

Mehr Zielgruppenorientierung geht nicht

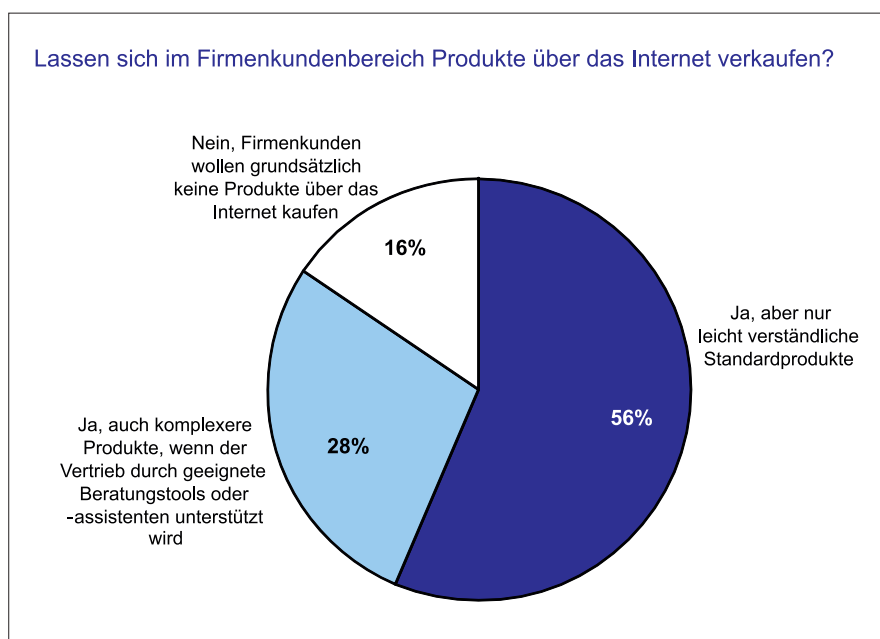
# Multibankfähige Portale eröffnen der Kreditwirtschaft neue Vertriebschancen

Von Dr. Clemens Engelke, PPI AG, Hamburg

*Mit der Einführung des internetbasierten E-Banking-Standards EBICS können Unternehmen ihren elektronischen Zahlungsverkehr noch komfortabler abwickeln. Für Banken und Sparkassen eröffnet sich dadurch neues Vertriebspotenzial.*

Der Grund: Durch EBICS ist es Firmen erstmals ohne lokale SW-Installationen möglich, verschiedene Konten von einer zentralen Stelle aus zu verwalten. Dazu nutzen sie eine multibankfähige Internet-Plattform ihrer Hausbank, von der sie auch auf Konten bei anderen Instituten zugreifen können. In diesen multibankfähigen Firmenkundenportalen können die Anbieter dann gezielt Werbung oder Produkthinweise platzieren. Die Vertriebschancen werden dabei als besonders gut eingeschätzt: 84 Prozent der Banken sind überzeugt, dass sich auch im Firmenkundenbereich Produkte über das Internet verkaufen lassen, 28 Prozent halten sogar den Vertrieb von komplexeren Produkten für möglich. Das ergab die Studie Electronic Banking des Beratungs- und Software-Hauses PPI in Zusammenarbeit mit ibi research.

Im Durchschnitt nutzt jedes deutsche Unternehmen zwischen acht und zehn verschiedene Bankverbindungen. Um diese zu verwalten, nutzt die überwiegende Mehrheit eine lokal zu installierende Software. Doch diese Insellösungen sind mit Nachteilen verbunden. Einerseits sind sie recht teuer, andererseits verursachen sie einen nicht unerheblichen Einrichtungsaufwand. Aus diesem Grunde werden insbesondere kleine und mittlere Unternehmen künftig verstärkt auf die Portale zurückgreifen. Immer mehr Banken haben inzwischen erkannt, dass EBICS die große



Die meisten Banken glauben an das Vertriebspotenzial an Firmenkunden über Portale.

Chance bietet, gezielt auf die Bedürfnisse der kleineren Firmenkunden einzugehen. Für 45 Prozent der Institute gehört der Aufbau von Firmenkundenportalen zu den größten Herausforderungen in den kommenden fünf Jahren.

Hinzu kommt, dass die neuen Portale mehr leisten können, als nur die reine Zahlungsverkehrsfunktion zu erfüllen. Aufgrund der häufigen Nutzung der Portale, der meist ein solides geschäftliches Vertrauensverhältnis zugrunde liegt, bieten sich Möglichkeiten für den Verkauf zusätzlicher Produkte an. Vor

allem Cash-Management-Funktionen innerhalb der Portale werden in Zukunft vermehrt gute Vertriebsansätze liefern. Beim Cash-Management geht es darum, eine bestmögliche Steuerung der Liquidität zu erreichen. Dies geschieht, indem überschüssige Mittel möglichst effektiv und zinsbringend angelegt werden und im Gegenzug die Transaktionskosten bei Kontobewegungen möglichst gering ausfallen. Sobald ein Unternehmen eine hohe Summe auf einem zinslosen Girokonto vorhält, ergibt sich für den Anbieter eines multibankfähigen Firmenportals ein

Vertriebsansatz: Das System gibt dem Unternehmen zunächst den Hinweis, dass es über keine optimale Vermögensaufteilung verfügt – und liefert dann das Angebot z. B. für einen passenden Festgeldvertrag gleich dazu.

Aus diesem Grund liegt die Vermutung nahe, dass sich Kreditinstitute, die bereits frühzeitig entsprechende multibankfähige Portale auf den Weg gebracht haben, Wettbewerbsvorteile erhoffen.

Nicht zuletzt deshalb gehört der Aufbau von Portalen neben den Herausforderungen im Risikomanagement zu einer der zentralen Aufgaben der Kreditinstitute. Dies gilt umso mehr vor dem Hintergrund, dass die neuen Firmenkundenportale künftig auch Bedeutung über das reine Bankgeschäft hinaus entwickeln werden. Denn es ist absehbar, dass langfristig Handelsplattformen und Marktplätze ebenfalls über sie angebunden werden. Auf diese Weise ist beispielsweise eine leichtere Abwicklung internationaler Geschäfte möglich. Hierzu zählen automatisierte Dokumentenprüfungen, aber auch Möglichkeiten zum Abschluss von Finanzierungen oder Devisengeschäften. ■



#### DER AUTOR

**DR. CLEMENS ENGELKE**  
*ist Mitglied der Geschäftsleitung der PPI AG und verantwortet den Geschäftsbereich Electronic Banking. Der Diplom-Physiker und Wirtschaftswissenschaftler ist dem Unternehmen seit 12 Jahren verbunden und leitet in Hamburg das Produktgeschäft für die E-Banking-Produkte von PPI. Dr. Engelke ist Experte für Zahlungsverkehr und die Standards EBICS und SEPA. Weitere seiner fachlichen Schwerpunkte sind Kryptographie und Risikomanagement.*