

Die Entwicklung mobiler Bankservices wird weitergehen

Von Andreas Grahl



Die Funktionen moderner Smartphones sind so vielfältig, dass deren Anwendung im Bankgeschäft kaum Grenzen gesetzt sind. Dass die japanische Jibun Bank mit ihrem ganz aufs Mobile Banking ausgerichteten Geschäftsmodell bereits eine Million Kunden gewinnen konnte, spricht für dessen Möglichkeiten, so Andreas Grahl. Auch die Allianz Bank hält eine entsprechende App bereit, die unter anderem mit Multibankfähigkeit aufwartet. Und um eventuelle Sicherheitsbedenken abzubauen, gibt es für alle Kunden eine Onlineversicherung für Schäden, die durch die missbräuchliche Verwendung der Daten durch Dritte entstehen können. Red.

„Ohne Krimi geht die Mimi nie ins Bett“ hat Bill Ramsey vor fast 40 Jahren als Schlager gesungen. Heute würde es sicherlich eher heißen „Ohne Handy geht die Mandy niemals weg“. Es gibt in Deutschland mit 108,85 Millionen Mobiltelefonen deutlich mehr Handys als Einwohner (81,8 Millionen).¹⁾ Mehr als 83 Prozent der über 14 Jahre alten Deutschen sind mobil erreichbar. Vor allem viele junge Menschen haben ihr Mobiltelefon immer dabei: 74 Prozent der 14- bis 29-jährigen Nutzer gehen nie ohne Handy aus dem Haus.²⁾ Mit dem Siegeszug des iPhone sind seit dessen Markteinführung 2007 die Smart-

phones en vogue. Mehr als 14,7 Millionen Smartphone-Nutzer surfen bereits mobil im Internet.³⁾ Im Jahr 2015 werden die Kunden voraussichtlich ein mobiles Endgerät dem stationären Computer für den Internetzugriff vorziehen.⁴⁾

Mit den Smartphones ist der Computer mobil geworden, mehr als 360 000 Apps, also kleine Anwendungen oder Programme stehen im Apple i-Tunes-Store zum Download für das iPhone bereit. Auch die Konkurrenz schläft nicht, für das Mobiltelefon Betriebssystem Android sind auch schon über 280 000 Apps entwickelt.⁵⁾

Die Nutzungsmöglichkeiten des kleinen Computers in der Hosentasche sind vergleichbar mit denen des klassischen Internet.⁶⁾ E-Mail, aktuelle Wetterinformationen und Nachrichtenlesen sind für mehr als zwei Drittel der Nutzer die wichtigsten Funktionen (siehe Abbildung 1). Jeder zweite Smartphone-Nutzer verwendet die Online-Community-Angebote von Social-Media-Plattformen wie Facebook oder Twitter. Etwa ein Drittel der Nutzer kauft mit

dem kleinen Gerät sogar online ein. Auch Mobil-Banking-Anwendungen sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. 28 Prozent der Smartphone-Nutzer erledigen ihre Bankgeschäfte bereits mobil.

Vielfältige Funktionen, die im Bankgeschäft einsetzbar sind

Moderne Smartphones bieten eine Vielzahl möglicher Funktionen, die im mobilen Bankgeschäft einsetzbar sind (siehe Abbildung 2). Das Smartphone ist viel mehr als ein Mobiltelefon, es ist ein vollwertiger Computer und eröffnet damit Möglichkeiten, die bisher PCs, Laptops oder Netbooks vorbehalten waren.

