

SCHRIFTENREIHE FINANZIERUNG UND BANKEN

Herausgeber: Prof. Dr. Detlev Hummel

Marc Brüning

Corporate Finance

als europäische Option im
mittelstandsorientierten Bankgeschäft



Verlag Wissenschaft & Praxis



Corporate Finance als europäische Option
im mittelstandsorientierten Bankgeschäft

SCHRIFTENREIHE FINANZIERUNG UND BANKEN

Herausgegeben von
Prof. Dr. Detlev Hummel

Band 3

Marc Brüning

Corporate Finance

**als europäische Option im
mittelstandsorientierten Bankgeschäft**

Verlag Wissenschaft & Praxis



Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Brüning, Marc:

Corporate Finance als europäische Option
im mittelstandsorientierten Bankgeschäft / Marc Brüning.

– Sternenfels : Verl. Wiss. und Praxis, 2002

(Schriftenreihe Finanzierung und Banken ; Bd. 3)

Zugl. : Potsdam, Univ., Diss., 2001

ISBN 3-89673-161-0

ISBN 3-89673-161-0

© Verlag Wissenschaft & Praxis

Dr. Brauner GmbH 2002

D-75447 Sternenfels, Nußbaumweg 6

Tel. 07045/930093 Fax 07045/930094

Alle Rechte vorbehalten

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Printed in Germany

Geleitwort

Mittelstand und Banken müssen aufgrund der veränderten Rahmenbedingungen neue Wege der Finanzierung gehen. Die Europäisierung der Märkte und der wachsende Wettbewerb erfordern die Nutzung von Chancen wie auch die differenzierte Bewertung der Risikoverhältnisse. Dazu zwingen auch neue Eigenkapitalnormen in Folge von Basel II. Finanzierungsinstrumente rund um den klassischen Bankkredit reichen auch im Mittelstandsgeschäft nicht mehr aus. Kapitalmarktbasiertere und innovative Lösungen zwingen andererseits zu kompromissloser Bewertung und Differenzierung der Firmenkunden. Dynamische Ansätze der Unternehmungsbewertung und Risikomodelle werden für die Praxis unerlässlich für eine zukunftsorientierte Erfolgsstrategie.

Der Autor untersucht die Möglichkeiten der Übertragung angelsächsischer Corporate Finance Ansätze bei gleichzeitiger Wahrung und Entwicklung strategischer Bank-Firmenkunden-Beziehung im Sinne eines Relation Banking, der eigentlichen Stärken von Kreditinstituten, die nach erfolgreichen Europastrategien suchen. Ein ganzheitliche Konzept für das Mittelstandsgeschäft von Banken wird vorgestellt und theoretisch wie praxisnah aus Sicht der Banken als erfolgversprechende Geschäftsstrategie entwickelt. Die Gratwanderung zwischen langfristiger Kundenbindungsstrategie bei strategischen Gewinn- und Wachstumsperspektiven unter Einbeziehung von flexibleren Kapitalmarkttransaktionen als Finanzierungsquelle stellte eine anspruchsvolle Aufgabe für beide Seiten dar.

Der Autor kommt aufgrund seiner theoretischen Studien und Praxiserfahrungen in deutschen und schweizerischen Banken vor allem im Vergleich Europa – USA zu interessanten Ergebnissen und plädiert gegen eine undifferenzierte Übertragung amerikanischer Verhältnisse auf den europäischen Markt. Die Optimierung der Kundenbeziehung und der Bankleistungen im Mittelstandsgeschäft sind das Hauptanliegen der vorliegenden Schrift, die Ende 2001 an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Potsdam als Dissertation angenommen wurde.

Prof. Dr. Detlev Hummel

Vorwort

Meinen großen und aufrichtigen Dank möchte ich meinem Doktorvater Herr Prof. Dr. Detlev Hummel aussprechen. Prof. Hummel war meine entscheidende Hilfe auf dem Weg mit dem Ziel der erfolgreichen Promotion. Seine Anregungen haben die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit wesentlich geprägt, wobei er mir gleichzeitig bei der Ausarbeitung des Themas die größtmögliche akademische Freiheit zukommen ließ.

