

Anforderungen an Finanz-Apps

Von Robert Quinke



Obwohl die Sicherheitsbedenken der Kunden bei mobilen Anwendungen noch höher sind als beim Onlinebanking, ist das Nutzungspotenzial für Finanz-Apps hoch, hat eine Umfrage von Heute und Morgen ergeben. Noch kann man sich damit als innovativer Anbieter präsentieren, doch bald könnten Apps zur selbstverständlichen Grundanforderung werden. Differenzierungspotenzial bietet das Thema gleichwohl. Denn noch sind die Anwendungen relativ gleichförmig. Red.

Das mobile Internet erlebt momentan ein rasantes Wachstum. Durch günstige Datentarife und die zunehmende Verbreitung von Smartphones werden immer mehr digitale Anwendungen inzwischen mobil genutzt und nicht mehr vom heimischen PC aus.

Dieser große Boom ist vor allem auf die kleinen Programme – sogenannte Apps (von „Applikation“) – zurückzuführen, die ein Smartphone mit zusätzlichen Funktionen ausrüsten und über berührungsempfindliche Displays besonders einfach und intuitiv zu bedienen sind.

Laut einer Umfrage des Branchenverbands BITKOM nutzen inzwischen zehn Millionen Deutsche Apps. Dementsprechend wird sich der Download in diesem Jahr auf ge-

schätzte 755 Millionen Apps erhöhen, was gegenüber 2009 einem Wachstum von 78 Prozent entspricht. In wenigen Jahren wird zudem nahezu jedes Handy über die Möglichkeit verfügen, Apps zu nutzen.

Die rasante Entwicklung auf dem App-Markt hat in den letzten Monaten nun auch den Finanzdienstleistungssektor erfasst. Alle großen Banken bieten inzwischen eigene Apps an. Diese bieten auf einem Mobiltelefon oftmals sämtliche Funktionen, die auch über das Onlinebanking verfügbar sind und darüber hinaus noch spezielle „Location Based Services“, also mobile Dienste, die unter Zuhilfenahme der Position des Nutzers selektive Informationen bereitstellen, zum Beispiel für das Finden eines Geldautomaten in der Umgebung des aktuellen Aufenthaltsortes.

Banking-App wird zur Selbstverständlichkeit

Momentan kann man sich mit Apps noch als innovativer Anbieter positionieren. Dabei werden besonders attraktive Zielgruppen angesprochen, denn die Nutzer von Apps (zum Beispiel auf dem i-Phone oder

i-Pad) verfügen oft über ein überdurchschnittliches Einkommen und eine hohe Konsumbereitschaft. Es ist jedoch zu erwarten, dass das Angebot einer Banking-App bald zu einer von den Kunden ebenso erwarteten Selbstverständlichkeit wird wie das Onlinebanking.

Im Rahmen einer umfangreichen repräsentativen Befragung von 500 App-Nutzern und 500 App-Interessierten hat das Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstitut Heute und Morgen daher die Anforderungen der Kunden an Apps von Finanzdienstleistern eingehend untersucht.

Information im Vordergrund

Apps besitzen noch immer einen hohen Neuheitswert und damit auch ein hohes Begeisterungspotenzial. Die Apple-Werbung verkündet „There is an App for everything“, und die Nutzer haben Spaß daran, diese neuen Möglichkeiten auch auszuprobieren. Knapp siebzig Prozent der App-Nutzer geben an, dass sie gerne neue Apps herunterladen und testen. Besonders die junge Generation geht sehr spielerisch mit dem Thema um und zeigt sich überaus aufgeschlossen für neue Angebote. Diese Entwicklung wird zum einen durch das breite Angebot an kostenfreien Apps unterstützt, zum anderen durch das sehr einfache Herunterladen und Installieren aus einem App-Store, zu dem die Nutzer großes Vertrauen haben. Anders als

Zum Autor

Robert Quinke ist Geschäftsführer der HEUTE UND MORGEN GmbH, Köln.

am PC gibt es kaum Angst vor schädlicher Software. Diese Dynamik lässt für die kommenden Jahre die rasche Verbreitung völlig neuer Dienste und Geschäftsmodelle erwarten.

