Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Vorwort.....	VII
Abkürzungsverzeichnis.....	XIII
Abbildungsverzeichnis.....	XV
Tabellenverzeichnis.....	XVI
1 Einleitung und Gang der Untersuchung.....	1
1.1 Globalisierung als Treiber der Internationalisierung von Unternehmen.....	1
1.2 Formulierung und Motivation des Untersuchungsziels.....	6
1.3 Methodik und Gang der Untersuchung.....	9
2 Strategiebegriff und -ansätze sowie Struktur und gegenwärtige Herausforderungen der Banken des deutschen Universalbankensystems.....	15
2.1 Strategiebegriff, institutionelle Arrangements und Bankmanagement.....	15
2.1.1 Begriffsabgrenzungen und Einordnung.....	15
2.1.2 Wahl des institutionellen Arrangements – Make-or-buy-Entscheidung.....	22
2.1.3 Ableitung relevanter Parameter zur Ausrichtung von Geschäftsfeldern und ausgewählte Strategien des Bankmanagements.....	25
2.1.3.1 Ableitung relevanter Parameter bei der Geschäftsfeldausrichtung....	25
2.1.3.2 Strategien im Bankmanagement – der Ansatz von Ansoff.....	26
2.2 Gegenwärtige Struktur des deutschen Universalbankensystems.....	28
2.3 Abgrenzung, Einordnung und Geschäftsfelder deutscher Universalbanken.....	36
2.3.1 Begriffsabgrenzungen und Bankensystematik.....	36
2.3.2 Einordnung und Ableitung der Charakteristika von Universalbanken.....	38
2.3.3 Einteilung des Universalbankensystems und typische Geschäftsfelder.....	40
2.3.4 Ausprägungsformen der drei Säulen des deutschen Bankensystems.....	43
2.3.4.1 Kreditbanken.....	43
2.3.4.2 Öffentlich-rechtliche Banken.....	44
2.3.4.3 Genossenschaftsbanken.....	47
2.3.5 Begriffliche Abgrenzung der fokussierten Regionalbank.....	48
2.4 Aktuelle Marktentwicklungen sowie Wettbewerbs- und Ertragssituation deutscher Universalbanken im internationalen Vergleich.....	54
2.4.1 Aktuelle Entwicklungen im Finanzdienstleistungsmarkt.....	54
2.4.1.1 Terminologische Abgrenzung von Mega- und Metatrends.....	54
2.4.1.2 Kriteriengestützte Herleitung von Mega- und Metatrends.....	57

2.4.1.3	Begriffsabgrenzung zur Globalisierung und Internationalisierung ...	60
2.4.1.4	Ableitung der Globalisierung als Metatrend.....	62
2.4.1.5	Ableitung der Digitalisierung als Metatrend	69
2.4.1.6	Akzidentielle Entwicklungen im Finanzdienstleistungsmarkt	76
2.4.2	Wettbewerbssituation im deutschen Bankenmarkt	81
2.4.3	Ertragslage deutscher Banken im nationalen und internationalen Vergleich.....	84
2.5	Zwischenfazit.....	94
3	Eigenkapital als spezifische Ressource im bankbetrieblichen Prozess	95
3.1	Begriff und Funktionen des Bankeigenkapitals.....	95
3.1.1	Eigenkapitalbegriff.....	95
3.1.2	Funktionen und Relevanz des Eigenkapitals im bankbetrieblichen Kontext.....	96
3.2	Eigenkapital als bankinterne Größe zur Steuerung via Rendite und Risiko	103
3.3	Eigenkapital als zentrale Steuerungsgröße der Bankenaufsicht	105
3.3.1	Theoretisches Rational für die Orientierung der Aufsicht am Eigenkapital.....	106
3.3.2	Organisation und Novellierungen der Bankenaufsicht.....	120
3.3.3	Ausgewählte Normen mit Bezug zum regulatorischen Eigenkapital, zum Verschuldungsgrad und zur Liquidität	122
3.3.3.1	Normen mit direkter Wirkung auf Eigenkapital und Verschuldung	123
3.3.3.1.1	Neudefinition der regulatorischen Eigenmittel – Säule 1 nach Basel III	123
3.3.3.1.2	Leverage Ratio	128
3.3.3.2	Normen mit indirekter Wirkung auf das Eigenkapital über die Liquidität	135
3.3.3.2.1	Net Stable Funding Ratio	135
3.3.3.2.2	Liquidity Coverage Ratio	144
3.3.3.3	Weitere Überwachungsinstrumente und Säule-2-Anforderungen...	148
3.4	Auswirkungen für die Bilanzen und Geschäftsmodelle von Banken	154
3.4.1	Bilanzverkürzung, Deleveraging und Rebalancing.....	154
3.4.2	Auswirkungen auf das Bestands- und Neugeschäft	160
3.4.3	Direkte und indirekte Regulierungskosten	162
3.4.4	Wirkung der Regulierung bezogen auf heterogene Geschäftsmodelle	167

