

Gastbeitrag für IT Banken & Versicherungen

[Thema]

Praxisbericht: Das Mobile Banking Portal der comdirect bank

[Autor]

Von Daniel Schneider

[Teaser]

Mobile Banking gilt noch immer als schwer zu bedienender Nischenmarkt. Viele Kreditinstitute scheuen Investitionen in einen Zugangskanal, der als wenig genutzt und schwer zu standardisieren gilt. Zu Unrecht: Die Einführung des Mobile Banking Portals der comdirect bank zeigt, dass ein rechtzeitiger Einstieg gleich doppelt lohnt: Wer frühzeitig eine ausgereifte Technik anbietet, gewinnt erstens das wertvolle Vertrauen der mobilen, technikaffinen Klientel und sichert sich zweitens einen technologischen Vorsprung gegenüber den Mitbewerbern.

[Text]

Wenn in den Führungsetagen der Banken über Mobile Banking nachgedacht wird, erinnern sich die Manager noch immer mit Grausen an die späten 90er Jahre und die Zeiten des WAP-Standards. Der hatte aus Sicht des Kunden vor allem drei Eigenschaften: unbequem, langsam und viel zu teuer. Die Zeiten niedrig auflösender Displays mit unübersichtlichem Informationsangebot zu hohen Minutenpreisen sind inzwischen längst vorbei. Heute gibt es mobile Geräte, wie Smartphones oder PDA's, die dank HTML Browser mobiles Arbeiten komfortabel machen: Dank GPRS und UMTS profitieren Kunden von einer schnellen Datenübertragung. Zudem bieten die Mobilfunkanbieter mittlerweile gestaffelte Pauschaltarife an, die die Kosten kalkulierbar machen.

Anfang 2006 veröffentlichte die Technische Universität Hamburg-Harburg (TUHH) eine Studie, die Mobile Banking eine deutlich steigende Popularität voraussagte. Als Grund dafür identifizierten die Hamburger unter anderem die immer besseren Zugangsmöglichkeiten zum mobilen Internet und das weiter steigende Mobilitätsbedürfnis in der Bevölkerung. „Schon mittelfristig werden mobile Angebote zum Standardrepertoire vieler Banken gehören“, heißt es dort.

Dieses Ergebnis deckt sich auch mit den Daten der comdirect bank aus dem vergangenen Jahr: Regelmäßige Kundenanfragen nach dem „Zugriff

von unterwegs“ auf die comdirect Services veranlassten die Online-Bank Ende 2005 zu einer umfassenden Untersuchung des Marktes für Mobile Banking. Dabei kam heraus, dass sich für mobile Anwendungen vor allem Kunden interessieren, die hohe Transaktionsvolumina bewegen und entsprechend hohe Deckungsbeiträge aufweisen.

Diesen Kunden wollte die comdirect bank einen Zusatznutzen zum bisherigen Leistungsangebot bieten. Anfang 2006 fiel die Entscheidung, beim Mobile Banking ganz vorn mit dabei zu sein und eine Spitzenposition zu belegen. Für ein gut funktionierendes und von den Kunden akzeptiertes System mussten aber noch einige Voraussetzungen erfüllt werden. Für die comdirect bank war klar: Über das neue Portal sollten nicht nur Banking und Brokerage, sondern auch umfassende Finanzinformationen angeboten werden – genau so, wie es die Kunden auch von der comdirect Website gewohnt sind. Außerdem sollten die inhaltliche Struktur und die hohe Benutzerfreundlichkeit der Website bestmöglich auf die viel kleineren Displays der mobilen Geräte übertragen werden. Besonders bei den Überlegungen zur Usability wurde schnell klar, dass Mobile Banking nur mit einer sich dem Endgerät anpassenden IT-Struktur funktionieren würde, denn die Displays mobiler Geräte sind viel weniger standardisiert als Bildschirme von Desktop oder Laptop Computern. Bereits heute sind tausende Endgeräte verschiedener Generationen in Gebrauch – mit unterschiedlichsten Displaygrößen und -formen, und deren Zahl nimmt stetig zu.

Um dieser Vielfalt Herr zu werden, kann die IT zwei Möglichkeiten anbieten. Entscheidet sich ein Institut für eine „Client-Lösung“, muss für jedes Endgerät eine eigene Konfiguration zur Anzeige der Inhalte entwickelt werden. Bevor der Kunde Mobile Banking nutzen kann, muss er die passende Software auf seinem Gerät installieren. Dieses wird von den Nutzern aber in der Regel als unkomfortabel empfunden. Zudem unterstützen ältere Geräte oft nicht die dafür benötigte Java-Technologie und sind deshalb für Mobile Banking Clients ungeeignet.

Alternativ dazu stellt der Anbieter die Inhalte auf einem zentralen Server zur Verfügung, der die Daten an das im Endgerät vorinstallierte Browserprogramm anpasst. Bei der comdirect bank fiel die Entscheidung schließlich auf ein solches System des Kölner Anbieters Sevenval AG, die „Sevenval Mobile Plattform“. Die Firma gewann die Ausschreibung, weil sie in kürzester Zeit einen voll funktionsfähigen Prototyp präsentierte, der sich als leistungsfähig genug zeigte, um die ehrgeizigen Pläne der comdirect bank zu verwirklichen.