Hohes Nutzungspotenzial für Banking-Apps

Insgesamt werden Apps mehr zu Informationszwecken (zum Beispiel Nachrichten, Wetter, Events, Restaurants in der Nähe) verwendet und weniger zum Spielen. Insbesondere bei der für Banken besonders interessanten Zielgruppe der App-Nutzer mit höherem Einkommen steht der informative Nutzen sehr stark im Vordergrund.

Beachtlich ist die große Bereitschaft, auch vergleichsweise komplexe Geschäftsvorfälle über das Mobiltelefon abzuwickeln. Jeder fünfte App-Nutzer führt zum Beispiel Buchungen von Hotels oder Bahn- und Flugtickets inzwischen auch mobil durch. Diese Tendenzen begünstigen Apps von Finanzdienstleistern, fordern aber auch Angebote mit echtem Nutzen und Mehrwert. Dementsprechend groß ist die Offenheit gegenüber Apps von Banken:

■ Mehr als zwei Drittel (69 Prozent) aller App-Nutzer in Deutschland zeigen kon-

kretes Interesse an mobilen Anwendungen ihrer Bank; gänzlich uninteressiert sind nur acht Prozent.

■ Auch bei den Befragten, die Apps bisher nicht nutzen, sich aber dafür interessieren, sind zwei Drittel (63 Prozent) offen für Banking-Apps.

Das Nutzungs-Potenzial ist also ausgesprochen groß.

Sicherheitsbedenken ausgeprägter als beim Onlinebanking

Das größte Problem, mit dem Banken zu kämpfen haben, sind Ängste bezüglich der Sicherheit solcher Anwendungen. Mehr als jeder zweite App-Nutzer (55 Prozent) hegt Sicherheitsbedenken bei der Verwendung von Banking-Apps. Jeder Dritte dieser Bedenkenträger hält zwar das klassische Onlinebanking für genauso unsicher, insgesamt sind die Befürchtungen im App-Bereich aber noch ausgeprägter. Diese Ängste zeigen sich auch bei den oben genannten Kritikpunkten nach der Vorstellung der App der eigenen Bank: „Bankdaten gehören nicht aufs Handy“, „Bei Verlust des Handys könnten Dritte an die Daten gelangen“ oder „Keine Sicherheit vor Datenklau durch ‚Mitleser‘, zum Beispiel in

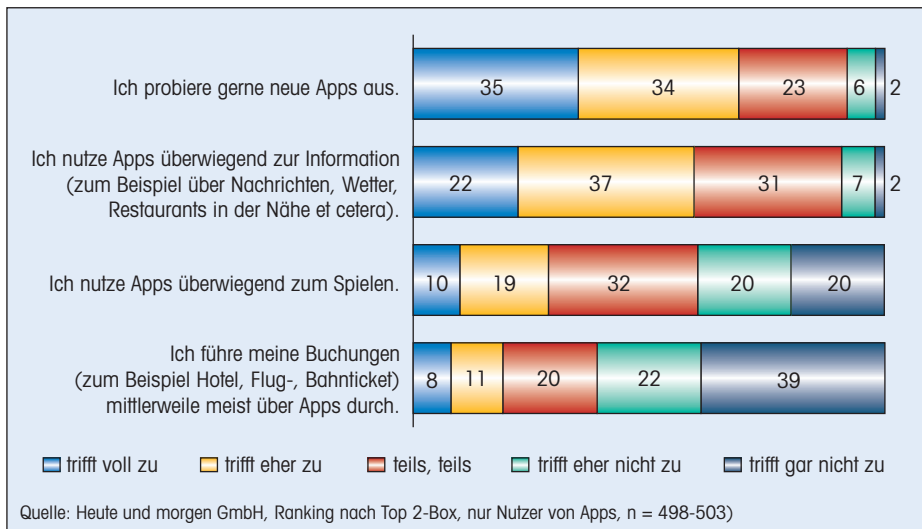
der Bahn“ lauten typische Bedenken. Besonders kritisiert werden Apps, bei denen TAN-Listen auf dem Handy als Bild oder CSV-Datei hinterlegt werden können. Auf diese Möglichkeit sollte daher verzichtet werden.

