

Die Sparda-Banken wollen eine Direktbank gründen

FAZ

Ein Multifunktionskonto ist geplant / Immer weniger Eisenbahner sind Mitglied

Sy. FRANKFURT, 6. März. Der Wettbewerb unter den deutschen Banken werde in diesem Jahr vor allem durch die Direktbanken deutlich verschärft, erwartet Peter Scharpf, Vorstandsvorsitzender des Verbands der Sparda-Banken e.V. Er führt Gespräche mit dem Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken über ein neues Gebührenmodell bei der Fremdnutzung von Geldautomaten; mit Hilfe dieses neuen Modells soll der Abwehrkampf gegen die Direktbanken geführt werden.

Die 17 Sparda-Banken (Scharpf kündigte eine weiteres Institut an) wollen indes ebenfalls ein Direktbankangebot auf den Markt bringen. „Es wird ein Multifunktionskonto sein“, umriß Scharpf; über dieses Girokonto könnte der Kunde verschiedene Geschäfte abwickeln. „Das Multifunktionskonto ist ein Alternativangebot für den Kunden, um ihn von einem Wechsel zu einer anderen Bank abzuhalten“, begründet er den Schritt.

Scharpf sagte, daß ein gewisses Volumen an Kunden abgewandert sei. Doch fügte er

hinzu, daß die Konditionen der Sparda-Bank mindestens so gut seien wie die der besten Direktbank. Der Verbandsvorsitzende erinnerte daran, daß die Sparda-Banken mit dem gebührenfreien Girokonto „Pfeffer“ in die Bankenlandschaft gebracht hätten. Dieses Angebot für den Kunden hat die Institute nach den Angaben von Scharpf über 100 Millionen DM gekostet.

Die Sparda-Banken waren ursprünglich Spezialbanken für die Eisenbahner; zunehmend haben sie sich für die Beschäftigten des gesamten öffentlichen Dienstes geöffnet. Noch sei die Mehrzahl der Mitglieder Eisenbahner, sagte Scharpf. Doch die Bewegung hin zu einer Minderheit sei angesichts der Neuordnung bei der Deutschen Bahn abzusehen. Im vergangenen Jahr wurden 114 131 (im Vorjahr etwa 100 000) neue Kunden und damit Mitglieder der Sparda-Banken netto gewonnen. Ein Anteil an einer solchen Genossenschaftsbank kostet 100 DM; Scharpf nannte eine Rendite je Anteilsschein von 8,5 bis 9 Prozent brutto je Jahr.

Trotz des von Scharpf erwarteten härteren Wettbewerbsumfeldes sehen die Sparda-Banken mit Zuversicht auf das laufende Geschäftsjahr. Es werde sich ähnlich gut wie 1996 entwickeln, prognostiziert der Verbandschef. Im vergangenen Jahr stieg die addierte Bilanzsumme der 17 Institute um 14 Prozent auf 46 Milliarden DM. Die durchschnittliche Bilanzsumme je Sparda-Bank betrage jetzt etwa 2,7 Milliarden DM. Überdurchschnittlich stark wuchs das Kreditvolumen um mehr als 16 Prozent auf 22,1 Milliarden DM.

Hauptwachstumsträger war die Wohnbaufinanzierung; 88 Prozent der Kredite werden von den Instituten zum Wohnungsbau vergeben. Die Zinsspanne sank 1996 von 2,81 auf 2,68 Prozent. Gleichwohl wurde das Teilbetriebsergebnis leicht von 1,02 auf 1,09 Prozent des durchschnittlichen Geschäftsvolumens erhöht. Der Provisionsüberschuß wurde mit 0,17 Prozent des durchschnittlichen Geschäftsvolumens im Vergleich zum Vorjahr gehalten. Der Zinsüberschuß sank von 2,81 auf 2,68 Prozent.

Presseclipping 15.4.1999 dpa

Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt - Wiesbaden

Internetbank «NetBank AG» geht an den Start =

Hamburg (dpa) -- Mit der NetBank AG (Hamburg) geht die erste Direktbank Europas an den Start, die Bankgeschäfte ausschließlich über das Internet anbietet. Dies teilte der Vorstandsvorsitzende der NetBank AG, Heinz Wings, am Donnerstag in Hamburg mit. Die NetBank wurde 1998 von sieben Sparda-Banken gegründet. Das Geldinstitut will in den nächsten fünf Jahren 50 000 Kunden gewinnen und eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro (1,17 Milliarden DM) erzielen. dpa bz yy uw



D/Banken/Internet

Netbank AG startet als erste reine Internet-Bank Europas

- Auch Wertpapierdepot soll über das Web gesteuert werden =
Hamburg, 15. April (AFP) - Die nach eigenen Angaben erste reine Internet-Bank Europas, Netbank AG, hat am Donnerstag die Geschäftstätigkeit aufgenommen. Wie das Tochterunternehmen der Sparda-Bank in Hamburg mitteilte, sollen neben dem eigentlichen Bankangebot auch Zusatzleistungen und Informationen in Form eines «Marktplatzes» angeboten werden. Zentraler Bestandteil der Kundenbeziehung ist ein Konto, das zugleich als Girokonto mit einem Dispo-Kredit, als Sparkonto sowie als Termineinlage und Abwicklungskonto für ein ab Herbst geplantes Wertpapierdepot dienen soll. Die Einlagen werden nach Angaben des Unternehmens «vom ersten Euro an, abhängig von der Guthabenhöhe, attraktiv verzinst». Die Nutzung von Geldautomaten der Sparda-Bank ist kostenlos, bei der Reisebank fallen geringe Gebühren an, ansonsten sind die üblichen Transaktions-Gebühren zu entrichten.

In einem «Netgic» genannten Bereich will die Netbank (www.netbank.de) mit verschiedenen Kooperationspartnern zugleich ein elektronischer Marktplatz werden, auf dem beispielsweise Musik-CDs oder Lebensversicherungen angeboten werden. Der Vorstandsvorsitzende Heinz Wings sagte, die Netbank sei «ein E-Commerce-Institut, das auch Bankdienstleistungen anbietet». Um die Kunden durch das Angebot zu führen, wurde eine virtuelle Figur namens «Nick Netgic» entwickelt. Die 1998 von sieben Sparda-Banken gegründete Netbank will in den nächsten fünf Jahren 50.000 Kunden gewinnen und eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro (1,176 Milliarden Mark) erreichen.

