

# Internetbanking für Firmenkunden: eine echte Alternative

Von Jörg Wöllmer



**Auch zehn Jahre nach der Einführung des Internetbankings stellen Mittelständler nur zögernd auf die Nutzung einer Internetplattform um. Hauptgrund dafür ist nach Einschätzung des Autors die fehlende Multibankfähigkeit vieler Portale, durch die sie im Vergleich mit multibankfähigen Softwarelösungen abfallen. Mit Global Payment Plus will die Commerzbank diesen Anforderungen entsprechen. Mit der Zahlungsverkehrslösung auf Basis des EBICS-Standard können auch andere Banken angebunden werden. Die Autorisierung erfolgt über einen installationstfreien USB-Stick.**  
Red.

Erste Versuche, sich zaghaft der elektronischen Abwicklung des Zahlungsverkehrs zu nähern, wurden mit Pionierverfahren wie Bildschirmtext bereits Anfang der achtziger Jahre gemacht. Aber erst ab Mitte der Neunziger kam es – dank Internet und E-Mail – mit dem sogenannten „Electronic Banking“ zu einem echten Quantensprung. Per Installation spezieller Softwarelösungen auf privat und/oder beruflich genutzten PCs konnten Firmen- und Privatkunden am beleglosen Zahlungsverkehr teilnehmen. Schon wenige Jahre später kam es durch die rasante Entwicklung des Internets und der damit verbundenen Etablierung von Kundenportalen zur eigent-

lichen Revolution. Statt Softwareinstallation genügte nun ein „Klick“, um direkten Zugang zur Bank zu bekommen und die gewünschten Transaktionen online durchzuführen.

Etwa seit der Jahrtausendwende begannen Banken, speziell auf das Firmenkundengeschäft ausgerichtete Internetangebote zu entwickeln und in der Folge große Zuwächse an Online-Usern zu verzeichnen. Eine Abkehr von den bislang etablierten Electronic-Banking-Software-Lösungen war hierdurch jedoch nicht erkennbar. Die meisten Internetportale dienten als Backup-Lösung oder wurden nur für einige ausgewählte Funktionen genutzt.

Heute, gut zehn Jahre nach der Einführung des Internetbankings für Firmenkunden, hat sich daran wenig geändert. Internetlösungen stellen für den Mittelstand oft keine vollwertige Alternative dar. Viele Banken versuchten, dies mit innovativen neuen Anwendungen und Angeboten zu ändern. Doch weder neue Features noch verbesserte Sicherheitslösungen bewegten größere Kunden zu einem vollständigen Umstieg auf eine Internetplattform.

## Zum Autor

**Jörg Wöllmer** ist Group Head Product Management bei der Commerzbank AG, Frankfurt am Main.

Bei der Commerzbank gab es bereits frühzeitig Überlegungen, dem Kunden eine vollwertige Internetlösung anzubieten, die einen echten Mehrwert darstellt. Neben dem Sicherheitsaspekt bestand die Anforderung an das System, Massenzahlungsverkehr mit einem möglichst breiten Spektrum an unterschiedlichen Zahlungsverkehrsformaten annehmen zu können. Ein weiterer häufig geäußerter Kundenwunsch war es, Kontoinformationen in unterschiedlichen Formaten und Daten von wiederkehrenden Zahlungen abzuspeichern zu können.

Weitere Ansprüche der Nutzer waren von Beginn an eine 24-stündige Verfügbarkeit der Lösung, einfache und intuitive Handhabung sowie Mobilität. Doch nicht nur die Möglichkeit, von jedem mit dem Internet verbundenen PC auf seine Daten zuzugreifen zu können, ist den Kunden wichtig. Da die meisten Kunden mit drei bis fünf berechtigten Usern agieren, darf auch Teamwork im Internetbanking für Firmenkunden kein Fremdwort sein.

