

# Electronic Banking 2009

Trends und zukünftige Anforderungen  
im Firmenkundengeschäft

Firmenkundenbefragung

**Management Summary**



PPI AKTIENGESELLSCHAFT



research

an der Universität  
Regensburg GmbH

## Management Summary

Bereits zum zweiten Mal haben ibi research an der Universität Regensburg und die PPI AG die Firmenkunden deutscher Banken und Sparkassen befragt, um den Instituten eine verlässliche Grundlage für ihre zukünftige Ausrichtung im Electronic Banking bieten zu können. Die Antworten von mehr als 400 Teilnehmern zu den folgenden Themen sind in der vorliegenden Studie anschaulich zusammengefasst:

- **SEPA:** Informationsstand, Umsetzung und Auswirkungen auf Seiten der Firmenkunden
- **EBICS:** Informationsstand und Planungen der Unternehmen
- **Kundensysteme:** Anforderungen an Electronic-Banking-Software und Internet-Portale
- **Innovative Leistungsangebote:** Akzeptanz durch die Firmenkunden

Die Studie ist Teil eines zweistufigen Studienzyklus aus einer Delphi-Expertenbefragung und einer Firmenkundenbefragung. Weitere Informationen zum Studienzyklus finden Sie im Anschluss an die Ergebnisse der Studie sowie unter <http://www.ibi.de/ebanking>.

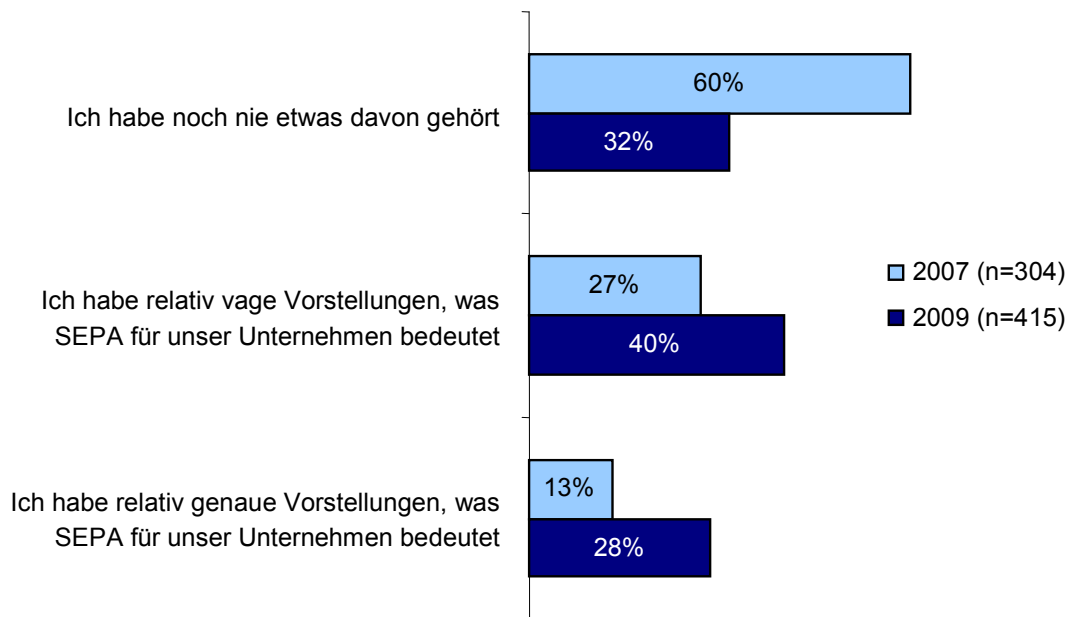
Die wichtigsten Ergebnisse der Firmenkundenbefragung 2009 sind im Folgenden zusammengefasst.

### SEPA: Informationsstand, Umsetzung und Auswirkungen

#### Der Informationsstand zu SEPA hat sich spürbar verbessert

Immerhin ein Drittel der Unternehmen gab zum Zeitpunkt der Befragung (März bis Juni 2009) an, noch nie etwas von SEPA gehört zu haben. Bei den kleinen Unternehmen wissen sogar 44% nicht über die anstehenden Veränderungen durch SEPA Bescheid. Dabei könnten auch viele kleine Unternehmen (weniger als 2 Mio. Euro Jahresumsatz) von SEPA profitieren, da jedes dritte auch umfangreiche Geschäftsverbindungen mit Kunden und Lieferanten außerhalb Deutschlands unterhält. Diejenigen kleinen Unternehmen, die relativ vage oder relativ genau über SEPA Bescheid wissen, wurden seltener als mittlere und große Unternehmen von ihrer Bank informiert, sondern haben sich die Informationen häufiger über das Internet beschafft.

