

Nachhaltigkeit und Finanzen

RESEARCH

Nadine Mayer

Financial Capability in der Kunde-Bank- Beziehung

Eine wissensbasierte Analyse
und Modellkonzeption



Springer Gabler

Nachhaltigkeit und Finanzen

Reihe herausgegeben von

H. Schäfer, Stuttgart, Deutschland

Nachhaltigkeit findet eine immer stärkere Berücksichtigung in betriebswirtschaftlichen Forschungsgebieten zu Investition und Finanzierung sowie in der Praxis. Die vorliegende Schriftenreihe eröffnet Zugänge zur wissenschaftlichen Behandlung ausgewählter Fragestellungen an der Schnittstelle zwischen ökologischen, sozialen und Governance-Themen in Verbindung mit Investitions- und Finanzierungstheorien. Mit den in dieser Schriftenreihe veröffentlichten Werken wird sowohl für die Praxis anwendungsorientierte Forschung bereitgestellt, als auch die wissenschaftliche Theorie und Empirie weiterentwickelt.

Sustainability is more and more considered in practise and the research on finance and investment. The scientific series at hand gives access to scientific treatments of selected subjects at the interface of environmental, social and governance, i.e. sustainability issues with finance and investment. The overall aim of this series is on the one hand to advance applied research for practitioners and on the other hand to contribute to the development of theoretical and empirical research.

Weitere Bände in der Reihe <http://www.springer.com/series/15880>

Nadine Mayer

Financial Capability in der Kunde-Bank- Beziehung

Eine wissenschaftliche Analyse
und Modellkonzeption

Mit einem Geleitwort von
Univ.-Professor Dr. Henry Schäfer



Springer Gabler

Nadine Mayer
Stuttgart, Deutschland

D93 (Dissertation Universität Stuttgart, 2017)

ISSN 2523-8000

ISSN 2523-8019 (electronic)

Nachhaltigkeit und Finanzen

ISBN 978-3-658-21016-8

ISBN 978-3-658-21017-5 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-21017-5>

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

Springer Gabler

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2018

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Gabler ist Teil von Springer Nature

Die eingetragene Gesellschaft ist Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Geleitwort

Es ist eigentlich verwunderlich, wie wenig bisher in der Forschung und in der Praxis des Bankmarketings, des Verbraucherschutzes und der Bankenregulierung die Bedeutung von Wissen und Handlungskompetenz von Kunden als notwendige Voraussetzung für effiziente Finanzmärkte behandelt werden. Die vorliegende Dissertation hat sich dieses, in der Forschung längst überfälligen Themengebietes angenommen. Zu diesem Zweck beschreitet sie einen völlig neuen paradigmatischen Weg und wirft etliche der bisherigen ordnungspolitischen Grundlagen sowie Standardmarketing-Vorstellungen im Bankbereich „über Bord“. Dies wird in besonderer Weise durch die neuartige Verbindung von wissensbasierter Unternehmenstheorie und der ebenfalls wissensbasierten Financial Capability-Schule deutlich. Das Resultat ist das Verständnis einer marktmäßigen Interaktion von (Privat)Kunden und Kreditinstituten als eine wissensbasierte Learning Relationship.

Die Arbeit grenzt ihre Analysen auf den Kreis der Privathaushalte ab. Sie geht der Frage nach, wie Privatpersonen bei mangelnder finanzieller Bildung und sich verstärkenden finanziellen sowie Risikoherausforderungen diese mit passenden Finanzdienstleistungen meistern können. Dabei geht es nicht unerheblich auch um sozialpolitische Belange. Auf der anderen Seite zeigt die Arbeit, dass Kreditinstitute mit ihrem bisherigen produktlastigen Privatkundengeschäft kaum in der Lage sein dürften, Kunden zu binden, indem sie deren Bedarfe adäquat befriedigen. Die eigenen Geschäfts- und Produktmodelle von Banken sind in dieser Hinsicht bislang zu wenig zukunftsfähig.

Die zweigeteilte Betrachtungsweise – Privatkunden und Kreditinstitute – zieht sich als „roter Faden“ durch die gesamte Arbeit. Und ein methodisches Grundmerkmal der Arbeit ist der kausale Zusammenhang zwischen den informationsökonomischen Anforderungen an ein effizientes Agieren der Marktparteien „Kreditinstitut und Privatkunde“ einerseits und der bisher verkannten notwendigen Schaffung von Wissen und Kompetenzen auf der anderen Seite. Die Arbeit positioniert sich damit vor dem Hintergrund der Wissens- und Risikogesellschaft. Dazu wird eine Breite unterschiedlicher wirtschaftswissenschaftlicher Theorieansätze aus der Neo-Institutionenökonomik, der Financial Literacy, der verhaltenswissenschaftlichen Betriebswirtschaftslehre (insbesondere des Marketings), der Organisationstheorie und der Banktheorie neuartig miteinander verbunden und zu einem systemischen Konzept verknüpft. Ergänzend wird in einer eigenen empirischen Untersuchung der Gehalt des zuvor entwickelten Wissens-

kooperationsmodells überprüft und es werden dazu weiterführende Forschungen vorgeschlagen.

