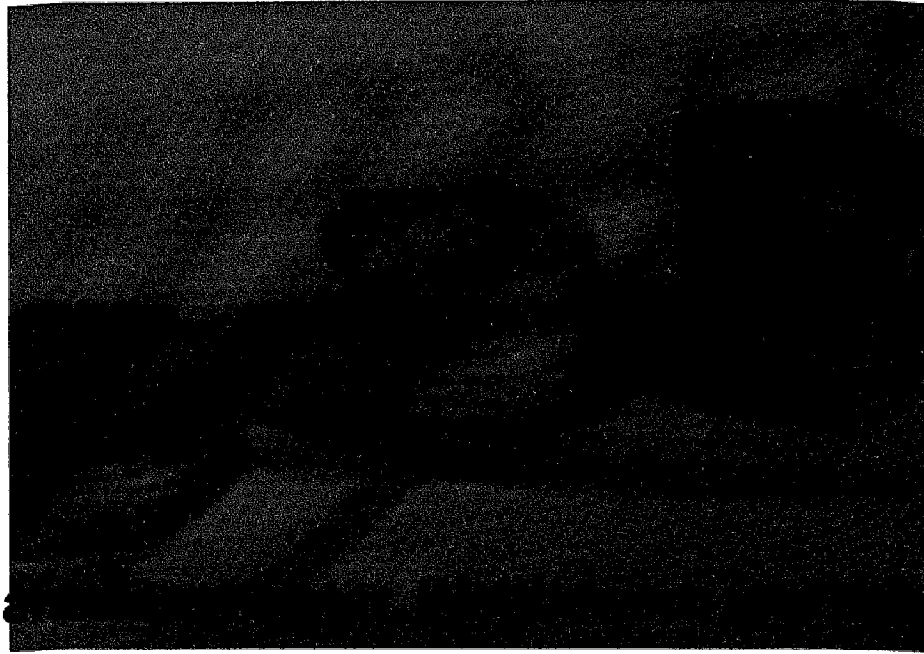


Bauhaus Universität Weimar
Fakultät Medien



„Über Finanzkrisen und das Internet“

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades eines
Bachelor of Arts Kulturwissenschaften (Medien)
an der Fakultät Medien der Bauhaus Universität Weimar

Betreuer:

Professor Dr. Matthias Maier

Eingereicht von:

B.A.-Cand. Sabrina Molino Krumpa

Lisztstraße 21

99423 Weimar

Matrikelnummer: 31340

Weimar, den 22. August 2006

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IV
-----------------------------------	-----------