## Monobankfähigkeit ist das entscheidende Manko

Doch unabhängig von der Qualität der Internetangebote einzelner Banken blieb lange Zeit ein kleines, aber aus Sicht des Kunden sehr relevantes Manko gegenüber Softwarelösungen bestehen: Unternehmen verfügen in der Regel über mehrere Bank-

verbindungen. Dies bedeutet, dass der Kunde bei vollständigem Umstieg auf das Internet für jedes seiner Konten das Portal der jeweiligen Bank nutzen muss (Monofähigkeit). Unterschiedliche Legitimationswege (Eingabe von PIN/TAN, elektronische Unterschrift, Token, aber auch verschiedene Formate für Zahlungsverkehrsvorlagen) waren deshalb für viele Firmenkunden das Argument, die multibankfähigen Softwarelösungen weiter zu nutzen, statt ihre gesamten Bankgeschäfte über das an sich komfortablere Internetportal abzuwickeln.

Mit der Einführung des EBICS-Standards (Electronic Banking Internet Communication Standard) zum 1. Januar 2008 änderte sich dies jedoch grundlegend. Banken waren nun in der Lage, ihr Internetportal multibankfähig auszurichten, sodass der Kunde in einer Anwendung bankübergreifend, das heißt mit mehreren Kreditinstituten, Transaktionen tätigen kann.

### **Das Firmenkundenportal – Flexibilität ist Trumpf**

Unter Berücksichtigung all dieser Anforderungen, hat die Commerzbank mit ihrem Firmenkundenportal ([www.companyworld.de](http://www.companyworld.de)) den Kunden eine weltweite Plattform geschaffen. Sie umfasst das gesamte Spektrum klassischer Bankdienstleistungen wie Zahlungsverkehr, Cash- und Treasury-Management, dokumentäres Auslandsgeschäft, Devisengeschäfte und anderes. Darüber hinaus steht das Portal in 18 Sprachen rund um die Uhr online zur Verfügung.

Das Firmenkundenportal ist modular, das heißt nach dem Baukastenprinzip aufgebaut, sodass sich der Kunde – je nach Bedarf – die Anwendungen individuell zusammenstellen kann, die er einsetzen möchte. Dieses flexible und vielfältige Angebot, das der Kunde über das Portal 24 Stunden am Tag nutzen kann, ist ein echter Vorteil gegenüber den Wettbewerbern.

Oberste Priorität hat – sowohl für die Commerzbank als auch für ihre Kunden – die Sicherheit der Anwendungen. Hierbei muss der Kunde eine angemessene Vorsorge treffen: Die Kundenumgebung sollte professionell geschützt sein. Ein aktualisiertes Betriebssystem und ein lückenloser Virenschutz müssen daher bei der Internetnutzung zur Grundausstattung gehören.

### **Weltweites Transaktionsmanagement per Signatur-Stick**

Mit den multibankfähigen Anwendungen im Firmenkundenportal können Kunden also Kontoinformationen bankübergreifend abrufen, zentral verarbeiten und ihre Transaktionen weltweit managen: von der Eilüberweisung über Requests for Transfer (RfT) bis zum Upload von Massenzahlungen aus deren Finanzbuchhaltung.

Die Commerzbank bietet mit „Global Payment Plus“ (GPP) als einzige Bank in Europa eine Zahlungsverkehrslösung an, mit der auch andere Banken im In- und Ausland für die Einreichung von Zahlungen und Bereitstellung von elektronischen Kontoauszügen angebunden werden können. Konsequenterweise wurde auf den internetbasierenden Kommunikationsstandard EBICS gesetzt, der auch von allen zeitgemäßen Softwarelösungen verwendet wird. Somit macht der gemeinsame Standard die Anwendung nicht nur zu einer Alternative für Softwareprodukte, sondern ermöglicht auch perfekt das Zusammenspiel mit Electronic-Banking-Programmen.

Global Payment Plus ist über einen Signatur-Stick ganz ohne Installation erreichbar. Dieser Signatur-Stick, den die Commerzbank in Zusammenarbeit mit dem Systemdienstleister Kobil am Markt etabliert hat, enthält einen entsprechenden Webbrowser, der hinsichtlich der Internetsicherheit gehärtet, also gegen Angriffe von außen gesichert ist.

