

Bank



## ONLINE BANKING

# Kunden wollen mehr

Die Internet-Angebote der Banken beginnen sich zu ähneln. Das ist fatal, denn noch sind die Möglichkeiten des Online Banking bei weitem nicht ausgeschöpft.

➔ Jörg Forthmann

**M**ehr als zwei Drittel der Bankkunden wünschen sich Portale, in denen sie die Konten mehrerer Institute gleichzeitig verwalten können. „Für Privatkunden gibt es dazu bisher keine Angebote“, erklärt Dr. Clemens Engelke, Mitglied der Geschäftsleitung der PPI AG. Möglich ist ein solcher Zugriff derzeit in der Regel nur mit einer auf dem eigenen Rechner installierten Homebanking-Software. Diese aber scheint nicht übermäßig beliebt: Vier von fünf in der Trendstudie „Bankpräferenzen“ der PPI AG in Kooperation mit handelsblatt.com, wiwo.de und dem IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung Befragten bevorzugen das Browser-basierte Online Banking gegenüber einer eigenen Software.

Dass dies so bleibt und die Online-Kunden zufrieden sind, muss jedem Geldinstitut ein Anliegen sein. Denn einkommensstarke Zielgruppen nutzen die Anwendungen im Internet überdurchschnittlich. Auch ist es nicht mehr so, dass nur junge Trendsetter zu ihrer Bank surfen: Die Nutzungsraten in den Altersgruppen von 51 bis 60 Jahre (91 Prozent) oder über 60 Jahre (89 Prozent) unterscheiden sich kaum noch von denen jüngerer Kunden und übertreffen sie teils sogar. Ein gutes Online-Angebot ist somit zwingend für die Bindung marginstarker Zielgruppen. Umso wichtiger ist dies, da gerade diese Klientel für die rapide Entwicklung hin zu mehreren Konten bei verschiedenen Banken verantwortlich ist.

## BEDENKEN BEI PIN UND TAN

Bei der Sicherheit scheint das bisher übliche PIN/TAN-Verfahren zumindest bei den Nutzern langsam aus der Mode zu kommen. Mehr als drei Viertel der Kunden nutzen es in älterer oder neuerer Version (iTAN) nur mit Bedenken. Und in der Tat sind vermehrte Angriffe auch auf das iTAN-Verfahren absehbar. Abhilfe versprechen sich die Kunden von Kartenlesegeräten. Zugleich geht die Nutzung dieser Technik aber zu Lasten von Mobilität und Flexibilität: Nicht mehr von jedem Rechner aus ist der Zugriff auf die Konten möglich.

Technisch lösbar ist die Verbindung der Anforderungen etwa durch einen mobilen USB-Stick mit integriertem Mini-Kartenleser und kompletter Software für das Internet-Banking. Ein solches Gerät bietet dem Nutzer einen echten Mehrwert. Mit der Vielfalt der Anwendungen für ein Kartenlesegerät steigt zudem die Bereitschaft, Geld dafür auszugeben. „Die Vermarktung von Lesegeräten sollte nicht ausschließlich auf die Nutzung für das Banking per Online-Portal zielen, sondern auf Zusatzangebote verweisen“, rät Engelke.

Aufbauen können Geldinstitute auf einen erheblichen Vertrauensvorschuss. Fast acht von zehn Kunden halten das Banking per Internet-Portal für sicherer als das Nutzen einer lokal installierten Kundensoftware – obwohl eher das Gegenteil richtig ist. Den Nutzern einer Homebanking-Software sind Angebote wie Fondssparen und Finanzpla-

# Login

Login als Türöffner für das Online-Portal eines Instituts. Viele Nutzer vermeiden dies wenn möglich.