Außerdem möchte ich mich sehr herzlich bei Herrn Prof. Dr. Wilhelm Bühler von der Wirtschaftsuniversität Wien für die Übernahme des Zweitgutachtens bedanken. An dieser Stelle soll auch insbesondere Herrn Dr. Bernulf Bruckner gedankt werden, welcher als Assistent von Prof. Dr. Wilhelm Bühler eigens zur Disputation nach Potsdam gereist war.

Es gibt noch viele weitere Personen, denen ich Dank schulde und welche die Fertigstellung dieser vorliegenden Arbeit in vielerlei Hinsicht produktiv begleitet haben. Zuallererst möchte ich meinen Eltern danken, die mir mein Studium ermöglicht haben und mir auch sonst immer zur Seite standen. Mein weiterer Dank gilt: Armin Räber von der UBS AG und seiner Frau Diana in Schaffhausen/Schweiz, David Fankhauser von der UBS AG in Winterthur/Schweiz, Ernst Schirmer von UBS Warburg in Stamford CT/USA, den Ansprechpartner der Unternehmen und Banken, die sich an der Beantwortung des Fragebogens beteiligt haben und Dr. Jens Döhring von der DZ Bank in Frankfurt am Main.

Ein besonderes Wort des Dankes gebührt meiner lieben Frau Catharine, die während der vergangenen aufregenden Jahre stets an meiner Seite war und mir auch in schwierigen Momenten mit ihrer Zuversicht und Liebe die beste Stütze war, die man sich als Ehemann wünschen kann.

Marc Brüning

Rye, New York im Dezember 2001

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Tabellen	12
Verzeichnis der Abbildungen	14
0. Einleitung	19
0.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	19
0.2 Aufbau und Vorgehen der Arbeit.....	21
KAPITEL 1:	
NEUE ANFORDERUNGEN AN DAS MITTELSTÄNDISCHE BANK- GESCHÄFT AUS SICHT VON BANKEN UND UNTERNEHMEN	25
1. Die neuen Anforderungen an Banken und Unternehmen sowie Konsequenzen.....	25
1.1 Definitiverischer Bezugsrahmen.....	25
1.2 Bedeutung und Wandel des mittelstandsorientierten Firmenkundengeschäfts.....	26
2. Analyse der Bedürfnisstruktur von Banken und Firmenkunden	30
2.1 Anforderungen der Banken an das Firmenkundengeschäft.....	30
2.1.1 Analyse der Anforderungen an das Firmenkundengeschäft von Seiten der Banken in der Literatur	30
2.1.2 Empirische Ergebnisse der Befragung von Kreditinstituten	46
2.2 Analyse der Anforderungen der Firmenkunden an das Firmenkundengeschäft der Banken in der Literatur	50
2.3 Empirische Ergebnisse der Befragung der Banken hinsichtlich der vermuteten Anforderungen von mittelständischen Unternehmen an das Firmenkundengeschäft	60
3. Traditionelle Produkt- und Dienstleistungspalette für Firmenkunden.....	64
3.1 Der Bereich Finanzierung – Kredite	64

3.1.1	Blankokredite	66
3.1.2	Hypothekendarlehen	66
3.1.3	Zwischenergebnis	67
3.2	Anlageberatung und Portfolio-Management	68
3.2.1	Anlageberatung	69
3.2.2	Portfolio-Management	72
3.2.3	Zwischenergebnis	75
3.3	Zusatzleistungen	76
3.3.1	Trade Finance – Exportfinanzierung	76
3.3.2	Financial Engineering	79
3.3.3	Cash Management	81
3.3.4	Zwischenergebnis	85
3.4	Empirische Ergebnisse der Befragung von Kreditinstituten und Firmenkunden	85
3.5	Zusammenfassung	88