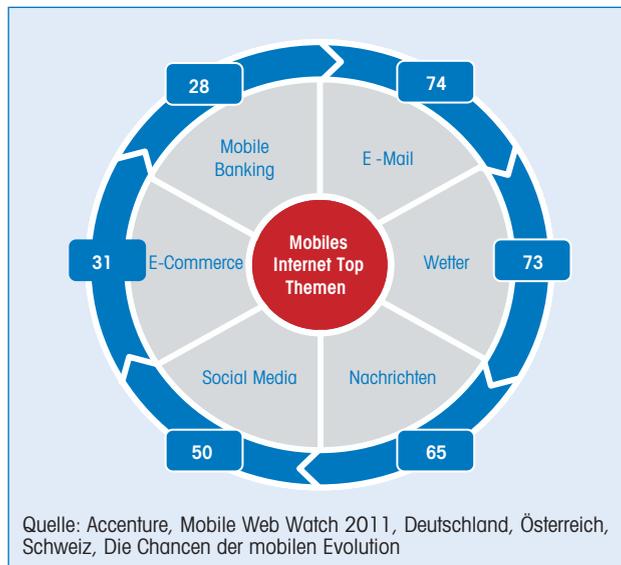
Das mobile Internet ermöglicht den Onlinezugriff auf alle Internetseiten. Viele Internetseiten werden bereits in einer mobilen Variante angeboten und sind speziell auf die kleinen Smartphone-Bildschirme angepasst. Neben der Nutzung aller Internetfunktionen erleichtert die Bündelung vieler Funktionen in kleinen Anwendungsprogrammen („Apps“) die Bedienung für den Nutzer. Typische Bank-Apps ermöglichen die mobile Verwaltung der Bankkonten oder die Darstellung aktueller Börseninformationen.

Das in einigen Smartphones integrierte GPS (Global Positioning System) und die damit verbundene Standorterkennung bietet eine Vielzahl von ortsabhängigen Funktionen

Zum Autor

Dr. Andreas Grahl ist Leiter Projektmanagement und -controlling im Ressort Bankbetrieb der Allianz Deutschland AG, Frankfurt am Main.

Abbildung 1: Top-Themen beim mobilen Internet
(Angaben in Prozent)



(Location Based Services) an, wie die Suche und Routenführung zum nächstgelegenen Geldautomaten oder zur Bankfiliale.

Smartphones unterstützen ein breites Spektrum an Kommunikationsmöglichkeiten. Mit Hilfe von in Apps oder Internetseiten integrierten Telefonnummern können Kunden bei Bedarf direkt die Call-Center und Hotline-Services nutzen. E-Mail und SMS ermöglichen die bidirektionale Kommunikation zwischen Kunde und Bank. Mit Push-Services können Banken Benachrichtigungen an den Kunden direkt auf dessen mobiles Endgerät senden. Smartphones mit integrierter Fotokamera sind nicht nur zum Fotografieren einsetzbar. Mit dem Einlesen von Barcodes kann unter anderem die mühsame Eingabe von Internetlinks für den Download neuer Apps entfallen.

Keine Mobile TAN beim Mobile Banking

NFC (Near Field Communication) Chips werden zukünftig einen sicheren Datenaustausch mit einem Lesegerät über kurze Distanzen ermöglichen. Google pilotiert in Kooperation mit Mastercard bereits in den USA eine elektronische Geldbörse zum kontaktlosen Bezahlen.

Selbstverständlich können die Smartphones auch Daten speichern, sei es direkt auf dem Gerät oder über internetbasierte Cloud Services. Insbesondere bei persönlichen Bank- und Kontodaten sind entsprechende Verschlüsselungsverfahren dabei Pflicht.

Die Datenspeicherung in dem Gerät erlaubt bei Bedarf auch eine Offline-Nutzung, ohne die ansonsten erforderliche mobile Internetverbindung. Bankaufträge sind entsprechend sicher zu autorisieren, dafür bietet sich derzeit jedoch nur die Transaktionsbestätigung beispielsweise mit einer Transaktionsnummer an. Das im Onlinebanking zwischenzeitlich bewährte Mobile-TAN-Verfahren, eine TAN per SMS auf dasselbe Mobiltelefon des Kunden zu versenden, ist im mobilen Banking nicht zulässig, da bei Einsatz eines mobilen Endgeräts die aus Sicherheitsgründen erforderliche Kanaltrennung nicht mehr gegeben ist.

Allen technischen Möglichkeiten zum Trotz sind viele Kunden dennoch skeptisch, sie

befürchten immer noch das Ausspionieren vertraulicher Informationen (47 Prozent) oder das Schnüffeln nach Zugangsdaten (48 Prozent). Noch größere Skepsis haben die Befragten hinsichtlich der Übertragung ihres aktuellen Aufenthaltsortes (53 Prozent).⁷⁾