**Abbildung 1: Wie gut fühlen Sie sich über die Auswirkungen der „Single Euro Payments Area“ (SEPA) auf Ihr Unternehmen informiert?**



(alle Teilnehmer)

© PPI / ibi research 2009

### **Auch Teilnehmer, die noch nichts von SEPA wussten, finden das Thema interessant**

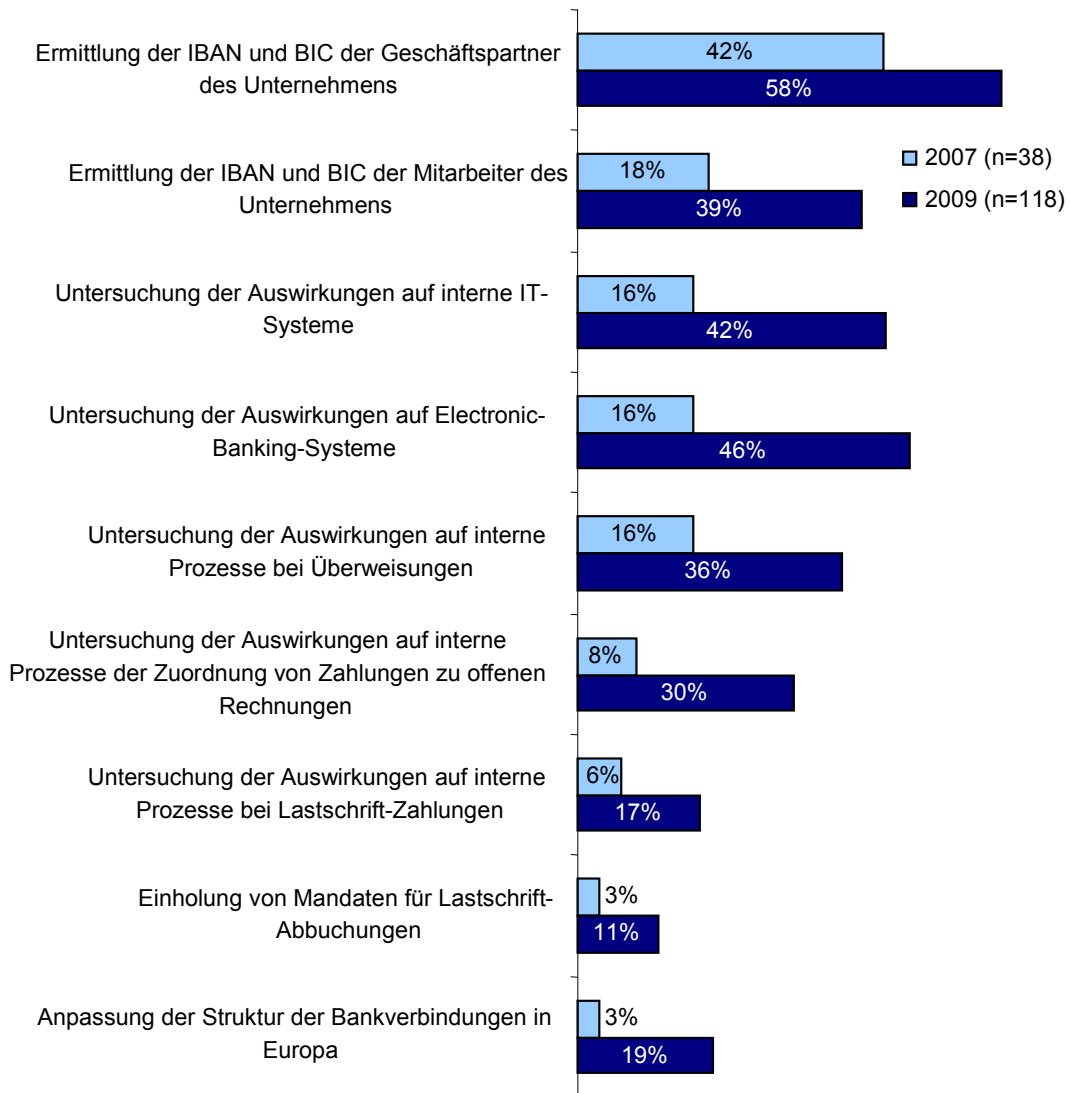
Nach einer kurzen Erläuterung, was SEPA ist, zeigte sich fast die Hälfte der Teilnehmer, die noch nie etwas von SEPA gehört hatten, an SEPA interessiert bzw. sehr interessiert. Dieses Ergebnis spiegelt auch das hohe Interesse am Lastschriftinzug aus dem europäischen Ausland wider: Etwa die Hälfte der Unternehmen, die innerhalb Deutschlands derzeit Lastschriften nutzen, möchte zukünftig auch Forderungen von Konten im europäischen Ausland einziehen können.

### **Die Vorbereitungen auf SEPA sind bereits deutlich vorangeschritten**

Im Vergleich zur Firmenkundenbefragung 2007 zeigt sich, dass deutlich mehr Unternehmen, die relativ genaue Vorstellungen von SEPA haben (vgl. Abbildung 1), bereits mit der Umsetzung von SEPA begonnen haben. So sind bereits 58% der Unternehmen dabei, die IBAN und BIC ihrer Geschäftspartner zu ermitteln, oder haben dies bereits abgeschlossen. In 2007 waren dies erst 42%. Mit der Ermittlung der IBAN und BIC ihrer Mitarbeiter haben 39% Unternehmen bereits begonnen, auch dieser Wert hat sich seit der Firmenkundenbefragung 2007 mehr als verdoppelt. Die Untersuchung der Auswirkungen auf Electronic-Banking-Systeme ist bei fast der Hälfte, die Untersuchung der Auswirkungen auf interne Prozesse bei eingehenden und

ausgehenden Überweisungen bei etwa jedem dritten Unternehmen in Umsetzung oder bereits abgeschlossen.

