

13. Feb. 2006 (Hamburg)

PRESSEMITTEILUNG

Mobile Banking Workshop in Hamburg**Vortrags- und Diskussionsveranstaltung zu strategischen Implikationen
zunehmender Mobilität der Bankkunden**

Die zunehmende Mobilität der Bankkunden verbunden mit höherer technischer Affinität neuerer Generationen verstärkt die Nachfrage nach mobilen Finanzdiensten. Ein Workshop in Hamburg diskutiert nun strategische Implikationen dieser Entwicklung für Kreditinstitute und benachbarte Industriezweige. Im Rahmen der Veranstaltung werden auch die Ergebnisse der empirischen Untersuchungen der aktuellen "Mobile Banking"-Studie der Uni Hamburg vorgestellt.

Hamburg (13. Feb. 2006): Die beiden Autoren der kürzlich abgeschlossenen „Mobile Banking“-Studie der Universität Hamburg laden Interessenten zu einem „Mobile Banking Workshop“ ein. Der Workshop „Der mobile Kunde: Strategische Implikationen des Mobile Banking für Kreditinstitute“ ist als Vortrags- und Diskussionsveranstaltung organisiert und findet am 2. März 2006 in Räumlichkeiten der Universität Hamburg statt. Der Workshop setzt sich zum Ziel, zur Markt- und Kundenorientierung mobiler Finanzdienste beizutragen.

Dr. Stephan Buse und Dipl.-Kfm. Rajnish Tiwari, Autoren der Studie „THE MOBILE COMMERCE PROSPECTS: A STRATEGIC ANALYSIS OF OPPORTUNITIES IN THE GERMAN BANKING SECTOR“ entdeckten während ihrer Forschung ein beachtliches Kundeninteresse an mobilen Finanzdiensten (Mobile Financial Services). Das Potential von mobilen Diensten wird von manchen Beteiligten auf der Unternehmensseite – je nach der Meinung des einzelnen Betrachters – aber oft pauschal unter- bzw. überschätzt, so eine zentrale Erkenntnis der Studie.

Ein nüchternes, differenziertes Betrachten nach Kundensegmenten zeigt jedoch, dass mobile Dienste im Allgemeinen einen signifikanten Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten können, sagt Rajnish Tiwari, Co-Autor der Studie. So kann Mobile Banking als zusätzlicher Distributions- und Ertragskanal z.B. die Nachfrage nach einfachen aber kostenpflichtigen Bankdienstleistungen deutlich induzieren.

Der Workshop richtet sich in erster Linie an Kreditinstitute, Unternehmensberatungen, Technologie-Provider und Mobilfunkunternehmen, die mobile Finanzdienste entweder schon anbieten oder planen. Die Inhalte dürften aber auch für Akademiker und Hochschulangehörige aus relevanten Fachgebieten von Interesse sein. Die Anmeldungen sind noch bis zum 17. Februar möglich. Alle notwendigen Informationen zum Workshop sind online abrufbar:

<http://www1.uni-hamburg.de/m-commerce/banking/workshop/index.html>

Nähere Infos über Umfang, Inhalte und Untersuchungsschwerpunkte der Studie sowie über die erhobenen Daten sind unter der folgenden Adresse erreichbar:

<http://www1.uni-hamburg.de/m-commerce/banking/study/index.html>

Für Rückfragen:

Dipl.-Kfm. Rajnish Tiwari

Forschungsprojekt Mobile Commerce

Universität Hamburg, Arbeitsbereich Internationales Management

Fax: (+49) 040 – 428 38 – 46 27

E-Mail: Rajnish.Tiwari@uni-hamburg.de