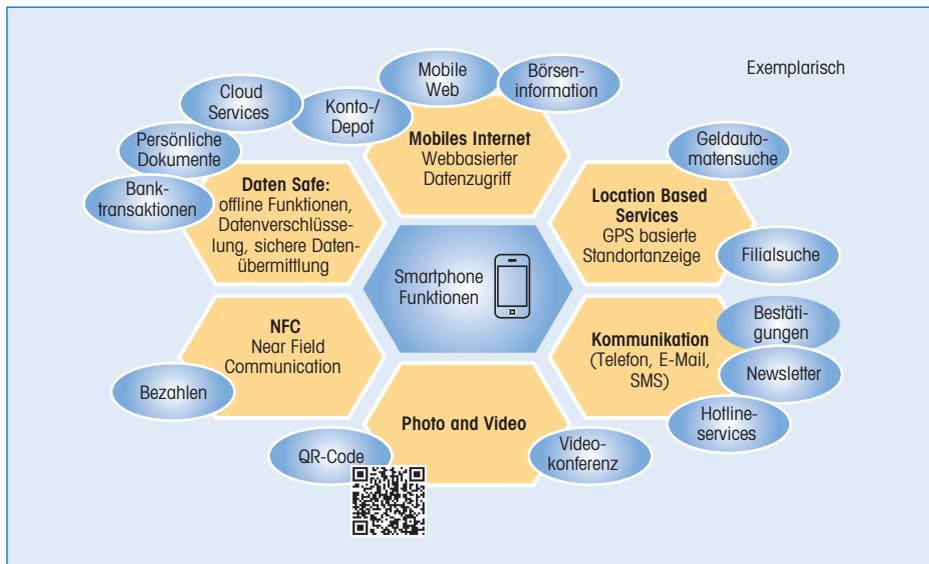
Finanzen App mit Multibanking-Funktion

Die „Allianz Finanzen App“ kann kostenlos für Apple- und Android-Geräte in den jeweiligen Stores heruntergeladen werden. Das kostenlose Angebot senkt die „Einstieghürde“ für den Kunden zur Nutzung der App, die mit dem kostenlosen Angebot verbundenen Marketing- und Imageeffekte überwiegen ganz klar einem möglichen Ertrag aus einer kostenpflichtigen Anwendung.

Die „Finanzen App“ bietet Mehrwertfunktionen für Allianz-Bank-Kunden und für Interessenten, also Kunden, die derzeit noch kein Konto der Bank nutzen.

Die Geldautomatensuche ermittelt den Standort des nächstgelegenen Geldautomaten, nicht nur den der Allianz Bank, sondern die aller mehr als 50 000 Geldautomaten in Deutschland.

Abbildung 2: Smartphone-Funktionen und ihre Einsetzbarkeit im Bankgeschäft



■ Die Funktion Börseninfos gibt einen Überblick über die Entwicklung der wichtigen Aktienindizes wie Dax, Dow Jones oder Nikkei.

■ Zudem gibt es umfangreiche Informationen rund um die Allianz: aktuelle Produktangebote, die standortbezogene Suche nach dem nächsten Allianz Fachmann oder die wichtigsten Allianz Telefonnummern auf einen Blick.

Die interessantesten Funktionen sind sicherlich die Multibanking-Funktionen. Diese können von allen Allianz-Bank-Kunden einfach über das Onlinebanking-Portal frei geschaltet werden. Beim Multibanking können Kunden nicht nur ihr Allianz-Bank-Konto, sondern auch alle ihre Konten bei anderen Kreditinstituten mobil verwalten. Die aktuellen Kontosalen und -umsätze aller Konten können quasi auf „Knopfdruck“ mobil abgerufen werden. Auch Überweisungen oder Daueraufträge können ebenfalls bequem mobil erteilt werden.

Online-Versicherung schützt vor Schäden

Alle Bankdaten werden in der „Finanzen App“ verschlüsselt gespeichert und sind durch Passwort geschützt. Für den Fall des Falles, sollte das Smartphone mit allen Daten einmal abhanden kommen, können die Kunden ihre Bankdaten auf dem Smartphone über eine Menüfunktion im Allianz-Bank-Onlinebanking-Portal einfach aus der Ferne löschen. Den größtmöglichen Sicherheitsanspruch der App unterstreicht die Zertifizierung durch den TÜV Saarland.

Die Anwendung bietet damit nicht nur „state of the art“ Mobile-Banking-Funktionen, sondern auch ein ausgeklügeltes Sicherheitskonzept. Hieß es früher schon „Hoffentlich Allianz versichert“, so schützt heute eine für Allianz Kunden kostenlose Online-Versicherung die Kunden vor Schäden, die auf Allianz-Bank-Konten oder -Kreditkarten zum Beispiel beim Online-

banking oder beim Einkauf im Internet durch gegebenenfalls missbräuchliche Nutzung Dritter entstehen könnten.