Der Stick, mit dem sich der Kunde weltweit einloggen kann, enthält darüber

hinaus seine elektronische Unterschrift zum Autorisieren von Zahlungen. Der Kunde benötigt also lediglich einen Internetzugang. Nach Anmeldung über [www.companyworld.de](http://www.companyworld.de) stehen ihm seine ausgewählten Anwendungen zur Verfügung. Arbeitsprozesse können so auf verschiedene Standorte aufgeteilt werden. Die Zahlungserfassung und die Freigabe können dabei durchaus räumlich getrennt sein. Weiterhin erfordert die Verlagerung von Tätigkeiten keine Verschiebung von Daten, da alle Teammitglieder mit einem gemeinsamen Bestand arbeiten. Die Autorisierung mithilfe des installationsfreien Signatur-Sticks ist eine Weltneuheit, die die Commerzbank 2007 eingeführt hat. Aus technologischer Sicht war dies ein Meilenstein.

Auch wenn die Abwicklung des Zahlungsverkehrs das Kernthema im Internetbanking darstellt, sind die Kunden sehr daran interessiert, weitere zahlungsverkehrsnahen Themen über das Internet abzuwickeln. Auch für das Treasury-Management bietet die Commerzbank ein webbasiertes Tool an (Application Service Providing), mit dem die kurz- und langfristige Liquiditätsplanung abgebildet wird. Die gesamten Informationen werden im Modul Treasury aufbereitet: Weltweite Kontoauszugsinformationen werden zusammengeführt und angezeigt.

### **Dokumentäres Auslandsgeschäft: Zusatznutzen Internet**

Darüber hinaus kann der Firmenkunde seine Planungsdaten erfassen, entsprechend kategorisieren oder katalogisieren und Dispositionsvorschläge generieren. Die daraus erforderlichen Zahlungsaufträge kann er dann automatisiert erstellen und versenden. Ein enges Zusammenspiel mit den Basisfunktionalitäten aus Global Payment Plus ermöglicht es der Bank hier, Komponenten, beispielsweise für die EBICS-Kommunikation, nicht redundant vorhalten zu müssen.

Ein sehr interessantes Feld, das bislang nur wenig Beachtung im Internet erfahren hat, ist das dokumentäre Auslandsgeschäft. Mit den elektronischen Lösungen für das Dokumentengeschäft steht den Kunden eine Anwendung für die Abwicklung von Akkreditiven und Avalen zur Verfügung, wie es derzeit von keiner anderen Bank online angeboten wird.

Auch wenn das Geschäft an Dokumente gebunden und oft sehr individuell ist, bietet das Internet hier für Kunden einen wertvollen Zusatznutzen. Eines der erklärten Ziele der Commerzbank ist es, ihre Kunden ins Ausland zu begleiten. Das eben erwähnte dokumentäre Auslandsgeschäft ist also nur ein Beispiel von vielen, die in der Praxis auftreten. In ausländischen Märkten ist es dabei besonders wichtig, eine Anwendung zu haben, die nicht auf den Kunden-PCs installiert werden muss.

Eine Vor-Ort-Unterstützung in dem Maß, wie sie im heimischen Markt angeboten wird, kann man im Ausland oft nicht erbringen. So soll die Anwendung auch hierbei zukünftig eine noch größere Rolle spielen.

Es ist geplant, bald auch Zahlungen für Konten im Ausland erfassen zu können, damit Firmen dann ihre gewohnte Benutzeroberfläche auch im Rahmen ihrer Internationalisierung nutzen können. Die positiven Erfahrungen in Deutschland machte die Entscheidung leicht, die bewährte Plattform auch für ausländische Aktivitäten zu nutzen. Noch vor Ende des Jahres werden zusätzlich Anforderungen aus dem asiatischen Markt umgesetzt werden.

