

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	IX
Tabellenverzeichnis.....	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung.....	1
1.2 Untersuchungsansatz	3
1.3 Aufbau der Untersuchung	6
2 Grundlegende Überlegungen und Analysen.....	7
2.1 Befragungsdesign und Repräsentativität der Stichprobe.....	7
2.2 Multikanalvertrieb als strategischer Ansatz	13
2.3 Vertriebskanalangebot innerhalb des Multikanalvertriebskonzepts	17
2.4 Größenabhängigkeit des Vertriebskanalangebots	20
3 Erfolg im Vertriebskanal Internet.....	25
3.1 Bewertung des Erfolgs des Vertriebskanals Internet	25
3.2 Kundenfreischaltungsquote und Nutzungsquote als Erfolgsmaßstab	28
3.3 Messmodell für den Erfolg im Vertriebskanal Internet.....	30
4 Erfolgsfaktoren auf der Verbundebene.....	33
4.1 Entwicklung des Finanzportals	33
4.2 Komplexität der angebotenen Finanzportale.....	38
4.3 Qualität und Kosten der angebotenen Finanzportale	42
4.4 Unterstützungsleistungen des FinanzVerbunds.....	48

5	Erfolgsfaktoren auf der Ebene der Genossenschaftsbanken	53
5.1	Funktionen des Vertriebskanals Internet.....	53
5.2	Zielsetzungen und eingesetzte Funktionselemente des Internetauftritts im Detail	57
5.2.1	Zahlungs- und Transaktionsabwicklung	58
5.2.2	Kontaktanbahnung	58
5.2.3	Lenkung von Kunden in Vertriebskanäle.....	66
5.2.4	Produktinformation und Vorberatung	72
5.2.5	Direkter Vertrieb	75
5.2.6	Kostensenkung und Prozessautomation	77
5.2.7	Imageverbesserung, Werbung und Betonung der Regionalität als Kernkompetenz	80
5.3	Größenabhängige Unterschiede	82
5.4	Aktualität des Internetauftritts und Häufigkeit der Nutzungsauswertung	87
5.5	Zwischenfazit und Hypothesenbildung.....	91
6	Erfolgsfaktorenbestimmung durch ein Strukturgleichungsmodell	97
6.1	Formulierung des Modells	97
6.2	Erfolgsmaßstab und Bildung von Messmodellen.....	101
6.3	Interpretation der Ergebnisse der Parameterschätzung	110
6.3.1	Erfolgsdimension Vertriebserfolg	110
6.3.2	Erfolgsdimension Kostensenkung und Prozesseffizienzsteigerung	115
6.3.3	Vertiefende Untersuchung der Faktoren Verbundunterstützung und Kosten der IT-Systeme	120
6.3.4	Güte des statistischen Modells	123
6.4	Vergleich: Erfolgreiche und weniger erfolgreiche Konzepte des Multikanalbankings von Genossenschaftsbanken	124
7	Maßnahmen.....	129

8 Zusammenfassung und Fazit	137
Anhang	141
Literaturverzeichnis.....	195