**Abbildung 2: Wie weit sind die Vorbereitungen auf die Schaffung der „Single Euro Payments Area“ in Ihrem Unternehmen bereits fortgeschritten?**  
(Summe aus Umsetzungsphase und abgeschlossen)



(nur Unternehmen, die relativ genaue Vorstellungen von SEPA haben)

© PPI / ibi research 2009

### Jedes zweite Unternehmen nutzt bereits die SEPA-Überweisung, wenn auch in geringem Umfang

Sowohl von den Unternehmen, die relativ genaue Vorstellungen von SEPA haben, als auch über alle Teilnehmer hinweg gibt jedes zweite Unternehmen an, die SEPA-Überweisung bereits zu nutzen. Die Unternehmen, die relativ genaue Vorstellungen von SEPA haben, wurden vertiefend nach dem Anteil der SEPA-Überweisungen an der Anzahl ihrer gesamten Überweisungen und

nach aufgetretenen Problemen bei der Einführung der SEPA-Überweisung befragt. Bei über der Hälfte der Unternehmen machen SEPA-Überweisungen demnach bis zu fünf Prozent des gesamten Überweisungsvolumens aus, nur bei jedem zehnten Unternehmen liegt der Anteil über 50%. Die Einführung der SEPA-Überweisung verlief bei den Unternehmen meist reibungslos.

### **Den restlichen Unternehmen bietet die SEPA-Überweisung noch keine spürbaren Vorteile**

Die Unternehmen, die relativ genau über SEPA Bescheid wissen, aber die SEPA-Überweisung bisher noch nicht nutzen, wurden vertiefend nach den Gründen hierfür befragt. Die wichtigsten Gründe sind demnach, dass die Unternehmen keine Vorteile gegenüber den bestehenden deutschen und europäischen Überweisungsverfahren sehen und dass Projekte mit höherer Priorität zuerst abgearbeitet werden müssen. Auch Probleme mit internen Systemen, die keine SEPA-Formate verarbeiten können, wurden von jedem vierten Unternehmen als Grund genannt. Die fehlende Möglichkeit zur Verwendung von Textschlüsseln, die erst ab November 2009 im Kunde-Bank-Format berücksichtigt wird, hält dagegen nur 7% der Unternehmen von der Nutzung der SEPA-Überweisung ab.

### **Die Bereitschaft, die SEPA-Lastschrift zu nutzen, ist seit 2007 zurückgegangen**

In Bezug auf die SEPA-Lastschrift gab nur etwa jeder siebte Teilnehmer mit relativ genauen Vorstellungen von SEPA an, dieses Verfahren noch in 2009 nutzen zu wollen. Fast zwei Drittel der Unternehmen planen derzeit keine Nutzung der SEPA-Lastschrift. In der Firmenkundenbefragung 2007 war das Interesse an der Lastschrift noch deutlich höher: Damals plante über die Hälfte der Unternehmen, im Jahr 2009 Forderungen per SEPA-Lastschrift einzuziehen.

### **Insbesondere bei der IBAN-/BIC-Ermittlung wollen die Unternehmen Hilfestellungen**

Über 70% der Unternehmen möchten automatisierte Umwandlungen von Kontonummer und Bankleitzahl in IBAN und BIC oder die Ableitung des BIC aus der IBAN („IBAN only“) zukünftig nutzen oder nutzen diese bereits. Nach Formatumwandlungen zwischen dem XML-Format und anderen Datenformaten besteht dagegen vergleichsweise wenig Bedarf. Die Planungen der Banken in Bezug auf neue Service-Leistungen in Verbindung mit den SEPA-Zahlungsverfahren werden durch die Angaben der Firmenkunden zum Großteil bestätigt. Überraschend dürfte aber die hohe Nachfrage nach der Unter-

stützung von Umlauten oder der Ableitung des BIC aus der IBAN sein, die im letzten Jahr nur 11 % bzw. 5 % der Institute einführen wollten.

## EBICS: Informationsstand und Planungen der Unternehmen

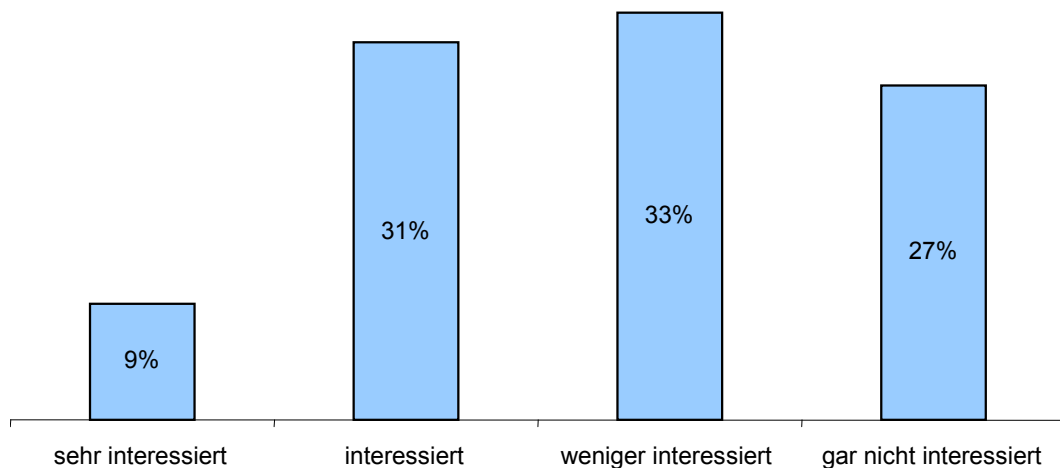
### Die Unternehmen sind mittlerweile besser über EBICS informiert

Der Anteil der Unternehmen, die noch nie etwas von EBICS gehört haben, ist in den vergangenen zwei Jahren von 58 % auf 36 % zurückgegangen. Während zwei von drei kleinen Unternehmen zu dieser Gruppe gehören, sind es bei den mittleren Unternehmen 23 %, bei den großen Unternehmen (mehr als 50 Mio. Euro Jahresumsatz) immerhin noch 12 %. 39 % aller Befragten haben relativ vage, 25 % relativ genaue Vorstellungen, was EBICS für ihr Unternehmen bedeutet.

