

Geleitwort

Das Privatkundengeschäft stellt die Kreditinstitute vor neue Herausforderungen. Es ist gekennzeichnet durch einen scharfen Wettbewerb (bei sinkenden Margen und höheren Anforderungen an die IT) und durch eine abnehmende Kundenbindung. Vor diesem Hintergrund wird zunehmend versucht, die Kundenbeziehungsrentabilität zu steigern, und zwar einerseits durch Fokussierung der Anstrengungen auf ertragreiche Kunden, und zum anderen durch Effizienzsteigerungen in den Gestaltungsbereichen Marketing, Vertrieb und Service. Hierbei handelt es sich um eine äußerst komplexe Aufgabe, denn es reicht offensichtlich nicht aus, eine ergänzende CRM-Komponente zu etablieren, sondern auch bestehende Prozesse müssen grundsätzlich überdacht und neu gestaltet werden.

Die gegenwärtige Praxis im bankbetrieblichen Kundenbeziehungsmanagement (Relationship Banking) ist noch von methodischen Defiziten bei der Organisationsgestaltung geprägt. In seiner beruflichen Praxis als Berater hat der Autor viele derartige Projekte begleitet und dabei den Bedarf nach einem Referenzmodell für das Kundenbeziehungsmanagement in dem betrachteten Sektor festgestellt. Ein solches Organisationsmodell sollte den Stand wissenschaftlicher Erkenntnisse sowie von „Best-practice“-Lösungen integrierend dokumentieren und für Banken und Managementberater ein wertvolles Hilfsmittel bei der Neugestaltung ihrer CRM-spezifischen Funktionen und Prozesse darstellen.

In seiner Dissertation entwickelt Herr Dr. Mengue Nkoa ein derartiges Referenzmodell, nachdem er zuvor den Bedarf durch Expertenbefragungen nachgewiesen hat. Methodisch lehnt er sein Vorgehen dabei an die „Strategie angewandter Forschung“ von ULRICH an.

Die relevanten Beiträge der Literatur zur Referenzmodellierung für das Relationship Banking werden geschickt gegliedert in bankspezifische Architekturkonzepte, die vor allem das Kundenbeziehungsmanagement aufgreifen, und in CRM-Arbeiten, die einen expliziten Fokus auf Universalbanken sowie auf andere Finanzdienstleister richten. Im Ergebnis zeigt sich, dass es zwar verwertbare Ansatzpunkte gibt, die Fragestellung der Arbeit jedoch noch unbeantwortet ist. Die gesichteten Beiträge und Ansätze liefern allerdings wichtige Impulse für die gelungene, inhaltliche und methodische Entwicklung seines Referenz-Organisationsmodells.

Unter sorgfältiger Verwendung der einschlägigen Literatur entwickelt der Autor eine strukturierte Vorgehensweise zur Referenzmodellierung. Die zu treffenden Auswahlentscheidungen bezüglich Modellierungsparadigma, Modellarchitektur, Beschreibungssprachen und Modellierungstools werden klar herausgearbeitet. Verwoben in diese Darstellung ist die Entscheidung für die Modellierung von Funktionen sowie Prozessen unter Verwendung des ARIS-Toolsets im konkreten Anwendungsfall.

Die inhaltliche Realisierung des Referenzmodells des Relationship Banking erfolgt in einem iterativen Entwicklungsprozess. Entsprechend dem vom Autor gewählten forschungsstrategi-

schen Bezugsrahmen werden potenzielle Modellnutzer in den Modellbildungsprozess einbezogen. Kernergebnis dieses Prozesses ist die Erarbeitung eines auf den Gestaltungsbereichen Marketing, Vertrieb und Service basierenden Ordnungsrahmens des bankbetrieblichen CRM. Darauf aufbauend bildet der Autor Funktions- und Prozessmodelle zur Modelldetaillierung ab.

Abschließend konzentriert sich Herr Dr. Mengue Nkoa auf die formale Überprüfung des Referenzmodells. Außerdem konsultiert er die fokussierten Zielgruppen, d.h. Entscheidungsträger in Kreditinstituten, Managementberater und Anbieter von Systemlösungen, mit dem Ziel, die praktische Anwendbarkeit, die Validität und den Nutzen seines Modells objektiv zu demonstrieren.

In diesem Buch werden die Bereiche Marketing, Vertrieb und Service in einen integrierten CRM-Gesamtprozess erfolgreich eingebettet. Damit kann ein maßgeblicher Beitrag zur Erreichung von Kundenbindungs- und Profitabilitätszielen der Banken geleistet werden, vor allem wenn dieser Orientierungsrahmen institutsspezifisch angepasst und weiterentwickelt wird.

Die Arbeit stellt ein gelungenes Beispiel für die wissenschaftliche Erarbeitung einer Problemlösung dar, die vor einem praktischen Hintergrund als wünschenswert identifiziert wurde. Ihr ist in Praxis und Wissenschaft Aufmerksamkeit und Resonanz zu wünschen.

Prof. Dr. Michael Bastian