Nadine Mayer leistet damit nicht nur einen wesentlichen Beitrag zur Überwindung der derzeit vorherrschenden Ansichten und Praktiken des Bankmarketings, des Verbraucherschutzes und des Verständnisses von Finanzentscheidungsprozessen in Privathaushalten. Sie legt mit ihrem Wissenskooperationsmodell einen Grundstein, der geeignet ist, die immer zahlreicher werdende Kritik am derzeit vorherrschenden, praktizierten Bankmarketing mit der überdeutlichen Produktausrichtung auf neue paradigmatische und praktische Füße zu stellen.

Die Arbeit stellt mit dem gewählten methodischen Vorgehen einen herausragenden, innovativen eigenständigen Beitrag zu bisherigen Arbeiten auf diesem Gebiet dar. Sie leistet einen zentralen Beitrag zur theoretischen Begründung einer wissensbasierten Interaktion von Bank- und Kundenseite, wie es in dieser Form bisher nicht vorliegt und auf den zukünftige Arbeiten aufsetzen können. Die im Bankenkontext gewonnenen Erkenntnisse können zudem gut übertragen werden auf andere Finanzintermediäre beispielsweise Versicherungsgesellschaften und Bausparkassen.

Stuttgart

Univ.-Prof. Dr. Henry Schäfer

Vorwort

Die Idee zu dieser Arbeit entstand während meiner Zeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Lehrstuhl für Finanzwirtschaft von Univ.-Professor Dr. Henry Schäfer an der Universität Stuttgart. Eine Kernkompetenz des Lehrstuhls stellt die Forschung zum Thema „Nachhaltigkeit und Finanzen“ dar. Während meiner Mitarbeit in verschiedenen Forschungsprojekten zu diesem Thema und nicht zuletzt unter den Eindrücken der Finanzkrise rückte insbesondere die Frage nach einer nachhaltigen Ausgestaltung der Finanzen von Privatkunden in Zusammenhang mit einer langfristigen Kunde-Bank-Beziehung in meinen Forschungsfokus.

Hierbei zeigte sich, dass in der Diskussion um nachhaltige Geldanlagemöglichkeiten für Privatkunden häufig ein wesentlicher und grundlegender Nachhaltigkeitsaspekt zu kurz kam und auch heute noch zu kurz kommt: die ökonomische Nachhaltigkeit der privaten Finanzen selbst. In diesem Zusammenhang erwiesen sich unter anderem der individuelle Grad an Finanzkompetenz zur bedarfsgerechten Auswahl und die Verfügbarkeit tatsächlich bedarfsorientierter Finanzdienstleistungsprodukte als entscheidende Voraussetzungen für eine ökonomisch nachhaltige Ausgestaltung privater Finanzen.

Eine genauere Betrachtung dieser beiden Faktoren ergab jedoch, dass sowohl die Finanzkompetenz von Privatkunden als auch die Kompetenz der Kreditinstitute zur bedarfsgerechten Ausgestaltung von Finanzdienstleistungen durchaus Verbesserungspotenziale aufweisen. Gleichzeitig verfügen sowohl Privatkunden als auch Kreditinstitute über spezifisches Wissen, das den jeweils anderen Akteur bei der Herausbildung seiner jeweiligen Kompetenz unterstützen kann.

Doch wie können Privatkunden und Kreditinstitute in einen für beide Seiten nutzenstiftenden wechselseitigen Austausch des jeweils relevanten Wissens kommen? Wie kann eine wissensbasierte Learning Relationship zwischen Privatkunden und Kreditinstituten ausgestaltet sein? Diese Überlegungen bildeten den Initialpunkt für die vorliegende Dissertation.

Bei der Entstehung dieser Arbeit haben mich viele Menschen unterstützt. Ihnen möchte ich an dieser Stelle danken.

Besonderer Dank gilt meinem Doktorvater und Mentor, Herrn Professor Dr. Henry Schäfer, für die inspirierende und konstruktive Unterstützung während der Promotionszeit und auch für sein Vertrauen und die Möglichkeit, als wissen-

schaftliche Mitarbeiterin an einer Vielzahl interessanter und lehrreicher Forschungsprojekte mitzuarbeiten.

