



Banken unterschätzen das Handy

Das Mobile Banking kommt nicht voran. Jetzt mehrten sich Stimmen, die vor verpassten Chancen warnen

VON MICHAEL GNEUSS

Die Postbank bleibt mobil. Die Bonner haben in diesem Jahr eine neue Version ihres Mobile-Banking-Angebots in Betrieb genommen. Mit einer neuen Software werden die Inhalte des Onlinebankings nun an alle internetfähigen Mobiltelefone und PDAs angepasst. „So wird die optimale Darstellung auf allen Displays ermöglicht“, sagt Postbank-Sprecher Jürgen Ebert.

In der deutschen Bankenlandschaft mutet das Engagement der Postbank für das Mobile Banking schon etwas exotisch an. Nachdem die Institute zu Beginn des Jahrzehnts mit der Idee vom mobilen Bankgeschäft nicht landen konnten, weil die Displays zu klein, die Datenverbindungen zu langsam und die Lösungen zu unkomfortabel waren, zogen sich die meisten zurück – bis auf die Postbank, Comdirect und einige Sparkassen.

Die Sparkasse Köln/Bonn hat vor zwei Jahren als Vorreiter im Lager der Sparkassen mit 111 Kunden das Mobile Banking getestet – zunächst mit einer gehörigen Portion Skepsis, wie Mitarbeiterin Kirsten Vehlow zugibt. „Aber das Feedback war so positiv, dass wir weitergemacht haben.“ Heute nutzen beispielsweise Geschäftsleute das Handy für Kontostandsabfragen. „Vor einem Kundenbesuch wird schnell noch einmal nachgesehen, ob die letzte Rechnung schon bezahlt ist“, so Vehlow.

Auch bei der Postbank werden vorwiegend Kontostände, Umsätze oder der Depotwert abgerufen. Seltener sind Überweisungen per Handy. „Die Daten werden dann meist schon vorher eingegeben. Wenn dann eine Zahlung eingeht und wieder Geld auf dem Konto ist, wird die Überweisung abgeschickt“, erklärt Postbank-Sprecher Ebert.

Für Key Poustichi, Leiter der Arbeitsgruppe Mobile Commerce am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Systems Engineering der Universität Augsburg, sind die Erfahrungen der Banken keine Überraschung. Er hat untersucht, in welchen Situationen die Bankkunden zum Handy greifen: auf dem Sofa, weil es bequemer als am PC ist, im Bus, weil sie gerade Zeit haben, oder in einem Geschäft, weil sie wissen

So weit wird es selbst das Mobile Banking wohl kaum schaffen: Das Handy als Bankautomat



Service für den Kunden

Information über das Handy kann beim Onlinebanking der Finanzstatus abgerufen werden, der von den Kontoständen bis hin zur Baufinanzierung die Vermögenslage anzeigt. Ebenso sind Umsätze einsehbar. Brokerage-Kunden können die Depotübersicht sowie das Orderbuch einsehen und Kurse abfragen. Ebenso sind Adressen von Geldautomaten oder Filialen abrufbar.

Transaktion Kunden können mobil Überweisungen tätigen und Daueraufträge bearbeiten. Im Brokerage sind Verkäufe und Käufe über das Handy möglich. Bei beiden ist das Sperren von PINS oder Anfordern einer neuen TAN-Liste möglich.

Interaktion Zukunft hat die Interaktion der Bank mit dem Kunden. Beispiel: Auf Plakaten wird eine Nummer angegeben, an die eine SMS mit einem Stichwort und einem gewünschten Betrag geschickt werden kann. Der Absender erhält daraufhin ein Kreditangebot auf sein Handy oder den Anruf eines Kundenberaters.

sächlich kann der mobile Kanal aber genau das, was die Banken wollen: Kunden gewinnen oder binden und per Cross-Selling weitere Produkte verkaufen.

In diese Richtung denken inzwischen auch die Sparkassen. „Das ist ein Thema, mit dem wir uns in der nächsten Zeit intensiv beschäftigen werden“, sagt Axel Grote, Projektmanager medialer Vertrieb beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV). Innerhalb der Strategie, die er für die gesamte Sparkassengruppe entwickeln möchte, werde auch Mobile Marketing eine Rolle spielen.

Aus Sicht von Poustichi ist auf internationaler Ebene vor allem die niederländische Rabobank mit einem konsequenten Schritt aufgefallen, indem sie in ihrem Heimatland als virtueller Mobilfunknetzbetreiber auftritt. Unter dem Namen

Rabo Mobil bietet die Bank selbst einen Mobilfunktarif auf Basis von angemieteten Netzkapazitäten an. Ein bislang einmaliger Vorgang.

Als virtueller Netzbetreiber könnten die Institute ein Kombiangebot entwickeln: Handy und Konto aus einer Hand. „Banken können mit einer viel höheren Glaubwürdigkeit Lösungen entwickeln, die Jugendliche vor der Verschuldung durch hohe Handyrechnungen bewahren“, sagt Poustichi. Auch sei es dann einfacher Bezahlfahrten über das Handy zu etablieren oder Marketingaktionen wie den kostenlosen Download von Infomaterial anzubieten.

In Deutschland sind die Banken jedoch noch weit davon entfernt, zum virtuellen Mobilfunknetzbetreiber – wie es etwa Aldi mit Aldi Talk schon ist – zu werden. Dem Unternehmen nach spielen die großen Netzbetreiber nicht mit, weil sie sich mit den Finanzinstituten keine starken Wettbewerber ins Boot holen wollen. Lediglich E-Plus vermietet Netzkapazitäten und wäre als Partner der Banken derzeit denkbar.