

**Daniel Fernges**

**Der Einsatz des Online-Marketings zur  
Optimierung des Vertriebs im  
Finanzdienstleistungssektor**

**Diplomarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2006 GRIN Verlag, Open Publishing GmbH  
ISBN: 9783638583305

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<http://www.grin.com/de/e-book/65863/der-einsatz-des-online-marketings-zur-optimierung-des-vertriebs-im-finanzdienstleistungssektor>

**Daniel Fernges**

# **Der Einsatz des Online-Marketings zur Optimierung des Vertriebs im Finanzdienstleistungssektor**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

**Der Einsatz des Online-Marketings zur  
Optimierung des Vertriebs im Finanzdienstleistungssektor**

---

**Diplomarbeit vorgelegt im Rahmen der Diplomprüfung zum  
Diplom-Kaufmann (FH) an der  
Fachhochschule für Oekonomie & Management**

Ersteller: Daniel Fernges

27.11.2006

## Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis .....	IV
Glossar .....	V
Abbildungsverzeichnis .....	XI
1 Einleitung .....	1
1.1 Zielsetzung der Arbeit .....	1
1.2 Aufbau der Arbeit .....	1
2 Theoretische Grundlagen .....	3
2.1 Online-Marketing .....	3
2.1.1 Ziele .....	3
2.1.2 Formen .....	3
2.1.3 Vorteile .....	14
2.1.4 Nachteile .....	14
2.2 E-Business im Vertrieb .....	15
2.3 Finanzdienstleistung .....	21
2.3.1 Begriffsdefinition .....	21
2.3.2 Banken im Umbruch .....	22
2.3.3 Anforderungen .....	23
3 Technologische Herausforderung für Banken .....	25
3.1 Internet-Zahlungssysteme .....	25
3.1.1 Anforderungen .....	25
3.1.2 Grundkonzept .....	25
3.1.3 Einkaufssysteme .....	26
3.1.4 Überblick von Internet-Zahlungssystemen .....	28
3.1.5 Zahlungsabwicklung .....	33
3.2 Direct-Banking .....	35
3.2.1 Definition .....	35
3.2.2 Entwicklung des Direct-Banking .....	36
3.2.3 Direct-Banking heute .....	37
3.2.4 Konditionen .....	38
3.2.5 Ausblick .....	40
3.3 Direct-Brokerage .....	41

3.3.1	Definition .....	41
3.3.2	Entwicklung .....	41
3.3.3	Direct-Brokerage heute .....	42
3.3.4	Vorteile.....	43
3.3.5	Ausblick .....	44
4	Bedeutung des Internets als Kundenkanal .....	47
4.1	Elektronischer Markt.....	47
4.1.1	Aufbau.....	47
4.1.2	Handelsformen .....	48
4.1.3	Vorteile.....	49
4.1.4	Beispiel.....	50
4.2	Elektronische Distributionswege .....	51
4.3	Chancen und Potentiale des Internets im elektronischen Vertrieb.....	53
4.3.1	Einstieg.....	53
4.3.2	Bedeutung .....	54
4.3.3	Einsatzmöglichkeiten .....	54
4.3.4	Kundenbindung.....	57
4.3.5	Vorteile.....	59
4.3.6	Chancen.....	62
4.3.7	Potentiale.....	63
4.4	Handlungsempfehlung .....	64
5	Praktische Beispiele .....	68
5.1	Hamburger Sparkasse .....	68
5.1.1	Einleitung .....	68
5.1.2	Online-Marketing-Aktivitäten zur Optimierung des Vertriebs.....	68
5.1.3	Fazit.....	70
5.2	Deutsche Bank AG.....	71
5.2.1	Einleitung .....	71
5.2.2	Online-Marketing-Aktivitäten zur Optimierung des Vertriebs.....	72
5.2.3	Fazit.....	75
5.3	DAB bank AG.....	76
5.3.1	Einleitung .....	76
5.3.2	Online-Marketing-Aktivitäten zur Optimierung des Vertriebs.....	76
5.3.3	Fazit.....	79