KAPITEL 2:

KAPITALMARKTORIENTIERTE ANFORDERUNGEN UND AUSWAHL GEEIGNETER FIRMENKUNDEN MITTELS DER DYNAMISCHEN UNTERNEHMENSANALYSE	91
--	-----------

4. Traditionelle Kreditwürdigkeitsprüfung	91
4.1 Definition der traditionellen Kreditwürdigkeitsprüfung und Kreditrisiko	91
4.2 Einflußfaktoren auf das Kreditrisiko	92
4.3 Mängel in der traditionell-statischen Unternehmensanalyse	95
5. Dynamische Unternehmensanalyse	97
5.1 Von der traditionell-statischen zur dynamischen Unternehmensanalyse ..	97
5.2 Bestandteile der dynamischen Unternehmensanalyse	99

5.2.1	Beurteilung der Bonität	99
5.2.2	Management-Prüfung	115
5.2.3	Das Branchenrating	122
5.2.4	Gesamtrating und Gewichtung	123
5.3	Zusammenfassung	125

KAPITEL 3:

KAPITALMARKTORIENTIERTE ANSÄTZE DER BANK-FIRMENKUNDENBEZIEHUNG UND DER FINANZIERUNG

IM BANKMANAGEMENT	127
--------------------------------	------------

6. Das Corporate Finance Geschäft und die Optimierung der Kundenbeziehung und Bankleistungen in Europa – Eine kritische Analyse im Hinblick auf die Entwicklung in den USA.....127

6.1	Das Corporate Finance Geschäft im Kontext der Optimierung der Bankleistungen und der Kundenbeziehung bei mittelständischen Firmenkunden.....	127
6.2	Aspekte der U.S. amerikanischen Corporate Finance Theorie.....	132
6.2.1	Wahl von Finanzierungsinstrumenten – Bankfinanzierung und Kapitalmarktfinanzierung.....	135
6.2.2	Problem der imperfekten Märkte und asymmetrischen Information im modernen Corporate-Finance-Ansatz: das Principal-Agent-Problem	136
6.2.3	Herausforderung an die Corporate Control	140
6.2.4	Covenants zur Linderung des Principal-Agent-Problems nicht zur Lösung geeignet	142
6.2.5	Banken , Rating-Agenturen und die Corporate Control von Firmen	143
6.3	Principal-Agent-Problem als Ausgangspunkt für die Entwicklung eines ganzheitlich-partnerschaftlichen Konzepts der Beziehung Bank und Firmenkunden	145

6.4	Ansatzpunkte für eine Optimierung der Kundenbeziehung im Kontext der neo-institutionalistischen Theorie (NIT).....	148
6.4.1	Optimierung der Kundenbeziehung	148
6.4.2	Komponenten des Relational Contract.....	163
6.4.3	Empirische Ergebnisse der Befragung von Firmenkunden und Banken.....	173
6.5	Anpassung der Bankleistungen an die Kundenbedürfnisse im Kontext des Corporate Finance.....	175
6.5.1	Anpassung der Bankleistungen	175
6.5.2	Zielsetzungen für die Bank	178
6.5.3	Bankfinanzierung vs. Kapitalmarktfinanzierung	180
6.5.4	Equity Finance	188
6.5.5	Mergers & Acquisitions	194
6.5.6	Consulting	201
6.5.7	Venture Capital	205
6.6	Zusammenfassung wichtiger Aspekte hinsichtlich der Optimierung der Kundenbeziehung und der Bankleistungen im Kontext des Corporate Finance.....	210
7.	Umsetzung der Corporate Finance Orientierung	212
7.1	Umsetzung der Corporate Finance Orientierung im Bankmanagement...212	
7.1.1	Begriffliche Abgrenzung.....	212
7.1.2	Ziele und Bedeutung des Bankmanagements im Kontext der Corporate Finance Orientierung.....	213
7.1.3	Ausgewählte Aspekte der Corporate Finance Orientierung im Bankmanagement.....	213
7.1.4	Zusammenfassung.....	227
7.2	Realisierbarkeit der Corporate Finance Orientierung und eines ganz- heitlichen Betreuungskonzeptes für Firmenkunden sowie Kritik	227
7.2.1	Substituierbarkeit der Banken	227