### Auch Teilnehmer, die noch nie etwas von EBICS gehört haben, finden das Thema interessant

Dass vor allem kleine Unternehmen häufig nicht über EBICS Bescheid wissen, sollte jedoch nicht so interpretiert werden, dass EBICS für diese Zielgruppe nicht relevant ist. Nach einer kurzen Erläuterung, was EBICS ist, zeigten sich zwei von fünf Teilnehmern, die noch nie etwas von EBICS gehört hatten, an EBICS interessiert bzw. sehr interessiert.

**Abbildung 3: Wie interessiert sind Sie am Thema EBICS?**  
(nach vorhergehender Erklärung, was EBICS ist)



n=85 (nur Unternehmen, die noch nie etwas von EBICS gehört haben,  
1 keine Angabe)

© PPI / ibi research 2009

### **Die Mehrheit der gut informierten Unternehmen will zukünftig ausschließlich EBICS nutzen**

Diejenigen Teilnehmer, die relativ genaue Vorstellungen von EBICS haben, wurden weiter zur Nutzung und den Auswirkungen von EBICS befragt. Bei gut zwei Drittel dieser Unternehmen ist EBICS bereits im Einsatz. Von diesen setzen wiederum 70% ausschließlich auf EBICS. 21% der Unternehmen übertragen Zahlungsaufträge parallel per FinTS/HBCI, 9% nutzen neben EBICS auch noch BCS-FTAM. Als wesentliche Vorteile des neuen Standards nannten die Unternehmen, dass EBICS eine höhere Sicherheit bietet und kein ISDN-Anschluss mehr erforderlich ist.

### **Nur bei der Hälfte der Unternehmen verlief die EBICS-Einführung problemlos**

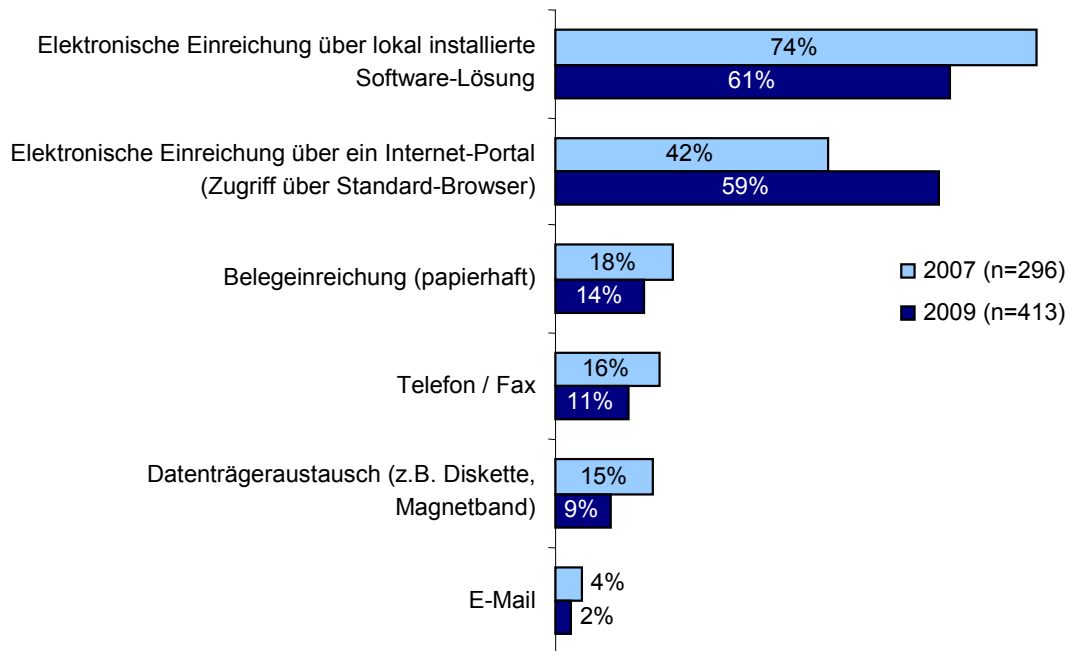
41% der Teilnehmer gaben an, dass bei der Einführung von EBICS kleinere Probleme aufgetreten seien, 8% hatten mit größeren Problemen zu kämpfen. Dabei überrascht, dass die Einführung von EBICS den Unternehmen offensichtlich mehr Probleme bereitet als die Einführung der SEPA-Überweisung.

## **Anforderungen an Kundensysteme**

### **Internet-Portale werden mittlerweile genauso häufig genutzt wie Software-Lösungen**

Im Vergleich zur Firmenkundenbefragung 2007 zeigt sich, dass der Anteil der Unternehmen, die Zahlungsaufträge über Internet-Portale einreichen, stark zugenommen hat. Mehr als die Hälfte der Unternehmen, die derzeit kein Internet-Portal nutzen, könnte sich die Einreichung von Zahlungsaufträgen über ein Portal zudem zukünftig vorstellen.