Tabellenverzeichnis.....	V
---------------------------------	----------

1. Einleitung	1
----------------------------	----------

1.1 Gang und Ziel der Arbeit.....	2
-----------------------------------	---

1.2 Online-Banking als Finanzdienstleistung	3
---	---

1.2.1 Der Dienstleistungsbegriff.....	3
---------------------------------------	---

1.2.2 Der Finanzdienstleistungsbegriff.....	4
---	---

1.2.3 Online Banking als Dienstleistung.....	6
--	---

2. Information als ökonomisches Gut	8
--	----------

2.1 Ökonomische Güter.....	8
----------------------------	---

2.2 Informationsgüter.....	9
----------------------------	---

2.3 Informationsasymmetrien.....	11
----------------------------------	----

2.3.1 Asymmetrische Informationsverteilung	12
--	----

2.3.2 Informationsasymmetrien auf Informationsmärkten.....	13
--	----

3. Information, Bankprodukte und Internet.....	14
---	-----------

3.1 Bankprodukte als Information	15
--	----

3.2 Bankprodukte im Internet.....	16
-----------------------------------	----

3.2.1 Bankprodukte und ihre allgemeinen Charakteristika	16
---	----

3.2.2 Bankprodukte und ihre Eignung für den Online Handel	18
---	----

3.2.3 Online Banking in Deutschland	19
---	----

4. Wettbewerbsvorteile	22
-------------------------------------	-----------

4.1 Der Wettbewerb auf klassischen Märkten	22
--	----

4.2 Das Internet – ein Zugewinn für den Wettbewerb?	28
---	----

4.3.1 Bedrohung - Einsteiger und Ersatzprodukte	34
---	----

4.3.2 Verhandlungsmacht - Abnehmern und Lieferanten.....	35
--	----

4.3.3 Positionskämpfe - Konkurrenten.....	37
---	----

4.3.4 Vorteile der Finanzdienstleister durch die Nutzung des World Wide Web	38
--	----

5. Strategietypen in der Internetökonomie.....	40
5.1 Herkömmliche Strategietypen.....	40
5.2 Neue Strategietypen.....	41
5.3 Mehrwert – Geschäftsmodelle im Internet.....	43
5.3.1 Einbettung einer Internetseite - Multi Channel Banking.....	43
5.3.2 Direct Banking.....	47
5.4 Der Kunde im Internet – Einsatz von Marketinginstrumenten.....	53
5.4.1 Customer Relationship Management.....	53
5.4.2 Direct Marketing - Customized Marketing.....	55
 6. Ausblick.....	 58
 7. Fazit	 65
 Quellenverzeichnis	 VI
 Literaturverzeichnis.....	 XI
 Ehrenwörtliche Erklärung	 XV

Quellenverzeichnis

Allensbach ACTA (2005): ACTA 2005 - Codebuch, unter: <http://www.acta-online.de/>, Stand: 21. Juli 2006

Akerlof, George (1970): The market for „lemons“: quality, uncertainty and the market mechanism, Quarterly Journal of Economics 84, Seite 488-500

Arrow, Kenneth J. (1984): The Economics of Information, Cambridge, MA: Harvard University Press, Belknap Press

Bundesnetzagentur (2006a): Penetration und Zuwächse in Mobilfunknetzen, unter: http://www.bundesnetzagentur.de/enid/5529b314c4667aec30df596dc92a6dda,0/Marktbeobachtung/Mobilfunkdienste_vw.html#mobiltelefonendienst_teilnehmerentwicklung, Stand: 22. Juli 2006

Bundesnetzagentur (2006b): Jahresbericht 2005, unter: <http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/5278.pdf>, Stand: 22. Juli 2006

Bundesnetzagentur (2006c): Marktanteil der Mobilfunkanbieter, unter: <http://www.bundesnetzagentur.de/media/archive/5548.pdf>, Stand: 22. Juli 2006

Bundesverband Deutscher Banken (2006a): Anzahl der Banken und ihrer Zweigstellen, unter: <http://www.bankenverband.de/pic/artikelpic/072006/769-Bankstellen-BGw0606.pdf>, Stand: 20. Juli 2006

Bundesverband Deutscher Banken (2006b): Anzahl der Kreditkarten in Deutschland, unter: http://www.bankenverband.de/pic/artikelpic/102005/1-3-2-5 Kartengestuetzter_Zahlungsverkehr.pdf, Stand: 20. Juli 2006

Bundesverband Deutscher Banken (2006c): Anzahl der Geldautomaten, unter: http://www.bankenverband.de/pic/artikelpic/052006/1-3-3-1-Kartengestuetzter_Zahlungsverkehr.pdf, Stand 20. Juli 2006

Bundesverband Deutscher Banken (2005a): Online-Banking: Der Zuwachs ist ungebrochen, unter: <http://www.bankenverband.de/channel/133810/art/1535/index.html>, 30. September 2005, Stand: 11. Juni 2005

Bundesverband Deutscher Banken (2005b): Online Banking Sicherheit, unter: http://www.db.com/pbc/pdf/online_banking_sicherheit.pdf, Stand: 22. Juli 2006

Bundesverband Deutscher Banken (2006): unter: www.bankenverband.de, Stand: 20. Juli 2006

Bundesverband Investment und Asset Management e.V. (2006): Anleger kaufen Investmentfonds am liebsten bei Banken bzw. Sparkassen, unter: <http://www.bvi.de/export/sites/internet/de/infocenter/presse/pressemitteilungen/2006/pm060106/pm060106.pdf>, Stand: 21. Juli 2006

comdirect Bank (2006): unter: www.comdirect.de, Stand: 20. Juli 2006

Commerzbank (2006): unter: www.commerzbanking.de, Stand: 20. Juli 2006

Cortal Consors (2006): unter: www.cortalconsors.de, Stand: 20. Juli 2006

Deutsche Bank (2006): unter: <https://secure.db24.de/pbc/demokonto/login/1;start.jsp>, Stand: 20. Juli 2006

Deutsche Bundesbank (2006): unter: www.bundesbank.de, Stand: 20. Juli 2006

Deutsche Börse Group (2006): unter: www.deutsche-boerse.de, Stand: 20. Juli 2006

Dresdner Bank (2006): unter: www.dresdner-bank.de, Stand: 20. Juli 2006

Diller, Hermann Prof. Dr. (Hrsg.) (2001): Vahlens Großes Marketing Lexikon, München: Verlag Franz Vahlen GmbH

