

Electronic Banking

# Zusatzleistungen für den Kunden

**DEUTSCHLAND +++** Im Kampf um Marktanteile im Electronic Banking bieten deutsche Kreditinstitute ihren Kunden vermehrt attraktive Zusatzleistungen – vor allem um neue Kunden zu gewinnen, aber auch um bestehende Kunden zu halten. Besonders im Zahlungsverkehr sind die Institute aktiv, im Finanzierungsbereich werden Möglichkeiten noch vernachlässigt. Das ergab die Studie „Electronic Banking 2008“ des Beratungs- und Softwarehauses PPI in Zusammenarbeit im Ibi Research.

Firmenkunden suchen aber gerade im Finanzierungsbereich nach zusätzlichen Leistungen. So wollen beispielsweise drei von fünf Unternehmen ihre Kreditverträge online einsehen. Momentan allerdings bieten nur 18 Prozent der Kreditinstitute die Möglichkeit zum Online-Abruf von Vertragsdetails zu Kreditverträgen. Ein Viertel der Befragten möchte Kredite seiner Hausbank an eigene Kunden weitervermitteln, lediglich 14 Prozent der Banken stellen ihren Firmenkunden hierfür bereits jetzt eine Online-Schnittstelle bereit. Jeder vierte der befragten Experten zählt die Bereitstellung zusätzlicher Auftragsarten, Funktionalitäten und Bankdienstleistungen zu den größten Herausforderungen im elektronischen Bankgeschäft, deutlich mehr als bei der Befragung im Jahr zuvor.

Die meisten geplanten Angebote fokussieren den Zahlungsverkehrsbe- reich. 97 Prozent der Institute wollen zusätzliche Auftragsarten im europäi- schen Zahlungsverkehr anbieten, wie beispielsweise die Verwaltung von Lastschrift-Mandaten für Zahlungs- empfänger beziehungsweise Zahlungs- pflichtige.

Weitere Informationen unter:

[www.ibi.de/ebanking.de](http://www.ibi.de/ebanking.de)

ab