7.2.2	Kritik und Emanzipation im mittelstandsorientierten europäischen Firmenkundengeschäft	230
7.2.3	Empirische Ergebnisse der Befragung von Firmenkunden und Banken hinsichtlich der Realisierbarkeit eines ganzheitlichen Betreuungskonzeptes.....	234
FAZIT	237
LITERATUR	243

Verzeichnis der Tabellen

Table 1: Aufteilung des Ergebnisanspruchs auf die Geschäftsfelder	35
Table 2: Qualitätsfaktoren Firmenkundengeschäft und Service-Qualität (SERVQUAL)-Dimensionen	42
Table 3: Rücklaufquoten der befragten Firmenkunden und Kreditinstitute	47
Table 4: Anforderungen der Kreditinstitute an das Firmenkundengeschäft	48
Table 5: Wettbewerber im Firmenkundengeschäft aus der Sicht der Banken	49
Table 6: Vermutungen der Banken über die Anforderungen der mittelständischen Unternehmen an das Firmenkundengeschäft (Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich)	61
Table 7: Schwerpunkte der Kreditinstitute im Firmenkundengeschäft (Angaben in %/Mehrfachnennungen möglich)	86
Table 8: Schwerpunkte der Banken nach Ansicht der Firmenkunden (Angaben in %/Mehrfachnennungen möglich)	87
Table 9: Veränderung des Adjusted Working Capital bei einem Muster-Firmenkunden	102
Table 10: Risikoprämien im Vergleich	107
Table 11: Charakteristik der Firmenkunden	116
Table 12: Notwendige Aspekte bei der Optimierung der Kundenbeziehung von Seiten der Bank (Mehrfachnennungen möglich)	173
Table 13: Notwendige Aspekte bei der Optimierung der Kundenbeziehung von Seiten der Firmenkunden	173
Table 14: Anleiheemissionen weltweit 2000	182
Table 15: Initial Public Offerings weltweit 2000	192
Table 16: Venture Capital Netto-Investitionen in den USA 1999	207
Table 17: Korrelation für ausgewählte Kundengruppen	222
Table 18: Einschätzung der Firmenkunden bezüglich einer zukünftigen möglichen Ersetzbarkeit der Banken durch Non-bzw. Near-Banks	229
Table 19: Einschätzung der Banken bezüglich einer zukünftigen möglichen Ersetzbarkeit durch Non-bzw. Near-Banks	229

Table 20: Befragung der Kreditinstitute nach der Realisierbarkeit eines ganzheitlichen Konzepts für das Firmenkundengeschäft.....	234
Table 21: Befragung der Firmenkunden nach der Realisierbarkeit eines ganzheitlichen Konzepts für das Firmenkundengeschäft.....	235

Verzeichnis der Abbildungen

Figure 1:	Zusammensetzung des Shareholder Values	31
Figure 2:	Berechnungsmodus des Free Cash Flows einer Bank.....	33
Figure 3:	Anforderungsbereiche bei Nachfolgeregelungen	57
Figure 4:	Zunahme der Bankkredite von Privatbanken zwischen 1997 und 09/1999 (in Mrd. EUR).....	65
Figure 5:	Security Market Line.....	108
Figure 6:	Free Cash Flow Valuation Summary	112
Figure 7:	Definition des Economic Profit.....	113
Figure 8:	Ziele des Unternehmer-Jahresgespräches	118
Figure 9:	Management Rating einer schweizerischen Großbank	122
Figure 10:	Option für ein Gesamtrating eines mittelständischen Firmenkunden (Angaben in %).....	124
Figure 11:	Aufbau 6.2.....	134
Figure 12 :	Aufbau 6.4.....	149
Figure 13:	Partnerschaft als Prinzip einer ganzheitlichen Firmenkundenbetreuung.....	172
Figure 14:	Ablauf eines Kaufmandats im Rahmen einer M&A-Transaktion....	197
Figure 15:	Anzahl der jährlichen angekündigten Merger und die jährliche Wachstumsrate von 1990-1997	198
Figure 16:	Beratungsschwerpunkte bei Firmenkunden nach Marner und Jaeger	202

