



Presseinformation

Electronic Banking: Banken planen am Kundenwunsch vorbei

- **Deutsche Kreditinstitute unterschätzen Ansprüche ihrer Geschäftskunden**

Die Mehrheit der Banken in Deutschland richtet ihre Electronic Banking-Angebote nicht genügend an den Wünschen ihrer Kunden aus. So erwartet beispielsweise die Hälfte aller Geschäftskunden ein Währungsmanagement im Electronic Banking. Allerdings plant nur jedes zehnte Kreditinstitut, das dafür notwendige Angebot zur Verfügung zu stellen. Dadurch bringen sich die Banken um gute Chancen, ihre Kunden an sich zu binden. Dies ergab die Studie „Electronic Banking 2007“ des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Zusammenarbeit mit dem Institut ibi research der Universität Regensburg.

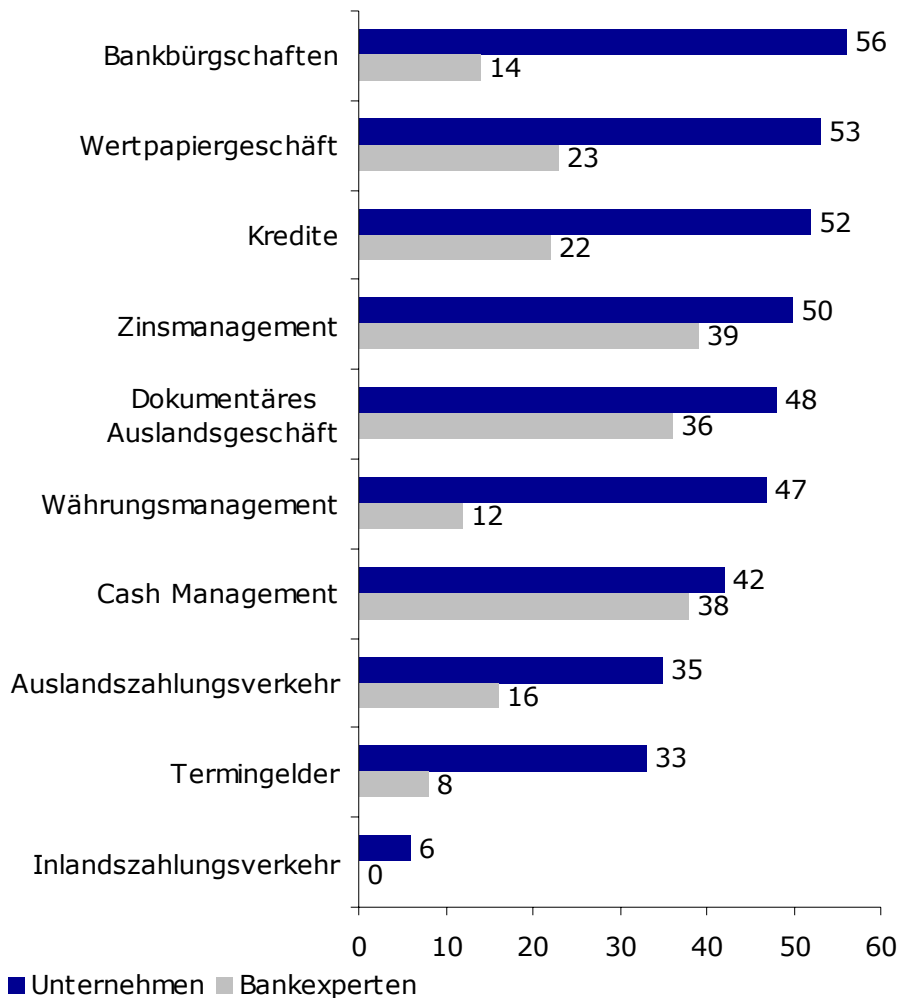
Durch den 2008 deutschlandweit eingeführten Kommunikationsstandard EBICS haben Kreditinstitute ihre Dienstleistungen im Zahlungsverkehr deutlich optimiert. Darüber hinaus könnten sie noch mehr Dienstleistungen als bisher elektronisch anbieten. Allerdings setzen die Banken bei weitem nicht alles um, was die Kunden fordern und was technisch möglich ist. Eine Ursache: Viele Geldinstitute haben ungenaue Vorstellungen davon, was für ihre Kunden wichtig ist. Besonders groß sind die Diskrepanzen in Bereichen, die grenzüberschreitende Vorgänge betreffen oder nicht zu den alltäglichen Geschäftsabläufen gehören. Beispielsweise möchte rund jedes zweite Unternehmen künftig mehr Komfort bei der computergestützten Verwaltung von Bankbürgschaften und Wertpapiergeschäften. Eine Verbesserung in diesen Bereichen hat jedoch nur ein Viertel der Kreditinstitute auf der Agenda. Mit der Angebotsentwicklung am Bedarf vorbei riskieren die Banken, von Wettbewerbern überholt zu werden. Als Folge droht Kundenabwanderung zur Konkurrenz, wenn dort die gewünschten Einsatzmöglichkeiten zur Verfügung stehen.

Bei der Einführung neuartiger Dienstleistungen im Electronic Banking für Geschäftskunden müssen sich Kreditinstitute beeilen: Drei von fünf deutschen Firmen unterhalten Konten bei mehreren Banken, und verbesserter Service wird dadurch von ihnen schnell wahrgenommen. Überzeugt eine Zweitbank mit Ihrem Electronic-Banking-Angebot mehr, könnten sich Firmenkunden sehr kurzfristig von ihrer bisherigen Hausbank trennen.



In welchen Bereichen sehen Sie Verbesserungsbedarf beim Electronic Banking?

in Prozent der Antworten



n = 99 mittlere und große Unternehmen mit über 2 Mio € Jahresumsatz;
22 Experten

PPI AG

Bankexperten wissen nicht, was Kunden wirklich wollen



PPI AKTIENGESELLSCHAFT

PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit über 20 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2007 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 236 Mitarbeitern über 30 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

E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de