# Exposé Bachelorarbeit

Stand: 19.01.2020

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. Das Geschäftsmodell der Finanzbranche ist elektronisch ausgerichtet. Dies führt zu einer starken Anbindung an die Digitalisierung. 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. Das Geschäftsmodell verändert sich erheblich und die Banken sind dem Druck ausgesetzt, vom Markt ausgeschlossen zu werden (vgl. Ritzer-Angerer 2019: 43-48). Jedoch stellt sich hier die Frage inwieweit sich das Geschäftsmodell der Finanzbranche wandeln muss, um der Digitalisierung standhalten zu können? Und welche Einflüsse hat dies auf die Instrumente der Kundenbindung?

# Forschungsfrage und Ziel der Arbeit

Folgende Forschungsfrage soll im Rahmen dieser Bachelorarbeit untersucht werden:

* Wie bindet man Kunden in der Finanzbranche unter den Veränderungen des Digitalen Wandels?

Das Ziel der Arbeit liegt darin, die Finanzbranche in Bezug auf die Digitalisierung zu untersuchen und dabei die Maßnahmen zur Kundenbindung herauszuarbeiten. Im Fokus stehen hierbei die Instrumente der Kundenbindung und die Wandelung dieser Instrumente, um sich den Veränderungen anzupassen. Diese Arbeit zielt darauf ab, eine Checkliste in Form eines Leitfadens zu erarbeiten, welcher Inhalte einer erfolgreichen Kundenbindung enthält.

# 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 Bankmarketing, Kundenbindung und das Geschäftsmodell der Banken eingehend betrachtet. Basierend hierauf wird der Begriff der Digitalisierung aufgeführt, um diesen im Anschluss in Bezug auf die oben genannten Themengebiete zu setzen. Dabei wird mithilfe der Literatur die Veränderungen des Geschäftsmodells analysiert. Im Anschluss dieser Analyse werden die Veränderungen betrachtet, welche die Maßnahmen zur Kundenbindung durchlaufen müssen, um sich dem neugestaltendem Geschäftsmodells anzupassen. Die Analyseergebnisse münden in eine Checkliste, welche in Form eines Leitfadens dargestellt wird, mit den Inhalten einer erfolgreichen Kundenbindung unter den Veränderungen der Digitalisierung.

# Grober Gliederungsentwurf

1. Einleitung

1.1 Motivation

* 1. Forschungsfrage und Zielsetzung
  2. Methodisches Vorgehen

1. Grundlagen des Bankmarketing

Dieses Kapitel setzt sich mit der Thematik des Bankmarketings auseinander. Darunter fallen Begrifflichkeiten wie Privatkundenmarketing und Firmenmarketing.

1. Herkömmliche Instrumente der Kundenbindung

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit dem bisherigen Kundenmanagement. Darunter fallen Begrifflichkeiten wie Relationship-Banking, Customer- Relationship-Management.

1. Herkömmliches Geschäftsmodell Banken

In diesem Kapitel wird das herkömmliche Geschäftsmodell der Banken aufgeführt.

1. Einführung in den Begriff der 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. Wandelndes Geschäftsmodell der Banken

In diesem Kapitel werden die Auswirkungen der Digitalisierung auf das Geschäftsmodell aufgeführt. Dabei werden die Veränderungen analysiert, die das Geschäftsmodell durchläuft, um sich der Digitalisierung anzupassen.

1. Anpassung der Kundenbindungsmaßnahmen an wandelndes Geschäftsmodell

Anknüpfend an das wandelnde Geschäftsmodell werden in diesem Kapitel die Kundenbindungsmaßnahmen analysiert. Dabei werden Veränderungen aufgezeigt, die durchgeführt werden müssen, um sich dem Geschäftsmodell und der Digitalisierung anzupassen.

1. Ergebnisse

Folgendes Kapitel fasst alle Ergebnisse der Arbeit zusammen.

* 1. Checkliste/Leitfaden

In diesem Kapitel wird der Leitfaden erarbeitet, welcher sich aus den Inhalten der Arbeit ergibt.

* 1. Kritische Würdigung der Ergebnisse

Die Ergebnisse werden in diesen Abschnitt ausgewertet und kritisch betrachtet.

1. Fazit/Ausblick

**Literaturverzeichnis**

Brunner, Wolfgang L. (2004): Erfolgsfaktoren im Bankmarketing. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH.

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.

Klöckner, Bernd W. (2014): Systematisch verkaufen und beraten in der Finanzbranche, Dauerhaft erfolgreich durch gelingende Kundenbindung. Wiesbaden: Springer Fachmedien.

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.