Zur Sicherheit der Bankgeschäfte via Internet erklärte die Bank, sie verwende die kürzlich von den USA freigegebene 128-Bit-Verschlüsselungstechnik und nutze ein aus sechs Stufen bestehendes Firewall-System, das ein «Höchstmaß an Sicherheit» biete. Darüber hinaus übernehme die Bank mit einer sogenannten «No Risk-Garantie» das wirtschaftliche Risiko bei einem eventuellen Schadensfall, der nicht vom Kunden verschuldet wurde. Falls der Kunden vorübergehend nicht über eine Internet-Verbindung verfügt, können die Bankgeschäfte auch per Telefon und Identifikationsnummer abgewickelt werden. Der Normalfall solle dies aber nicht sein, sagte eine Sprecherin.

nau/se

AFP



NetBank will in neuer Banking-Ära kräftig wachsen =
Hamburg (vwd) - Angesichts eines erwarteten Handels- und Dienstleistungsbooms im Internet sieht sich die am Donnerstag ins Web gestartete NetBank AG, Hamburg, in den nächsten Jahren kräftig wachsen. So soll die Angebotspalette der ersten nur im Internet vertretenen Vollbank in nächster Zeit nach und nach um Dienstleistungs- sowie Handelsprodukte erweitert werden. Dies kündigte Heinz Wings, Vorstandsvorsitzender des Kreditinstituts, am Donnerstag auf der Eröffnungspressekonferenz in Hamburg an.

Die reinen Investitionskosten der Sparda-Tochter beliefen sich bislang auf etwa vier Mio DEM. Im Gegensatz zu Direkt-Banken wird bei dem am Donnerstag gegründeten Institut das Telefon-Banking nur als Back-up-System eingesetzt. Unter anderem aus diesem Grund beläuft sich die Belegschaft auf derzeit lediglich zehn Mitarbeiter.

Das auf Entscheider und Karrierestarter als Kunden ausgerichtete Kreditinstitut wurde von der Muttergesellschaft mit einem Eigenkapital von 20 Mio DEM ausgestattet. Innerhalb der nächsten fünf Jahre soll die Gewinnschwelle erreicht und bei 50.000 Kunden rund 600 Mio EUR erwirtschaftet werden. Ein Gang der Sparda-Tochter an die Börse sei zwar in einigen Jahren möglich, der Zeitpunkt aber nach Worten des Vorstandsvorsitzenden beim besten Willen derzeit nicht zu bestimmen. Bis zum Jahr 2010 wird nach eigenen Angaben mit einem Ansteigen der online geführten Konten von derzeit acht Prozent auf rund ein Drittel gerechnet.

Nachdem durch Banking zunächst rund 90 Prozent und durch Handel die restlichen zehn Prozent verdient werden sollen, wird angestrebt, das Verhältnis bis 2004 auf eine 50:50 Verteilung zu bringen. Dazu ist geplant, den Kunden neben Produkten wie der ab Juli dieses Jahres möglichen Einrichtung eines Wertpapierdepots oder der Baufinanzierung über die Bausparkassen BHW und Schwäbisch Hall später auch noch die Gelegenheit zur Buchung von Reisen oder Anmietung von Autos via NetBank-Internetseite anzubieten. Das Internetskreditinstitut stehe deshalb derzeit mit der TUI und einem Autovermieter in Verhandlungen, so Wings. Im Falle TUI stünden die Gespräche bereits kurz vor einem positiven Abschluß.

Bereits jetzt sei der die Bestellung von CD's über die NetBank-Webseite möglich, da die Bank über ihren Kooperationspartner, den Regensburger Anbieter "Music Net", rund 600.00 verschiedene Titel anbieten könne. Im Handelsbereich seien Kaufhof sowie Metro längerfristig "interessante" Partner für die Vermarktung weiterer Produkte durch die Internetbank, sagte Wings weiter.
vwd/15.4.99/@gio/sei

Presseclipping 16.4.1999 Kieler Nachrichten

Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt · Wiesbaden

Netbank AG startet als erste reine Internet-Bank Europas

Auch Wertpapierdepot soll über das Web gesteuert werden

Hamburg (AFP) - Die nach eigenen Angaben erste reine Internet-Bank Europas, Netbank AG, hat am Donnerstag die Geschäftstätigkeit aufgenommen. Wie das Tochterunternehmen der Sparda-Bank in Hamburg mitteilte, sollen neben dem eigentlichen Bankangebot auch Zusatzleistungen und Informationen in Form eines "Marktplatzes" angeboten werden.

Zentraler Bestandteil der Kundenbeziehung ist ein Konto, das zugleich als Girokonto mit einem Dispo-Kredit, als Sparkonto sowie als Termineinlage und Abwicklungskonto für ein ab Herbst geplantes Wertpapierdepot dienen soll. Die Einlagen werden nach Angaben des Unternehmens "vom ersten Euro an, abhängig von der Guthabenhöhe, attraktiv verzinst". Die Nutzung von Geldautomaten der Sparda-Bank ist kostenlos, bei der Reisebank fallen geringe Gebühren an, ansonsten sind die üblichen Transaktions-Gebühren zu entrichten.

In einem "Netgie" genannten Bereich will die Netbank (www.netbank.de) mit verschiedenen Kooperationspartnern zugleich ein elektronischer Marktplatz werden, auf dem beispielsweise Musik-CDs oder Lebensversicherungen angeboten werden. Der Vorstandsvorsitzende Heinz Wings sagte, die Netbank sei "ein E-Commerce-Institut, das auch Bankdienstleistungen anbietet".

Um die Kunden durch das Angebot zu führen, wurde eine virtuelle Figur namens "Nick Netgie" entwickelt. Die 1998 von sieben Sparda-Banken gegründete Netbank will in den nächsten fünf Jahren 50.000 Kunden gewinnen und eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro (1,176 Milliarden Mark) erreichen.