**Abbildung 4: Welche Möglichkeiten nutzen Sie üblicherweise, um Zahlungsaufträge an Ihre Bank(en) zu übermitteln? (Mehrfachantworten möglich)**



(alle Teilnehmer)

© PPI / ibi research 2009

### **Insbesondere kleine Unternehmen nutzen häufig das Online Banking für Privatkunden**

Knapp vier von fünf kleinen Unternehmen nutzen das Online Banking für Privatkunden. Allerdings greifen auch fast zwei Drittel der mittleren Unternehmen und ein Drittel der großen Unternehmen zumindest gelegentlich auf das Online Banking für Privatkunden zu. Nur gut ein Drittel der Unternehmen, die das Online Banking für Privatkunden nutzen, erfasst darüber jedoch alle Aufträge des Unternehmens. Viel häufiger dient das Online Banking zum Abruf von Umsatzinformationen (gut zwei Drittel der Unternehmen) oder zur manuellen Erfassung einzelner Aufträge (gut die Hälfte der Teilnehmer).

### **Über Portale wollen die Unternehmen zukünftig auch Produkte elektronisch abschließen**

Die Teilnehmer, die grundsätzlich Internet-Portale für den Zahlungsverkehr nutzen oder zukünftig nutzen würden, zeigten sich auch daran interessiert, weitere Bankgeschäfte über das Internet-Portal zu tätigen. So möchten 57 % der Teilnehmer kurzfristige Anlagegeschäfte abschließen, 44 % würden zusätzliche Girokonten über das Internet-Portal eröffnen und jeweils etwa ein Drittel der Unternehmen möchte kurzfristige Kreditfinanzierungen oder Firmenkreditkarten beantragen. Diese Ergebnisse bestätigen die Aussagen der

Experten, die in diesen Produktkategorien jeweils ebenfalls die höchsten Potenziale für einen Online-Vertrieb sahen.

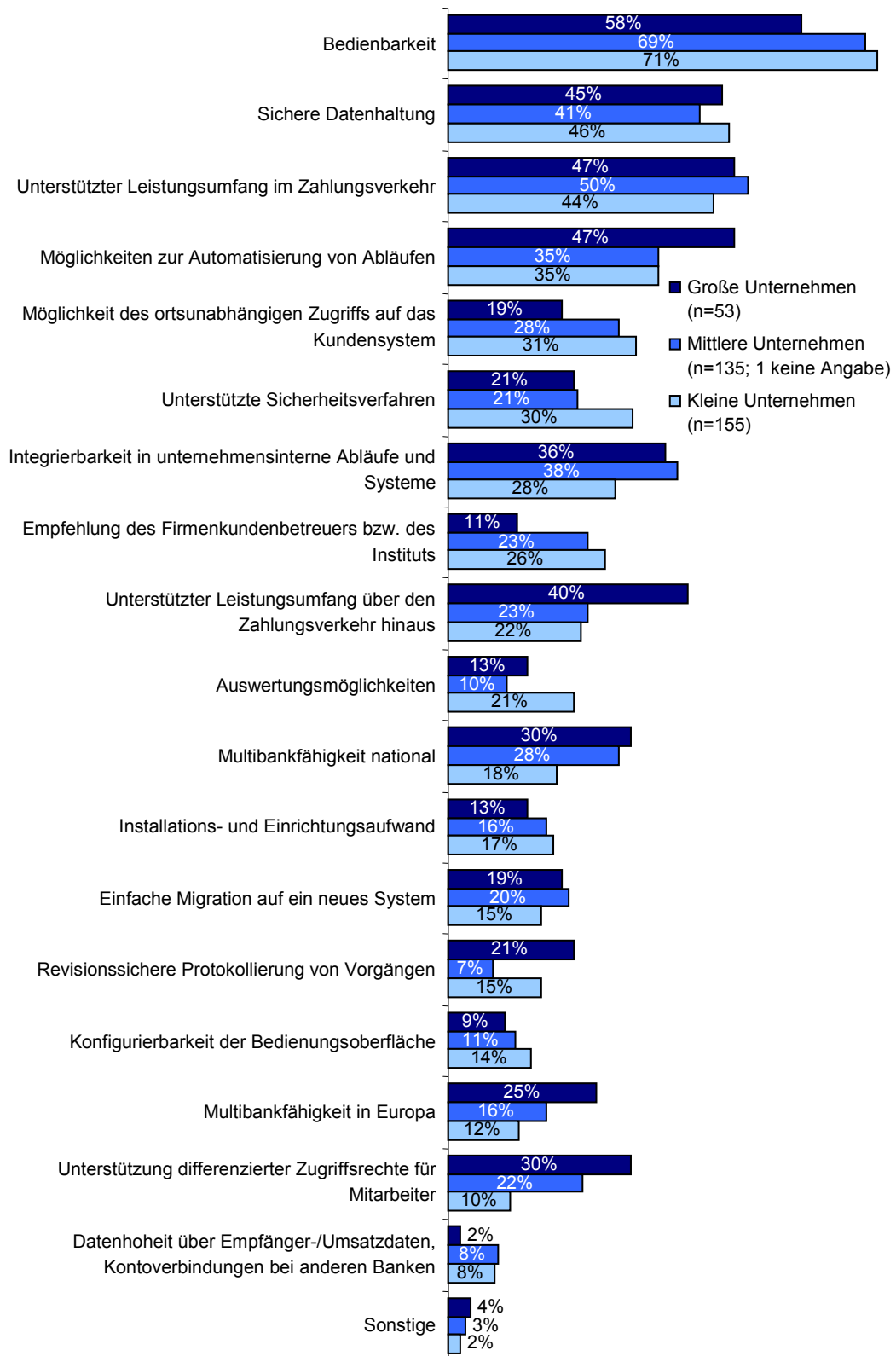
### **Einfache Bedienbarkeit ist die wichtigste Anforderung an ein Kundensystem**