6	Schluss .....	80
6.1	Fazit.....	80
6.2	Ausblick .....	82
	Literaturverzeichnis.....	XII

**Abkürzungsverzeichnis**

Bzw.	Beziehungsweise
Ca.	Zirka, ungefähr
D. h.	Das heisst
Etc.	Lat. Et cetera
	Und so weiter
FAQ	Frequently Asked Questions
	Kürzlich gestellte Fragen
Ggf.	Gegebenenfalls
I. d. R.	In der Regel
IT	Informationstechnik
ITAN	Intelligente Transaktionsnummer
Lt.	Laut
Mrd.	Milliarde
O. ä.	Oder Ähnlich
O. V.	Ohne Verfasser
O. S.	Ohne Seite
PIN	Persönliche Identifikationsnummer
Pre	Vor
Resp.	Respektiv
Sog.	So genannt
TAN	Transaktionsnummer
TKP	Tausender Kontaktpreis
TV	Television, Fernseher
U. a.	Unter anderem
U. v. m.	Und vieles mehr
Usw.	Und so weiter
Vgl.	Verleich
Z. B.	Zum Beispiel
Zz.	Zurzeit

## Glossar

2	Des Laut ‚to‘ Zwei
24/7	24 Stunden bei einer 7-Tage-Woche
Account	Engl. Konto
Ad	Engl. Werbung
Adword	Engl. Werbung mit Wörtern bei dem Suchmaschinenanbieter Google
Affiliate-Marketing	Engl. Vermittelndes Marketing. Händler und der Vermittler werden auf der sog. Affiliate-Plattform zusammengebracht
After	Engl. Danach
After-Sales-Support	Engl. Unterstützung des Kunden nach dem Verkauf
Asset-Management	Engl. Vermögensmanagement
Attract	Engl. Werben
Aufpoppen	Umgangssprachlich Aufspringen Meist sind es Werbeeinblendungen, die bei dem Besuch einer Internetseite in einem neuen Fenster eingeblendet werden
B-2-B	Abk. Engl. Business-To-Business Elektronische Kommunikationsbeziehung von Unternehmen zu Unternehmen
B-2-C	Abk. Engl. Business-To-Consumer Elektronische Kommunikationsbeziehung von Unternehmen zum Konsumenten
Banking	Engl. Bankgeschäft
Banner	Werbefläche auf einer Internetseite
Billing	Engl. Abrechnung
Blogg	Engl. Online-Tagebuch
Boom	Engl. Aufschwung
Branded-Content	Engl. Werblicher Inhalt

Break	Engl. Pause
Broker	Engl. Börsenmakler
Brokerage	Engl. Wertpapiergeschäfte
BTX	Abk. Engl. Balanced Technology Extended Interface Specification Bildschirmtext
Business	Engl. Geschäfte
Button	Engl. Knopf Bedienelement mit einer grafischen Benutzer- oberfläche
Buy	Engl. Kaufen
C-2-C	Abk. Engl. Consumer-To-Consumer Elektronische Kommunikationsbeziehung von Konsument zu Konsument
Call-Center	Engl. Telefonischer Kundendienst
Cash	Engl. Bargeld
CEO	Abk. Engl. Chief Executive Officer Geschäftsführung
Comet-Cursor	Engl. Kurzes Einblenden einer Werbefläche neben dem Mauszeiger beim ‚Übergehen‘ von Wörtern auf einer Internetseite
Community	Engl. Gemeinschaft
Consumer	Engl. Konsument
Content	Engl. Inhalt
Convert	Engl. Austauschen
Cookies	Engl. Kekse, persistente Daten Datenbank auf dem Computer, der für den Austausch von Informationen zwischen Com- puterprogrammen oder des Webbrowsers dient
Corporate	Engl. Unternehmen
Cost	Engl. Kosten
CPC	Abk. Engl. Cost per click Kosten pro Klick