Zur Sicherheit der Bankgeschäfte via Internet erklärte die Bank, sie verwende die kürzlich von den USA freigegebene 128-Bit-Verschlüsselungstechnik und nutze ein aus sechs Stufen bestehendes Firewall-System, das ein "Höchstmaß an Sicherheit" biete. Darüber hinaus übernehme die Bank mit einer sogenannten "No Risk-Garantie" das wirtschaftliche Risiko bei einem eventuellen Schadensfall, der nicht vom Kunden verschuldet wurde. Falls der Kunden vorübergehend nicht über eine Internet-Verbindung verfügt, können die Bankgeschäfte auch per Telefon und Identifikationsnummer abgewickelt werden. Der Normalfall solle dies aber nicht sein, sagte eine Sprecherin.



Einen Börsengang schließt der Vorstand nicht aus - 50000 Kunden geplant

Erste Internet-Bank Europas will auch Konsumprodukte verkaufen

HANDELSBLATT, Donnerstag, 15.4.99
lip HAMBURG. Die genossenschaftlich strukturierten Sparda-Banken haben die NetBank AG, Hamburg, gegründet, die als „erste Direktbank Europas“ Bankgeschäfte ausschließlich über das Internet anbieten will. „Ein Börsengang der Bank ist derzeit nicht geplant. Eine spätere Going public will ich allerdings nicht ausschließen“, so der Vorstandsvorsitzende Dr. Heinz Wings. Das Kreditinstitut solle „zunächst eine gemeinsame Veranstaltung der Sparda-Banken bleiben“. Dem Vernehmen nach will der Vorstand die Wachstumspotentiale der Bank ausloten, bevor endgültig über einen Börsengang entschieden werde.

Die Internet-Bank soll auf drei Geschäftsfeldern tätig werden. Dazu zählen reine Bankdienstleistungen, Informationsbroking sowie der Handel mit bankfremden Produkten. Bezogen auf das gegenwärtige Geschäftsvolumen, das nicht beziffert wurde, entfallen rd. 90 % auf Bank-

dienstleistungen und 10 % auf den elektronischen Handel u.a. mit Tonträgern. „Dieses Verhältnis wird sich in den nächsten Jahren mit einem Anteil von 50 % zugunsten des Handels verschieben“, meint Wings. Über den Regensburger Kooperationspartner MusicNet können die Bankkunden bereits Compact Discs und Videos bestellen.

Die Bank ist ferner mit Reiseveranstaltern, Autovermietern und Preisagenturen im Gespräch, die ihre Produkte über das „netgie“-System der NetBank verkaufen sollen. Bei den Reiseveranstaltern stehe man bereits mit der zum Preussag-Konzern gehörenden Touristik Union International GmbH & Co. KG in engen Kooperationsgesprächen.

Mit dem Wertpapierhandel per Internet will das Kreditinstitut möglicherweise bereits im Juli starten. Angedacht sei auch das Day-Trading. Hier würden aber noch die rechtlichen Voraussetzungen geprüft. Auch Versicherungsleistungen so-

wie Hypotheken-Kredite sollen ab Herbst 1999 über das neue Medium abrufbar sein. Im Versicherungsbereich arbeitet die NetBank mit der Kölner DEVK Allgemeine Versicherungs-AG zusammen. Zu den Bauspar-Partnern zählt Wings die Schwäbisch Hall AG.

Die NetBank AG wurde mit einem AG-Kapital von 20 Mill. DM (10 Mill. €) ausgestattet. Das Institut plane, in den nächsten fünf Jahren mit rd. 50000 Kunden eine Bilanzsumme von 600 Mill. € zu erzielen. Zu diesem Zeitpunkt soll laut Wings auch die Gewinnschwelle erreicht sein. Die Investitionen für das derzeit zehn Mitarbeiter starke Institut wurden auf 4 Mill. DM beziffert. Dies entspreche der Einrichtung von drei konventionellen Bankfilialen. Wings befürchtet, daß die Kreditinstitute mit dem weiteren Einzug des Online-Bankings die Zahl ihrer Filialen weiter verringern werden. Dies dürfte dem Vernehmen nach zu einem kräftigen Arbeitsplatzabbau führen.



Erste Internetbank hat Betrieb in Hamburg aufgenommen

Virtuelles Geldinstitut will 50 000 Kunden

Mit der Hamburger NetBank AG ist am Donnerstag die erste Direktbank Europas an den Start gegangen, die Bankgeschäfte ausschließlich über das Internet anbietet. „Mit der neuen Einrichtung wagen wir einen innovativen Sprung in ein virtuelles Bankzeitalter“, sagte Vorstandsvorsitzender Heinz Wings am Donnerstag in der Hansestadt.

Die NetBank wurde 1998 von sieben Sparda-Banken gegründet. Das mit 20 Millionen Mark Kapital ausgestattete Geldinstitut will in den nächsten fünf Jahren 50 000 Kunden gewinnen und eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro (1,17 Milliarden DM) erzielen. Ein Börsengang sei derzeit jedoch nicht geplant.

Unter der Dachmarke „netgic“ bietet die NetBank ihren Kunden nicht nur Bankprodukte, sondern auch sonstige Dienstleistungen und Handelsprodukte sowie personalisierte Informationen. Zentrales Produkt der NetBank sei das „netgic Konto“. Es werde abhängig von der Guthabenhöhe in einer Bandbreite von 2,4 Prozent bis drei Prozent Zins.

Wings betonte zugleich: „Wir sehen das Internet als einzig wirklich zukunftsorientiertes Medium im Banking. Online Banking wird bis zum Jahr 2010 etwa ein Drittel des gesamten Marktes ausmachen. Daher ist es konsequent, Fax oder Telefon nicht als originäre Vertriebswege zu nutzen.“

FBI



Einen Börsengang schließt der Vorstand nicht aus - 50 000 Kunden geplant

Erste Internet-Bank Europas will auch Konsumprodukte verkaufen

HANDELSBLATT, Donnerstag, 15. April 1999

lip HAMBURG. Die genossenschaftlich strukturierten Sparda-Banken haben die NetBank AG, Hamburg, gegründet, die als „erste Direktbank Europas“ Bankgeschäfte ausschließlich über das Internet anbieten will. „Ein Börsengang der Bank ist derzeit nicht geplant. Eine späteres Going public will ich allerdings nichts ausschließen“, so der Vorstandsvorsitzende Dr. Heinz Wings. Das Kreditinstitut solle „zunächst eine gemeinsame Veranstaltung der Sparda-Banken bleiben“. Dem Vernehmen nach will der Vorstand die Wachstumspotentiale der Bank ausloten, bevor endgültig über einen Börsengang entschieden werde.

