

Auf dem Weg zur Direktbank 2.0

David Volkmann, Predictive Financial Place – die neue Klasse der Direktbanken, Weißensee Verlag, Berlin 2011, Schriftenreihe „Financial Services Management“, Band 11, 92 Seiten, 20,00 Euro, ISBN 978-3-89998-191-9.

Direktbanken, die mit ihren Kunden mittels innovativer elektronischer Medien kommunizieren, haben sich in den letzten Jahr(zehnt)en erfolgreich am Markt als eigenständiger Banktyp etabliert. Doch da sich die E-Communication innovativ neue Sphären erobert, gibt es auch für Direktbanken nicht nur mehr Chancen, sondern auch die Möglichkeit neuer Angebote. Über diese Entwicklungen ist kürzlich ein Buch von David Volkmann erschienen. Basierend auf den Erkenntnissen der Behavioural Finance und des Behavioural Targeting befasst sich der Autor mit dem Phänomen einer Direktbank 2.0. Er erhielt für seine akademische Arbeit, auf der dieses Buch beruht, den Förderpreis 2010 des Berliner Instituts für Bankunternehmensführung.

Einleitend geht der Autor auf den Strukturwandel im Bankensektor ein, wobei in diesem Umfeld die Direktbanken informierten, anspruchsvollen und kritischen Kunden gegenüberstehen, die nicht nur die einwandfreie Abwicklung standardisierter Transaktionen erwarten, sondern ein umfassendes Leistungsangebot einfordern. Das komplette Leistungsspektrum soll darüber hinaus schnell, bequem, rund um die Uhr von überall abrufbar sein. Zudem steigt der Wettbewerbsdruck durch die Homogenität der Bankprodukte und durch die Etablierung des Onlinebanking bei den Filialbanken. In diesem Zusammenhang wird die Kundenzufriedenheit basierend auf der Leistungsqualität als kritischer Erfolgsfaktor der Direktbanken gesehen. Da Bankgeschäfte stark

emotional bestimmte Vertrauensgeschäfte sind, die den subjektiven Gefühlen der Kunden entgegenkommen sollen, sieht er im Konzept des „Predictive Place“, in dem er die Theorien der Behavioural Finance und des Behavioural Targeting bündelt, einen Lösungsansatz, wobei das Direktbankportal als eine Art „virtuelle“ Filiale zu einer ernstzunehmenden Konkurrenz einer „realen“ Filiale wird.

Nach der Einleitung werden im zweiten Kapitel der Wandel vom derzeitigen Bankprodukt zur personalisierten Dienstleistung und die daraus resultierenden Herausforderungen für eine Direktbank erörtert. Darauf aufbauend wird gezielt die Dienstleistungsqualität betrachtet, ihre Messbarkeit analysiert und ihr Einfluss auf den Unternehmenserfolg aufgezeigt. Im dritten Kapitel wird speziell auf die Besonderheiten der Direktbanken und ihre nachhaltige Positionierung zu den Wettbewerbern, insbesondere den Filialbanken, eingegangen. Im vierten Kapitel – dem Hauptteil der Arbeit – erfolgt eine thematische Zusammenführung des zweiten (Bankprodukte/ Bankqualität) und des dritten Kapitels (Direktbanken) mit den verhaltensökonomischen Theorien zum „Predictive Financial Place“. Der Schluss ist „Direktbank 2.0 – ein Ausblick“ betitelt, beinhaltet eine Zusammenfassung der Kernaussagen und gibt einen Ausblick auf erwartete Tendenzen im Direktbankenbereich.

Die Arbeit ist als Studie zur Weiterentwicklung der Direktbanken zu einem „Predictive Financial Place“ nicht nur für Wissenschaftler, sondern auch für Bankpraktiker insbesondere von Direktbanken, aber auch von Filialbanken von Interesse.

Rezensent Dr. Ewald Judt: Honorarprofessor der Wirtschaftsuniversität Wien und Geschäftsführer der PayLife Bank GmbH, Wien.