Abkürzungsverzeichnis

a. a. O.	am angehenden Ort
AGT	Allgemeine Gleichgewichts-Theorie
AV	Anlagevermögen
AWC	Adjusted Working Capital (bereinigtes Umlaufvermögen)
BK	Branchenkenntnisse
bzw.	beziehungsweise
β	Beta (Risikomaßstab)
ca.	circa
CAD	Computer Aided Design (computerunterstützter Entwurf)
CAM	Computer Aided Manufacturing (computerunterstützte Herstellung)
CAPEX	Capital Expenditure (Investitionen Anlagevermögen)
CAPM	Capital Asset Pricing Model
Co.	Company
DCF	Discounted Cash Flow (diskontierter Cash Flow)
d. h.	das heißt
EBI	Earnings Before Interest (Gewinn vor Zinszahlungen)
EBIT	Earnings Before Interest and Taxes (Gewinn vor Zinszahlung und Steuern)
EBITDA	Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization (Gewinn vor Zinszahlung, Steuern und Amortisationen)
EBT	Earnings Before Taxes (Gewinn vor Steuern)
ed.	Edition (Auflage)
Edi.	Editors (Herausgeber)
EDV	Elektronische Datenverarbeitung
EK	Eigenkapital
etc.	et cetera (und so weiter)

EU	Europäische Union
EUR	Euro
FIFO	First in, first out
FK	Fremdkapital
GAAP	General Accepted Accounting Principles
GL	Geschäftsleitung
Hrsg.	Herausgeber
KMU	Kleine und Mittlere Unternehmen
IAS	International Accounting Standards
i. d. R	in der Regel
Inc.	Incorporated
IPO	Initial Public Offering (Börsenerstmission von Aktien)
LIFO	Last in, last out
M&A	Mergers and Acquisitions (Fusionen und Akquisitionen)
MNC	Multinational Companies
Mrd.	Milliarden
NIT	neo-institutionalistische Theorie
NU	Nettoumsatz
PER	Price-Earnings-Ratio (Kurs-Gewinn-Verhältnis)
RB	Relationship Banking
RoE	Return on Equity
S.	Seite
SME	Small and Medium-sized Enterprises (kleine und mittlere Unternehmen)
sog.	sogenannte
SV	Shareholder-Value
TB	Transaction Banking
TDM	Tausend Deutsche Mark
u.a.	unter anderem

UBS	UBS AG
US	United States (of America)
USA	United States of America
usw.	und so weiter
UV	Umlaufvermögen
Vgl.	Vergleiche
Vol.	Volumen (Ausgabe)
WACC	Weighted Average Cost of Capital (gewichtete durchschnittliche Kapitalkosten)
z. B.	zum Beispiel
ZfbF	Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung

