

# Die Ansprüche an Firmenkundenportale steigen

Von Michael Lembcke



**Die Nutzung von Firmenkundenportalen hat in den letzten zwei Jahren deutlich zugenommen. Doch auch wenn zwei Drittel der mittelständischen Unternehmen solche Portale nutzen, bleiben noch viele Wünsche offen. Das betrifft zum einen den Leistungsumfang, der über Standarddienste hinausgehen sollte. Mit Authentifizierungsverfahren via USB-Stick tragen Kreditinstitute dem Bedürfnis nach Sicherheit Rechnung und ermöglichen den ortsunabhängigen Zugriff auf Bankdienstleistungen bei Geschäftsreisen. Höchste Priorität hat nach Einschätzung von Michael Lembcke jedoch die Multibankfähigkeit von Firmenkundenportalen. Ihr Fehlen könnte künftig zum Ausschlusskriterium bei der Wahl der Bankverbindung werden.** Red.

67 Prozent der mittelständischen Unternehmen in Deutschland wickeln ihre Bankgeschäfte über Firmenkundenportale ab – knapp 25 Prozent mehr als noch vor zwei Jahren. Mit den Nutzerzahlen steigen gleichzeitig die Ansprüche der Betriebe an die Web-Angebote. Sie wünschen sich beispielsweise intuitiv verständliche Systeme, die ihnen die gleichen Leistungen bieten wie in der Bankfiliale. Allerdings erfüllen viele Firmenkundenportale die Anforderungen bisher nicht. Fast zwei Drit-

tel der Unternehmen müssen auf alternative Kontaktmöglichkeiten zum Institut ausweichen, um die gewünschten Bankgeschäfte vollständig zu erledigen. Dieses Stückwerk gilt es für die Banken zu beenden. Erfolgsentscheidend wird für die Kreditinstitute sein, die Bedürfnisse ihrer Firmenkunden genau zu kennen. Denn nur mit den passenden Leistungsangeboten präsentieren sie sich als attraktiver Partner für Online-Bankgeschäfte. Das ist das Ergebnis der Studie Electronic Banking, die vom Beratungs- und Softwarehaus PPI AG in Zusammenarbeit mit ibi research durchgeführt wurde.

Ganz oben auf der Liste der wichtigsten Anforderungen mittelständischer Betriebe an ein Firmenkundenportal steht die einfache Handhabung. Für 69 Prozent der Unternehmen ist eine intuitive Bedienbarkeit das wichtigste Auswahlkriterium. Denn der zeitliche und finanzielle Aufwand zur Einweisung in komplexe Programme rechnet sich nicht. Es müssten kostspielige Schulungen durchgeführt werden, um die Angestellten mit den Portalen vertraut zu machen. Würde darauf verzichtet, finden sich die Mitarbeiter unter Umständen in den Systemen nicht zurecht. Umso

wichtiger ist daher, dass die Web-Angebote selbsterklärend sind und kein spezielles technisches Know-how voraussetzen.

## Vollen Leistungsumfang bieten

Jede zweite Führungskraft eines mittelgroßen Betriebes erwartet zudem ein möglichst umfangreiches Paket an Banking-Funktionalitäten. Den Unternehmen reicht es längst nicht mehr aus, über das Internet Standarddienste zu nutzen wie etwa Überweisungen oder den Abruf des Kontostands.

■ 57 Prozent der Mittelständler wollen beispielsweise kurzfristige Anlagegeschäfte über die Portale abschließen.

■ Ein Drittel der Unternehmen könnte sich darüber hinaus vorstellen, Kredite online zu beantragen.

Prinzipiell sind dem Leistungsumfang der Web-Angebote keine Grenzen gesetzt. Alle in der Filiale möglichen Dienste sind für das Onlinebanking ebenfalls denkbar. Die Banken sollten deshalb die Chance nutzen, ihren Kunden über die Firmenkundenportale zusätzliche Services anzubieten und so den Geschäftserfolg zu steigern.