Herzstück der neuen Plattform von Sevenval ist ein Server, der die Konfigurationsdateien für mehr als 10.000 Typen von mobilen Endgeräten enthält. Heute sind übrigens bereits über 350 verschiedene Endgeräte von rund 50 Herstellern bei der comdirect registriert, darunter auch Exoten wie die Playstation Portable. Der Sevenval-Server hat keinen direkten Zugriff auf die comdirect Datenbank, sondern ist an den comdirect Webserver über die eigens von comdirect entwickelte FIT ML Schnittstelle angeschlossen. Der Mobile Banking Server hat außerdem Zugriff auf einen

Geldautomatenfinder und auf den Server, auf dem die comdirect Musterdepots und die Börseninformationen geführt werden. Das heißt, der Sevenval-Server funktioniert als Integrations-Server, der Informationen aus verschiedenen Quellen zu einem Portal zusammenführt und an den Browser des jeweiligen Endgerätes anpasst.

Nach der Entscheidung für die Investition entstand in nur fünf Monaten ein in Deutschland einzigartiges Portal für mobile Bankdienstleistungen, mit dem alle Planziele der comdirect bank übertroffen wurden. Innerhalb weniger Wochen verzehnfachte sich die Zahl der Nutzer im Vergleich zum vorherigen Angebot, das seit 2000 in Betrieb war. Inzwischen verzeichnet die comdirect bank über 550.000 Seitenaufrufe und 32.000 Kunden-Logins pro Monat (Oktober 2006). Diese Zahlen und das positive Feedback der Kunden zum mobilen Kanal bestärken die comdirect in ihren Planungen, das Mobile Banking noch weiter auszubauen.

Grund für den großen Erfolg des Portals ist die konsequente Übernahme der bisherigen Online-Leistungen in das neue Mobile Banking. Zu den angebotenen Services gehören Konto- und Depotführung, die Ausführung von Wertpapiertransaktionen und Finanzinformationen wie Charts, Börsen- nachrichten, Kennzahlen, Analystenbewertungen und sogar Realtime- Kurse für nahezu alle in Deutschland gehandelten Wertpapiere. Hinzu kommen Service-Informationen wie die Lokalisierung des am nächsten gelegenen Geldautomaten. Für die aktivsten Anleger wurden auch der außerbörsliche Handel (LiveTrading), US-Orders und der Handel mit Derivaten und Anleihen mit in das mobile Portal aufgenommen. Außerdem können Musterdepots abgerufen werden, mit denen Kunden der comdirect, aber auch Interessenten mit fiktivem Geld erste Erfahrungen im Aktienmarkt sammeln oder Anlagestrategien testen.

Seit dem Relaunch des Mobile Banking Portals im Juli 2006 hat die comdirect bank viel über das Nutzungsverhalten ihrer Kunden gelernt. Die am häufigsten verwendete Funktion ist die Kursabfrage von Wertpapieren. Viele Anleger nutzen zudem die Trading-Funktionen, um auch unterwegs kurzfristig auf das Auf und Ab der Finanzmärkte zu reagieren. One Click Trading, Ordervorlagen und Transaktionsnummern, die für mehrere Aufträge gelten (so genannte Session-TANs), beschleunigen dabei die Orderaufgabe und reduzieren die Tipparbeit auf ein Minimum.

Nach vier Monaten in Betrieb lassen sich drei Nutzergruppen für das Mobile Banking Portal erkennen. Die erste Gruppe bilden Kunden, die überwiegend Standardfunktionen im Banking wie Überweisungen oder Kontostandsabfragen tätigen. Die zweite Gruppe nutzt intensiv das mobile Brokerage-Angebot und führt insbesondere Wertpapiertransaktionen und Statusabfragen von Depot und Orderbuch durch. Zur dritten Gruppe gehören Kunden und Interessenten, die sich im Wesentlichen mobil mit Marktinformationen versorgen wollen.

Die Wissenschaftler der TUHH sehen den Erfolg des neuen comdirect Portals als Beleg für ihre Anfang des Jahres veröffentlichte Mobile-Banking-Studie. „Wir freuen uns, dass die Erkenntnisse unserer Studie bei der comdirect bank praktische Berücksichtigung gefunden haben“, heißt es von Seiten der Universität. Die Wissenschaftler heben dabei besonders die Entscheidung der comdirect für eine Serverlösung hervor.

Der Erfolg mit dem Mobile Banking Portal zeigt, dass es richtig war, frühzeitig in diesen Zugangskanal zu investieren. Die von der comdirect bank eingeführte Serverlösung hat sich dabei als wartungsarme und äußerst kundenfreundliche Lösung erwiesen. Eines ist sicher: Mobile Banking ist kein kurzfristiger Trend, sondern dank verbesserter Usability, sinkender Datenübertragungskosten und intelligenter werdenden Angeboten eine vollwertige Alternative zu Bankgeschäften am Computer zu Hause oder im Büro.

Das Mobile Banking Portal der comdirect bank ist erreichbar unter <http://mobile.comdirect.de>

[8.757 Zeichen inkl. Leerzeichen]

[Autorenhinweis]

Daniel Schneider ist Projektleiter Business & Product Development bei der comdirect bank AG in Quickborn

[Fotodatei]

-> folgt

[Fotonachweis]

comdirect bank AG