

Die Bank der Zukunft ist mobil

Von Simone Bayer und Gudrun Hesch



Auch wenn sich der Hype um mobile Services und besonders ums Mobile Banking noch vor wenigen Jahren als Strohfeder erwiesen hat, sind sich Simone Bayer und Gudrun Hesch sicher. Höhere Übertragungsgeschwindigkeiten, geringere Preise und größere Handy-Displays werden den Durchbruch in der mobilen Webnutzung herbeiführen. Derzeit sei die Nutzung des Banking über mobile Geräte noch stark vom Komfort und der Sicherheit des jeweiligen Endgeräts abhängig. Red.

Wer erinnert sich eigentlich noch an WAP? Was kurz vor der Jahrtausendwende mit großem medialen Auftritt gestartet war, ließ Kunden verzweifeln. Der Versuch, Webseiten über Handy aufzurufen, Waren oder Dienstleistungen zu bestellen, den Kontostand abzufragen oder gar eine Überweisung durchzuführen, war aufgrund der langsamen Datenverbindung nicht nur eine nervenaufreibende Angelegenheit, sondern auch eine ziemlich teure – wegen der zeitbasierten Abrechnung durch die Mobilfunkanbieter. Aufgrund des daraus resultierenden geringen Kundeninteresses wurden diese zunächst mit viel Aufwand realisierten Mobile-Banking-Angebote nach oftmals kurzer Dauer eingestellt.

Heute sieht die Sache ganz anders aus: Die Geschwindigkeiten der mobilen Funk-

netzwerke wurden in den letzten Jahren durch die Mobilfunk-Anbieter ständig erhöht. Und: Für den Nutzer sind die Preise für die mobile Datenübertragung gesunken. Das verbesserte Datenübertragungsverfahren von UMTS – das von fast allen deutschen Anbietern bereitgestellte High Speed Downlink Packet Access (HSDPA) – ermöglicht problemloses Surfen über das Handy. Und das bei monatlichen Kosten von teilweise unter zehn Euro.

Damit ist das Ende der technologischen Entwicklung allerdings noch lange nicht erreicht: Derzeit werden in europäischen Ländern die sogenannten 4G-(LTE-)Netze getestet, die auf UMTS aufsetzen und zukünftig Breitband-Übertragungsraten bieten sollen. Im Januar 2010 haben sechs Anbieter ihre Anträge für die 4G-Frequenzen bei der Netzentwurfur abgegeben.

Gleichzeitig sind in den vergangenen Jahren Mobiltelefone auf den Markt gekommen, die technisch gesehen sogar dem Potenzial des heimischen Computers recht nahe kommen. Die Einführung und der

Zu den Autorinnen

Simone Bayer ist Leiterin Produktmanagement eBanking und Portale und **Gudrun Hesch** ist Produktmanagerin Mobile und agree eBanking Privatedition bei der FIDUCIA IT AG, Karlsruhe.

Erfolg des iPhone von Apple im Jahre 2007 mit einem derzeitigen Marktanteil von rund 30 Prozent unter allen verkauften Smartphones hat der Entwicklung nochmals einen gewaltigen Schub gegeben. Fast alle namhaften Handy-Hersteller bieten derzeit einfach zu bedienende Geräte mit einem großen Touchscreen-Display an. Aber nicht nur Mobiltelefone, sondern auch leichtgewichtige Netbooks mit eingebautem Wireless-Lan oder Datenübertragungs-USB-Sticks sind heute für das schnelle Internet-Surfen im Café, Park oder Bus geeignet.

Nicht nur die mobile Webnutzung steht vor dem Durchbruch ...

Egal ob Smartphone, Netbook oder ein internetfähiger Personal-Digital-Assistent (PDA) – die Marktforscher sind sich einig: Das mobile Web ist endlich massentauglich geworden und steht vor dem großen Durchbruch. Laut des Forschungsinstituts Gartner sind dabei bereits heute mehr als 60 Prozent aller weltweit genutzten Mobiltelefone internetfähig. Diese Zahl soll bis zum Jahr 2012 auf 80 Prozent steigen. ABI Research rechnet zudem damit, dass die Web- und Internetnutzung bereits 2014 etwa 74 Prozent des gesamten mobilen Datenverkehrs ausmachen wird.

Kunden, die zukünftig von zuhause oder von unterwegs auf das Internet zugreifen, erwarten dabei leicht zu bedienende und funktionstüchtige mobile Programme

(Apps) wie zum Beispiel für das i-Phone oder speziell optimierte Webseiten für die Anzeige auf Smartphone-Displays. Bereits heute gibt es standardisierte Lösungen für die Erzeugung optimierter Webseiten für mobile Endgeräte. Sie können als alternative Anzeigeversion sogar in das bestehende Web Content Management System eingebunden werden und sich so nahtlos in das bestehende IT-System integrieren.

... auch das Mobile Banking wird Standard

Mobiltelefone haben nicht nur die Kommunikation grundlegend verändert – jetzt bereichern sie auch Banking und Vertriebsangebot der Kreditinstitute. Da immer mehr Menschen ihr Handy nutzen, um unterwegs Bankgeschäfte zu tätigen, eröffnet sich für Banken und Finanzinstitute ein neuer und höchst attraktiver Zugang zu ihren Kunden. Marktforscher von Berg Insight schätzen, dass die Zahl der weltweiten Nutzer des Mobile Banking von 20 Millionen im Jahr 2008 auf 913 Millionen im Jahr 2014 steigen wird. Das wäre ein jährlicher Zuwachs von 89 Prozent. Allein für Europa rechnen die Experten mit 110 Millionen Nutzern im Jahr 2014.