Diese Umsatzmöglichkeiten werden von der großen Mehrheit der Institute noch nicht genutzt. Nur 15 Prozent der Ent-

## Zum Autor

**Michael Lembcke** ist Produktmanager bei der PPI AG, Hamburg.

scheider in deutschen Banken glauben, dass eine umfangreiche Angebotspalette ein wichtiges Auswahlkriterium für Firmenkundenportale ist. Dabei gibt es zahlreiche Service-Vorteile moderner Firmenkundenportale, die Kreditinstitute ihren Kunden bieten können. So wäre es möglich, auf die Kundenanfrage gezielter einzugehen.

### Einbindung in unternehmensinterne Abläufe

Damit die Unternehmen die Leistungen ihrer Bank vollumfänglich nutzen können, müssen sich die Systeme beispielsweise in die hauseigenen Abläufe einbinden lassen. Für 38 Prozent der mittelständischen Betriebe ist daher die Integrierbarkeit der Portal-Anwendungen in die eigene Systemlandschaft von besonderer Bedeutung. Ist sie gegeben, lassen sich beispielsweise Kontodaten der Kunden ganz einfach elektronisch aus der eigenen Datenbank in die Eingabemaske des Online-Angebots übertragen und umgekehrt. Ist das nicht möglich, müssten die Mitarbeiter die Kontaktinformationen selbst abtippen und händisch übertragen.

Das ist für die Buchhaltung bei einer großen Anzahl von Überweisungen jedoch sehr zeitintensiv. Banken sollten deshalb gewährleisten, dass die Web-Angebote mit den Datenbanken ihrer Kunden kompatibel sind oder für flexible Schnittstellen sorgen.

### Vollautomatisierte elektronische Signatur weiter vorantreiben

Die manuelle Übertragung von Kontoinformationen ist nicht nur aufwendig, sondern zudem besonders fehleranfällig. So schleicht sich beim Abtippen der Kontonummer beispielsweise schnell ein Zahlendreher ein. Die Folgen: Zahlungsaufträge werden unter Umständen falsch ausgeführt oder nicht korrekte Daten in die Buchhaltung übernommen. Kaum

verwunderlich also, dass für 35 Prozent der Führungskräfte mittelständischer Betriebe in Deutschland die Automatisierung der Abläufe ebenfalls entscheidend ist. Wenn sich die Datensätze automatisiert ohne menschliches Eingreifen in ein anderes System übertragen lassen, wird die Fehlerwahrscheinlichkeit deutlich reduziert. Darüber hinaus verringert sich der Aufwand für die Mitarbeiter, die sich so auf andere Aufgaben konzentrieren können.

Derzeit übertragen allerdings 87 Prozent aller deutschen Unternehmen ihre Zahlungsaufträge in das Kundensystem manuell über die Eingabemaske. Häufig unterzeichnen die Führungspersonen die Überweisungsaufträge immer noch selbst. Die Freigabe erfolgt bei jedem fünften Betrieb durch eine handschriftliche Signatur.

Es gibt zwar Buchhaltungen, die elektronische Signaturen nutzen. Viele fügen diese aber dennoch manuell ein. Automatisierte elektronische Unterschriften durch das Electronic-Banking-System werden erst von 33 Prozent der Unternehmen verwendet. Die Gründe dafür sind vielfältig. Häufig wissen die Unternehmen nicht einmal, wie viel Arbeit ihnen erspart bliebe, wenn sie in diesem Bereich verstärkt auf

technische Unterstützung setzen. Banken entlasten ihre Kunden daher bei der täglichen Kontenführung, wenn sie die Nutzung der vollautomatisierten elektronischen Signatur über die Webportale weiter vorantreiben.