Verschlüsselte Datenübertragung als Grundvoraussetzung

Auf diese Ängste gilt es Vertrauen stiftende Antworten zu geben. Absolute Grundvoraussetzung und wichtigste „Funktion“ bei einer Banking-App überhaupt ist daher eine verschlüsselte Datenübertragung. Viele App-Nutzer wünschen sich zudem einen offenen Umgang und mehr Informationen zum Thema Sicherheit. Trotz dieser Bedenken will sich im Durchschnitt jeder zweite App-Nutzer (54 Prozent) die App seiner eigenen Bank auf das Handy laden. Bei einzelnen Instituten steigt dieser Attraktivitätswert sogar auf bis zu zwei Drittel (68 Prozent). Trotz vergleichbarer Funktionalität fällt das Interesse an den Apps verschiedener Banken damit recht unterschiedlich aus.

Insgesamt zeigt sich der Trend, dass Institute mit „dynamischerer Kundschaft“, zum Beispiel die Deutsche Bank oder Cortal Consors, schneller eine Verbreitung ihrer App erreichen können als etwa die Sparkassen oder VR-Banken, bei deren Kunden zu größerer Skepsis neigen.

Abbildung 1: Der Umgang mit Apps ist spielerisch, auch wenn sie überwiegend zu Informationszwecken verwendet werden. (Angaben in Prozent)

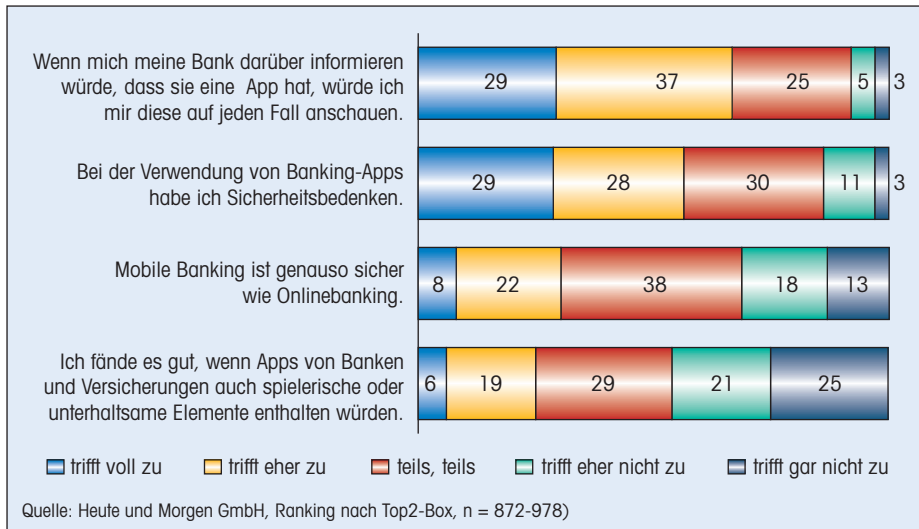


Die ideale Banking-App

Die mobile Generation möchte ihre Bankgeschäfte gerne umfassend von jedem Ort aus erledigen können: Die aus Nutzersicht wichtigsten Funktionen einer Bank-App sind dementsprechend die vom Onlinebanking bekannten Funktionen:

- Einblick in die persönliche Finanzübersicht und die aktuellen Kontoumsätze
- sowie die Durchführung von Überweisungen unter Nutzung von Vorlagen.

Abbildung 2: Banking-Apps müssen Vertrauen schaffen. Spielerische Elemente sind daher eher unerwünscht. (Angaben in Prozent)



■ Originär mobile Funktionen hinsichtlich Bankgeschäften stoßen ebenfalls auf großes Interesse: Die Suche nach dem nächsten Geldautomaten in der Umgebung zum aktuellen Aufenthaltsort oder auch die nächste Filiale mit Angabe der Öffnungszeiten sind geschätzte Funktionen.