Die Internet-Bank soll auf drei Geschäftsfeldern tätig werden. Dazu zählen reine Bankdienstleistungen, Informationsbroking sowie der Handel mit bankfremden Produkten. Bezogen auf das gegenwärtige Geschäftsvolumen, das nicht beziffert wurde, entfallen rd. 90 % auf Bankdienstleistungen und 10 % auf den elektronischen Handel u. a. mit Tonträgern. „Dieses Verhältnis wird sich in den nächsten Jahren mit einem Anteil von 50 % zugunsten des Handels verschieben“, meint Wings. Über den Regensburger Kooperationspartner MusicNet können die Bankkunden bereits Compact Discs und Videos bestellen.

Die Bank ist ferner mit Reiseveranstaltern, Autovermietern und Preisagenturen im Gespräch, die ihre Produkte über das „netgic“-System der NetBank verkaufen sollen. Bei den Reiseveranstaltern stehe man bereits mit der zum Preussag-Konzern gehörenden Touristik Union International GmbH & Co. KG in engen Kooperationsgesprächen.

Mit dem Wertpapierhandel per Internet will das Kreditinstitut möglicherweise bereits im Juli starten. Angedacht sei auch das Day-Trading. Hier würden aber noch die rechtlichen Voraussetzungen geprüft. Auch Versicherungsleistungen sowie Hypotheken-Kredite sollen ab Herbst 1999 über das neue Medium abrufbar sein. Im Versicherungsbereich arbeitet die NetBank mit der Kölner DEVK Allgemeine Versicherungs-AG zusammen. Zu den Bauspar-Partner zählt Wings die Schwäbisch Hall AG.

Die NetBank AG wurde mit einem AG-Kapital von 20 Mill. DM (10 Mill. Euro) ausgestattet. Das Institut plane, in den nächsten fünf Jahren mit rd. 50000 Kunden eine Bilanzsumme von 600

Mill. Euro zu erzielen. Zu diesem Zeitpunkt soll laut Wings auch die Gewinnschwelle erreicht sein. Die Investitionen für das derzeit zehnte Mitarbeiter starke Institut wurden auf 4 Mill. DM beziffert. Dies entspreche der Einrichtung von drei konventionellen Bankfilialen. Wings befürchtet, daß die Kreditinstitute mit dem weiteren Einzug des Online-Bankings die Zahl ihrer Filialen weiter verringern werden. Dies dürfte dem Vernehmen nach zu einem kräftigen Arbeitsplatzabbau führen.

NetBank

▲ [SEITENANFANG](#) | [ZURÜCK](#)

[HOME](#) | [NEWS](#) | [INVESTOR ONLINE](#)

© Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH 1999

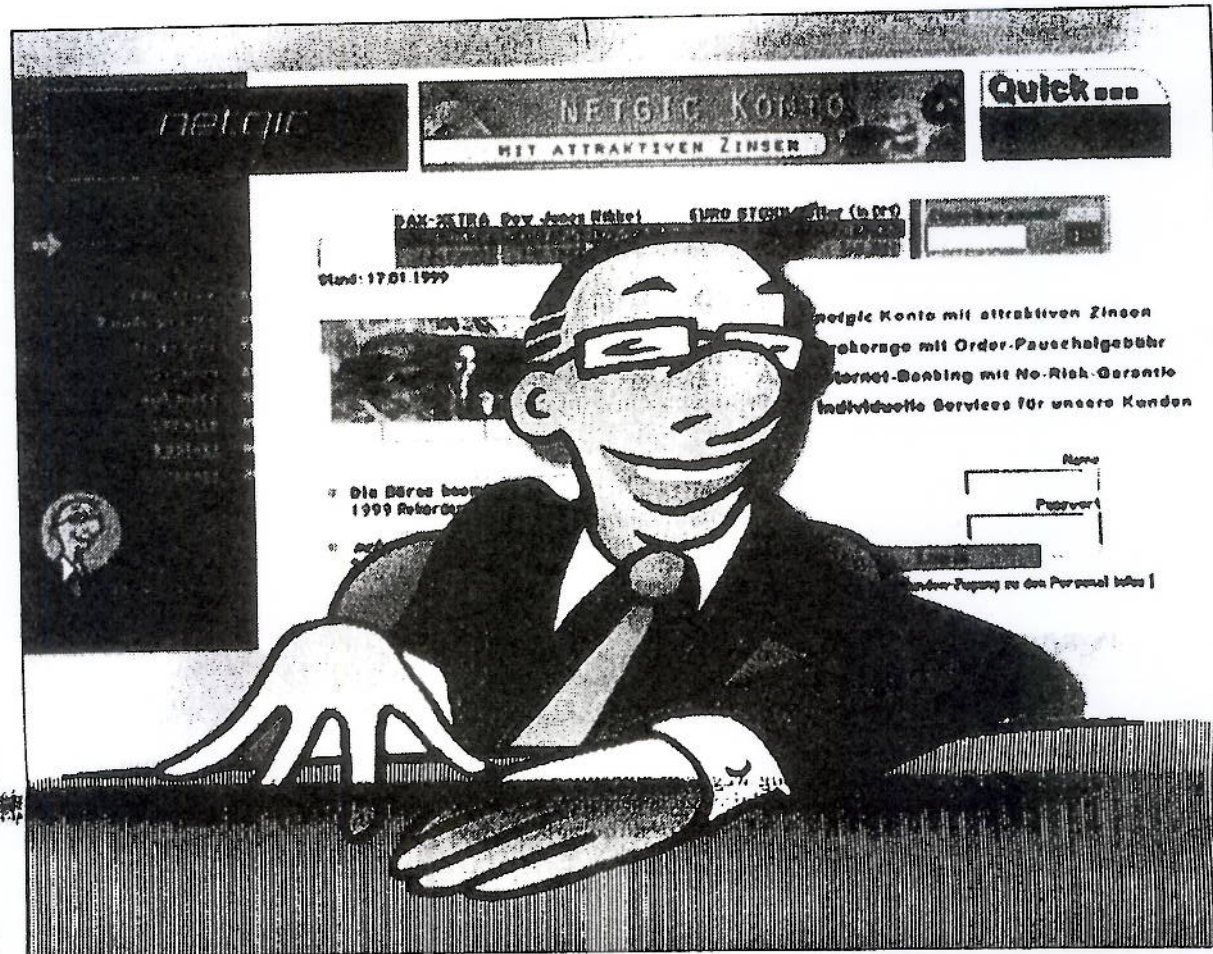
Die im Handelsblatt Interaktiv veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen sind mit größter Sorgfalt recherchiert. Dennoch können weder die Verleger noch die Lieferanten für die Richtigkeit eine Gewähr übernehmen. Nachrichten und Artikel beruhen teilweise auf Meldungen der Nachrichtenagenturen [sid](#), [Reuters](#) und [vwd](#). Kurse und Preise werden von der [Teledata GmbH, Frankfurt](#), bzw. von [Börsen](#) und Banken zur Verfügung gestellt. Firmen- und Marktprognosen werden von den jeweiligen Instituten übermittelt. Das Handelsblatt weist ausdrücklich darauf hin, daß die Analystenprognosen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder Rechten darstellen. Sie ersetzen auch nicht eine fachliche Beratung. Die Verlagsgruppe Handelsblatt versichert zudem, daß persönliche Kundendaten mit größter Sorgfalt behandelt und nicht ohne Zustimmung der Betroffenen weitergegeben werden.