## Die Rolle des Betreuers

Bei all seinen Vorteilen kann das Internet jedoch auf keinen Fall den persönlichen Kontakt zum Betreuer ersetzen. Insbesondere Firmenkunden schätzen beispielsweise Cash-Management-Lösungen, die speziell auf ihre individuellen Anforderungen

zugeschnitten sind. Um diese Lösungen zu finden und zu optimieren, ist der konstruktive Dialog zwischen Betreuer und Kunden unersetzbar. Internetanwendungen müssen hierbei flexibel einsetzbar sein und unterschiedlichen Lösungsansätzen gerecht werden. Möglicherweise kann das Internet die Kommunikation zwischen Betreuer und Kunden zukünftig sogar zusätzlich intensivieren.

Das Firmenkundenportal soll den Kunden vor allem mehr Flexibilität, wie etwa Ortsunabhängigkeit, ermöglichen. Das Portal ist ein zusätzlicher Kanal zur Bank. Dass die Nähe zum Kunden dennoch sehr wichtig ist, zeigt sich beispielsweise im dokumentären Auslandsgeschäft, womit die Commerzbank an 21 Standorten in Deutschland vertreten ist. Im Vergleich zu den Mitbewerbern zeigt die Bank in diesem Bereich eine überdurchschnittlich starke Präsenz, um komplexere Sachverhalte mit dem Kunden zu besprechen.

Aus Sicht der Firmenkunden können die für sie wichtigen Themen dann über das Portal elektronisch abgebildet werden. Die Stärke des Portals liegt insbesondere in der Leistungsfähigkeit der einzelnen Module und darin, dass der Kunde das Portal individuell an seine unternehmensspezifischen Anforderungen anpassen kann.

Als Fazit lässt sich festhalten: Neben einem guten Produkt ist für dessen erfolgreiche Einführung auch eine klare Positionierung innerhalb der Produktpalette der Bank ein wichtiger Erfolgsfaktor. Nur so gelingt es, bei den Kunden die erforderliche Akzeptanz zu erreichen. Dass die Commerzbank hier auf dem richtigen Weg ist, wurde auch im Rahmen des Zusammengehens mit der Dresdner Bank offensichtlich. Kein anderes Internetportal der Mitbewerber hat einen größeren Eindruck bei den Kunden hinterlassen als das Firmenkundenportal der Commerzbank. Dies und das positive Feedback der Kunden geben Ansporn, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzuvorführen.



## bank und markt Zeitschrift für Retailbanking

### Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH  
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,  
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,  
Telefon 069/970833-0, Telefax 069/7078400,  
www.kreditwesens.de,  
E-Mail: red.bum@kreditwesens.de

**Herausgeber:** Klaus-Friedrich Otto

**Chefredaktion:** Dr. Berthold Morschhäuser, Swantje Benkelberg, Philipp Otto

**Redaktion:** Lars Haugwitz, Alexander Hofmann, Barbara Hummel, Frankfurt am Main.

**Redaktionssekretariat:** Elke Hildmann

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter [www.kreditwesens.de](http://www.kreditwesens.de).

**Verlagsleitung:** Uwe Cappel

**Anzeigenleitung:** Ralf Werner, Tel. 069/970833-43.

**Anzeigendisposition:** Anne Guckes, Tel. 069/970833-26, samtl. Frankfurt am Main, Aschaffener Straße 19.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 39 vom 1.1.2010.

**Erscheinungsweise:** Am 1. jeden Monats.

**Bezugsbedingungen:** Abonnementspreise incl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 361,44, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 185,92. Ausland: jährlich € 368,80. Preis des Einzelheftes € 19,00 (zuzügl. Versandkosten).

**Verbandabonnement** mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich € 697,68, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 366,84. Ausland: jährlich € 714,00.

Studentenabonnement: 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt.

Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter  
Tel.-Nr. 069/970833-32 oder -25

Als Supplement liegt „cards Karten cartes“ jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November dieser Zeitschrift bei.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 60482-609 (BLZ 50010060), Landesbank Hessen-Thüringen-Girozentrale 10555001 (BLZ 50050000), sämtliche in Frankfurt am Main.

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt.  
ISSN 1433-5204