Eimeren von, Brigitte / Frees Beate (2005): Nach dem Boom: Größter Zuwachs in internetfernen Gruppen, ARD/ZDF-Online Studie, unter: <http://www.daserste.de/service/ardonl05.pdf>, Seite 362-279, Stand 20. Juli 2006

Evans, Philip / Wurster, Thomas S. (2000): Web Att@ck – Strategien für die Internet-Revolution, München / Wien: Carl Hanser Verlag

Fees, Eberhard (1997): Mikroökonomie. Eine spieltheoretisch- und anwendungsorientierte Einführung, Marburg: Metropolis Verlag

Galic, Romano (2002): E-Business Strategien für Banken - Existenzsicherung in globalen Märkten, 2. Auflage, Stuttgart: Rhenos & Oracles Verlag GmbH

Garczorz, Ingo (2004): Adoption von Online-Banking-Services – Determinanten aus Sicht der Kunden, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Georgi, Frank / Pinkl, Jürgen (2005): Mobile Banking in Deutschland: Der zweite Anlauf, unter: <http://www.die-bank.de/index.asp?issue=032005&art=385>, Stand: 22. Juli 2006

Gneuss, Michael (2005): Kreditinstitute interessieren sich wieder für das Mobile Banking, unter: <http://www.wi-mobile.de/fileadmin/Presse/20050704-MobileBanking.pdf>, Stand: 21. Juli 2006

Hippner, Hajo / Wilde, Klaus D. (Hrsg.) (2004): „Grundlagen des CRM“, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH

Ing-Diba (2005): Direct Banking International 2005, unter: https://www.ing-diba.de/imperia/md/content/www/presse/content/200510_direkt_banking_international.pdf, Stand: 21. Juli 2006

Ing-Diba (2006): unter: www.ing-diba.de, Stand: 20. Juli 2006

Karsch, Werner (2006): Mobile Banking: Vor dem Durchbruch in Deutschland, unter: <http://www.die-bank.de/printArtikel.asp?artID=345>, Stand: 22. Juli 2006

Link, Jörg (Hrsg.) (2000): Wettbewerbsvorteile durch Online Marketing – Die strategischen Perspektiven elektronischer Märkte, 2. Auflage, Berlin/Heidelberg/New York: Springer Verlag

Lohrer, Ulrich (2006): Die besten Baufinanzierer 2006, in: Euro Finanzen, Heft 4/2006, unter: https://www.ing-diba.de/imperia/md/content/www/ueber_uns/content/baufi_testsieger.pdf, Stand: 18. Juli 2006

McKeon, Mike / Singh, Atul / Sinha, Jai (2005): Hitting Oil in Your Backyard: Building a High-Margin Bank-Brokerage Business, unter: http://www.boozallen.de/content/downloads/hittinh_oil.pdf, Stand: 21. Juli 2006

Meigel-Schleiffert, Christina (2001): Qualitätsmanagement in Direktbanken: Die Synthese von Unternehmens- und Kundenorientierung, Dissertation, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Meridea (2006): www.meridea.com, Stand: 19. Juli 2006

North, Klaus (1999): Wissensorientierte Unternehmensführung. Wertschöpfung durch Wissen, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH

o.V. (2006): Worldwide Internet Users Top 1 Billion in 2005, <http://www.c-i-a.com/pr0106.htm>, Stand: 20. Juli 2006

o.V. (2005): unter: <http://www.faz.net/s/Rub42AFB371C83147B795D889BB33AF8404/Doc~E64BE79C5523D4C80873BAED6179FE889~ATpl~Ecommon~Scontent.html>, Stand: 20. Juli 2006

o.V. (2001): Online-Broker Systracom muss Kundenbetrieb einstellen, unter: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/17228>, Stand: 20. Juli 2006

o.V. (2001): Internet-Broker eQ macht den Laden dicht, unter: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/18792>, Stand: 20. Juli 2006

Pago eTransaction Services GmbH (2006): Hintergrundinformationen zur Zukunft des Bezahlens im E-Commerce, unter: <https://www.pago.de/Hintergrundinformationen.3146.0.html>, Stand: 22. Juli 2006

Pischulti, Helmut (1997): Direktbankgeschäft, Frankfurt am Main: Knapp

Porter, Michael E. (2001): Bewährte Strategien werden durch das Internet noch wirksamer, Harvard Business Manager 5/2001, Seite 64-81, Boston: Harvard Business School Press