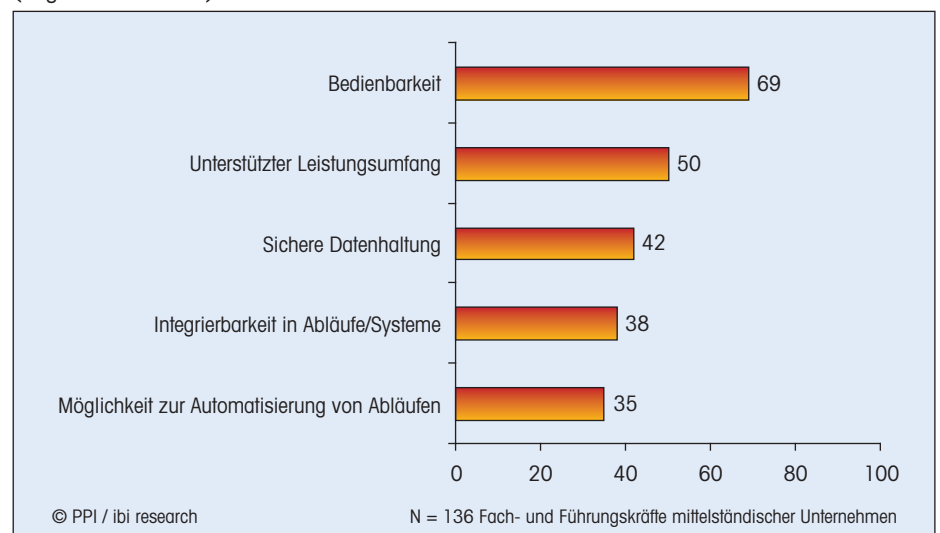
### Datensicherheit entscheidet über Erfolg der Portale

Damit die Unternehmen ihre Bankgeschäfte tatsächlich über das Portal ihres Kreditinstituts abwickeln, wollen sie ihre sensiblen Kontoinformationen gut aufgehoben wissen. Für vier von zehn Entscheidern mittelständischer Betriebe gehört die sichere Datenhaltung zu den fünf wichtigsten Auswahlkriterien von Firmenkundenportalen. Gerade in Zeiten zunehmender Phishing-Angriffe fordern sie einen größtmöglichen Schutz gegen Betrug und Datenverlust. Investitionen in betrugssichere Web-Portale sollten daher selbstverständlich sein. Allerdings nicht im Sinne einer einmaligen Generalüberholung.

Vielmehr ist eine Daueroptimierung gefordert, die sich stets an den Markterfordernissen und neuen Betrugsfällen orientiert. Andauernd an dem eigenen Sicherheitsstandard zu arbeiten ist deshalb grundlegend für den Geschäftserfolg der Geldhäu-

### Die fünf wichtigsten Faktoren bei der Auswahl eines Firmenkundenportals

(Angaben in Prozent)



ser und stärkt darüber hinaus das Vertrauen der Kunden.

Die hohen Anforderungen an eine sichere Datenhaltung lassen sich beispielsweise durch eine moderne Verschlüsselung mit zusätzlichen Signaturen erfüllen. Ein geprüftes Authentifizierungsverfahren sorgt dabei für einen verlässlichen Schutz der Kontodaten. Welches Autorisierungsmittel verwendet wird, hängt von den jeweiligen Kundenwünschen ab.

Eine Möglichkeit ist beispielsweise, die Zugangsdaten mit Ausnahme des Passworts auf einem speziellen USB-Stick zu speichern. Will ein Mitarbeiter das System nutzen, schließt er einfach den Stick an den Computer an und startet die Autorisierung. Nach erfolgreicher Passwortabfrage ist der Nutzer dann in der Lage, auf die Portale zuzugreifen. Dabei lassen sich für die Mitarbeiter des Unternehmens unterschiedliche Zugriffsrechte definieren. Ein bestimmter Angestellter ist beispielsweise befugt, Überweisungsaufträge einzurichten – freigegeben werden müssen sie aber immer von einer Führungskraft mit den entsprechenden Verwaltungsrechten.

### **Bankgeschäfte für Unternehmen reisetauglich machen**

Mit einem solchen Autorisierungsverfahren lassen sich Bankgeschäfte außerdem bequem und zuverlässig auf Geschäftsreisen tätigen. Das ist insbesondere für Unternehmen interessant, deren Mitarbeiter häufig beruflich unterwegs sind oder die verschiedene Niederlassungen im In- und Ausland haben.

Für drei von zehn mittelständischen Unternehmen ist der ortsunabhängige Zugriff bei der elektronischen Verwaltung der Bankangelegenheiten besonders wichtig. Die Führungskräfte sind so auf Geschäftsreisen jederzeit in der Lage, sämtliche Zahlungsverpflichtungen einzusehen und Transaktionen von unterwegs freizugeben.

