

Google und Apple gegen die Banken

BANKEN Die Internetgiganten übernehmen immer mehr Banken-Aufgaben. Bei der Online-Bezahlung sind sie gar einen Schritt voraus. Für Retail-Banken könnten sie zur Gefahr werden, sagt ein Experte.

ROMAN SCHENKEL
roman.schenkel@luzernerzeitung.ch

Das Bankengeschäft war auch schon einfacher: Die stärkere Regulierung, der Kostendruck und die höheren Eigenkapitalanforderungen machen der Branche zu schaffen. Laut der Studie «Die Zukunft mobiler Zahlungen» der Deutschen Bank laufen viele Finanzinstitute Gefahr, bei Innovationen hinterherzuhinken. Insbesondere bei neuen, internetbasierten Technologien drohen die Banken den Anschluss zu verlieren.

Und gerade das könnte für die Bankenwelt zu einem Problem werden: Denn von unerwarteter Seite kommt neue Konkurrenz auf sie zu. Internetgiganten wie Google, Apple oder PayPal dringen immer weiter in bankähnliche Dienstleistungen vor. Sie zielen zunächst auf den Zahlungsverkehr. So bietet Google mit «Google Wallet» bereits eine ausgefeilte Zahlungsinfrastruktur an. Zudem besitzt Google seit längerer Zeit eine europäische Bankenlizenz.

Apple hat mit dem «Apple Passbook» ebenfalls einen Schritt in diese Richtung gemacht. Und auch der Spezialist für Kreditkartenüberweisungen PayPal – eine Tochter des Onlineauktionshauses Ebay – weibelt im traditionellen Bankengeschäft: Er wickelt die Onlinezahlung via Kreditkarte ab. Mit seinem neuesten Wurf «PayPal Here» möchte das Unternehmen in Kürze auch in den stationären Handel vordringen.

Nischenwirtschaft wächst heran

Der Trend ist klar: Neben dem Bankwesen wächst eine Nischenwirtschaft heran, die Finanzdienstleistungen an neue digitale Technologien koppelt und damit die Funktionen von Banken übernimmt. Am Ende aller dieser Online-Schnittstellen steht zwar nach wie vor die Überweisung via die klassische Bankverbindung. Dies könnte sich aber bald ändern. Geht es nach dem Luzerner Bankenprofessor Andreas Dietrich, ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis Google und Co. in den Bankdienstleistungsmarkt eindringen. «Einerseits gewinnen bargeldloses Zahlen und Online-Shopping immer mehr an Bedeutung, andererseits haben Internetunternehmen dadurch die Möglichkeit, ihre Wertschöpfungskette auszuweiten», sagt Dietrich, der an der Hochschule Luzern – Wirtschaft lehrt.

Ertragspfeiler könnte wegfallen

Dietrich hält es durchaus für möglich, dass branchenfremde Unternehmen künftig Banken Marktanteile abnehmen. «Das würde insbesondere die Retailbanken vor Herausforderungen stellen», sagt Dietrich. Denn Zahlungsdienstleistungen – in Form von Transaktions- und Kontogebühren – sind, wenn auch nicht die zentrale, dann aber doch eine sehr stabile Ertragsquelle.

Für Dietrich sind kleinere Finanzinstitute wie zum Beispiel die Regionalbankengruppe RBA von dieser Entwicklung betroffen. Aber auch Banken wie die Raiffeisen-Gruppe, einzelne Kantonalbanken oder die Migros- und die Coop-Bank könnten die neue Konkurrenz zu spüren bekommen. «Oft haben diese Banken gar nicht die Grösse, um solche IT-Projekte zu stemmen», be-



Montage: Janina Noser

gründet Dietrich. Gerüstet wären aus seiner Sicht aber die beiden Grossbanken UBS und Credit Suisse sowie die Postfinance, die bei Innovationen zumindest schweizweit immer vorne mitmische.

Kooperationen prüfen

Um gegen die neue mögliche Konkurrenz gewappnet zu sein, rät Dietrich den Banken, genau zu beobachten, was auf dem Markt läuft. «Technologische Entwicklungen verlaufen rasant – hier müssen die Banken aufmerksam sein und den Markt und eben auch die Konkurrenz ausserhalb des Bankwesens genau beobachten.» Banken sollten frühzeitig Mobile Banking anbieten. «Zudem sollten sie im Bereich Zahlungsverkehr Kooperationen prüfen und eingehen», sagt er. Genau dies haben einzelne Banken offenbar auch vor. Jürg Bucher, Verwaltungsratspräsident der Valiant Bank, sagte an der Bilanzmedienkonferenz Anfang März, dass man ausserhalb der Bankenbranche nach einem strategischen Kooperationspartner suchen wolle. In welcher Branche, wollte er jedoch nicht sagen.