Alle Rechte vorbehalten. Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung des Verlages ist untersagt.

All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited

[Impressum](#)

Europas erste Internetbank startet



Nick Netgic soll bei der NetBank, die nur im Internet existiert, mittelfristig die Funktion eines elektronischen Kundenberaters übernehmen. Ihm können jetzt schon einfache Fragen gestellt werden.

Montage: HASSE

505

Finanzdienstleistungen und elektronischer Handel

Hausarbeit Abordblatt Nr.

stp Hamburg - Eine Bank, die nur im Internet existiert. Keine Filialen, kein großes Call Center, nicht einmal ein eigenes Gebäude für die Verwaltung. Nur zehn Mitarbeiter wollen in Zukunft Millionen bewegen. Dafür reichen ein paar angemietete Räume bei der Sparda Bank in Hamburg. NetBank ist die erste europäische Bank, die seit gestern nur im Internet präsent ist (www.netbank.de). Heinz Wings, Vorstandsvorsitzender der NetBank spricht vom „Sprung in ein virtuelles Bankzeitalter“. Innerhalb der nächsten fünf Jahre sollen 50 000 Kunden gewonnen und mit einer Bilanzsumme von 1,2 Milliarden Mark die Gewinnschwelle erreicht werden.

Umbruch in der Bankenlandschaft. Während sich die Deutsche Bank anschickt, ihre filiallose Direktbank 24 mit den Filialen des Privatkundengeschäfts zu einer eigenständigen Bank zusammenzulegen, setzt Wings voll auf das Internet. „Im Jahr 2010 wird mindestens ein Drittel der Bankprodukte über das Internet verkauft werden“, sagt Wings. Es sei leichter, jetzt Marktanteile zu gewinnen, als sich welche zu erobern, wenn der Kuchen bereits weitgehend verteilt ist. Denn nicht jeder wird in Zukunft seine Bankgeschäfte per Mausclick machen.

Doch die Verteilungsphase ist voll entbrannt. Das spüren auch die schon etablierten Direktbanken, die ihren Kunden einen wahlweisen Zugang zum Konto

per Telefon oder Computer bieten. „50 Prozent der Transaktionen unserer 87 000 Wertpapierkunden werden bereits über das Internet abgewickelt“, sagt Markus Reiter, Sprecher der Direktanlage Bank (DAB). Die Comdirect Bank will Neukunden auch gleich einen Anschluß in das Internet vermitteln und kooperiert deshalb mit T-Online. „Auf diese Weise haben wir allein in den ersten drei Monaten dieses Jahres 12 000 neue Kunden gewonnen“, sagt Comdirect-Sprecher Reiner Schüring. Immerhin lockt die Bank bei diesem Angebot mit einem ganzen Bündel an geldwerten Vorteilen - von einer verschenkten Telekom-Aktie bis zum Verzicht auf die Anschlußgebühr für T-Online.

Dennoch glauben die Direktbanken, nicht völlig auf das Telefon als Zugangsweg für ihre Kunden verzichten zu können. „Das ist zwar ein cleverer Schritt“, sagt Reiter über den neuen Konkurrenten. „Doch viele wollen von unterwegs auch ihre Bank per Telefon erreichen können.“

Vier Millionen Mark hat Wings in die NetBank investiert. „Das ist gerade soviel, wie die Einrichtung von drei konventionellen Filialen kostet“, sagt er. Und der Verzicht auf ein großes Call Center bringt den entscheidenden Kostenvorteil. „Das ist bei den laufenden Kosten zehnmal billiger als mit Call Center“, sagt Wings. Hinter der NetBank, die mit einem Kapital von 20 Millio-

nen Mark ausgestattet wurde, stehen sieben der 17 Sparda-Banken.

Zum Angebot der NetBank gehören ein kostenfreies Girokonto, mit dem auch Spar- und Termineinlagen getätigt werden können. Im Herbst sollen Wertpapiergeschäfte möglich sein. Vom ersten Euro an wird das Konto mit 2,4 Prozent verzinst. Der Überziehungskredit kostet 8,75 Prozent Zinsen. Ein Nachteil ist das weniger dichte Netz an Geldautomaten, denn nur an den 500 Automaten der Sparda-Banken kann Bargeld kostenlos bezogen werden.