Für Banken und Sparkassen entwickelt sich das Mobile Banking zu einem weiteren Werkzeug im Rahmen einer effektiven Multi-Channel-Strategie, um Kunden an das jeweilige Institut zu binden oder neu zu akquirieren. Denn alle haben ein gemeinsames Ziel: Möglichst auf allen verfügbaren Kommunikationskanälen für ihre Kunden erreichbar zu sein. Dazu gehört neben der klassischen Filiale in der Nachbarschaft das Onlinebanking vom heimischen PC und zunehmend auch über mobile Geräte.

Je mehr sich der Verbreitungsgrad von Smartphones vergrößert, um so wichtiger wird es für die Kundenbindung der Kreditinstitute, dass den Kunden auch mobile und flexible Angebote zur Verfügung stehen – vom Banking über Informationsdienste

bis hin zur Vertriebsplattform. Denkbar wäre, dass der Kunde künftig Bank- oder Versicherungsprodukte – zusätzlich zur Abschlussmöglichkeit über e-Banking sowohl via PC als auch über sein Mobiltelefon abschließen kann.

Die Fiducia beschäftigt sich bereits seit dem Jahr 2000 mit dem Thema Mobile Banking. Dabei hat der IT-Dienstleister von Anfang an darauf geachtet, Ressourcen nicht voreilig in einen Hype zu investieren, der sich später als Reinfluss entpuppt. Gerade für Volksbanken und Raiffeisenbanken sind Seriosität, Sicherheit, Beständigkeit und Zuverlässigkeit wichtige Image-Faktoren. Deshalb sind einerseits der Bedarf der Banken sowie das Nutzungsverhalten der Bankkunden zu beobachten. Andererseits achtet die Fiducia darauf, welche technologischen Potenziale und Auswirkungen ein neuer Trend birgt.

Der Verbund verfolgt eine einheitliche Logik der Anwendungen: Da die technischen Standards unterschiedlich sind, sieht sich die Fiducia in der Pflicht, eine individuelle Mobile-Banking-Lösung für die Volks- und Raiffeisenbanken zu entwickeln. Mit der browserbasierten Banking-Anwendung „agree Mobile Banking“ wird den Genossenschaftsbanken ein Kanal für das Onlinebanking kostenfrei bereitgestellt.

Die Mobile-Banking-Lösung ist in ihrem Funktionsumfang auf die Bedürfnisse der Bankkunden ausgerichtet, die beruflich oder privat häufig unterwegs sind. Ein anderes Unternehmen aus dem genossenschaftlichen Finanzverbund, die VR-Networld GmbH, hat mit der mobilen „Web-Bank“ ein Internetportal für mobile Services geschaffen, über das die Kunden der Volks- und Raiffeisenbanken die Mobile-Banking-Anwendung der Fiducia mit jedem internetfähigen Handy bequem aufrufen können.

Mobile Banking ist aktuell stark abhängig vom mobilen Endgerät des Kunden. Je höher dessen Bedienkomfort ist, desto häufiger und lieber nutzt der Kunde es für seine Bankgeschäfte. Kunden, die bei-

spielsweise ein Handy mit einem kleineren Display besitzen, prüfen meistens unterwegs schnell ihren Kontostand oder tätigen eine Überweisung. Dies belegen die Zugriffszahlen, die die Fiducia über Nutzung des Mobile Banking der betreuten Volks- und Raiffeisenbanken ständig erhebt und auswertet.

Sicherheit als zentrales Thema

Besitzer komfortablerer Geräte – wie i-Phone oder Blackberry – greifen zusätzlich auch gerne auf alle weiteren Informationen zurück, die ihnen ihre Bank oder ein unabhängiges Finanzportal zur Verfügung stellt: Aktienkurse, Charts und Prognosen. Hier sind den Wünschen des Kunden und damit der Möglichkeit, ihn stärker an seine Bank zu binden, künftig keine Grenzen gesetzt.

Das Thema Sicherheit ist von entscheidender Bedeutung für die weitere Entwicklung und die Akzeptanz beim Kunden: In einer weltweiten Studie fand bereits 2008 die Forschungsabteilung der IT-Beratungsgesellschaft Unisys heraus, dass mehr als die Hälfte aller befragten Handynutzer den von ihnen genutzten mobilen Endgeräten nicht zutrauen, sichere Online-Transaktionen und Geldgeschäfte abzuwickeln.

Allerdings zeigte sich auch: Weltweit genießen am ehesten Banken den Ruf, für die notwendige Sicherheit bei mobilen Geldgeschäften zu sorgen. Das zeigt auch die aktuelle Sonderstudie der Fiducia im Rahmen des (N)Onliner Atlas 2009. Während 2008 noch 16 Prozent der Befragten aus Angst vor Betrügern auf Onlinebanking-Transaktionen verzichteten, sank dieser Prozentsatz im Jahr 2009 auf vier Prozent. Daher ist Sicherheit das zentrale Thema beim Mobile Banking. Der IT-Dienstleister setzt dabei genauso wie beim Onlinebanking am heimischen Personal Computer auf ein Identifikationsverfahren mit indizierter TAN beziehungsweise Smart-TAN plus und einer 128-BIT-SSL-Verschlüsselung gegen unberechtigte Zugriffe von außen.