



## Presseinformation

### Fort Knox als Vorbild: Sicherheit im Bankvertrieb immer wichtiger

- **Institute wollen sich als sicherste Bank vom Wettbewerb abgrenzen**

**Drei von fünf der deutschen Banken und Sparkassen wollen sich künftig beim Gewinnen neuer Kunden als sichere Bank präsentieren. Datensicherheit rückt damit zu einem Top-Vertriebsthema der kommenden drei Jahre auf. Damit stufen die Vertriebsexperten IT-Lösungen zum Schutz von Kundendaten für den Vertrieb in Zukunft fast genauso wichtig ein wie eine funktionierende Kundenmanagementsoftware. Bereits heute hat die Sicherung von Bank- und Kontoinformationen für 40 Prozent der Institute einen starken Einfluss auf den Unternehmenserfolg. Das ist das Ergebnis der Studie „IT & Vertrieb in der Bankenwirtschaft 2009“ des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Zusammenarbeit mit dem Bankmagazin.**

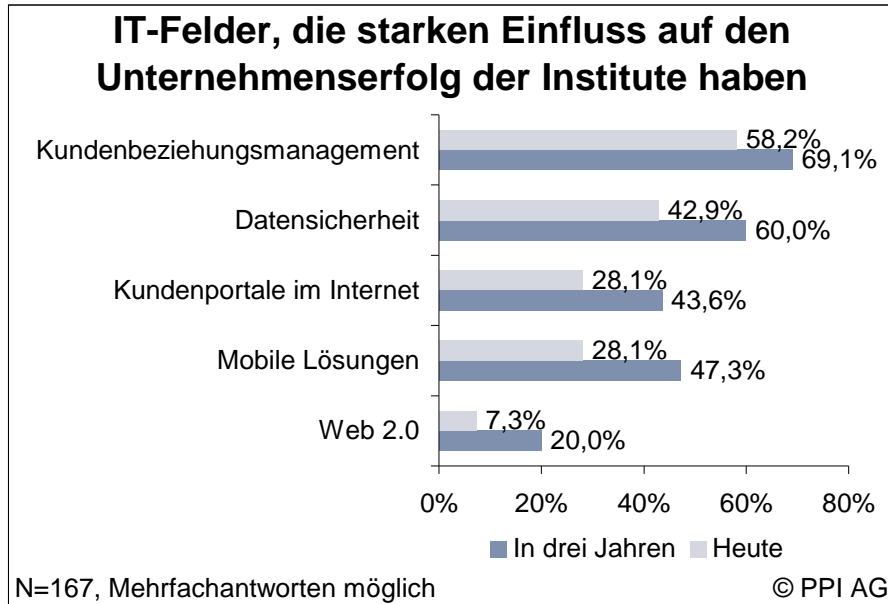
Banken unterscheiden sich in ihren Produkten immer weniger voneinander. Das Thema Datensicherheit dient somit als wichtiges Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb. Für 60 Prozent der Deutschen ist der seriöse Ruf eines Instituts ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl einer Bank. Dazu gehört auch der Schutz von Kontodaten. Für ein Plus an Sicherheit beim Online-Banking sind immer mehr Deutsche bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. Jeder Zweite ist mit Zusatzkosten einverstanden, wenn dadurch seine Bankgeschäfte im Internet besser geschützt werden.

Um das Ausspionieren von Kundendaten durch Betrüger zu verhindern, investieren die befragten Institute deshalb verstärkt in technische Maßnahmen. Schutzmechanismen im Online Banking, beispielsweise iTAN und Internet-Banking in Kombination mit einer Chipkarte, werden laufend weiterentwickelt. Da die Akzeptanz der Sicherheitsvorkehrungen auch von der Anwenderfreundlichkeit abhängt, fokussieren sich die Banken gleichzeitig auf Lösungen, die leicht zu bedienen sind. Ein TAN-Generator soll beispielsweise die umständlichen i-TAN-Listen ablösen. Die Lösung generiert automatisch dynamische Transaktionsnummern, die nur für einen kurzen Zeitraum gültig sind.

Die sichere Datenübertragung mittels TAN-Eingabe per SMS ist ebenfalls auf dem Vormarsch. Die befragten Bankmanager sehen hier eine gute Gelegenheit, die zunehmende Nutzung des Internets per Handy für Vertriebszwecke zu nutzen. 30 Prozent der Online-Bankkunden sind offen für technische Verfahren, um Geldgeschäfte mobil abzuwickeln. Für mehr als jede vierte Bank hat Mobile Banking bereits heute einen starken Einfluss auf den Unternehmenserfolg – mit steigender Tendenz. Für 2012 prognostiziert fast jeder zweite befragte Vertriebsexperte, dass mobile IT-Lösungen einen erheblichen Anteil am Vertriebs Erfolg haben werden.



## PPI AKTIENGESELLSCHAFT



*Datensicherheit ist bald so vertriebsrelevant wie das Kundenmanagement.*

### Hintergrundinformationen

Die Studie „IT & Vertrieb in der Bankwirtschaft“ stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die im Auftrag des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Kooperation mit dem Bankmagazin durchgeführt wurde. Im Zeitraum vom 2. April bis 14. Mai 2009 wurden 172 Fach- und Führungskräfte aus der Bankwirtschaft befragt.

### PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit 25 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt 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

Andreas Gutjahr

Faktenkontor GmbH

Tel: +49 (0)40 22703-5470

Fax: +49 (0)40 22703-1470



PPI AKTIENGESELLSCHAFT

E-Mail: [andreas.gutjahr@faktenkontor.de](mailto:andreas.gutjahr@faktenkontor.de)