

Teil I Rahmenbedingungen für brillante Businessmodelle im Finanzwesen

1 Disruption und Businessmodellinnovation	3
Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
1.1 Mangel und bahnbrechende Lösungen	3
1.2 Disruptive Technologie und die Entstehung neuer Businessmodelle	9
1.3 Anzeichen von Disruption: Businessmodellinnovation im Banken- und Versicherungswesen	13
Literatur	18
2 Was sind die Fundamente für ein brillantes Businessmodell?	21
Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Thomas Winkler	
2.1 Leitbild	26
2.2 Positionierung	29
Literatur	32
3 Was ist ein Businessmodell?	33
Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Thomas Winkler	
3.1 Marktsegmente	35
3.2 Wertangebot für Kunden	37
3.3 Kanäle	41
3.4 Betrieb	43
Literatur	45
4 Wertschöpfung und Gesamtrahmen	47
Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
4.1 Wertschöpfung für alle Stakeholder	47
4.2 Konzeptioneller Rahmen und Phaseneinteilung	52
	XIX

4.3	Fallstudie in Phase 4: Das brillante Businessmodell von Progressive . . .	55
4.4	Test der Brillanz: Wie beurteilt man Banken und Versicherungen anhand der Messlatte für brillante Businessmodelle?	71
	Literatur.	78

Teil II Fallstudien brillanter Businessmodelle im Finanzwesen

5	Gemeinschaftlicher Zahlungsverkehr	81
	Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
5.1	Die Amsterdamer Wechselbank	87
5.1.1	Das Fundament: Vertrauen in virtuelles Geld, das man nicht stützen kann	90
5.1.2	Das Businessmodell: Urmodell der Zentralbank	94
5.1.3	Das Ergebnis: Gemeinsames Interesse	98
5.1.4	Die brillanten Lektionen der Amsterdamer Wechselbank	99
5.2	Visa	102
5.2.1	Das Fundament: Das Visum für weltweiten Zahlungskomfort	104
5.2.2	Das Businessmodell: Immer erreichbar	106
5.2.3	Das Ergebnis: Weltweites Vertrauen	113
5.2.4	Die brillanten Lektionen von Visa	117
5.3	GCash	118
5.3.1	Das Fundament: Armut vom Mobiltelefon aus bekämpfen	119
5.3.2	Das Businessmodell: Von Mängeln zu Nutzern	122
5.3.3	Das Ergebnis: Der Kunde als Produktbotschafter	129
5.3.4	Die brillanten Lektionen von GCash	130
	Literatur.	132
6	Gemeinschaftliches Banking	135
	Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
6.1	Mit Ghamr Savings Association	142
6.1.1	Fundament: Sozialökonomische Bottom-up-Entwicklung	146
6.1.2	Das Businessmodell: Es geht ausschließlich ums Vertrauen	148
6.1.3	Ergebnis: Veränderung der Gemeinschaft	154
6.1.4	Die brillanten Lektionen von Mit Ghamr	156
6.2	Svenska Handelsbanken	157
6.2.1	Das Fundament: Die Filiale ist die Bank	158
6.2.2	Das Businessmodell: Vollkommene Dezentralisierung	162
6.2.3	Das Ergebnis: Zufriedenheit ist der Schlüssel	168
6.2.4	Die brillanten Lektionen von Svenska Handelsbanken	170

6.3	Umpqua Bank	172
6.3.1	Das Fundament: Eine Bank als Einzelhandelsgeschäft.	173
6.3.2	Das Businessmodell: Anders aufgrund ausgezeichneter Dienstleistungen	176
6.3.3	Das Ergebnis: Wertschöpfung für alle Stakeholder.	181
	Literatur.	186
7	Gemeinsame Finanzierung.	189
	Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
7.1	Friedrich Wilhelm Raiffeisen.	194
7.1.1	Die Basis: ein Mann mit Ideen	195
7.1.2	Das Businessmodell: Seele und Sachlichkeit	198
7.1.3	Das Ergebnis: Wohlstand für alle.	204
7.1.4	Raiffeisens brillante Lehren.	205
7.2	Bank Rakyat Indonesia	207
7.2.1	Das Fundament: Fehler sind Erfolge, wenn wir aus ihnen lernen.	208
7.2.2	Das Businessmodell: Zurück zu den Wurzeln.	211
7.2.3	Das Ergebnis: Stabilität und Sicherheit für alle Beteiligten	217
7.2.4	Die brillanten Lektionen von Bank Rakyat Indonesia.	219
7.3	SKS Microfinance	220
7.3.1	Das Fundament: Indische Kultur und westliche Geschäftsprinzipien	222
7.3.2	Das Businessmodell: Frauen die Chance geben, sich als Unternehmerinnen zu beweisen.	225
7.3.3	Das Ergebnis: Kapazitätsvergrößerung in selbstverstärkenden Wachstumsspiralen	232
7.3.4	Die brillanten Lektionen von SKS.	234
	Literatur.	237
8	Gemeinsame Investition	239
	Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Thomas Winkler	
8.1	Der Rentenfonds der Rotterdamer Ruderer	246
8.1.1	Das Fundament: Können wir es selbst, dann machen wir es auch selbst.	251
8.1.2	Businessmodell: Individuelles Interesse und Gruppenengagement	252
8.1.3	Das Ergebnis: Nach 80 Jahren ein blühender Fonds	255
8.1.4	Die brillanten Lektionen des Rentenfonds der Rotterdamer Ruderer	256

