

**Artikel drucken**

Um diese Seite auszudrucken, benutzen Sie bitte die entsprechenden Funktionen Ihres Browsers (z.B. Datei > Drucken).

Abo-Service Handelsblatt Tel.: 0180.2 782 782 (0,06 € pro Anruf)

Unternehmen > Marketing Channel

HANDELSBLATT, Donnerstag, 13. April 2006, 09:17 Uhr

Neuer Vertriebsweg

**Konsumenten können sich Mobile Banking vorstellen**

**Nach langem Dornröschenschlaf, der durch das Platzen der IT-Blase verursacht wurde, rückt Mobile Banking (M-Banking) wieder mehr in den Mittelpunkt. In Großbritannien plant die Direktbank First Direct, ein Tochterunternehmen von HSBC, noch in diesem Jahr die zweite Generation an mobilen Bankdienstleistungen für Mobiltelefone.**

Auch in Deutschland ist laut einer Studie der Technischen Universität Hamburg-Harburg ein Trend zum M-Banking zu erkennen. Während es noch vor ein bis zwei Jahren kaum deutsche Banken gab, die mobile Dienste im Angebot hatten, bieten mittlerweile 75 Prozent solche Dienste an. Bei der Studie der Harburger Forscher zeigt sich zudem, dass 92 Prozent der Teilnehmer für mobile Finanzdienstleistungen bereit wären und 74 Prozent sogar dafür zahlen würden.

Beim Angebot der britischen First Direct können Kunden 24 Stunden on demand kurze Angaben und Bilanzinformationen abfragen sowie das Handy aufladen können. Ähnlich wie beim Online-Banking haben registrierte und beglaubigte Nutzer sicheren Zugang zu ihrem Konto. Beim M-Banking kann genau wie beim Online-Banking die 128-bit-SSL-Verschlüsselung genutzt werden.

Was der Durchsetzung von M-Banking noch hinderlich ist, sind die Handys. Die mobilen Endgeräte müssen XHTML unterstützen. Hier ist nach Expertenangaben noch sehr viel Anpassungsaufwand erforderlich. pte

[www.tu-harburg.de/tim](http://www.tu-harburg.de/tim)

---

**Nutzungshinweise:**

Die in Handelsblatt.com veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen sind mit größter Sorgfalt recherchiert. Nachrichten und Artikel beruhen teilweise auf Meldungen der Nachrichtenagenturen AP, dpa, sid, Reuters und Dow Jones. Dennoch können weder die Verlagsgruppe Handelsblatt, noch deren Lieferanten für die Richtigkeit eine Gewähr übernehmen. Das Handelsblatt weist ausdrücklich darauf hin, dass die veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder Rechten darstellen. Sie ersetzen auch nicht eine fachliche Beratung. Die Verlagsgruppe Handelsblatt versichert zudem, dass persönliche Kundendaten mit größter Sorgfalt behandelt und nicht ohne Zustimmung der Betroffenen an Dritte weitergegeben werden. Alle Rechte vorbehalten.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung des Verlages ist untersagt.

All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.

Fenster schließen