

Mobile Banking - Vertriebskanal der Zukunft?

**Norbert Sasse, Vorstand der
Studiengesellschaft für Vertriebs-Innovation**

SGi

05. März 2010

Studiengesellschaft für Vertriebs-Innovation, Wien

1

Die Zukunft ist mobil.

Warum?



zumindest

Weil jeder ein Handy hat.



SGi

05. März 2010

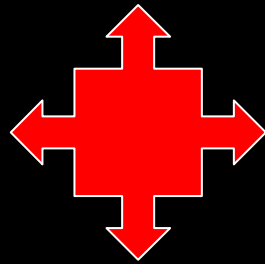
Studiengesellschaft für Vertriebs-Innovation, Wien

3

Das Bankgeschäft ist schwieriger geworden ...



- Drei Schwerpunktthemen beschäftigen die Institute:
 - Riskmanagement
 - Kostenreduktion
 - **Effizienzsteigerung des Multikanalvertriebes**



Effizienzsteigerung des Multikanal- vertriebes

- CRM Integration
- Personalisierte Selbstbedienung
- Verbesserter Internet- und
Mobile Banking Auftritt



- Mobiles Internet ist eine **Zeiterscheinung.**
- Mobile Banking ist nur ein **Nischenprodukt.**
- Der **kleine Bildschirm** eignet sich nicht für die Kommunikation mit der Bank.



- Mobiles Internet ist eine **Zeiterscheinung**.
- Mobile Banking ist nur ein **Nischenprodukt**.
- Der **kleine Bildschirm** eignet sich nicht für die Kommunikation mit der Bank.

nein



Mobile Banking Auftritt Warum?

- Der technische Fortschritt
- Die sinkenden Mobilfunkpreise
- **Das Universalgerät Smart Phone**
- Der mobile Internetzugriff



Das Universalgerät Smart Phone ist:



- Telephon
- Fernschreiber
- Fotoapparat
- Filmkamera
- Radio
- Fernseher
- PC
- Uhr
- Diktiergerät
- Spielkonsole
- MP-3 Player
- Navi-system
- Fotoalbum

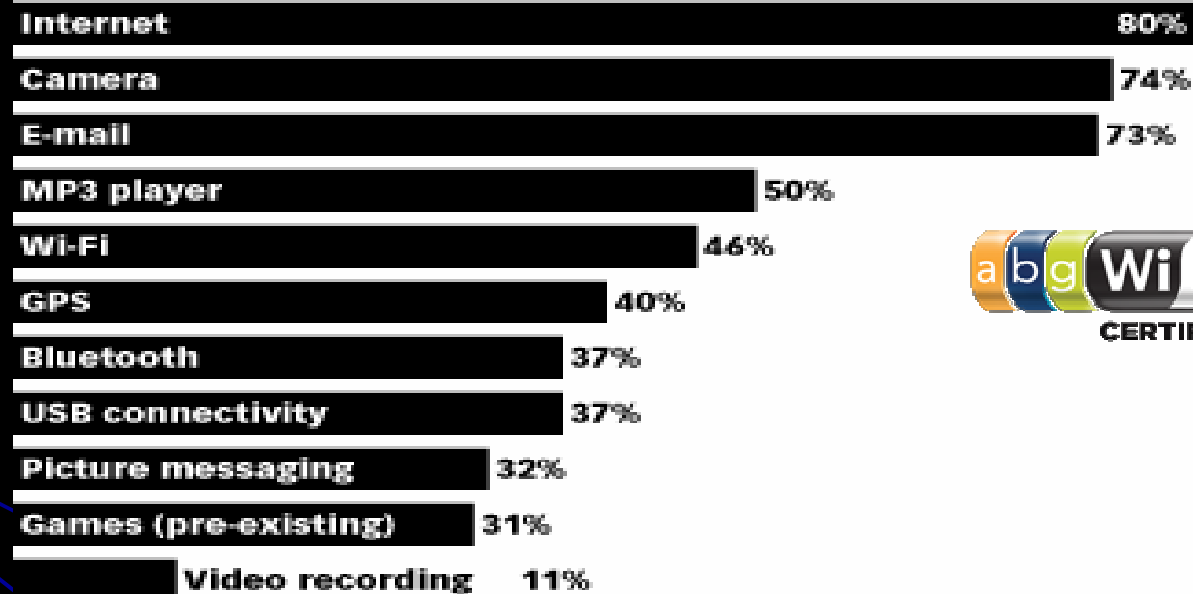


SG i

05. März 2010

Studiengesellschaft für Vertriebsinnovation, Wien

Most Common Smartphone Feature Used by Smartphone Owners Worldwide, May-June 2009 (% of respondents)



Source: Crowd Science, "Smartphone Usage and Brand Study," June 16, 2009

105314

www.eMarketer.com

SGi

05. März 2010

Studiengesellschaft für Vertriebs-Innovation, Wien

10

- Kein Gerät ist uns so ans



gewachsen

- Nur die hat eine ähnliche Verbreitung



- Es gibt kein anderes elektronisches Gerät mit einem vergleichbaren Funktionsumfang



Das Universalgerät
Smart Phone
ist
eine Bank,

aber eben
nicht nur, sondern auch.