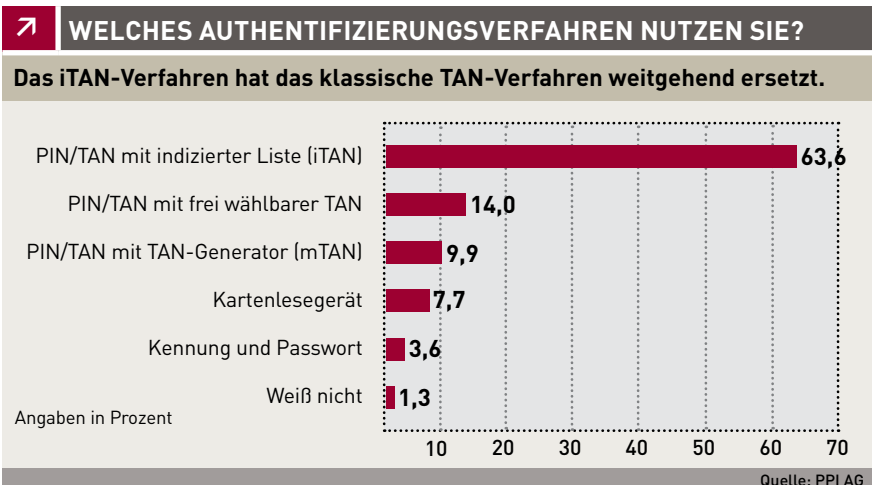
nung wichtig. Sie befassen sich offenbar eingehender mit beratungsintensiven Themen als die Portal-Kunden. Die Institute sollten die mobilen Kartenleser auf der Agenda behalten und damit allen Nutzern einen sicheren, flexiblen und zugleich umfassenden Zugang zum Angebot des eigenen Hauses verschaffen. So können sie auch die aufwändige persönliche Beratung bei Anlage, Depot und Kredit verringern.

### KUNDEN MACHEN VIELES SELBST

Doch auch wenn das beratungsintensive Geschäft wie Finanzierung oder Kapitalanlagen weiterhin vorzugsweise in der Filiale erledigt wird, hat sich das Internet schon jetzt als Kommunikationsweg durchgesetzt. Vor allem alltägliche Vorgänge wie Überweisung und Kontoabfrage finden online statt. Wegen einer Terminüberweisung bemühen sich nur noch 1,9 Prozent der Kunden in eine Filiale. Und wenn die aktive Ansprache auch wichtig bleibt, sollte sie nicht überschätzt werden: Für rund sechs von zehn Kunden ist sie eher oder vollkommen unwichtig. Zu schätzen wissen sie nur 14 Prozent der Befragten.

Verbesserungsbedarf besteht bei der Handhabung der Portale. Jeder fünfte Nutzer findet das Einloggen so mühsam, dass er es gerne vermeidet. Und fast jeder Befragte erwartet die Anzeige seiner Kontostände in Echtzeit, was bis heute selbst namhafte Institute nicht immer leisten. Zugleich wollen mehr als drei Viertel von jedem Rechner aus auf ihr Konto zugreifen können, ohne dafür erst eine Software installieren zu müssen.

Diese Ansprüche lassen sich nur schwer mit dem nachhaltigen Sicherheitswunsch in Einklang bringen. Und Internet-Diebstahl ist eine echte Gefahr: 2006 stieg die Zahl der Phishing-Opfer um fast ein Viertel. 13 Millionen Euro wurden laut einer Hochrechnung dem Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) online entwendet.



### FAZIT

Die Schwierigkeit besteht darin, einfache Nutzbarkeit, Sicherheit und Mobilität zu vereinen. „Die Banken sind sich noch nicht im Klaren, welches System sich durchsetzen wird und was sie somit anbieten sollen“, so

Engelke. „Die Studie zeigt jedoch, dass inzwischen die Sicherheit des Portals ein vermarktbarer Wettbewerbsvorteil ist.“

**AUTOR:** Jörg Forthmann ist Geschäftsführer von Faktenkontor.

Schwabing – Otto von Guericke Haus

**Ein Bürogebäude mit Lebensqualität.**  
**Top ausgestattete Büroflächen im Münchner Norden – hier wird Arbeiten für Sie zum Luxus.**

- Exklusive Büroflächen von ca. 669 m<sup>2</sup> bis ca. 2.096 m<sup>2</sup>
- Perfekte Verkehrsanbindung
- Ruhiger, begrünter Innenhof
- Oberirdische- und TG-Stellplätze

**Direkt vom Eigentümer:**  
[www.bayerische-immobilien.de](http://www.bayerische-immobilien.de)

**Telefon: 089-9 238 373**

**BAYERISCHE IMMOBILIEN GRUPPE**  
 BAYERISCHE BAU UND IMMOBILIEN GRUPPE  
 SCHÖRGHÜBER UNTERNEHMENSGRUPPE