

Strategisches Bank-Management

von
Prof. Dr. Ernst Kilgus

Verlag Paul Haupt Bern • Stuttgart • Wien

Inhaltsübersicht

Inhaltsverzeichnis.....	IX
1. Kapitel Grundlegung.....	1
2. Kapitel Wesen und Begriff des strategischen Bank-Managements.....	17
3. Kapitel Management Accounting und Risk Management.....	37
4. Kapitel Planung.....	77
5. Kapitel Führungskontrolle, Berichterstattung und Controlling.....	111
6. Kapitel Organisationsstrukturen.....	137
7. Kapitel Information und Kommunikation.....	177
8. Kapitel Personal und Ausbildung.....	209
9. Kapitel Marketing.....	245
10. Kapitel Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskultur.....	281
Literaturverzeichnis.....	299
Abkürzungsverzeichnis.....	305
Stichwortverzeichnis.....	309

Inhaltsverzeichnis

1. Kapitel: Grundlegung	1	
1.1. Gesellschafts-, Staats- und wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen	2	
1.1.1. Gesellschaftspolitische Entwicklungen	2	
1.1.2. Staatspolitische Entwicklungen	3	
1.1.3. Wirtschaftspolitische Entwicklungen	5	
1.2. Bank- und finanzwirtschaftliche Grundlegung	8	
1.2.1. Finanzplätze im Umbruch	8	
1.2.2. Rahmenbedingungen für den Finanzplatz Schweiz	9	
1.2.3. Struktur des Finanzplatzes Schweiz	10	
2. Kapitel: Wesen und Begriff des strategischen Bank-Managements	17	
2.1. Wesenszüge eines Führungskonzeptes für Banken	17	
2.1.1. Strategische Führung und operative Leitung	17	
2.1.2. Entwicklungsstufen des strategischen Denkens	20	
2.1.3. Gegenstand des strategischen Bank-Managements	25	
2.2. Von der Vision zum Leitbild für das Management	27	
2.2.1. Die Vision als Grundlage bankwirtschaftlicher Aktivität	27	
2.2.2. Das Leitbild als Ergebnis der Vision	30	
2.2.3. Vision und Leitbild als Basis der Unternehmenspolitik	33	
3. Kapitel: Management Accounting und Risk Management	37	
3.1. Management Accounting	3	8
3.1.1. Management Accounting und die Information aussenstehender Empfänger		38
3.1.2. Konzept des internen Management Accountings		44
3.1.3. Elemente des internen Management Accountings		48
3.2. Risk Management		62
3.2.1. Gegenstand und Zweck des Risk Managements		62
3.2.2. Das Ausfallrisiko		69
3.2.3. Das Marktrisiko		72
4. Kapitel: Planung		77
4.1. Struktur und Methoden der strategischen Planung		80

4.1.1.	Zur Struktur der strategischen Planung	80
4.1.2.	Der strategische Planungsprozess	87
4.1.3.	Strategische Geschäftsfelder und unterstützende Funktionen	94
4.2.	Strategische und operative Planung sowie Projektplanung	100
4.2.1.	Die strategische Planung als Grundlage für die operative Planung	100
4.2.2.	Aspekte der operativen Planung	105
4.2.3.	Strategische Planung und Projektplanung	108
5. Kapitel:	Führungskontrolle, Berichterstattung und Controlling	111
5.1.	Führungskontrolle und Berichterstattung	111
5.1.1.	Kontrolle als ein Element der Führung	111
5.1.2.	Gegenstand und Zweck der Kontrolle	112
5.1.3.	Kontrolle und Berichterstattung	121
5.2.	Zweck und Struktur eines Controlling-Systems	123
5.2.1.	Zweck und Aufgaben eines Controlling-Systems	123
5.2.2.	Controlling-Objekte	129
5.2.3.	Organisation des Controllings	132
6. Kapitel:	Organisationsstrukturen	137
6.1.	Organisationsentwicklungen auf Stufe Bankkonzern	138
6.1.1.	Ursachen für die Bildung von Bankkonzernen	138
6.1.2.	Arten von Konzernstrukturen im Bankensektor	143
6.1.3.	Aspekte der Führung und Organisation im Bankkonzern	147
6.2.	Organisation einer Universalbank mit Filialen	154
6.2.1.	Zur Restrukturierung einer Universalbank mit Filialen	154
6.2.2.	Strukturmodelle - Kernstück der Organisation - entwicklung auf strategischer Stufe	157
6.2.3.	Konsequenzen der Restrukturierung für Bankführung und Geschäftsleitung	169
7. Kapitel:	Information und Kommunikation	177
7.1	Information und Kommunikation als Führungselemente	178
7.1.1.	Die Erarbeitung eines Informations- und Kommunikationskonzeptes als strategische Aufgabe	178
7.1.2.	Gegenstand und Zweck von Informationssystemen	182
7.1.3.	Gegenstand und Zweck von Kommunikations Systemen	192
7.2.	Informatik im Dienste von Information und Kommunikation	195

7.2.1.	Strategisches Bank-Management und Informatik	195
7.2.2.	Information und Kommunikation dank Informatik	201
7.2.3.	Systeme für das Bank-Management	203
8.	Kapitel: Personal und Ausbildung	209
8.1.	Elemente des bankbetrieblichen Personalwesens	210
8.1.1.	Bereitstellung des Personals	210
8.1.2.	Aktivierung des Personals	217
8.1.3.	Personalverwaltung und-Organisation	228
8.2.	Ausbildung als strategische Aufgabe des Bank-Managements	231
8.2.1.	Ausbildung als Teil des Management Developments	232
8.2.2.	Interne Ausbildung	236
8.2.3.	Externe Ausbildung	239
9.	Kapitel: Marketing	245
9.1.	Marketing als bankbetriebliche Aufgabe	246
9.1.1.	Marketing als Geisteshaltung und Führungsphilosophie	246
9.1.2.	Marktforschung im Dienste des Marketings	255
9.1.3.	Elemente einer Marketing-Politik	262
9.2.	Zum Einsatz des Marketing-Instrumentariums	268
9.2.1.	Zins-und Konditionenpolitik	268
9.2.2.	Vertriebspolitik und Verkaufsförderung	270
9.2.3.	Werbung	276
10.	Kapitel: Öffentlichkeitsarbeit und Unternehmenskultur	281
10.1.	Zur Notwendigkeit der Öffentlichkeitsarbeit	282
10.1.1.	Die Banken im Spannungsfeld der Wertssysteme	282
10.1.2.	Formen der Öffentlichkeitsarbeit	286
10.1.3.	Information als Öffentlichkeitsarbeit	288
10.2.	Bank-Management und Unternehmenskultur	290
10.2.1.	Wesen und Begriff der Unternehmenskultur	290
10.2.2.	Der Führungsstil einer Bank als Ausdruck der Kultur	292
10.2.3.	Von der Unternehmenskultur zur Kulturenvielfalt	294
	Literaturverzeichnis	299
	Abkürzungsverzeichnis	305
	Stichwortverzeichnis	309