■ Daneben sind die telefonischen Kontaktmöglichkeiten zur Bank wichtig, besonders in Nofallsituationen, zum Beispiel um eine verloren gegangene Karte sperren zu lassen. Die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme per E-Mail sollte ebenfalls integriert sein.

Börseninformationen weniger gefragt

Eine nette, aber nicht zentrale Zusatzfunktion ist die Möglichkeit zum Aufladen des Prepaid-Kontos des eigenen Mobilfunkanbieters.

Auf deutlich weniger Interesse stoßen hingegen zusätzliche Informationsangebote: Der Zugang zum Kundenmagazin oder auch aktuelle Börsen-News erscheinen den meisten App-Interessierten nicht sonderlich nützlich. Befragte, die bereits Banking-Apps nutzen, sind hinsichtlich dieser Zusatzfunktionen jedoch aufgeschlossener. Offenbar gehört eine gewisse Lernphase

dazu, um sich die Nutzung weniger naheliegender Funktionen vorstellen zu können.

Die Banking-App-Nutzer interessieren sich so auch für Push-Funktionen zum Kontoumsatz, für Informationen zu Bankprodukten und die Möglichkeit, auch Wertpapiere mobil handeln zu können.

Insgesamt kann davon ausgegangen werden, dass die „Spielwiese“ für die Anbieter, auch ausgefallenerer oder neuartiger Funktionen in die Anwendungen zu integrieren, recht groß ist. Vorsicht ist jedoch hinsichtlich allzu spielerischen oder möglicherweise auch unseriös erscheinender Funktionen geboten. Eine Einkaufs-Schnäppchen-Suchfunktion kann beispielsweise eher irritierend wirken und negativ auf das Anbieterimage ausstrahlen. Fast jeder zweite Befragte lehnt spielerische Funktionen in Apps von Finanzdienstleistern ausdrücklich ab.

Ingegririerte Lösungen beliebter als Spezial-Apps

Die bisher auf dem Markt befindlichen Finanz-Apps bieten meist die gewünschten zentralen Funktionen, fallen damit aber auch recht gleichförmig aus. Wirkliche

Innovationen sucht man hier vergebens. Erste Anregungen geben die Befragten der Studie: Genannte Ideen für Apps von Banken sind zum Beispiel

- eine Funktion zur Anforderung von Kontoauszügen,
- die Abrufbarkeit der Immobilienangebote der Bank (in der Umgebung des Aufenthaltsortes),
- der Hinweis auf eine mangelnde Kontodeckung bei Daueraufträgen per Push-Funktion
- oder neuartige Bezahlservices, bei denen ein Strichcode auf das Mobiltelefon übermittelt wird.

Bei der Entscheidung zwischen einer App mit vielen Funktionen oder mehreren Spezial-Apps der eigenen Bank, schlägt das Pendel eher in Richtung der integrierten Lösung aus. Insbesondere erfahrene App-Nutzer präferieren diese zu 61 Prozent.

Cortal Consors und ING-Diba haben die besten Apps

Spitzenreiter in der Kundenbewertung der getesteten Banking-Apps sind die Apps von Cortal Consors, der ING-Diba und der Deutschen Bank. Von den Sparkassen-Apps schneidet die umfangreichere, kostenpflichtige Multibanking-Version (S-Banking) im Nutzerurteil deutlich besser ab als die kostenlose Sparkassen-App (S-Finanzstatus).

Folgende Banken-Apps wurden im Rahmen der Trendstudie „Apps auf dem Vormarsch – Was erfolgreiche Finanz-Applikationen auszeichnet“ getestet: Deutsche Bank Meine Bank, VR-Bank Online-Filiale, Sparkasse S-Finanzstatus, Sparkasse S-Banking, Commerzbank-App, Deutsche Postbank i-Postbank, Sparda-Bank Mobile Banking, ING-Diba Mobile Banking, Cortal Consors App, i-Out-Bank und i-Out-Bank Pro.