

MULTIBANKFÄHIGE FIRMENKUNDENPORTALE

Potenziale erschließen

Mit der Einführung von EBICS im Zahlungsverkehr können deutsche Banken ihren Firmenkunden erstmals multibankfähige Portale anbieten. Vorteil für das Unternehmen: Es ist nunmehr möglich, sämtliche Bankverbindungen über ein einziges Portal zu verwalten. Der Trend ist vorgezeichnet: Gerade kleine und mittlere Unternehmen werden künftig auf diesen Service zurückgreifen statt auf lokal installierte Software-Lösungen. Dadurch ergeben sich für die Kreditinstitute Vertriebspotenziale, denn die neuen Portale können mehr leisten als nur die reine Zahlungsverkehrsfunktion und bieten den Instituten die Chance, mit einem überlegenen Leistungsangebot Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Uwe Prieß | Dieter Bartmann

→ **Keywords: Electronic Banking, Firmenkunden, Vertrieb**

Aufgrund seiner Verflechtung mit anderen Bankgeschäften kann der Zahlungsverkehr als Nukleus der Beziehung Bank-Firmenkunde angesehen werden, dessen Verlust sich negativ auf die gesamte

die beispielsweise eine leichtere Abwicklung internationaler Geschäfte ermöglichen. Hierzu zählen automatisierte Dokumentenprüfungen, aber auch Möglichkeiten zum Abschluss von Finanzierungen oder Devisengeschäften.

Bisher greifen die Firmen im Electronic Banking überwiegend auf Software-Lösun-

netportal ein. Sie nutzen dabei vor allem Privatkunden-Lösungen.

Künftige Portale sind multibankfähig

Doch bisher sind die Portale aus Sicht der Unternehmen mit einer entscheidenden Schwäche behaftet: Es ist nicht möglich, alle Bankverbindungen über ein Portal zu verwalten. Jedes zweite Unternehmen in Deutschland aber unterhält bei mehr als einem Kreditinstitut Konten. Die Multibankfähigkeit ist daher für die Firmen von entscheidender Bedeutung. Der neue Electronic-Banking-Standard EBICS macht es für Banken nun möglich, auf die Bedürfnisse ihrer Firmenkunden besser einzugehen. Für 45 % der Institute gehört der Aufbau solcher Portale deshalb zu den größten Herausforderungen in den kommenden fünf Jahren.

Auch bei großen Firmen könnten die traditionellen Lösungen zunehmend Konkurrenz bekommen. So werden neue Angebote zur Unterstützung automatisierter Abläufe an Bedeutung gewinnen, die in Ergänzung zu multibankfähigen Portalen eingesetzt werden. Systeme für die Abholung und den Versand von Zahlungsverkehrsdateien sollen dabei den automatisierten Datenaustausch zwischen Kreditinstituten und den unternehmens-

„Große Potenziale bestehen vor allem bei kurzfristigen Anlagen, bei der Eröffnung von Kontokorrentkonten, bei kurzfristigen Krediten sowie bei Firmenkreditkarten und Sachversicherungen.“

Geschäftsbeziehung auswirkt. Die Kontakte, die sich aus ihm heraus ergeben, bieten Möglichkeiten für den Verkauf zusätzlicher Produkte und verbessern die Profitabilität im Firmenkundengeschäft. Der Aufbau von Portalen gehört daher für die Banken trotz der vielfältigen Herausforderungen durch SEPA, EBICS und die Finanzkrise zu einer der zentralen Aufgaben.

Zumal die neuen Firmenkundenportale in Zukunft auch Bedeutung über das reine Bankgeschäft hinaus entwickeln werden. Denn es ist absehbar, dass langfristige Handelsplattformen und Marktplätze ebenfalls über sie angebunden werden,

ges zurück. Mehr als acht von zehn großen Unternehmen reichen Zahlungsaufträge an die Institute über lokal installierte Programme ein. Das ergab die Studie „Electronic Banking“ der PPI AG in Zusammenarbeit mit der ibi research an der Universität Regensburg GmbH.

Bei Portalen ist dagegen auf Kunden- seite keine Installation erforderlich, was viele Firmenkunden als großen Vorteil ansehen. Auf sie kann über jeden beliebigen PC, beispielsweise auch von unterwegs, zurückgegriffen werden. Daher reichen zwei von fünf Unternehmen Zahlungsaufträge gleichzeitig über ein Inter-

internen Systemen unterstützen. Alternativ ist auch die direkte Anbindung von sogenannten ERP-Systemen – also Softwarelösungen, die den betriebswirtschaftlichen Ablauf steuern und auswerten – an Bankensysteme möglich.

