# Exposé Bachelorarbeit

Stand: 08.12.2019

Betreut durch: AW

**Thema: Einfluss der Digitalisierung auf die Finanzbranche und deren Kundenbindung**

**Motivation**

Die Kundenbindung stellt ein bedeutendes Ziel für die Unternehmen dar. Diese streben eine auf Vertrauensbasis geschaffene Geschäftsbeziehung an. Beziehungen zu den Kunden können neue Wertschöpfungen hervorbringen und dienen als Wettbewerbsvorteile (vgl. Scheutzow 2017: 1).

Die Kundenbindung zählt demnach zu den wichtigsten Erfolgsfaktoren des Marketings, welches jedoch Schwierigkeiten mit sich bringt. Die Wettbewerbssituation erschwert den Unternehmen bindende Leistungsvorteile zu vermitteln (vgl. Rennhak 2006: V). Insbesondere in der Finanzbranche. Die Banken werden von einer hohen Wettbewerbsintensität beeinflusst (vgl. Spath/Bauer/Engstler 2008: 5).

Ebenso wird die Finanzwelt durch den stetigen Wandel der Digitalisierung geprägt. Die herkömmlichen Geschäftsmodelle der Banken werden dauerhaft kritisiert. Den Banken fällt es schwer Gewinn zu machen und auch nach Zehn Jahren wird die Finanzwelt noch von der Finanzkrise beeinflusst. Jedoch steht die Finanzbranche vor neuen Herausforderungen, wie den neuen Marktakteuren. Durch diese Entwicklungen stehen die Banken vor größeren Herausforderungen durch den digitalen Wandel als manch andere Branchen (vgl. Ritzer-Angerer 2019: 43-48).

# Forschungsfrage und Ziel der Arbeit

Folgende Forschungsfrage soll im Rahmen dieser Bachelorarbeit untersucht werden:

* Welche Einflüsse hat die Digitalisierung auf die Finanzbranche und wie wirkt sich dies auf die Kundenbindung aus?

Diese Arbeit beschäftigt sich mit den Veränderungen der Finanzbranche durch die Digitalisierung in Hinblick auf die Kundenbindung. Das Ziel der Arbeit liegt darin, die Vor- und Nachteile der Digitalisierung auf die Finanzbranche zu erarbeiten und Handlungsempfehlungen abzuleiten.

# Methodisches Vorgehen

Die Arbeit befasst sich mit einer Literaturarbeit und wird ohne empirische und praktische Methoden ausgearbeitet. Mithilfe wissenschaftlicher Materialrecherche wird die Forschungsfrage umfassend theoretisch beantwortet. Zu Beginn werden die Themen Marketing und Kundenbindung, sowie die Digitalisierung eingehend betrachtet. Nachfolgend wird das Geschäftsmodell der Banken dargelegt. Diese Themen werden herangezogen und detailliert beschrieben, um diese anschließend in Bezug zueinander zusetzen. Dabei wird das Geschäftsmodell der Finanzbranche in Bezug auf die Digitalisierung analysiert und die damit einhergehenden Veränderungen auf die Kundenbindung dargelegt. Die Analyse soll die Vor- und Nachteile der Digitalisierung auf die Finanzbranche hervorbringen. Anhand der Ergebnisse werden Handlungsempfehlungen abgeleitet.

# Grober Gliederungsentwurf

1. Einleitung

1.1 Motivation

* 1. Forschungsfrage und Zielsetzung
  2. Methodisches Vorgehen

1. Marketing

Dieses Kapitel setzt sich mit der Thematik des Marketings auseinander. Hierbei wird zwischen dem strategischen und operativen Marketing differenziert.

1. Kundenbindung

Das Kapitel der Kundenbindung führt alle wesentlichen Inhalte diesbezüglich auf. Hierzu zählen Definitionen, Kundendaten, Kundenbeziehungsmanagement.

1. Digitalisierung

Dieses Kapitel setzt sich mit der Thematik der Digitalisierung auseinander. Definition und Zweck sind eines der Begrifflichkeiten, die in diesem Kapitel aufgeführt werden.

1. Geschäftsmodell Banken

In diesem Kapitel wird das Geschäftsmodell der Banken aufgeführt.

1. Digitalisierung der Finanzbranche

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der Digitalisierung in Bezug auf die Finanzbranche. Hierbei werden die Veränderungen aufgeführt, die die Digitalisierung mit sich bringt und analysiert. Ebenso wird hierbei auf die Kundenbindung eingegangen.

1. Ergebnisse

Folgendes Kapitel fasst alle Ergebnisse der Arbeit zusammen.

* 1. Vor- und Nachteile der Digitalisierung auf die Finanzbranche

Hierbei werden die Vor- und Nachteile der Digitalisierung in Bezug auf die Finanzbranche und deren Kundenbindung dargelegt.

* 1. Handlungsempfehlungen

In diesem Kapitel werden Handlungsempfehlungen gegeben, die sich aus der Analyse und den Ergebnissen ableiten lassen.

* 1. Kritische Würdigung der Ergebnisse

Die Ergebnisse werden in diesen Abschnitt ausgewertet und kritisch betrachtet.

1. Fazit/Ausblick

**Literaturverzeichnis**

Decker, Reinhold/ Kroll, Frank/ Meißner, Martin/ Wagner, Ralf (2015): Marketing, Eine entscheidungsorientierte Einführung. Berlin Heidelberg: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Hohmann, Martijn (2019): Neues Geschäftsmodell zwischen Banken und Fintechs. In: Kreditwesen, Daten als Treiber der Banktechnik. Frankfurt: Fritz Knapp Verlag GmbH. S. 607- 609.

Ritzer-Angerer, Petra (2019): Digitalisierung des Finanzsektors. In: Ifo Schnelldienst 20/2019, Nr. 20. München: ifo Institut. S. 43-48.

Rennhak, Carsten (2006): Herausforderung Kundenbindung. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag | GWV Fachverlag GmbH. S. V.

Scheutzow, Silke (2017): Kundenbindung durch Kundenintegration auf Industriegütermärkten. Wiesbaden: Springer Gabler. S.1.

Spath, Dieter/ Bauer, Wilhelm/ Engstler, Martin (2008): Innovationen und Konzepte für die Bank der Zukunft, mit modernen Vertriebslösungen und optimierten Wertschöpfungsprozessen künftigen Herausforderungen begegnen. Wiesbaden: Gabler | GWV Fachverlage GmbH. S. 5.