Herrn Professor Dr. Andreas Oehler danke ich für die Übernahme des Zweitgutachtens und das Interesse an meiner Arbeit.

Bei Frau Anabel Hirsch bedanke ich mich recht herzlich für die engagierte Unterstützung bei der Durchführung der empirischen Untersuchung.

Dank gilt auch den Studierenden des Bachelor-Studiengangs technisch-orientierte Betriebswirtschaftslehre, die im Wintersemester 2011/12 an meiner empirischen Untersuchung teilnahmen.

Meinen ehemaligen Kolleginnen und Kollegen am Lehrstuhl für Finanzwirtschaft danke ich für den konstruktiven wissenschaftlichen Austausch, die kollegiale Zusammenarbeit und natürlich auch für die notwendige „Zerstreuung“ zwischendurch. Ganz besonders möchte ich Dr. Thomas Steiauf, Dr. Christian Barthruff, Dr. Christian Gromer und Sven Raith für die fachliche und motivatorische Unterstützung und die freundschaftlichen Ratschläge danken. Ein herzlicher Dank gilt auch Frau Michaela Müller-Wittek und den wissenschaftlichen Hilfskräften am Lehrstuhl für die organisatorische Unterstützung. Besonders möchte ich in diesem Zusammenhang Herrn Florian Sauter und Frau Anastasia Hartung danken.

Von Herzen danke ich auch den Menschen aus meinem persönlichen Umfeld, die mich auf verschiedenste Art und Weise liebevoll und motivierend unterstützt und auch für die nötige Entspannung und gedankliche Distanz gesorgt haben, unter der ein guter Gedanke reifen kann:

Meinen Freunden und meiner Familie.

Ganz besonderer Dank gilt meinen Eltern Stefan und Ingrid Mayer, die mir meine akademische Ausbildung ermöglicht haben und mich in allen Lebenslagen uneingeschränkt unterstützen.

Ich widme diese Arbeit meiner Familie.

Stuttgart

Nadine Mayer

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort.....	VII
Abbildungsverzeichnis.....	XIII
Tabellenverzeichnis	XV
Abkürzungsverzeichnis.....	XVII
Symbolverzeichnis.....	XIX
Zusammenfassung	XXI
Abstract.....	XXV

1 Einleitung..... 1

1.1 Problemstellung der Arbeit und Relevanz der Thematik.....	1
1.2 Forschungsziel und Abgrenzung der Arbeit	10
1.3 Vorgehen der Arbeit	14

2 Die Privatkunde-Bank-Beziehung im Spannungsfeld dynamischer Umfeldveränderungen 19

2.1 Dynamische Entwicklungen des marktlichen, regulatorischen und technologischen Bankenumfelds als zentrale Triebkräfte des Wandels.....	19
2.1.1 Marktlich und technologisch bedingte Veränderungsdynamik der Privatkunde-Bank-Beziehung	22
2.1.2 Regulatorische Veränderungsdynamik der Privatkunde-Bank-Beziehung durch nationale und supranationale Organisationen	29
2.1.3 „Quasi“-regulatorische Veränderungsdynamik der Privatkunde-Bank-Beziehung durch zivilgesellschaftliche Akteure.....	34
2.2 Evolution kundenorientierter Marktbearbeitungsstrategien im Kontext dynamischer Marktveränderungen	38
2.2.1 Kundenorientierung als Differenzierungsmerkmal vertikal integrierter Kreditinstitute	38
2.2.2 Kundenorientierung durch analytisches Customer Relationship-Management und Kundensegmentierung.....	48

2.3 Kritische Würdigung kundenorientierter Marktbearbeitungsstrategien vor dem Hintergrund einer zunehmenden Veränderungsdynamik des Privatkundenmarkts.....	55
--	----