Mehr als nur reine Zahlungsverkehrsfunktion

Die Mehrheit der im Rahmen der Studie befragten Experten aus den Kreditinstituten ist überzeugt: Portale werden künftig mindestens den gleichen Leistungsumfang abdecken können wie Softwarelösungen. Doch es reicht nicht, wenn Banken lediglich darauf abzielen, die bisherigen Funktionen von Software-Lösungen in einem Internetportal abzubilden. Denn die Portale können mehr – sie eignen sich auch für den Produktvertrieb über das Internet. Die Entwicklung im Privatkundenbereich hat bereits gezeigt, dass zusätzliche Angebote über die Abwicklung des Zahlungsverkehrs hinaus auf Interesse stoßen. 84 % der Banken sind überzeugt, dass sich auch im Firmenkundenbereich Produkte über das Internet verkaufen lassen, 28 % dieser Banken halten sogar den Vertrieb von komplexeren Produkten für möglich.

Große Potenziale sehen die Experten vor allem bei kurzfristigen Anlagen, bei der Eröffnung von Kontokorrentkonten, bei kurzfristigen Krediten sowie bei Firmenkreditkarten und Sachversicherungen. ► 1

Einen zweiten Ansatzpunkt für attraktive Dienstleistungsangebote stellen die neuen SEPA-Zahlungsverfahren dar. Allerdings hat die Befragung gezeigt, dass noch nicht alle Institute konkrete Aussagen dazu treffen können, welche Leistungen auf Basis der SEPA-Zahlungsverfahren zukünftig angeboten werden sollen.

Die Finanzierungen über das Internet stehen dagegen noch wenig im Fokus der Institute. Hier verschenken die Banken Potenziale für interessante Zusatzdienstleistungen. Denn gerade in diesem Bereich wünschen sich die Unternehmen entsprechende Angebote. So wollen zum Beispiel drei von fünf Firmenkunden ihre Kreditverträge online einsehen können. Und ein Viertel der Unternehmen würde gerne Kredite seiner Hausbank an die eigenen Kunden vermitteln.

Zusätzliche Ertragsquellen

Nicht alle Banken haben bisher erkannt, welche Vertriebspotenziale sich ihnen

über das Internet künftig bieten. Die Erfolge eines großen Kreditinstitutes führen allerdings zu einem Umdenken, denn sie zeigen: Mit einem multibankfähigen Portal und guten Zusatzangeboten stellen die Banken ihre Firmenkunden nicht nur zufriedener, sondern sie gewinnen auch Neukunden. Unter einigen Instituten hat daher inzwischen das „Wettrennen“ um die besten Portale begonnen. Denn nun geht es darum, den Kunden möglichst schnell entsprechende Angebote zu machen.

Die pragmatischste – also schnellste und zugleich günstigste – Lösung für die Banken wäre dabei, Basisfunktionalitäten (zum Beispiel für den Zahlungsverkehr) dazuzukaufen und gleichzeitig mit eigenen Modulen zu erweitern (beispielsweise im Cash Management), um sich vom Wettbewerb zu differenzieren. Eine Integration in die eigene Infrastruktur sollte ermöglicht werden.

Ausblick

Ein weiteres Argument spricht für den schnellen Aufbau von Firmenkundenportalen: Deutsche Banken befinden sich bei EBICS international in der Vorreiterrolle. Entsprechend konnten bis vor kurzem nur hiesige Institute multibankfähige Firmenkundenportale anbieten. Doch die Mehrheit der Banken ist überzeugt, dass sich EBICS in Europa als Standard durchsetzen wird. So wird Frankreich EBICS noch in diesem Jahr verbindlich einführen, und weitere Länder haben ihr Interesse daran bekundet. Damit befinden sich die deutschen Institute in einer guten Ausgangslage, um europaweit attraktive Firmenkunden zu akquirieren und systematisch für weitere Geschäfte zu gewinnen. □



Autoren: Uwe Prieß, Vorstandsvorsitzender PPI AG, Hamburg. Prof. Dr. Dieter Bartmann, Geschäftsleitung ibi research an der Universität Regensburg GmbH.