Mobile Banking als Geschäftsmodell?

Ein Blick in die Zukunft: Wenn jetzt schon ein Drittel der Smartphone-Nutzer mit ihrem mobilen Endgerät online Produkte kauft, warum dann nicht zukünftig auch Finanzprodukte mobil abschließen? Die Smartphones können heute schon viel mehr als nur telefonieren und das mobile Internet nutzen. Es wird die Zeit kommen, auch mit dem Bankberater Videotelefonate zu führen oder die persönlichen Daten in einem „Online-Tresor“ der eigenen Bank sicher zu verwahren.

Die Entwicklung mobiler Bankservices wird weitergehen. Vielleicht ist es mit der zunehmenden Verbreitung der Smartphones bald so normal, seine Bankgeschäfte mobil zu tätigen, wie es heute ganz selbstverständlich ist, Bargeld am Geldautomaten und nicht mehr am Bankschalter abzuheben.

Ist die Zukunft heute schon Realität? Bereits 2008 wurde die Japanische Jibun Bank als Joint Venture der Bank of Tokyo-Mitsubishi und des Telekomproviders KDDI als Direktbank mit einem vollständig auf mobile Bankservices ausgerichteten Geschäftsmodell gegründet. Bis Mitte 2010 konnte die Jibun Bank, die lediglich 90 Mitarbeiter hat, mehr als eine Million Kunden gewinnen.⁸⁾ Dieses ist ein Erfolgsbeispiel für mobile Bankgeschäfte.

Anmerkungen:

- ¹⁾ Statistisches Bundesamt 2009, Bundesnetzagentur Jahresbericht 2010
- ²⁾ Bitkom, Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V., März 2011
- ³⁾ Accenture, Mobile Web Watch 2011, Deutschland, Österreich, Schweiz, Die Chancen der mobilen Evolution
- ⁴⁾ http://www.ins-infratest.com/presse/pdf/Presse/Offen_fuer_die_Zukunft_Offen_in_die_Zukunft.pdf (07.06.2011)
- ⁵⁾ www.phone-germany.de/app-stores-im-vergleich-app-store-android-market-ovi-store-anzahl-der-apps/
- ⁶⁾ Accenture, Mobile Web Watch 2011, Deutschland, Österreich, Schweiz, Die Chancen der mobilen Evolution
- ⁷⁾ Accenture, Mobile Web Watch 2011, Deutschland, Österreich, Schweiz, Die Chancen der mobilen Evolution
- ⁸⁾ Cap Gemini, World Retail Banking Report 2011.



bank und markt Zeitschrift für Retailbanking

Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH
Aschaffenburger Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,
Telefon 069/970833-0, Telefax 069/7078400,
www.kreditwesens.de,
E-Mail: red.bum@kreditwesens.de

Herausgeber: Klaus-Friedrich Otto

Chefredaktion: Dr. Berthold Morschhäuser, Swantje Benkelberg, Philipp Otto

Redaktion: Lars Haugwitz, Alexander Hofmann, Barbara Hummel

Redaktionssekretariat: Elke Hildmann

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter www.kreditwesens.de.

Verlagsleitung: Uwe Cappel

Anzeigenleitung: Ralf Werner, Tel. 069/970833-43.

Anzeigendisposition: Anne Guckes, Tel. 069/970833-26,

sämtl. Frankfurt am Main, Aschaffenburger Straße 19.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 40 vom 1.1.2011.

Erscheinungsweise: Am 1. jeden Monats.

Bezugsbedingungen: Abonnementspreise incl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 386,56, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 198,56. Ausland: jährlich € 396,48. Preis des Einzelheftes € 20,00 (zuzügl. Versandkosten).

Verbandabonnement mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich € 725,28, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 381,00. Ausland: jährlich € 752,64.

Studentenabonnement: 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt.

Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter
Tel.-Nr. 069/970833-32 oder -25

Als Supplement liegt „cards Karten cartes“ jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November dieser Zeitschrift bei.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 60482-609 (BLZ 50010060), Landesbank Hessen-Thüringen-Girozentrale 10555001 (BLZ 50050000), sämtliche in Frankfurt am Main.

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt.

ISSN 1433-5204