3 Der Finanzentscheidungsprozess von Privatkunden im Spannungsfeld dynamischer Umfeldveränderungen 75

3.1 Dynamische Einflüsse auf heterogene Finanzdienstleistungsbedarfe von Privatkunden.....	75
3.1.1 Sozioökonomische Triebkräfte der Veränderungsdynamik im Privatkundenumfeld.....	75
3.1.2 Konsum als Instrument gesellschaftlicher Teilhabe.....	93
3.1.3 Verbraucherrolle und -bedürfnisse im Kontext sozioökonomischer Umfelddynamik.....	98
3.1.4 Finanzdienstleistungen im Kontext sozioökonomischer Umfelddynamik.....	101
3.1.5 Wachsende Notwendigkeit der Finanzkompetenz als Konsequenz veränderter Finanzdienstleistungsbedarfe.....	110
3.2 Finanzielle Allgemeinbildung im Kontext der Dynamik sozioökonomischer Rahmenbedingungen und heterogener Finanzdienstleistungsbedarfe.....	116
3.2.1 Überblick und begriffliche Abgrenzung der unterschiedlichen Ansätze finanzieller Allgemeinbildung.....	116
3.2.2 Vom Financial Literacy- zum Financial Capability-Konzept	125
3.2.3 Financial Capability.....	145
3.2.4 Finanzielle Allgemeinbildung in Deutschland.....	179
3.3 Das Financial Capability-Konstrukt als reflexiver Lernprozess.....	195

4 Die Wissensperspektive des Kunden als Triebkraft kundenorientierter Marktbearbeitungsstrategien 199

4.1 Die Wissensbasiertheit der Privatkunde-Bank-Beziehung.....	199
4.2 Die Erschließung der Wissensperspektive des Privatkunden.....	215
4.2.1 Interaktiver Wissensaustausch mithilfe des Kundenwissens-Managementzyklus.....	215
4.2.2 Das Wissen des Kunden.....	220
4.2.3 Wissensteilung in der sozialen Interaktion – das erweiterte Wissen über den Kunden.....	237
4.2.4 Wissen für den Kunden.....	245

- 4.3 Kritische Reflexion der bisherigen Integration der
Wissensperspektive des Kunden in die Privatkunde-Bank-Beziehung 259

5 Die Privatkunde-Bank-Beziehung aus wissensbasierter Perspektive..... 261

- 5.1 Implikationen dynamischer Umfeldveränderungen für das
wissensbasierte Bankmanagement 261
- 5.2 Dynamische Fähigkeiten als Reaktionspotenzial auf dynamische
Umfeldveränderungen 269
- 5.3 Generierung organisationalen Wissens durch soziale Interaktion –
der Knowledge Evolution Cycle nach Zollo/Winter 278
- 5.4 Interaktives Lernen zwischen Privatkunden und Bank zur
Überwindung von Wissensasymmetrien durch Bildung
dynamischer Fähigkeiten 283

6 Modelltheoretische Überlegungen zur Wissenskooperation zwischen Privatkunden und Bank.... 291

- 6.1 Das Wissenskooperationsmodell 291
- 6.1.1 Wissensexploration: Bildungsmaßnahme und
Wissenskooperation 293
- 6.1.2 Wissensexploitation: Kompetenzbildung und
Finanzdienstleistungskontrakt 300
- 6.2 Prämissen des interaktiven Wissenskooperationsmodells 305
- 6.2.1 Interpretation der Modellstruktur aus
neo-institutionenökonomischer Sicht 306
- 6.2.2 Die Dualität von Vertrauen und Wissen in der
Wissenskooperationsbeziehung..... 324
- 6.2.3 Soziopsychologische Wirkungsmechanismen des
Wissenskooperationsmodells 333
- 6.3 Empirische Untersuchung soziopsychologischer Prämissen der
Modellstruktur 336
- 6.3.1 Das Untersuchungsdesign 336
- 6.3.2 Ergebnisse der Untersuchung 354
- 6.3.3 Interpretation und Diskussion der Ergebnisse 382

7 Forschungsausblick und Fazit.....	387
7.1 Implikationen des Modells und Forschungsausblick.....	388
7.1.1 Implikationen für die Implementierung einer wechselseitigen Learning Relationship	388
7.1.2 Die Rolle von Bankmitarbeitern im Wissenskooperationsprozess	389
7.1.3 Die Rolle von externen Dritten im Wissenskooperationsprozess	393
7.1.4 Die Rolle der Informationstechnologie im Wissenskooperationsprozess	394
7.1.5 Implikationen für die Kundensegmentierung, Produktentwicklung und neue Geschäftsmodelle	395
7.1.6 Implikationen für einen wissensbasierten Verbraucherschutz ...	400
7.1.7 Implikationen für die Finanzkompetenz-Forschung	414
7.2 Fazit.....	416
 Verzeichnis der Gesetze, Verordnungen, Richtlinien und Gesetzesentwürfe	 421
 Literaturverzeichnis.....	 423
 Anhang	 461
Anhang I: (Privates) Finanzmanagement im Studium	461
Anhang II: Fragebogen I – Pretest.....	471
Anhang III: Fragebogen II – Posttest.....	483
Anhang IV: Itembatterie Finanzkompetenz mit Zuordnung zu Kompetenzbereichen.....	493
Anhang V: Itemanalyse/Reliabilitätsanalyse Financial Capability – verkürzte Darstellung	496
Anhang VI: Explorative Faktorenanalyse Financial Capability – Mustermatrix	499
Anhang VII: Itemanalyse/Reliabilitätsanalyse Einstellung zur Hausbank – verkürzte Darstellung	501
Anhang VIII: Explorative Faktorenanalyse Einstellung zur Hausbank – Mustermatrix	502
Anhang IX: Itemanalyse/Reliabilitätsanalyse Einstellung zu Banken im Allgemeinen – verkürzte Darstellung.....	503
Anhang X: Explorative Faktorenanalyse Einstellung zu Banken im Allgemeinen – Mustermatrix	504