Von über zwei Drittel der Firmenkunden wird die einfache Bedienbarkeit des Systems unter den fünf wichtigsten Anforderungen genannt. Sowohl kleinen als auch mittleren und großen Unternehmen ist die einfache Bedienbarkeit am wichtigsten. Die intuitive Bedienbarkeit ist bei Electronic-Banking-Systemen für Firmenkunden unter anderem deshalb so wichtig, da bei der Mehrheit der Unternehmen zwei oder mehr Nutzer mit dem Kundensystem arbeiten müssen. Der Aufwand, der für die Einarbeitung in ein Kundensystem anfällt, multipliziert sich daher jeweils mit der Anzahl der Nutzer.

### **Über ein Drittel der Unternehmen reicht pro Monat mehr als 150 Überweisungsaufträge ein**

Zwei von drei Unternehmen führen mehr als 50 Überweisungen pro Monat durch, jedes zehnte mehr als 1.000 Überweisungen. Dies entspricht in etwa den Angaben aus der Firmenkundenbefragung 2007. Die meisten Überweisungen werden für Rohstoffe und für Gehälter getätigt.

**Abbildung 5: Welches sind aus Ihrer Sicht die fünf wichtigsten Faktoren, die die Auswahl eines Kundensystems beeinflussen?**



(alle Teilnehmer)

© PPI / ibi research 2009

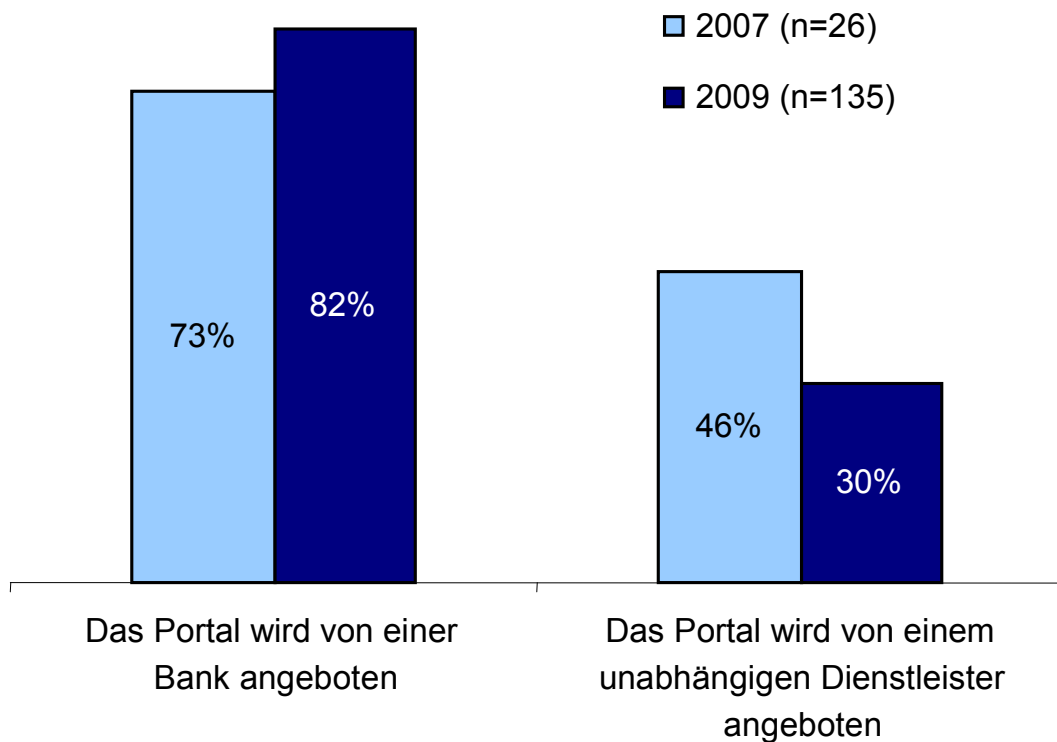
### **Die internen Abläufe sind nach wie vor nur bei wenigen Unternehmen automatisiert**

87 % der Unternehmen erfassen heute Zahlungsaufträge manuell, 41 % verwenden eine manuelle Export-/Importfunktion und nur 28 % der Unternehmen importieren die Zahlungsverkehrsdateien automatisiert aus anderen Systemen. 39 % der Unternehmen tippen hierfür papierhafte Kontoauszüge zumindest in bestimmten Fällen per Hand ab, 26 % der Unternehmen übertragen Kontoauszugsdaten aus dem Kundensystem manuell durch Abtippen oder über eine elektronische Zwischenablage und 25 % nutzen eine manuelle Export-/Importfunktion. Zwar hat sich damit der Anteil der Unternehmen verdoppelt, die Kontoauszugsdaten automatisiert in interne Systeme übernehmen. Der Großteil der Unternehmen, die ihre Abläufe bereits vor zwei Jahren automatisieren wollten, hat dies jedoch noch nicht umgesetzt.

