblichen Produktportfolios aus Sicht einer Universalbank	189
Karsten Zerfaß	
Teil V Beratung(-smodelle)	
Banken und Family Offices: Geschäftsmodelle mit Zukunft	211
Yvonne Brückner	
Ohne Beratungsqualität kein nachhaltiger Erfolg	227
Kai Fürderer	
Bedarfsorientierte Beratung versus aktiver Bankvertrieb - Ein Widerspruch?	241
Lutz Boden	
Teil VI Rechtliche Rahmenbedingungen	
Rechtsberatung für Bankkunden – Eine Gratwanderung mit Perspektiven ...	255
Hans Christian Blum und Michael Schellenberger	
Strafrechtliche Risiken im Bankvertrieb	269
Hans Richter	
Teil VII Finanzmanagement	
Finanzmanagement in einer Genossenschaftsbank	297
Dirk Borgartz und Andreas Schünhof	
Langfristige Sicherung des Vertriebs Erfolgs durch abgestimmtes Produkt- und Risikomanagement	315
Andreas Mitschele und Martin Schmid	
Teil VIII Personalmanagement	
Relevanz des Personalmanagements als integrativer Bestandteil einer Gesamtbankstrategie	333
Thomas Kahleis	

Kompetenzmanagement – Strategische Ausgangsbasis von Personalentwicklungsmaßnahmen	343
Heiko Hartmann	
Teil IX Technologie/Prozesse	
Banken-Technologie – Anforderungen an die Bank der Zukunft	369
Steffen A. Jentsch	
Generation Y: Bankkunden im Zeitalter der Digitalisierung	383
Detlef Hellenkamp	
Digitalisierung im Fokus: Vom Mobile Payment zum Mobile Commerce	397
Georg von Waldenfels	
Teil X In- und externe Kommunikation	
Qualitätsführerschaft mit Multikanalvertrieb und Online-Marketing	409
Wolfgang Kuhn	
Kundenkommunikation – In guten wie in schlechten Zeiten!	423
Klaus-J. Fink	
Kommunikation als Erfolgsfaktor im Bankvertrieb	433
Martin Limbeck	
Empfehlungsmarketing als optimaler Weg zu neuen Bankkunden	441
Roger Rankel	
Teil XI Ethik und Nachhaltigkeit	
Ethische Grundlagen eines nachhaltigen Bankvertriebs	453
Jürgen Abele	

Handbuch Bankvertrieb

Theorie und Praxis im Zukunftsdialog

Hellenkamp, D.; Fürderer, K. (Hrsg.)

2016, XIII, 476 S. 96 Abb. in Farbe., Hardcover

ISBN: 978-3-658-06446-4