Doch die NetBank, die unter der Dachmarke netgic operiert, will nicht nur reine Bankdienstleistungen anbieten. „In sieben Jahren sollen 50 Prozent unserer Einnahmen aus dem E-Business kommen, der Rest aus den Bankdienstleistungen“, sagt Wings. Denn seine Internet-Bank will er zu einem elektronischen Handelsplatz aufrüsten. Dabei geht es nicht nur um Finanzdienstleistungen wie Bausparverträge von BHW und Schwäbisch Hall oder Versicherungen der DVK. Schon jetzt können CDs und Videos bestellt werden. So gut wie perfekt ist ein Angebot von Europas größtem Reiseveranstalter TUI. „Der Handel ist sehr interessiert, mit uns zu kooperieren“, sagt Wings. Auch Preisagenturen und Autovermieter hätten gute Chancen, in den elektronischen Marktplatz der Bank aufgenommen zu werden.

Presseclipping 16.4.1999 Die Welt

Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt - Wiesbaden

Erste Internetbank hat Betrieb in Hamburg aufgenommen

Virtuelles Geldinstitut will 50 000 Kunden

Mit der Hamburger NetBank AG ist am Donnerstag die erste Direktbank Europas an den Start gegangen, die Bankgeschäfte ausschließlich über das Internet anbietet.

„Mit der neuen Einrichtung wagen wir einen innovativen Sprung in ein virtuelles Bankzeitalter“, sagte Vorstandsvorsitzender Heinz Wings am Donnerstag in der Hansestadt.

Die NetBank wurde 1998 von sieben Sparda-Banken gegründet. Das mit 20 Millionen Mark Kapital ausgestattete Geldinstitut will in den nächsten fünf Jahren 50 000 Kunden gewinnen und eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro (1,17 Milliarden DM) erzielen. Ein Börsengang sei derzeit jedoch nicht geplant.

Unter der Dachmarke „netgic“ bietet die NetBank ihren Kunden nicht nur Bankprodukte, sondern auch sonstige Dienstleistungen und Handelsprodukte sowie personalisierte Informationen. Zentrales Produkt der NetBank sei das „netgic Konto“. Es werde abhängig von der Guthabenhöhe in einer Bandbreite von 2,4 Prozent bis drei Prozentzinst.

Wings betonte zugleich: „Wir sehen das Internet als einzig wirklich zukunftsorientiertes Medium im Banking. Online Banking wird bis zum Jahr 2010 etwa ein Drittel des gesamten Marktes ausmachen. Daher ist es konsequent, Fax oder Telefon nicht als originäre Vertriebswege zu nutzen.“
FBI



Erste reine Internet-Bank startet am 15. April

Die zur Spardabank gehörende Netbank AG, Hamburg, soll als erste deutsche reine Internet-Bank am 15. April starten. Da nach Angaben der Bank auf teure telefonische Zusatzdienste verzichtet werde, sollen Kunden mit „unschlagbaren Konditionen im Internet → angelockt werden“. Geplant seien u.a. Konto- und Depotführung sowie Aktienhandel via Internet. Außerdem können Kunden sich jederzeit über die Belastung ihrer Kreditkarte informieren. Wenn vorher festgelegte Kontostände oder Aktienkurse erreicht sind, werde der Kunde automatisch per eMail benachrichtigt, sagt Holger Schwendler von Netbank. Eine virtuelle Figur namens „Nick Nack“ soll die Beratungsaufgaben von Call Centern übernehmen. Diese künstliche Figur kann nach Unternehmensangaben intuitiv Fragen auf eine Freitexteingabe beantworten. Entwickelt wurde die Figur von dem Unternehmen Skillnet (www.skillnet.de). Allerdings ist die Antwortfähigkeit von Nick Nack eingeschränkt. Bei kniffligen Fragen muß der virtuelle Berater doch noch eine Verbindung zu einem Menschen herstellen. Die Bankentechnologie stammt von MeTechnology (www.metechnology.de), das demnächst mit dem Stuttgarter Unternehmen Brokat AG zusammengehen wird. Ziel der Netbank AG sei, in fünf Jahren 50.000 Kunden zu gewinnen. Gründungsvorstand der Internetbank ist Dr. Heinz Wings von der Sparda Bank Hamburg, der das Projekt auch initiiert hat. Die externe Pressearbeit für die Netbank AG hat die Frankfurter Agentur Berendson, Schwedler und Stender übernommen. Detailinformationen über die Internetbank werden auf einer Pressekonferenz am 15. April in Hamburg gegeben, ab dann ist es auch möglich, Kunde der Netbank AG zu werden.

*Direktbanken bekommen
jetzt neben dem Internet-
Engagement der Mutter-
gesellschaften ein weite-
res Konkurrenzfeld*

☎ Weitere Informationen gibt Berendson, Schwedler und Stender, Frankfurt, Telefon: 069 - 7390 0780, Fax: 069 - 7390 0786, eMail: gunnar.berendson@t-online.de, Gunnar Berendson. •



Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt - Wiesbaden

NetBank AG erste reine Internetbank Europas

Mit der NetBank AG startete vergangene Woche die erste Direktbank Europas, die Bankgeschäfte ausschließlich über das Internet anbietet. Unter der Dachmarke „netgic“ bietet die Bank nach Angaben des Vorstandsvorsitzenden Heinz Wings Bankprodukte, Dienstleistungen, Handelsprodukte sowie personalisierte Informationen. „Zentrales Produkt unserer Bank ist das netgic Konto“, sagt Wings. Es beinhaltet nicht nur die Funktionen eines konventionellen Girokontos mit Dispositionskredit (8,75 % Zinsen). Darüber hinaus sind enthalten ein Sparkonto, Termineinlage sowie ein Abwicklungskonto für das offiziell ab =>

Herbst (intern ab Juli) verfügbare Wertpapierdepot. Das netgic Konto wird ab der ersten Mark, resp. Euro, verzinst, und zwar - abhängig vom Guthaben - mit einer Bandbreite zwischen 2,4 und 3 Prozent. Außerdem haben die Kunden die Möglichkeit, sich jederzeit ihren aktuellen Vermögensstatus und die VISA-Kreditkartenumsätze anzeigen zu lassen.