### **Das Interesse an multibankfähigen Portalen hat weiter zugenommen**

Gut die Hälfte der befragten Unternehmen hat mehr als eine, jedes dritte drei und mehr Bankverbindungen. Von den Unternehmen, die ein Internet-Portal zur Einreichung von Zahlungsaufträgen nutzen bzw. zukünftig nutzen würden und mehrere Bankverbindungen haben, möchte der Großteil das Internet-Portal auch zur Verwaltung seiner Kontobeziehungen bei diesen Banken nutzen. Banken konnten ihren Vertrauensvorsprung als Betreiber multibankfähiger Portale dabei weiter ausbauen. 82 % der Teilnehmer würden nach aktuellem Stand ein multibankfähiges Portal nutzen, wenn es von einer Bank angeboten würde.

**Abbildung 6: In welchen Fällen würden Sie das Internet-Portal auch zur Verwaltung Ihrer Kontobeziehungen bei anderen Banken nutzen?**



(nur Unternehmen, die ein Internet-Portal zur Verwaltung Ihrer Kontoverbindungen bei mehreren Banken nutzen wollen)

© PPI / ibi research 2009

## Akzeptanz innovativer Leistungsangebote

### **Insbesondere im Zahlungsverkehr werden Erweiterungen der Leistungsangebote gefordert**

Die Unternehmen sehen vor allem im europäischen (38 %) und außereuropäischen Zahlungsverkehr (36 %) noch einen hohen Erweiterungsbedarf. Im europäischen Zahlungsverkehr hat der Handlungsbedarf seit der Firmenkundenbefragung 2007 damit weiter zugenommen. Dies bestätigt die Planungen der Experten, die ebenfalls im Zahlungsverkehr am häufigsten zukünftige Erweiterungen ihres Leistungsangebots vornehmen wollen.

### **Knapp die Hälfte der Unternehmen will Kreditverträge elektronisch einsehen können**

Im Finanzierungsbereich interessierten sich die Firmenkunden vor allem für den Abruf von Vertragsdetails zu Kreditverträgen, z.B. Laufzeit oder Tilgungsplan. Dies bestätigt die Einschätzungen der Bankexperten in der Expertenbefragung, von denen knapp zwei Drittel Bedarf für ein solches Dienst-

leistungsangebot sahen. Jeder fünfte Firmenkunde möchte auch gerne offene Forderungen an seine Bank verkaufen, z.B. im Zuge der Lastschrift-Einreichung, oder Kredit- bzw. Leasingverträge an seine Kunden vermitteln. In der Expertenbefragung 2008 gab jedoch kaum ein Institut an, solche Dienstleistungen bereits anzubieten oder vorzubereiten.

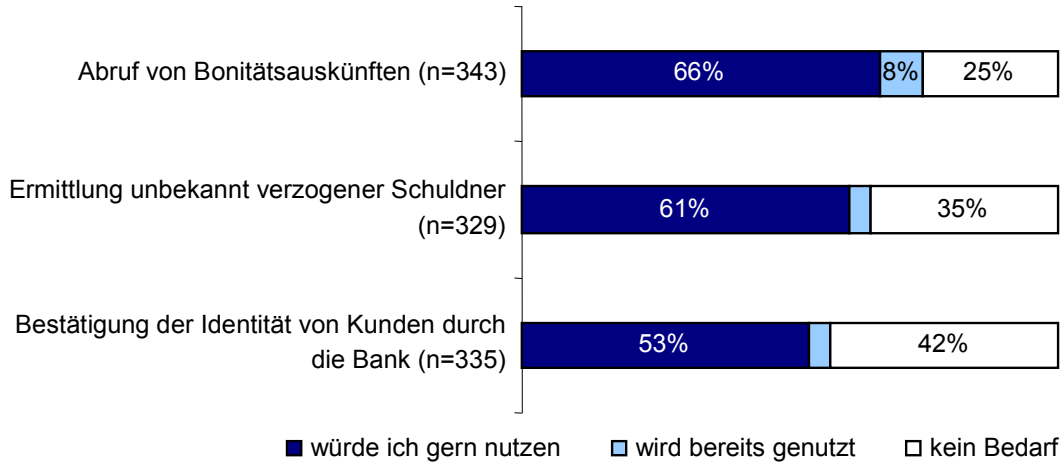
### **Das Interesse an der elektronischen Rechnungsstellung über die Hauptbank ist etwas zurückgegangen**

In der Firmenkundenbefragung 2007 zeigten sich die Firmenkunden relativ interessiert, elektronische Rechnungen über ihre Hauptbank(en) zu versenden. Von den Instituten, die sich an der Expertenbefragung 2008 beteiligten, hatte zu diesem Zeitpunkt nur jedes zehnte diese Dienstleistung im Angebot, allerdings wollten 47 % die Rechnungsstellung an Unternehmen und 29 % die Rechnungsstellung an Privatpersonen zukünftig unterstützen. In der aktuellen Befragung ist das Interesse am Versand von Rechnungen über die Hauptbank(en) etwas zurückgegangen. Immerhin noch 27 % wollen jedoch Rechnungen an Unternehmen (2007: 40 %), 20 % wollen Rechnungen an Privatpersonen (2007: 27 %) über ihre Hauptbank verschicken.

