



Presseinformation

Electronic Banking: Geldhäuser zeigen Kundenwünschen die kalte Schulter

- **Firmenkunden fordern mehr Bonitätsprüfungen im Online-Zahlungsverkehr**

Zwei von drei Firmenkunden sind an einer elektronischen Bonitätsprüfung durch ihre Hausbank interessiert. Etwa genauso viele würden die Online-Ermittlung unbekannt verzogener Schuldner nutzen. In der Praxis bietet allerdings nur jedes fünfte Kreditinstitut diesen Service über das Internet an. Ähnlich sieht es bei der Dienstleistung „Identitätsprüfung“ aus: Jeder zweite Firmenkunde würde gerne die Identität von Kunden online durch das Kreditinstitut kontrollieren lassen – doch der Service findet sich lediglich bei jeder achten Bank in der Angebotspalette wieder. Weil die Kreditinstitute die Kundenwünsche vernachlässigen und damit die Möglichkeiten im Electronic Banking nicht voll ausschöpfen, verpassen sie wichtige Vertriebspotenziale. Das ist das Ergebnis der Studie „Electronic Banking 2009“ des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Zusammenarbeit mit ibi research.

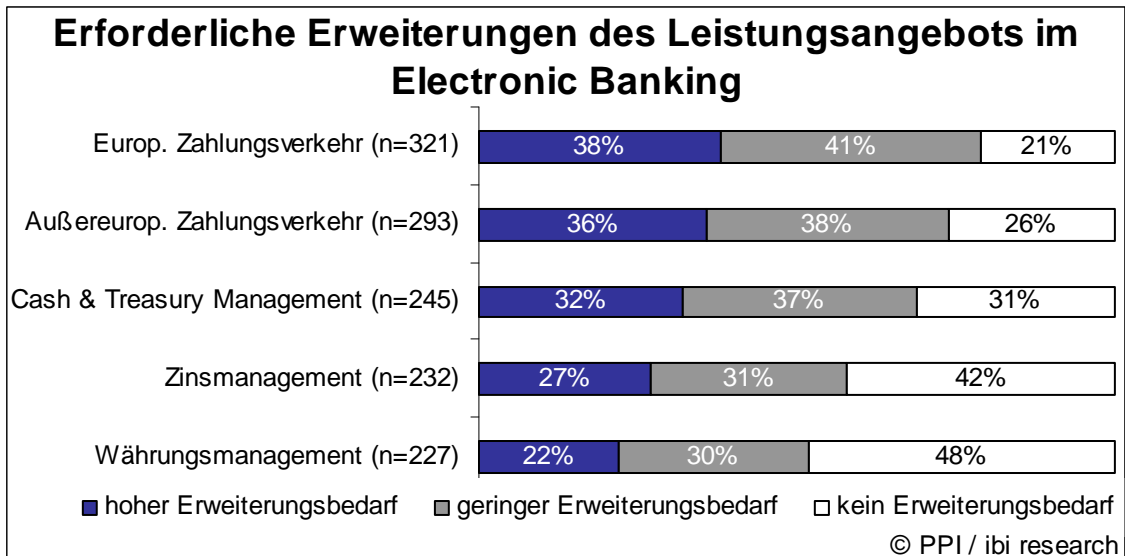
Neben bisher unerfüllten Kundenwünschen bei den so genannten intermediären Dienstleistungen, gibt es weitere Baustellen im Finanzierungsbereich. Jeder zweite Firmenkunde in Deutschland wünscht sich beispielsweise, Kreditverträge künftig elektronisch einsehen zu können. Der Abruf von Vertragsdetails, wie der Laufzeit oder des Tilgungsplans, wird derzeit allerdings erst von wenigen Banken angeboten.

Darüber hinaus haben etwa vier von zehn Firmenkunden im internationalen Zahlungsverkehr einen großen, bisher ungedeckten Bedarf an innovativen Diensten. Denn es werden beispielsweise erst wenige multibankfähige Firmenkundenportale angeboten, die eine elektronische Abwicklung von Zahlungsaufträgen für sämtliche Bankverbindungen nicht nur im Inland, sondern auch im Ausland ermöglichen. Dabei erleichtert insbesondere für international tätige Unternehmen die Kontoführung über ein zentrales Portal das Finanzmanagement erheblich.

„Der Vergleich der Kundenwünsche mit den tatsächlich angebotenen Dienstleistungen zeigt deutlich, dass viele Kreditinstitute zurzeit an ihren Kunden vorbeiplanen“, so Michael Lembcke, Electronic-Banking-Experte bei PPI. „Dabei bieten die elektronischen Möglichkeiten den Banken nicht nur die Chance, ihre Firmenkunden noch umfassender zu bedienen: Aus vielen Diensten lassen sich in Zukunft zusätzliche Erträge erwirtschaften. Die Institute sollten die vorhandenen Potenziale im Electronic Banking daher genau überprüfen sowie zeitnah mit innovativen Diensten bei ihren Kunden punkten – um so die Profitabilität im Firmenkundengeschäft zu erhöhen.“



PPI AKTIENGESELLSCHAFT



In vielen Bereichen wünschen sich Firmenkunden mehr Leistungen.

PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit 25 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel, Frankfurt, Düsseldorf und Paris erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2008 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 280 Mitarbeitern 36 Millionen Euro Umsatz in den drei Geschäftsfeldern Consulting, Software Factory und Electronic-Banking-Produkte. Im E-Banking liegt der Schwerpunkt auf sicheren und wirtschaftlichen Standardprodukten für die Kommunikation zwischen Firmenkunden beziehungsweise Privatkunden und ihrer Bank. In der Software-Entwicklung stellt PPI durch professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der strategischen über die bankfachliche bis zur IT-Beratung.

Pressekontakt

Torsten Laub

Faktenkontor GmbH

Tel: +49 (0)40 22703-5108

Fax: +49 (0)40 22703-1108

E-Mail: torsten.laub@faktenkontor.de