Porter, Michael E. (1998): Wettbewerb und Strategie, München: Verlagshaus Goethestraße GmbH & Co. KG

Porter, Michael E. / Millar, Victor E. (1985): Wettbewerbsvorteile durch Information, in: Porter, Michael E. (1998): Wettbewerb und Strategie, München: Verlagshaus Goethestraße GmbH & Co. KG, Seite 83-107

Postbank AG (2006): Mobile Banking, unter: http://www.postbank.de/ql_1095356536990/pbde_ag_home/pbde_pr_presse/pbde_pr_pressebilder/pbde_pr_pressebilder_mobile_banking.html, Stand: 22. Juli 2006

Postbank AG (2006): www.postbank.de

Rullkötter, Stefan (2006): Die beste Bank, in: Euro Finanzen, Heft 5/2006, unter: https://www.ing-diba.de/imperia/md/content/www/presse/in_medien/euro_beste_bank_2006.pdf, Stand: 18. Juli 2006

Shapiro, Carl / Varian Hal R. (1999): Information Rules – A Strategic Guide to the Network Economy, Boston: Harvard Business School Press

Skiera, Bernd (2005): Status quo im Retailbanking in Deutschland 2005, unter: <http://www.ecommerce.wiwi.uni-frankfurt.de/berger/2005-Status-Quo-Retailbanking.pdf>, Stand: 18. Juli 2006

Stiglitz, Joseph E. (2001): Der Markt regiert mehr als nur Angebot und Nachfrage, Handelsblatt, 238, Seite 10

Stracke, Gudio / Gleitner, Dirk (1992): Finanzdienstleistungen, Frankfurt: Verlag Recht und Wirtschaft GmbH

Wirtz, Bernd W. (2005): Medien- und Internetmanagement, 4. überarbeitete Auflage, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH

Zerdick, Axel / Picot, Arnold / Schrape Klaus (Hrsg.) (2001): Die Internet-Ökonomie – Strategien für die digitale Wirtschaft, 3., erweiterte und überarbeitete Auflage, Berlin/Heidelberg/New York: Springer-Verlag

Zoche, Peter / Kimpeler, Simone / Joepgen, Markus (2002): Virtuelle Mobilität: Ein Phänomen mit physischen Konsequenzen?, Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag

Literaturverzeichnis

Benkenstein, Martin / Güthoff, Judith (1996): Typologisierung von Dienstleistungen - ein Ansatz auf der Grundlage system- und käuferverhaltenstheoretischer Überlegungen, in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft 1996, Seite 1493-1510

Brown, John S. / Duguid, Paul (2000): The social life of information; Boston: Harvard Business School Press

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2003): Pressemitteilung zum Aktionsprogramm „Wissensgesellschaft 2006“, unter: <http://www.bmbf.de/press/1013.php>, 03.12.2003, Stand: 11.Juni 2006

Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (2005): Monitoring Informationswirtschaft, http://www.tnsinfratest.com/06_BI/bmwa/Faktenbericht_8/pdf/FB8_Vollversion_de.pdf, Stand: 11.Juni 2006

Corsten, Hans (2003): Einführung in das Electronic Business, München: Oldenbourg – LHB der Betriebswirtschaftslehre

Ducatel, Ken / Webster, Juliet / Herrmann, Werner (Hrsg.) (2000): The Information Society in Europe: Work and Life in an Age of Globalization; Lanham: Rowman & Littlefield Publishers

Evans, Philip / Wurster, Thomas S. (1997): Strategy and the New Economics of Information; in: Margretta, Joan (1999): Managing in the New Economy, Harvard Business Review Book, Boston: Harvard Business School Publishing

Ghosh, Shikhar (1998): Making Business Sense of the Internet, Harvard Business Review, März-April 1998, Boston: Harvard Business School Press

Homburg, Christian / Krohmer, Harley (2003): Marketingmanagement. Strategie – Instrumente – Umsetzung – Unternehmensführung, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH

Huehn, Matthias (2003): Das Problem der Marktsegmentierung – gelöst durch den Kunden?, unter:<http://www.imh.unisg.ch/org/imh/web.nsf/df76d44a9ef44c6cc12568e>

400393eb2/e649e94713ff50aec1256bc200235051/\$FILE/huen.pdf, Thesis 4-2003,
Stand: 11.Juni 2006

