

Inhaltsübersicht

Erster Teil

Zum wissenschaftlichen Werk von Joachim Süchting

Bernd Rudolph..... 19

Zweiter Teil

Veränderungen in den Rahmenbedingungen der Kreditinstitute

Bruno Dieckhöner

Planung und Steuerung des EG-Solvabilitätskoeffizienten 27

Armin F. Schwolgin

Regulative Rahmenbedingungen und Finanzinnovationen in einem Hochinflationsland - Das Beispiel Brasilien 45

Friedrich-Michael Keine

Überlegungen zur Reform der Einlagensicherung in Deutschland 81

Dritter Teil

Probleme der Steuerung dezentraler Einheiten in Kreditinstituten

Armin Riedesser

Zur Profitcenter-Bildung in Vertriebsorganisationen der Finanzdienstleistungsbranche..... 107

Karl-Heinz Franke

Möglichkeiten und Grenzen der Marktzinsmethode aus Sicht der Praxis 143

Vierter Teil

Zentrale Aspekte des Bank- und Finanzmarketing

Dieter Boening

Zukunftsfragen des Vertriebs von Finanzdienstleistungen 157

Wolfgang Kehl

Die Berufsausbildung "Bankkaufmann/Bankkauffrau" im Wandel 175

Rainer Link

Aktienmarketing und Investor Relations - Neue Begriffe im Rahmen
der Eigenkapitalbeschaffung deutscher Publikumsgesellschaften 193

Fünfter Teil

Verbindungslinien zwischen Unternehmensstrategie und -kultur

Gert Wünsche

Corporate Identity als Teil einer umfassenden Unternehmensstrategie
bei Kreditinstituten 225

Dirk Stahlschmidt

Auswirkungen einer Corporate Identity-Strategie auf sämtliche Bereiche
eines Industrieunternehmens - Das Beispiel ERCO..... 239

Helmut Peick

Strategische Allianzen in der Kreditwirtschaft 259

Sechster Teil

Ausgewählte Fragen der Unternehmensfinanzierung

Günter Weinrich

Neuere Entwicklungslinien in der Bilanzanalyse..... 273

Hermann Balzer

Erfahrungen aus dem Einsatz von Cash-Management-Systemen
am Beispiel der Mannesmann Mobilfunk GmbH 289

Heinz J. Hockmann

Die Entscheidung institutioneller Anleger zwischen internem und externem
Portfolio Management 303

Lebenslauf 323

Schriftenverzeichnis 325