Als Attraktion bezeichnet Wings den elektronischen Markt, der schrittweise ausgebaut werden soll. Erster Partner in diesem Geschäft ist der Nürnberger Musikhändler „Music Net“, über den schon jetzt online CD's sowie Videos bestellt werden können.

Für den Reinsbereich plant die NetBank die Kooperation mit TUI, im Handelsbereich besteht gegenseitiges Interesse mit Herti, Metro, Kaufhof und anderen Unternehmen, so Wings. Im Bauspargeschäft sei an eine Zusammenarbeit mit BHW und Schwäbisch Hall gedacht, Versicherungspartner könne die DVK werden.

„Die NetBank ist die strategische Antwort auf die neuen Regeln im Bankenbereich“, sagt Wings. „Sie steht schon heute für das Banking von Morgen.“ Der Vorstandsvorsitzende setzt sich damit ausdrücklich von dem neuen Konzept der „Deutsche Bank 24“ ab, das er als „back to the roots“ bezeichnete.

Muttergesellschaft der Internet-Bank sind die Sparda-Banken, die die 1998 gegründete Internet-Bank mit einem Startkapital von 20 Millionen Mark ausstatteten. Ein Börsengang ist derzeit nach den Worten von Wings nicht geplant. Zielgruppe bilden die 25- bis 50-jährigen „Entscheider und Karriere-Starter“, bei denen Wings ein Potential von rund 50.000 Kunden in den kommenden fünf Jahren sieht. Im gleichen Zeitraum peilt der Vorstandsvorsitzende eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro, also rund einer Milliarde Mark, an.

Die Internet-Bank sieht sich mit ihrem System deutlich unterschieden von den üblichen Direktbanken. „Wir setzen Telefon-Banking nur als Back-up-System ein“, so Wings. Die NetBank würde sich damit noch weiter spezialisieren als Direktbanken. Sollte der Rechner-Gau eintreten und alle Systeme und Programme abstürzen, gibt es einen Notservice. Für diesen Fall können alle Transaktionen über ein rund um die Uhr besetztes Call Center abgewickelt werden.

☎ Weitere Informationen gibt die NetBank AG Pressestelle Frankfurt, Telefon: 01805 - 666390, Fax: 069 - 7390 0786, eMail: presae@netgic.de, Holger Schwedler. ●

<http://www.netgic.de>

Prognose vielleicht zu optimistisch



Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt - Wiesbaden

Europas erste Netbank sitzt in Hamburg!

Von LIEN KASPARI

Online-Banking ist nichts Neues. Eine Bank, die es nur im Internet gibt, aber schon. Seit einer Woche bietet die erste europäische „Netbank“ im weltweiten Datennetz ihre Leistungen an.

Fünf Büroräume von ca. 150 qm - gemietet bei der Sparda Bank in Hamburg, ein paar Computer, 10 Mitarbeiter. Fertig ist die Online-Bank. „Wir sind eine Vollbank, haben aber keine Filialen und sind für Kunden ausschließlich übers Netz erreichbar“,



sagt Vorstandsmitglied Peer Teske (34). Tatsache ist: Immer mehr Menschen wickeln im Zeitalter neuer Medien ihre Bankgeschäfte übers Internet ab. Grund: Zeitersparnis, Bequemlichkeit. „Darüber hinaus sind wir mit unseren Leistungen wesentlich günstiger,

denmangel: „Wir rechnen in den nächsten fünf Jahren mit 50 000 Netbank-Kunden!“ Ausgestattet wurde die Netbank mit einem Kapital von 20 Millionen Mark. Teske: „Wir sind eine Aktiengesellschaft, hinter der sieben der 17 Spardabanken stehen. Dennoch

bieten u. a. ein kostenfreies Girokonto an, nehmen für den Dispo-Kredit weniger Zinsen“, sagt Teske. Deshalb hat er auch keine Angst vor Kundenmangel:

arbeiten wir absolut unabhängig.“ Vier Millionen Mark wurde in die Netbank investiert - eben so viel Geld, wie das Einrichten von drei normalen Filialen kosten würde.

Wer Geld abheben möchte, muß einen der 500 Sparda-Geldautomaten aufsuchen - Nutzung kostenlos. Gibt's eine Frage zu klären, hat der Netbank-Kunde allerdings ein Problem. Denn: „Wir beraten nicht. Von unseren Kunden erwarten wir, daß sie sich gut auskennen und wissen, was sie wollen.“ www.netbank.de



BLICKPUNKT

Klick aufs Konto

Banken suchen nach dem besten Weg im Datennetz

In der Bankenbranche herrscht Rätselraten über die richtige Antwort auf das Internet. Vergangene Woche eröffnete mit der Netbank AG die erste europäische Bank, die ausschließlich über das Netz zu erreichen ist. Die neue Tochter der Sparda-Banken verzichtet nicht nur auf ein herkömmliches Filialnetz, sondern auch auf eine telefonische Betreuung der Kunden, an der die anderen Direktbanken im Internet bislang noch festhalten. „Wir setzen darauf, daß bis zum Jahr 2010 gut ein Drittel des Vertriebs im Bankenbereich über das Netz abgewickelt wird“, sagt Heinz Wings, Vorstandsvorsitzender der Netbank AG. Vier Millionen habe man investiert, um sich frühzeitig Anteile am wachsenden Markt zu sichern. Die Summe entspricht dem Aufwand für drei herkömmliche Filialen. Nur zehn Mitarbeiter sollen die Bank zum Netzerfolg führen.

Dagegen wird die Deutsche Bank die Aktionäre bei der Hauptversammlung am 17. Mai bitten, ihre Direktbank-Tochter nach knapp vier Geschäftsjahren wieder mit dem Filialnetz zu verknüpfen. Die Bank 24 startete im Herbst 1995 mit 77 Mitarbeitern, heute betreuen knapp 850 Angestellte etwa 400 000 Kunden. Nur 20 Prozent aller Bankkunden seien mit einem reinen Direktbank-Angebot über Internet und Telefon zufrieden, so das Fazit der Deutschen Bank, die Mehrheit wolle ab und an ein persönliches Gespräch in der Filiale.