0. Einleitung

0.1 Problemstellung und Zielsetzung

Relevanz der Thematik

Die europäischen Banken sind mit neuen Gegebenheiten konfrontiert, die sich aus den veränderten globalen Bedingungen ergeben und eine Behauptung ihrer Wettbewerbsfähigkeit erfordern. Eigentümerinteressen finden heute in der Shareholder-Value Orientierung¹ eine größere Beachtung als in der Vergangenheit, einhergehend mit einem Bedeutungsgewinn der Rentabilität in Beziehung zur Risikobeachtung. Die gesamtwirtschaftliche Situation hat im Banksektor einen Strukturwandel von stabilen zu dynamischen Verhältnissen eingeleitet, der zukünftig zu einem Abbau von Kapazitäten im Bankgewerbe führen wird, aber gleichzeitig die Chance im Firmenkundengeschäft bietet, sich neu erfolgreich und langfristig profitabel zu positionieren. Dazu zählen Fragen der strategischen Ausrichtung der Geschäftsaktivitäten, Produktinnovationen und -modifikationen, stärkere Ertrags- und Kundenorientierung sowie die Aufgaben eines adäquaten Risikomanagements und Controllings der neuen Prozesse. Eine Möglichkeit kann die Konzentration auf Corporate Finance Aktivitäten für eine ausgesuchte Gruppe von Firmenkunden sein, die das Potenzial besitzt, zukünftig eine ausgesuchte Palette dieser damit verbundenen Bankdienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Die Breite des Angebots ist dabei ausgerichtet an den jeweiligen Bedürfnissen dieser Kunden sowie der Banken hinsichtlich ihrer eigenen strategischen Ausrichtung. Die Umsetzung ist sowohl innerhalb des Universalbankenkonzepts, als auch innerhalb eines Spezialbankenkonzepts möglich. Die dynamischen Unternehmungen des Mittelstands in Europa wiederum benötigen mehr Flexibilität der Banken und Finanzierungsinstrumente, welche geeignet sind, dem individuellen und häufig europäischen sowie internationalen Kontext des jeweiligen Unternehmens zu entsprechen. Für mittelständische Kunden werden künftig solche Bank- und Finanzdienstleistungen wichtiger, die das klassische Kreditgeschäft ergänzen und darüber hinausgehen. Die Berücksichtigung des strukturellen Wandels der Gesamtwirtschaft und verbesserte Branchenkenntnisse sowie unternehmerisches Denken und eine kapitalmarktorientierte Firmenbewertung, welche losgelöst ist von klassischen Beziehungsmustern, werden immer wichtiger. Eine professionelle Bewertung und Entscheidungshilfe für innovative Produktideen, die komplexe Beratung aller finanz-

¹ Vgl. Rappaport, A., Shareholder-Value, Stuttgart 1994.

wirtschaftlichen Fragen aber auch weitere unternehmerische Aspekte (z. B. die Lösung von Nachfolgeproblemen) werden den zunehmend härteren Wettbewerb im Firmenkundengeschäft zwischen regionalen und europäischen Bankinstituten entscheiden. Dazu sind Veränderungen der traditionellen Kundenbeziehung unvermeidlich und eine Anpassung der Produkt- und Dienstleistungspalette der Banken für das mittelstandsorientierte Geschäft notwendig. Abgesehen von Mengensowie Großkundengeschäften – die nicht alle Banken rentabel betreiben können – ist eine Differenzierungsstrategie mit der Konzentration auf mittelständische Firmenkunden besonders interessant.

Schwerpunkt der theoretischen und empirischen Forschungen

Das Hauptaugenmerk der Arbeit richtet sich auf Corporate Finance im Kontext des mittelstandsorientierten Bankgeschäfts, wobei man Corporate Finance als die *Finanzierung von Unternehmen* definieren kann. Dies war ursprünglich der alleinige Gegenstand des Corporate Finance und die Untersuchungen blieben dabei auf die Beschaffung von Liquidität für Unternehmen beschränkt. Dies hat sich seit den 60er und 70er Jahren geändert. Im Corporate Finance wird nicht mehr allein das Verhältnis von Kreditnehmer und Kreditgeber untersucht, sondern auch die Interrelation zwischen Investoren und Unternehmen. Dies gilt insbesondere seit Beginn der siebziger Jahre, wo Unternehmen begannen, die Interessen der Anteilseigner sehr genau bei ihren Investitionsentscheidungen im Hinblick auf die Finanzierungskosten und der Kosten-Ertrag-Relation (Cost-Earning-Ratio) zu analysieren.² Die historischen Wurzeln der Corporate Finance Theorie finden sich unter anderem im Capital Asset Pricing Modell, Modigliani-Miller Theorem und im Principal-Agent-Problem³ und werden nachfolgend in der Arbeit näher erläutert. Abgeleitet vom Principal-Agent-Problem sollen Transaktionskosten und Informationsasymmetrien in einem Kontext gestellt werden mit Fokussierung der Minimierung der Kontrollkosten. Desweiteren wird untersucht, welche Corporate Finance Dienstleistungen für das mittelstandsorientierte Bankgeschäft in Betracht kommen und wie eine gezielte Selektion der geeigneten Firmenkunden erfolgen muß, die eine langfristige für die Bank profitable Firmenkundenbeziehung erlauben.

