



**Financial Planning im Private Banking.  
 Kundenorientierte Gestaltung einer  
 Beratungsleistung.**

Rolf Tilmes

Broschiert – 572 Seiten  
 3., durchges. und erg. Auflage  
 Uhlenbruch Verlag, Bad Soden/Ts. 2002  
 ISBN: 3-933207-18-5

Bestellung: [www.uhlenbruch.com](http://www.uhlenbruch.com)

**INHALTSÜBERSICHT**

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
1.1 Problemstellung und Zielsetzung .....	1
1.2 Theoretischer Bezugsrahmen .....	5
1.3 Abgrenzung und Gang der Untersuchung .....	10
<b>2. Konzeptionelle Basis</b> .....	<b>15</b>
2.1 Financial Planning .....	15
2.2 Private Banking .....	59
2.3 Zusammenfassung der konzeptionellen Basis .....	82
<b>3. Bestimmungsdimensionen der Financial Planning-Nachfrage</b> .....	<b>87</b>
3.1 Grundüberlegungen zum Verhalten privater Anleger .....	87
3.2 Erklärungskomponenten des Verhaltens privater Anleger .....	91
3.3 Financial Planning-spezifische Erweiterungen der Nachfragefaktoren .....	139
3.4 Modell zur Erklärung der Nachfrage nach Financial Planning .....	163
3.5 Zusammenfassung der Nachfragedimensionen .....	170
<b>4. Gestaltungsanforderungen an das Financial Planning-Angebot im Private Banking</b> .....	<b>179</b>
4.1 Anforderungen im Private Banking .....	179
4.2 Kundenbindung als Zieldimension .....	202
4.3 Financial Planning als Differenzierungsstrategie .....	225
4.4 Zusammenfassung der Gestaltungsanforderungen .....	242
<b>5. Empirische Untersuchung der Anforderungen an die Beratungsdienstleistung und deren Integration ins Private Banking</b> .....	<b>249</b>
5.1 Zielsetzung der empirischen Untersuchung und Bezugsrahmen .....	249
5.2 Gegenstand und Umfang der empirischen Untersuchung .....	252
5.3 Ergebnisse der empirischen Untersuchung .....	268
5.4 Zusammenfassung der Ergebnisdimensionen .....	397
<b>6. Zusammenfassung und Ausblick</b> .....	<b>409</b>
6.1 Wesentliche Gestaltungsdimensionen .....	409
6.2 Aktuelle Entwicklung und Trends .....	414
6.3 Ausblick .....	429
<b>Anhang</b> .....	<b>431</b>
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>445</b>