8.2	LeapFrog	261
8.2.1	Das Fundament: Wir bitten Sie, nicht zwischen Geld und Bedeutung zu wählen.	263
8.2.2	Das Businessmodell: Profit with purpose	265
8.2.3	Das Ergebnis: Das Modell ist am Arbeiten	272
8.2.4	Die brillanten Lektionen von LeapFrog.	274
8.3	Kickstarter	276
8.3.1	Das Fundament: Gemeinsam kreative Projekte realisieren	278
8.3.2	Das Businessmodell: Füreinander, voneinander	282
8.3.3	Das Ergebnis: Rückenwind	288
8.3.4	Die brillanten Lektionen von Kickstarter	291
	Literatur.	294
9	Teilung alltäglicher Risiken	295
	Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
9.1	Centraal Beheer	300
9.1.1	Das Fundament: „Angelegenheiten gemeinschaftlich selbst regeln“	303
9.1.2	Das Businessmodell: Mal eben anrufen?	305
9.1.3	Das Ergebnis: Sich selbst neu erfinden und die Kategorie neu definieren	313
9.1.4	Die brillanten Lektionen von Centraal Beheer	316
9.2	Interpolis	317
9.2.1	Das Fundament: Es beginnt mit Vertrauen	319
9.2.2	Das Businessmodell: nur wenn es stimmt, stimmt es	323
9.2.3	Das Ergebnis: Gegenseitiges Vertrauen	329
9.2.4	Die brillanten Lektionen von Interpolis.	330
9.3	Google?	332
9.3.1	Das Fundament: Immer und überall Zugang zu allen Informationen	334
9.3.2	Das Businessmodell: Sehr viel für jeden.	335
9.3.3	Das Ergebnis: Wachstum, Wachstum, Wachstum	345
9.3.4	Die brillanten Lektionen von Google	347
	Literatur.	349
10	Teilung besonderer Risiken	351
	Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
10.1	Lloyd's of London	355
10.1.1	Das Fundament: Lloyd's wagt sich an jedes Risiko heran	357
10.1.2	Das Businessmodell: Eine Sonderstellung für jedes Risiko	362

10.1.3	Das Ergebnis: Lloyd's ist ein Wertangebot	368
10.1.4	Die brillanten Lektionen von Lloyd's	371
10.2	American International Group	372
10.2.1	Das Fundament: Alle Risiken	376
10.2.2	Das Businessmodell: Alle Informationen und Netzwerke.	379
10.2.3	Das Ergebnis: Jede Belohnung	384
10.2.4	Die brillanten Lektionen von AIG	385
10.3	Credit Suisse	387
10.3.1	Das Fundament: Vorausdenken	389
10.3.2	Das Businessmodell: Mit dem Kunden vorwärtsgehen.	391
10.3.3	Das Ergebnis: Nachhaltiger Wert.	398
10.3.4	Die brillanten Lektionen von Credit Suisse.	401
	Literatur.	402
11	Lektionen für die Schaffung brillanter Businessmodelle	
	im Finanzwesen	405
	Jeroen Kemperman, Jeroen Geelhoed, Jennifer op 't Hoog und Friedrich Pautasso	
11.1	Fundament, Leitbild und Markenpositionierung: Tu ich das Richtige? . . .	406
11.2	Businessmodell: Mache ich es richtig?	409
11.3	Wertschöpfung: Schaffe ich relevanten Wert?	414