Information

Verkauf

Beratung



Mobile Banking

Transaktionen

Zahlungen

Sicherheit



05. März 2010

Studiengesellschaft für Vertriebs-Innovation, Wien

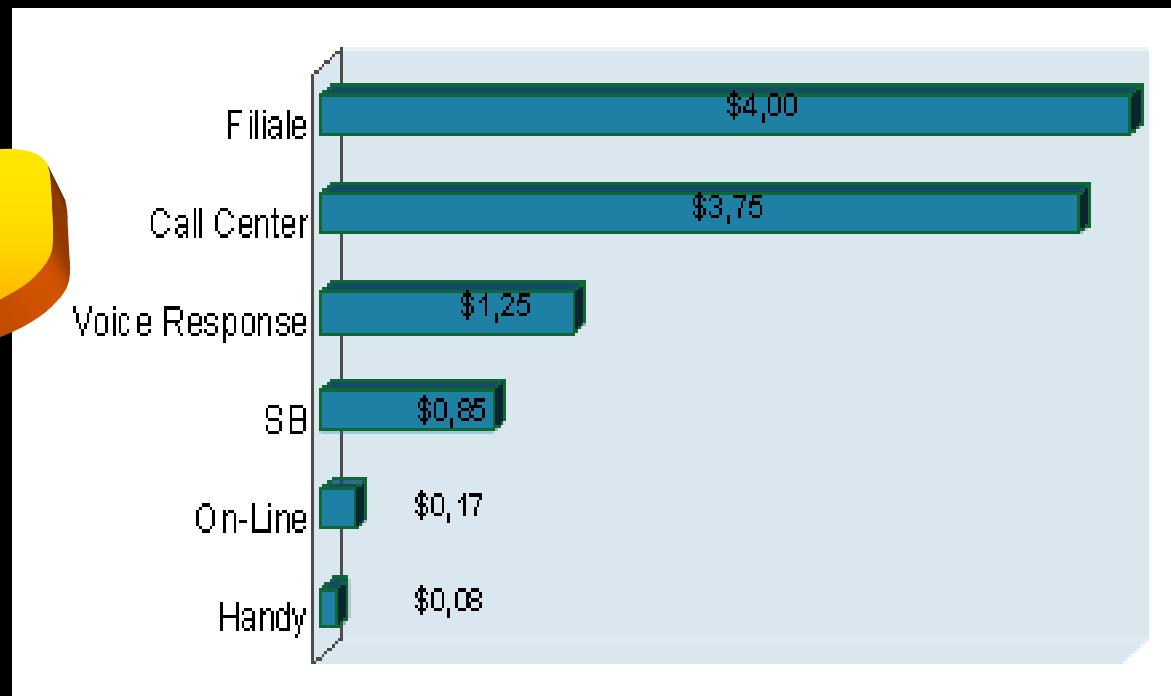
13

Mobile Banking ist mehr als e-banking

- Der Kunde ist zu **jedem Zeitpunkt** erreichbar
- Der Kunde ist **an jedem Ort** erreichbar
- Die „mobile Geldbörse“ ersetzt **Kleingeld, Debit und Kreditkarte.**

Mobile Banking **senkt** die Transaktions**kosten**

1/50



Mobile Banking in den Schwellenländern

- Die Anzahl der „unbanked People“ ist hoch, ein
- schlechtes Filialnetz
- und die hohe Verbreitung von Mobiltelefonen
- bringt die Chance neue Kunden zu gewinnen.



Limitationen



- Bankdienstleistungen über **vorhandene** Vertriebswege
- **Sicherheitsproblem**: Verlust/Diebstahl
- Der **große Bruder** hört mit
- **Phishing** Attacken
- **Unterschiedliche** Geräte und Betriebssysteme
- Beträchtliche **Investitionen** sind notwendig
- Nur die **Zusammenarbeit** mit Service Providern, Herstellern und Dienstleistern ermöglicht die maximale Funktionalität.

hohe Sicherheit
ist



massgebend!

SGi

05. März 2010

Studiengesellschaft für Vertriebs-Innovation,



Mobile phones.

People have accidents when they're distracted.
Switch off before you drive off.

For everything you need to get ahead in business, visit www.highways.gov.uk/OP

- Mobile banking – **the next big thing**

May 2009, Dave Schneider, President of PULSE Inc.

- The future of banking and payments lies in **mobility**, and mobility is getting legs from some unexpected places, like Facebook.

- To see how the **payments** space will evolve, you need to understand Facebook.

- The **mobile revolution** gives an online alternative to payment providers.

Lee Wetherington, Senior Vice President Goldleaf Financial Solutions

Die Zukunft

- Alle Bankgeschäfte können **mobil** abgewickelt werden.
- Der **mobile** Netzzugang ist der **Normalfall**.
- **Standards** haben sich etabliert.
- Das Smart **?** **ersetzt** im Alltag **alles**, was wir heute mit uns herumtragen.
- Der mobile, **virtuelle Berater** ist Realität.



Empfehlung „go“



- Das Mobiltelefon ist das am **häufigsten** verwendete elektronische **Gerät**.
- Mobile Banking wird zum **wichtigsten Vertriebsweg**, weil es umfassend, schnell, einfach, kostengünstig und sehr persönlich ist.
- Wer **jetzt investiert**, wird später dabei sein.
- Der Business-Case muss die **Konsequenzen des „no-go“** berücksichtigen.
- Es führt **kein Weg** am Mobile Banking vorbei.

Danke für die
Aufmerksamkeit!



SGi

05. März 2010

Studiengesellschaft für Vertriebs-Innovation, Wien

22