
Abschlußbericht Mobile Banking

Mobile Banking auf dem Aufmarsch

HAMBURG (Jan. 2006): Mobile Banking, die Abwicklung von Bankgeschäften und Finanzdienstleistungen über mobile Endgeräte wie z.B. Handys, ist wieder auf dem Vormarsch. Diese Entwicklung ist aber keineswegs auf Deutschland beschränkt. International gesehen scheint Mobile Banking gar noch schneller an Bedeutung zu gewinnen, wie eine neue Studie der Universität Hamburg belegt.

Die Studie „THE MOBILE COMMERCE PROSPECTS: A STRATEGIC ANALYSIS OF OPPORTUNITIES IN THE GERMAN BANKING SECTOR“ kommt zum Ergebnis, dass Mobile Banking seit seinem ersten, mehr oder minder gescheiterten, Anlauf vor ca. 4 Jahren wieder auf verstärktes Kunden- und Bankeninteresse stößt. Die Studie, die die Chancen und Herausforderungen für Banken bei einem möglichen Einsatz von Mobile Banking untersucht, ist Teil des Forschungsprojektes „Perspektiven des Mobile Commerce in Deutschland“, das vom Arbeitsbereich Internationales Management der Universität Hamburg (UHH) durchgeführt wird.

Im Rahmen einer umfangreichen Nutzerbefragung beurteilten über 450 potenzielle Kunden den individuellen Nutzen einzelner Mobile Banking Dienste. Neben der Nutzungspräferenz wurden auch die Zahlungsbereitschaft, präferierte Technologiemedien, Kundenwünsche sowie -bedenken erfragt. Die strategisch ausgerichtete Befragung erfasste darüber hinaus Daten zur Ausarbeitung von Merkmalen potenzieller Mobile Banking Kunden.

Um auch die Bankenperspektive berücksichtigen zu können, wurde neben der Nutzerbefragung auch eine Erhebung unter Kreditinstituten durchgeführt. Es wurde ein Vergleich der Mobile Banking Angebote von 50 Banken im In- und Ausland unternommen.

Die Befragungen verdeutlichten, dass Mobile Banking seit einiger Zeit verstärkt an Akzeptanz gewinnt. „Diese Entwicklung liegt in den technologischen sowie demographischen Entwicklungen vergangener Jahre begründet, die das sozio-kulturelle Verhalten einzelner Gesellschaftsschichten stark geprägt haben“, schildert DR. STEPHAN BUSE, der zusammen mit Herrn RAJNISH TIWARI diese Studie leitet.

Der Wunsch nach mehr Mobilität scheint die treibende Kraft des Mobile Banking zu sein. Dabei spielt die UMTS-Technologie eine Schlüsselrolle, indem sie die für solche Anwendungen notwendigen Übertragungsraten erst ermöglicht, so das Fazit der Studie.

Die Studie beschäftigt sich hauptsächlich mit den mobilen Bankgeschäften und Finanzdienstleistungen (kurz: Mobile Banking). Mobile Banking, das einen zentralen Schwerpunkt des Mobile Commerce bildet, besteht aus drei Anwendungen:

- i) Mobile Kontoführung
- ii) Mobile Depotführung
- iii) Mobile (Finanz-)Informationsdienste

Die empirische Untersuchung der Kundenakzeptanz zeigte beachtliches Kundeninteresse an der Nutzung mobiler Finanzdienste. Das Interesse und vor allem die Zahlungsbereitschaft variieren jedoch je nach Dienst und Kundensegment. So zeigten sich über 92% aller Befragten offen für mobile Transaktionen („Überweisung tätigen“), und mehr als 60% waren bereit für diese Nutzung eine Gebühr zu zahlen. Dienste, die vom Kunden als kompliziert empfunden werden, wie z.B. der Kauf von Standardversicherungen (Reiseschutzversicherung etc.) via mobile Endgeräte, stoßen aber mehrheitlich auf Ablehnung.

Die Autoren bewerten solche Reaktionsmuster als Hinweis dafür, dass sich Mobile Banking von einem rein technologiegetriebenen Produkt hin zu einer businessfokussierten, Mehrwert stiftenden Dienstleistung entwickelt. Mobile Angebote sollten daher unter stringenter Beachtung der Bedürfnisse und Wünsche der jeweils relevanten Zielkundengruppe gestaltet werden.

Aufgrund des wachsenden Kundeninteresses gewinnt Mobile Banking zunehmend an strategischer Relevanz für Kreditinstitute und es wird schon mittelfristig zu einem Standardangebot wie z.B. Online Banking avancieren.

Kreditinstitute, die diese Entwicklungen ignorieren, setzen sich der Gefahr einer negativen Differenzierung aus, so die klare Prophezeiung der Studie.

Nähere Informationen: <http://www1.uni-hamburg.de/m-commerce/>

Bei weiteren Fragen stehen Ihnen die Autoren zur Verfügung:

Dr. Stephan Buse Institut für Technologie- & Innovationsmanagement Technische Universität Hamburg-Harburg (TUHH) Schwarzenbergstr. 95 21073 Hamburg Tel: (+49) 040 / 428 78 – 3829 Fax: (+49) 040 / 428 78 – 2867 E-Mail: Stephan.Buse@tu-harburg.de	Rajnish Tiwari Arbeitsbereich Internationales Management, Universität Hamburg Von-Melle-Park 5 20146 Hamburg Tel: (+49) 040 / 428 38 – 7790 Fax: (+49) 040 / 428 38 – 7793 E-Mail: Rajnish.Tiwari@uni-hamburg.de
--	---