### **Über die Hälfte der Unternehmen ist an Bestätigungen der Identität und Bonität sowie an Schuldnerermittlungen interessiert**

Wie bereits in der Firmenkundenbefragung 2007 zeigen sich die Firmenkunden vor allem am Abruf von Bonitätsinformationen interessiert. Zum ersten Mal abgefragt wurden in der aktuellen Firmenkundenbefragung die Ermittlung unbekannt verzogener Schuldner und die Bestätigung der Identität von Kunden durch die Bank, die beide von über der Hälfte der Firmenkunden gerne genutzt würde. Von den Banken hatten in der Expertenbefragung 20 % bzw. 13 % angegeben, dass sie diese Dienstleistungen über das Internet anbieten, weitere 13 % wollten zukünftig die Identität ihrer Kunden Dritten gegenüber bestätigen.

**Abbildung 7: Welche der folgenden sonstigen Dienstleistungen Ihrer Hauptbank(en) nutzen Sie derzeit über das Internet bzw. würden Sie zukünftig gerne über das Internet nutzen?**



(alle Teilnehmer)

© PPI / ibi research 2009

### **Nur wenige Firmenkunden wollen Aufgaben des Finanzmanagements auslagern**

Wie bereits in der Firmenkundenbefragung 2007 ist das Interesse an der Auslagerung von Aufgaben des Finanzmanagements eher gering. Lediglich das Mahnwesen/Inkasso würden 15% der Firmenkunden gerne auslagern, 10% haben es bereits an einen externen Dienstleister vergeben. Von den an der Expertenbefragung beteiligten Instituten hatte hierfür noch keines ein entsprechendes Angebot, ein Institut arbeitete zu diesem Zeitpunkt jedoch gerade ein solches aus.

## **Inhaltsverzeichnis der gesamten Studie**

### **Management Summary**

#### **1 Über die Studie**

- 1.1 Abgrenzung und Bedeutung des Firmenkundengeschäfts
- 1.2 Bedeutung des Electronic Banking im Firmenkundengeschäft
- 1.3 Historie und Elemente des Electronic Banking im Firmenkundengeschäft
- 1.4 Notwendigkeit und Ziel der Studie
- 1.5 Einordnung und Konzeption der Studie
- 1.6 Teilnehmer der Studie

#### **2 Ergebnisse der Studie**

- 2.1 SEPA: Informationsstand, Umsetzung und Auswirkungen
  - 2.1.1 Informationsstand zu SEPA
  - 2.1.2 Umsetzung von SEPA
  - 2.1.3 Auswirkungen von SEPA
- 2.2 EBICS: Informationsstand und Planungen der Unternehmen
  - 2.2.1 Informationsstand zu EBICS
  - 2.2.2 Nutzung und Auswirkungen von EBICS
- 2.3 Anforderungen an Kundensysteme
  - 2.3.1 Aktuell und zukünftig genutzte Kundensysteme
  - 2.3.2 Anforderungen an Kundensysteme im Überblick
  - 2.3.3 Leistungsumfang im Zahlungsverkehr
  - 2.3.4 Unterstützung effizienter Abläufe
  - 2.3.5 Multibankfähigkeit
- 2.4 Akzeptanz innovativer Leistungsangebote
  - 2.4.1 Gewünschte Erweiterungen der Auftragsarten
  - 2.4.2 Akzeptanz von Dienstleistungen im Bereich Finanzierung
  - 2.4.3 Akzeptanz von Dienstleistungen im Bereich Rechnungsstellung
  - 2.4.4 Akzeptanz von sonstigen intermediären Dienstleistungen
  - 2.4.5 Akzeptanz der Auslagerung von Aufgaben des Finanzmanagements

#### **3 Fazit und Ausblick**

### **Ergebnisse der Expertenbefragung**

## Partner der Studie

### ibi research an der Universität Regensburg



research

an der Universität  
Regensburg GmbH

Seit 1993 bildet die ibi research GmbH (vormals Institut für Bankinformatik und Bankstrategie gGmbH) eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis. Das Team unter der Leitung von Prof. Dr. Die-

ter Bartmann forscht zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". Durch die enge Zusammenarbeit mit Spezialisten aus den Bereichen Banken und IT werden die Forschungsergebnisse in die Führungsebene der kooperierenden Unternehmen transferiert. ibi research ist personell eng mit der Universität Regensburg verbunden, wird aber als selbstständige Gesellschaft geführt.

ibi research arbeitet auf den Themenfeldern Retail Banking, E-Business, Geschäftsprozessmanagement & IT-Architektur sowie Operational Risk Management & IT-Security. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungsergebnisse an.

Die vorliegende Studie ist im Competence Center E-Business entstanden.

Weitere Informationen: <http://www.ibi.de>

### PPI Aktiengesellschaft



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 ca. 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. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der Strategie- über die bankfachliche bis zur IT-Beratung.

PPI stellt durch seine professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher.

Weitere Informationen: <http://www.ppi.de>

## Impressum

### **Electronic Banking 2009**

Trends und zukünftige Anforderungen im Firmenkundengeschäft  
Firmenkundenbefragung

November 2009

ISBN 978–3–940416–15–5

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Dr. Ernst Stahl, Dr. Thomas Krabichler, Silke Weisheit, Georg Wittmann

Regerstr. 4

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943–1901

Fax: 0941 943–1888

E-Mail: [info@ibi.de](mailto:info@ibi.de)

Web: [www.ibi.de](http://www.ibi.de)

© ibi research / PPI 2009

Das Werk einschließlich aller Teile ist urheberrechtlich geschützt und Eigentum der ibi research an der Universität Regensburg GmbH (im Folgenden: ibi research). Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urhebergesetzes ist ohne ausdrückliche und schriftliche Genehmigung der ibi research an der Universität Regensburg GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.