

Entwicklungsperspektiven im Privatkundengeschäft I

Zitate aus der Studie "Branche & Visionen 2010: Finanzdienstleistungen" von Juni 2001

- Das Geschäft mit risikoreichen Anlageformen ist nicht auf die vermögenden Privatkunden beschränkt.
- Sparbücher führen nur noch ein Schattendasein.
- Die Finanzinstitute können so besonders spezifische Produkte zur Erfüllung individueller Kundenbedürfnisse mit vergleichsweise hohen Margen profitabel absetzen.
- Insgesamt ist das Transaktionsvolumen mit Wertpapieren gestiegen.
- Gleichzeitig konnten die Institute durch den Einsatz moderner Technologien die Kosten je Börsentransaktion senken und deshalb von dem gestiegenen Transaktionsvolumen zusätzlich profitieren.
- Das noch bestehende Angebot an traditionellen Sparprodukten ist weitgehend standardisiert und die Abwicklung entsprechender Aufträge automatisiert, um so die Kosten in diesem Bereich auf ein Minimum zu reduzieren.
- Der Markt für Aktienfonds ist explosionsartig gestiegen. Zugleich wird er in zunehmendem Maße auch von ausländischen Banken bedient.
- Haupttriebkraft dieser Entwicklung ist die private Altersvorsorge gewesen.

Entwicklungsperspektiven im Privatkundengeschäft II

Zitate aus der Studie "Branche & Visionen 2010: Finanzdienstleistungen" von Juni 2001

- Um die hohen Mittelzuflüsse zu Fonds konkurrieren nicht nur die Fondsgesellschaften der großen deutschen Finanzinstitute, sondern auch Vermögensverwalter, unabhängige Fondsgesellschaften und Versicherungsgesellschaften sowie ausländische Anbieter.
- Der Marktanteil von DWS, Deka, DIT und UNION Investment ist bei insgesamt stark gestiegenem Marktvolumen deshalb deutlich gesunken.
- Den Finanzinstituten treten informierte, selbstbewusste und kritische Kunden gegenüber.
- Die Privatkunden erwarten von den Finanzinstituten neben einem Standardangebot für alltägliche Bankgeschäfte auf individuelle Bedürfnisse abgestimmte Produkte, mit deren Hilfe sich spezifische Finanzierungs-, Vermögensverwaltungs- und Vermögenszuwachsinteressen verwirklichen lassen.
-schließt das Angebot auch geeignete Produkte anderer Institute ein.
- Als ein Mittel zur Kundenbindung hat sich das Angebot einer Vielzahl von Zusatzleistungen durch Finanzinstitute etabliert.

Entwicklungsperspektiven im Privatkundengeschäft III

Zitate aus der Studie "Branche & Visionen 2010: Finanzdienstleistungen" von Juni 2001

- Etwa 60% aller Privatkunden sind Multikanalkunden, die je nach gewünschter Dienstleistung verschiedene Vertriebswege nutzen.
- Internet, Handys und andere Zugangswege zu Finanzdienstleistungen haben den Finanzinstituten breite Möglichkeiten zur Kostensenkung eröffnet.
- Im Ergebnis wird ein Großteil des Standardgeschäfts über das Internet abgewickelt.
- Die Banken haben etwa die Hälfte ihrer Filialen geschlossen und so große Kostensenkungspotenziale nutzen können.
- Bankfilialen fungieren hauptsächlich als Orte, an denen komplexere Geschäfte die dazugehörigen Beratungsleistungen abgewickelt werden.
- Die Loyalität gegenüber einer "Hausbank" spielt nur noch im komplexen, beratungsintensiven Bereich eine Rolle.