Dafür müssen sie nicht einmal ihren eigenen Laptop dabei haben. Die Authentifizierung über einen entsprechenden Stick garantiert ihnen ebenfalls bei der Nutzung fremder PCs einen sicheren Zugang zu den Online-Portalen. Denn gerade in Zeiten zunehmender Mobilität gewinnt die Datensicherheit auf Geschäftsreisen an Bedeutung.

### **Zentrale Verwaltung aller Konten garantieren**

Darüber hinaus wünschen sich immer mehr Unternehmen, sämtliche Bankverbindungen zentral zu verwalten. Denn 56 Prozent der mittelgroßen Betriebe verfügen über mehrere Konten bei verschiedenen Banken. In der Vergangenheit waren zur Verwaltung der jeweiligen Bankverbindungen unterschiedliche Portale oder Softwarelösungen erforderlich. Das ist mittlerweile jedoch nicht mehr so. Der einheitliche Electronic-Banking-Standard EBICS erlaubt es, alle Konten bei sämtlichen Instituten zentral über ein einzelnes multibankfähiges Portal zu verwalten. Der Firmenkunde hat also über das System seiner Hausbank einen Überblick über alle seine Kontoverbindungen, sowohl im In- als auch im Ausland. Die Unternehmen benötigen daher kein Webportal eines anderen Anbieters mehr.

Nutzen die Betriebe erst einmal das Firmenkundenportal eines Instituts, wenden sie sich mit ihren Anliegen in Zukunft wahrscheinlich nicht mehr an andere Finanzdienstleister. Umgekehrt ist es für die Betreiber des Portals besonders einfach, mit Folgeangeboten an die Unternehmen heranzutreten. Verfügt ein Kreditinstitut über multibankfähige Portale, ist es den Wettbewerbern daher bei der Kundengewinnung und -bindung einen entscheidenden Schritt voraus.

Langfristig dürfte das Fehlen eines solchen Web-Portals für die Banken im Wettbewerb sogar zum Nachteil und bei der Wahl eines Kreditinstituts zum Ausschlusskrite-

rium werden. Die Errichtung eines multibankfähigen Firmenkundenzugangs sollte für Geldhäuser daher höchste Priorität genießen.

Haben die Institute die Anforderungen der Mittelständler an Firmenkundenportale identifiziert, sind sie in einem nächsten Schritt in der Lage, ihre Web-Angebote daran anzupassen. Wer zugeschnittene Web-Portale anbietet, stärkt dabei nicht nur bestehende Kundenbeziehungen. Die Banken machen sich gleichzeitig bei potenziellen Neukunden als zuverlässiger Anbieter interessant.

### **Mit individualisierten Portalen im Wettbewerb punkten**

Die Chancen dafür stehen gut: Sechs von zehn Mittelständlern, die noch kein Firmenkundenportal in Anspruch nehmen, können sich eine Nutzung für die Zukunft durchaus vorstellen. Für die Geldhäuser gilt es daher, möglichst schnell auf die teilweise noch unerfüllten oder vernachlässigten Kundenwünsche zu reagieren. Denn das bloße Bereitstellen eines Portals schafft längst keinen Vorsprung mehr gegenüber den Wettbewerbern.

Die Überarbeitung des Angebots ist jedoch für die Institute mit erheblichem Aufwand verbunden und je nach Umsetzungsstand kostspielig. Es müssen nicht nur die IT-Systeme erneuert, sondern außerdem Personalschulungen durchgeführt werden. Hinzu kommt der organisatorische Aufwand für die Planung und Begleitung des gesamten Projekts. Umso wichtiger ist es, dass die Maßnahmen gut durchdacht sind. Doch Kosten und Mühen zahlen sich für die Banken aus, wenn sie dadurch den Unternehmenserfolg ankurbeln.

Denn wer sein Web-Portal zügig ausbaut und noch vor den Wettbewerbern mit passgenauen Angeboten am Markt ist, hat in der Gunst des Kunden künftig die Nase vorn.