

**die bank**

**Trends im Firmenkunden-  
geschäft in Kreditinstituten**

Wolfgang L. Brunner (Hrsg.)

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	7
<i>Andreas Dombret</i>	
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Strategische Überlegungen</b>	9
Banken in Deutschland: Der Blick nach vorne	11
<i>Wolfgang L. Brunner</i>	
Strategische Herausforderungen für Banken im deutschen Geschäfts- und Firmenkundenmarkt	43
<i>Michael G. Arndt und Anja Schaller</i>	
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Das Firmengeschäft von morgen</b>	67
Kundenbindung durch Kundennähe bei Volksbanken und Raiffeisenbanken	69
<i>Uwe Fröhlich</i>	
Firmenkundengeschäft im Wandel: Drei kundengruppenspezifische Trends für den künftigen Erfolg	75
<i>Georg F. Walter</i>	
Schnell wachsende Mittelstandskunden als attraktives Segment im Firmenkundengeschäft regionaler Banken	89
<i>Stefanie Salata</i>	

## Inhaltsverzeichnis

Kundenorientiertes Vertriebssystem einer internationalen Bank <i>Jörg Schmidt-Berke und Stephan Sebald</i>	107
Ganzheitliche Beratung im Firmenkundenbereich eines öffentlich-rechtlichen Kreditinstituts <i>Thomas Köhling</i>	129
Ganzheitliches Preismanagement im Firmenkundensegment („Value-Pricing“): Von der Strategie bis zur konsequenten Umsetzung <i>Georg Wübker und Christoph Bauer</i>	153
Die Rolle der Förderbanken in der Unternehmensfinanzierung am Beispiel der ILB <i>Jacqueline Tag</i>	169
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Wandel in den rechtlichen Rahmenbedingungen</b>	189
Die Bankenaufsicht und der Kulturwandel in Banken <i>Reiner Brüggestrat</i>	191
Weg und Ausgestaltung einer europäischen Bankenunion <i>Michael Kemmer</i>	211
Basel III und die Auswirkungen auf die deutsche Kreditwirtschaft <i>Claus Tigges</i>	235

**Kapitel 4**

<b>Essay</b>	257
Private Banking für Unternehmer	259
<i>Reinhard Carl</i>	
Der Herausgeber	271
Die Autorinnen und Autoren	273