Banken mit strategischem Vorteil

Aber nicht nur bei der Valiant ist man sich der Wichtigkeit der Schnittstelle Banking und Internet bewusst. Zahlreiche Banken haben bis heute mobiles Banking eingeführt. Neben den Grossbanken, Raiffeisen oder Postfinance bietet auch die Luzerner Kantonalbank (LUKB) ihren Kunden seit letztem Jahr Bankdienstleistungen via Smartphone an.

Fast alle Dienstleistungen des gängigen E-Bankings können die LUKB-Kunden auf ihrem Smartphone nutzen – das geht von Börsenaufträge erteilen über Zahlungen ausführen bis zu E-Rechnungen freigeben. Dabei ist das Mobile Banking der LUKB in einem normalen Browser verfügbar, es muss keine spezielle App heruntergeladen werden. Der Zugang zum Mobile Banking ist zudem via SMS-Login gesichert.

Dietrich weist darauf hin, dass die Banken aufgrund ihrer langjährigen Erfahrungen gerade im Bereich Sicherheit und Datenschutz einen komparativen Vorteil auf ihrer Seite haben. «Händler und Kunden vertrauen den Banken noch – das ist der strategische Vorteil für die Retailbanken», sagt der Bankenprofessor.

Neue Generation steht auf Apple

Auf der anderen Seite: Bei vielen Jungen geniessen Apple, Google und Co. einen sehr guten Ruf. Hätten Jugendliche die Wahl, könnten für die «digital Natives» diese Firmen durchaus zu «Banken ihres Vertrauens» werden – vor allem angesichts des massiven Vertrauensverlusts, den die traditionelle Bankbranche in den letzten Jahren erlitten hat. Zudem haben Regionalbanken eher eine etwas ältere Kundschaft und Mühe, junge Leute zu gewinnen.

Damit die Banken nicht den Anschluss verlieren, sollten sie sich deshalb an ein bekanntes Zitat von Bill Gates erinnern: «Nicht die Grossen schlagen die Kleinen, sondern die Schnellen die Langsamen», so der Microsoft-Gründer, der seinen Milliardenkonzern einst in einer Garage gegründet hatte.



«Händler und Kunden vertrauen den Banken noch. Das ist ein strategischer Vorteil.»

ANDREAS DIETRICH,
PROFESSOR FÜR BANKING,
HOCHSCHULE LUZERN

Mobile Banking: Bald gibt es eine Milliarde Nutzer

STUDIE Bankgeschäfte via Smartphone: Das ist keine Zukunftsmusik, sondern längst Realität. Viel Potenzial liegt laut einer Studie bei den Tablets.

Tablets sind auf dem Vormarsch

Bei der Einführung von Mobile Banking haben sich die Banken besonders viel von den Smartphone-Nutzern erhofft. Jetzt stellt sich heraus, dass besonders Tablet-Computer wie das iPad oder das Galaxy Tab von Samsung immer häufiger zum Onlinebanking genutzt werden. Das zeigt eine Studie der renommierten englischen IT-Marktforschungsfirma Juniper Research. Die IT-Experten rechnen damit,

dass bis ins Jahr 2017 weltweit rund 200 Millionen Nutzer ihre Bankgeschäfte über Tablets erledigen werden. Sie werden dann 19 Prozent der Mobile-Banking-Kunden ausmachen.

Leichter und noch mobiler

Die Stärke der Tablets ist es laut der Studie, dass sie im Gegensatz zum Laptop oder Desktop-PC leichter und noch mobiler sind. Die Verfasser der Studie «Mobile Banking: Handset & Tablet Market Strategies 2013-2017» gehen davon aus, dass eine Migration von Onlinebezahlungen vom PC auf das Tablet stattfinden wird. Besonders in den Industriestaaten, wo die Tablets

bereits weit verbreitet sind, werde sich dieser Trend bemerkbar machen. Bis 2017 soll es zudem weltweit über eine Milliarde Mobile-Banking-Nutzer geben, schätzt Juniper. Rund 15 Prozent aller Smartphone-Besitzer werden dann auch ihr Mobiltelefon für Bankgeschäfte nutzen.

Auch gegenüber dem klassischen Smartphone sehen die Juniper-Experten das Tablet im Vorteil. Die Anwender würden es bevorzugen, ihre Rechnungen und Bankaktivitäten über das Tablet zu erledigen, so die Studienverfasser.

ROMAN SCHENKEL
roman.schenkel@luzernerzeitung.ch