Krause, Ralf (1998): Direct Banking, Stuttgart: Deutscher Sparkassen Verlag

Klodt, Henning (2001): The Essence of New Economy, Kieler Diskussionsbeiträge
375, Institut für Weltwirtschaft, Kiel Juni 2001

Klodt, Henning (2001): Und sie fliegen doch. Wettbewerbsstrategien für die Neue
Ökonomie, in Donges, J.B. und Mai, S. (Hrsg.) (2001): E-Commerce und
Wirtschaftspolitik, Stuttgart: Lucius & Lucius, Seite 31-48

Lange, Thomas A. (1998): Internet Banking – der Bankvertrieb im Umbruch,
Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH

Low, Linda (2000): Economics of information technology and the media, Singapore:
Singapore University Press and World Scientific Publishing Co.Pte.Ltd.

Magretta, Joan (1999): Managing in the New Economy, Boston: Harvard Business
School Press

Meffert, Heribert (1998): Marketing – Grundlagen marktorientierter
Unternehmensführung; Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th.
Gabler/GWV Fachverlage GmbH

Mishkin, Frederic S. (2004): The Economics of Money, Banking, and the Financial
Markets, 7. Auflage, Jeffrey Sylvester/FPG International Corp.

O'Mahomy, Donal / Peirce, Michael / Tewari, Hitesh (1997): Electronic Payment
Systems, Massachusetts: Artech House Inc.

Picot, Arnold / Reichwald, Ralf / Wigand, Rolf T. (2003): Die grenzenlose
Unternehmung: Information, Organisation und Management, 5. Auflage, Wiesbaden:
Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH

Porter, Michael E. (2000): Wettbewerbsvorteile – Spitzenleistungen erreichen und
behaupten, 6. Auflage, Frankfurt am Main: Campus Verlag

SCN Education B.V. (Hrsg.) (2001): Electronic Banking: the ultimate guide to business and technology of online banking, Braunschweig/Wiesbaden: Friedr. Vieweg & Sohn Verlagsgesellschaft mbH

Singh, Supriya S. (1996): Understanding demand for money on-line: a case study of electronic banking, Melbourne: Centre for International Research on Communication and Information Technologies

Simon, Henrik (2005): Der Einfluss des Vertriebskanals Online Banking auf den Kundenwert, Frankfurt am Main: Europäischer Verlag der Wissenschaften

Spremann, Klaus (1990): Asymmetrische Information; in: Zeitschrift für Betriebswirtschaft; 60.Jg.; 5/6; S. 561-586

Stapfer, Peter (2005): Anreizsysteme in der Private Banking-Kundenbeziehung, Schweiz: Haupt Berne

Stieglitz, Nils (2003): Strategie und Wettbewerb in konvergierenden Märkten, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag

Stigler, George J. (1961): The Economics of information; in: The Journal of Political Economy, Vol. LXIX; 3/61; S. 213-225

Stockmann, Carsten (1997): Elektronische Bankfilialen und virtuelle Banken: Das Privatkundengeschäft von Universalbanken im elektronischen Markt, in: Bartmann, Dieter (Hrsg.): Bankinformatik-Studien, Diss., Regensburg

Süchting, Joachim / Paul, Stephan (1998): Bankmanagement, 4., vollständig neu konzipierte und wesentlich erweiterte Auflage, Stuttgart: Schäffer-Poeschel

Porter, Michael E. (1999): Wie die Wettbewerbskräfte die Strategie beeinflussen, in: Montgomery, Cynthia A. / Porter, Michael E. (Hrsg.): Strategie – Die brillanten Beiträge der weltbesten Strategie-Experten, Frankfurt/New York: Campus Verlag, S. 13-23

Shapiro, Carl / Varian Hal R. (2003): The Information Economy, in: Hand, John .R.M. / Lev, Barush: Intangible Assets. Values, Measures and Risks. New York, Seite 48-62

Swoboda, Uwe (2001): Retail-Banking und Private Banking: Zukunftsorientierte Strategien im Privatkundengeschäft, Frankfurt am Main: Bankakademie Verlag

Swoboda, Uwe (2000): Direct Banking – Wie virtuelle Institute das Bankgeschäft revolutionieren, Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH

Tapscott, Don (1995): The Digital Economy: promise and peril in the age of networked intelligence, New York: McGraw-Hill

Wan, Hakman A. (2006): Electronic Financial Services: Technology and Management, Oxford: Chandos Publishing Limited