



Presseinformation

Deutsche Banken begrüßen den 25 Millionsten Online-Kunden

- **Kontosicherheit entscheidet über zukünftigen Geschäftserfolg im Netz**

In 2010 werden erstmals mehr als 25 Millionen Deutsche ihr Bankkonto im Internet verwalten. Verantwortlich für den stetig wachsenden Erfolg des Online-Bankings ist die hohe Flexibilität. Kunden schätzen besonders, dass sie ihre Finanzgeschäfte bequem von zu Hause aus erledigen können – unabhängig von den Öffnungszeiten ihrer Filiale. Allerdings stehen viele Deutsche der Sicherheit von Transaktionen über das Internet noch immer skeptisch gegenüber. Die Angst vor Betrug ist das Hauptargument dafür, dass Kunden ihre Bankgeschäfte nach wie vor am Schalter abwickeln. Die Kreditwirtschaft investiert deshalb verstärkt in verbesserte Sicherheitsmaßnahmen beim Online-Banking. Das ist das Ergebnis von Marktbeobachtungen des Hamburger Software- und Beratungshauses PPI AG.

Bis 2012 wollen drei von fünf deutschen Kreditinstituten sich bei ihren Kunden als sicherste Bank einen Namen machen und dem Risiko beim Online-Banking mit betrugssicheren Systemen vorbeugen. „Die Datensicherheit ist kein Selbstzweck. Das Thema hat sich vielmehr zu einem wichtigen Alleinstellungsmerkmal gegenüber den Wettbewerbern entwickelt“, so Michael Schunk, Bankexperte des Beratungshauses PPI. Acht von zehn Banken sind der Meinung, dass der Unternehmenserfolg von der jeweils gebotenen Datensicherheit abhängt. Investitionen in die Web-Portale zahlen sich für die Institute daher aus. „Für mehr Sicherheit sind die Deutschen sogar gerne bereit, tiefer in die Tasche zu greifen. Jeder zweite Kontoinhaber würde zusätzliche Gebühren für das Online-Banking zahlen, wenn dadurch seine Finanzgeschäfte im Netz besser geschützt werden. Wollen Kreditinstitute sowohl die bisherigen Online-Banking-Zweifler als auch Neukunden von ihren Leistungen im Netz überzeugen, sollten sie jetzt fleißig daran arbeiten, ein Höchstmaß an Sicherheit zu garantieren“, sagt Schunk.

Wer es dagegen versäumt, den Sicherheitsstandard beim elektronischen Zahlungsverkehr zu erhöhen, muss mit Verlusten rechnen. Die betreffenden Geldhäuser gehen das Risiko ein, Kunden zu verlieren. Denn mehr als zwei Drittel der Online-Nutzer würden ihre Bank wechseln, wenn sie bei anderen Anbietern ein sichereres Online-Angebote erhalten. Das betrifft nicht nur Bestands- sondern ebenfalls Neukunden, die sich möglicherweise von vornherein für einen Wettbewerber entscheiden, weil der ihnen für Finanzgeschäfte im Netz mehr Sicherheit bieten kann.



PPI AKTIENGESELLSCHAFT

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