² Vgl. Newman, P./Milgate, M./Eatwell, J. (Edi.), The New Palgrave Dictionary of Money and Finance, Volume 1, New York 1992, S. 462

³ Vgl. Newman, P./Milgate, M./Eatwell, J. (Edi.), a.a.O., S. 464

Zielsetzung und vorgesehene Ergebnisse

Ziel der Arbeit ist es, einen ganzheitlichen Relationship-Banking Ansatz für Corporate Finance Dienstleistungen in Europa zum Zwecke der Optimierung der Kundenbeziehung und Bankleistungen zu entwickeln. In Bezug auf die Definition von Ganzheitlichkeit in dieser Arbeit wird folgende Beschreibung vom Verfasser vorgeschlagen: Es handelt sich um eine Kombination aus weichen und harten Faktoren, welche sowohl die Beziehungsseite, als auch die Produktseite integriert, die sowohl die Ertragsseite ausschöpft, als auch die Kostenseite reduziert. Die Ganzheitlichkeit wird dann im Außenverhältnis der Bank und innerhalb der Bankorganisation sichtbar. Als Voraussetzung für die Optimierung der Kundenbeziehung werden Corporate Finance Dienstleistungen von der Bank angeboten. Dazu wird ein Modell entwickelt, das versucht das Principal-Agent-Problem, welches Bestandteil der Corporate Finance Theorie ist, zwischen Banken und Firmenkunden hinsichtlich der praktischen Umsetzung zu lösen. Zu diesem Zweck wird ein Anreizsystem, welches die Elemente Konsistenz, Loyalität, Vertrauen und Partnerschaft enthält. Eine empirische Analyse von Banken und mittelständischen Unternehmen wurde durchgeführt, um bei einer ausgesuchten Gruppe mittelständischer Firmenkunden den tatsächlichen Bedarf an einem ganzheitlich partnerschaftsorientierten Betreuungsansatz für Corporate Finance Dienstleistungen zu ermitteln. Die Zielerreichung der Optimierung der Kundenbeziehung mittels Corporate Finance Dienstleistungen eröffnet Banken einen strategischen bzw. geschäftspolitischen Ansatz, der es ihnen erlaubt, einen Wettbewerbsvorteil im europäischen Bankenmarkt zu gewinnen, der bei erfolgreicher Umsetzung sowohl auf der Ertragsseite, als auch auf der Kostenseite sichtbar wird.

0.2 Aufbau und Vorgehen der Arbeit

Die Arbeit gliedert sich in drei wesentliche Kapitel, welche sich aus insgesamt acht Abschnitten zusammensetzen. Zusätzlich enthält die Arbeit die Ergebnisse einer Befragung von Banken in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie von mittelständischen Firmenkunden in der Schweiz und Süddeutschland.

Das erste Kapitel umfaßt die Abschnitte 1, 2 und 3 und stellt die Bedeutung und den Wandel dar, den das mittelstandsorientierte Bankgeschäft in den vergangenen Jahren erfahren hat. Diese Veränderungen werden sowohl von Seiten der Firmenkunden, als auch von Seiten der Banken aufgezeigt und herausstellt, welche Anforderungen hier bestehen. Die Literaturrecherche bei den Banken wurde durch