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Dynamische Veränderungen im Wettbewerbs- bzw. Marktumfeld und im regulatorischen Umfeld als Kennzeichen des anbieterseitigen Umbruchs.....	21
Abbildung 2: Erfolgskette der Kundenorientierung	42
Abbildung 3: Das Konfirmations-/Diskonfirmations-Paradigma	46
Abbildung 4: Relevante Informationen zur Kundenbeziehung.....	49
Abbildung 5: Neobehavioristisches SOR-Modell des Konsumentenverhaltens	61
Abbildung 6: Varianten und Ziele der Kundenintegration.....	63
Abbildung 7: Faktoren der Veränderungsdynamik der sozioökonomischen Rahmenbedingungen von Privatkunden	77
Abbildung 8: Financial Literacy Segmente mit High Scores in keinem, einem, zwei, drei der Finanzkompetenzbereiche	113
Abbildung 9: Überblick über Konzepte im Finanzbildungswesen.....	123
Abbildung 10: Struktur der Pensionseinkommen in Deutschland, Großbritannien und den USA 2005	126
Abbildung 11: The demand defines the internal structure of a competence ...	136
Abbildung 12: Capability, Competence and Wellbeing.....	141
Abbildung 13: Expanded Model of Financial Competence	144
Abbildung 14: A model of financial capability.....	154
Abbildung 15: „Aspects of financial capability“ – das Financial Capability-Konzept des Money Advice Services.....	162
Abbildung 16: Das Wissensintensitätsportfolio von Finanzdienstleistungen.....	203
Abbildung 17: Eigenschaften von Finanzdienstleistungen.	205
Abbildung 18: Wirkungszusammenhänge zwischen Wissensmanagement und Finanzkompetenz von Privatkunden	219

Abbildung 19: Der Kundenwissens-Managementzyklus	220
Abbildung 20: Zwei-Komponenten-Theorie mentaler Modelle	231
Abbildung 21: Prozess der mentalen Modellbildung	234
Abbildung 22: Vier Formen der Wissensumwandlung.....	239
Abbildung 23: Spirale der Wissensschaffung im Unternehmen	244
Abbildung 24: Activities in the Knowledge Evolution Cycle.....	279
Abbildung 25: Modellstruktur des wissensbasierten Interaktionsprozesses ...	293
Abbildung 26: Zweistufiges Vertragsdesign der Wissenskooperation	306
Abbildung 27: Der Vertrauensbildungsprozess im Wissenskooperationsmodell	325
Abbildung 28: Die Vertrauenserwartung als subjektive Wahrnehmung der Motivation des Vertrauensnehmers	329
Abbildung 29: Kausalzusammenhang zwischen kognitiver Durchdringung und emotionaler Reaktion in einer potenziellen Vertrauenssituation	330
Abbildung 30: Entstehung und Wirkung von Einstellungen	332
Abbildung 31: Ergebnisse des Wilcoxon-Vorzeichen-Rangtest bei verbundenen Stichproben zur Financial Capability (FINCAP)	364
Abbildung 32: Ergebnisse des Wilcoxon-Vorzeichen-Rangtest bei verbundenen Stichproben zur Einstellung zur Hausbank (EHB).....	371
Abbildung 33: Ergebnisse des Wilcoxon-Vorzeichen-Rangtest bei verbundenen Stichproben zur Einstellung zu Banken im Allgemeinen (EBA)	380

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Übersichtstabelle über die wesentlichen Begriffe der Forschung zur finanziellen Allgemeinbildung unter Berücksichtigung verschiedener Definitionen	119
Tabelle 2:	MINDSPACE-Kategorien	179
Tabelle 3:	Überblick über ausgewählte Initiativen und Aktivitäten ausgewählter deutscher Kreditinstitute im Bereich Finanzieller Allgemeinbildung	191