3.4.5	Ableitung von Implikationen für die mittelständische Kundschaft.....	171
4	KMU als Kundenklientel von Banken	173
4.1	Abgrenzung und Merkmale von KMU im Finanzierungs- und Internationalisierungskontext.....	173
4.1.1	Quantitative und qualitative Begriffsabgrenzung von KMU	173
4.1.2	Finanzierungsrelevante Besonderheiten mittelständischer Unternehmen.	177
4.1.3	Resultierende Finanzierungspräferenzen von KMU	186
4.1.4	Struktur, Auslandsaktivität sowie Wettbewerbssituation von KMU	190
4.1.4.1	Struktur und bilanzielle Kennzahlen von KMU	190
4.1.4.2	Auslandsaktivität von KMU	195
4.1.4.3	Markt- und Wettbewerbssituation von KMU	198
4.1.5	KMU-spezifisches Finanzierungsverhalten, geeignete Finanzierungs- instrumente und Ratinganforderungen.....	201
4.1.5.1	Finanzierungsverhalten von KMU.....	201
4.1.5.2	Finanzierungsinstrumente für KMU und Substitute zum Bankkredit.....	208
4.1.5.3	Anforderungen an das Rating	213
4.1.6	Finanzierung im Internationalisierungsprozess	216
4.1.7	Abgrenzungskriterien von KMU mit Internationalisierungspotenzial.....	222
4.1.7.1	Konstrukt der Globalisierungsbetroffenheit	222
4.1.7.2	Identifikationskriterien zum Internationalisierungspotenzial von KMU	225
4.2	Finanzdienstleistungsangebot von Banken an KMU.....	228
4.2.1	Volkswirtschaftliche Funktion und Relevanz von Banken	228
4.2.2	Ableitung von Finanzdienstleistungsspezifika und deren Relevanz für das Kreditgeschäft	232
4.2.2.1	Spezifische Eigenschaften von Finanzdienstleistungen	232
4.2.2.2	Vertrauen als bedeutendes Konstrukt bei Finanzdienstleistungen ..	238
4.2.2.3	Implikationen der Finanzdienstleistungsmerkmale für das Kreditgeschäft	245
4.2.3	Stellenwert der Bankfinanzierung aus KMU-Perspektive	252
4.2.4	Struktur des Finanzdienstleistungsmarktes	254
4.3	Theoretische Fundierung der KMU-Bank-Beziehung.....	260
4.3.1	Begriffsabgrenzung und inhaltliche Einordnung des Hausbankprinzips..	260
4.3.2	Modelle zum Hausbankprinzip.....	266
4.3.2.1	Modell von Petersen und Rajan	266

4.3.2.2 Modell von Boot und Thakor.....	269
4.3.2.3 Zwischenfazit	278
4.3.3 Normative Schlussfolgerungen	288
5 Auslands­ge­schäft von Regionalbanken mit ihrer KMU-Klientel.....	291
5.1 Grundlagen und Anforderungen an das Auslands­ge­schäft mit KMU	291
5.1.1 Auslandsbezogene Bankfunktionen im Lichte der Finanzintermediationstheorie	291
5.1.2 Begriffsabgrenzung und historische Entwicklung des Auslands­ge­schäfts	295
5.1.3 Anforderungen des Auslands­ge­schäfts mit KMU	300
5.1.3.1 Informationsasymmetrien und Transaktionskosten im Auslands­ge­schäft	300
5.1.3.2 Besondere Herausforderungen des Auslands­ge­schäfts.....	303
5.2 Determinanten der Internationalisierungsentscheidung von Banken.....	304
5.3 Entwicklung des internationalen Geschäfts mit KMU	311
5.4 Strategien zur Aufstellung im internationalen Geschäft mit KMU.....	312
5.4.1 Follow-your-client-Strategie	313
5.4.2 Multinationale Aufstellung.....	314
5.4.3 Aktuelle Aufstellung deutscher Regionalbanken im Auslands­ge­schäft	314
5.4.3.1 Umsetzung in der Sparkassen-Finanzgruppe.....	314
5.4.3.2 Umsetzung in der genossenschaftlichen Finanzgruppe	321
5.4.4 Diskussion von Strategemaßnahmen regionaler Hausbanken im inter- nationalen Kontext.....	322
5.4.4.1 Chancen und Risiken von Hausbanken im Internationalisierungskontext.....	322
5.4.4.2 Ableitung relevanter Strategieimplikationen der Ansoff-Matrix....	324
5.4.4.3 Finale Diskussion zur Strategieanwendung im Firmenkunden- ge­schäft	328
6 Schlussbetrachtung	331
6.1 Zusammenfassung zentraler Ergebnisse.....	331
6.2 Limitationen der Untersuchung und weiterer Forschungsbedarf.....	338
6.3 Wissenschaftliche Bewertung und Ausblick	339
Quellenverzeichnis.....	345
i) Interviewverzeichnis.....	345
ii) Literaturverzeichnis	346
ii) Rechtsquellenverzeichnis	400