Überweisungsaufträge werden in Zukunft wohl generell per Internet erledigt, da sind sich die Konkurrenten einig. Bei komplizierteren Geschäften wie etwa dem Abschluß eines Bausparvertrags setzt die Deutsche Bank hingegen auf das persönliche Anlagegespräch, während sich die Netbank auch hier völlig auf die Technik verläßt. Nick Netgic heißt der virtuelle Berater, der, mit künstlicher Intelligenz ausgestattet, den Kunden bedienen soll. Noch steckt er allerdings in der Ausbildung und reagiert auf nichtplanmäßige Fragen mit hilflosen Platitüden.

„Auch wenn nur ein Drittel der Bankkunden in Zukunft mit dem reinen Internet-Angebot zufrieden ist – dieses Drittel reicht uns“, sagt Netbank-Chef Heinz Wings. Trotzdem bricht die Netbank vorerst nicht sämtliche Brücken zur realen Welt ab. Im Hintergrund helfen die sieben Sparda-Banken ihrer Tochter auf die Beine. Zwar hat die reine Internet-Bank bewußt kein eigenes Call Center eingerichtet, doch auf der Homepage verweist eine Nummer den Kunden auf den Telefonservice der Hamburger Sparda-Bank. Auch beim Marketing oder Controlling übernimmt die Muttergesellschaft Aufgaben. „Wir haben alles weggegeben, was nicht mit dem Internet-Banking zu tun hat“, bestätigt Wings.

Für den Kunden ist ein Unterschied kaum zu bemerken, ob er nun unter www.netgic.de oder www.bank24.de seine Bankgeschäfte erledigt. Wie bei den übrigen Direktbanken, die sich inzwischen im Netz tummeln, kann er dort Geld überweisen oder Wertpapiere für sein Depot einkaufen. Einige Internet-Banken bieten ihm darüber hinaus Zugriff auf aktuelle Börsenkurse und liefern über News-Ticker und Artikel weitere Daten über den Markt. „Information-broking“ nennt die Branche dieses Serviceangebot, um mehr Kunden für das Netz zu interessieren. Die Netbank will noch weiter gehen und ihre Web-Site zum elektronischen Marktplatz ausbauen. Bisher können CDs und Videos von einem kooperierenden Unternehmen bestellt werden, bald werden auch Reiseveranstalter in die Bankseite integriert.

NICOLA DICKMANN



Sparda-Banken starten NetBank AG

— Börsen-Zeitung, 1.5.1999

bf Frankfurt (Eig. Ber.) – Mit der NetBank AG, Online-Tochter von sieben Sparda-Banken, startet nach eigenen Angaben die erste reine Internetbank in Europa. Ausgestattet mit einer Vollbanklizenz versteht sich das Institut vor allem als „elektronisches Handelshaus“: Neben den üblichen Bankdiensten sollen verstärkt Kredite, Versicherungen, Bausparverträge und Fonds über das world-wide-web verkauft werden. Im Rahmen des e-commerce ist auch der Handel mit CDs und Reisen vorgesehen. Ab Herbst plant die Bank zudem den Einstieg in das Online-Broking.

„Die Konzentration auf das Internet ist eine deutliche Abgrenzung zu herkömmlichen Direktbanken“, sagte der Vorstandsvorsitzende Heinz Wings bei der Vorstellung der Bank. Mit dem Verzicht auf die telefonische Auftragsannahme und Beratung erwartet er einen schnelleren Service zu günstigeren Konditionen. Darüber hinaus werde die Bank im Rahmen einer No-Risk-Garantie das wirtschaftliche Risiko tragen, falls beim Online-Banking ein Schaden auftritt, der vom Kunden nicht verschuldet ist.

Das 1998 von den Sparda-Banken Hamburg, Stuttgart, Regensburg, Wuppertal, Nürnberg, Karlsruhe und Saarbrücken gegründete Institut will in fünf Jahren Gewinn machen. Bis dahin werden 50 000 Kunden und eine Bilanzsumme von 600 Mill. Euro angestrebt.



Issue 99-9: 5 May 1999

VIRTUAL FINANCE

I N T E R N A T I O N A L

Online strategies to sell financial services successfully

Germany's Sparda sets up Net bank

Seven of the 17 members of Germany's Sparda Bank Co-operative have established Netbank AG, an Internet-only bank based in Hamburg.

Chairman Heinz Wings said that the operation would offer banking services, information broking and certain non-bank products. Dr Wings said that the current volume of business was 90% banking services and 10% e-commerce, but that the aim was to bring the ratio to 50:50.

Customers can currently buy CDs and videos at Netbank's site through a deal with Regensburg-based MusicNet. Netbank said that it was in negotiations with tour operators and car hire companies.

Dr Wings said that the bank hopes to start securities trading online in July and to introduce insurance and mortgage services from the third quarter.

Netbank is co-operating with insurer DEVK Allgemeine and with Schwaebisch Hall for mortgages. The bank has a capital of Dm20m and is aiming for a balance sheet of Dm1.2bn and 50,000 customers within five years, by which time it hopes to be profitable.

Sparda has invested Dm4m in the bank, which currently employs only 10 people.

■ The launch of Netbank prompted a quick response from a German competitor, Munich-based Advance Bank. The same day that Netbank

announced the start of operations, Advance Bank said that it was about to launch its own Internet bank.

Advance Bank chairman Dirk Drechsler said that he was "positively surprised by the strong acceptance of its online services", with more than 55% of customers' transactions taking place online — a percentage which the bank said that it had not expected to reach until 2001.

Mr Drechsler said that Advance Bank planned to expand its Internet services and to integrate its call centre, Internet service and marketing strategy.

www.netbank.de

www.advance-bank.de



MANAGER-PROFIL

Dr. Heinz Wings (47); Vorstandsvorsitzender der Net Bank AG; geboren in Eschweiler, verheiratet, zwei Kinder, wohnt in Uetersen; Lebensmotto: „Der Konkurrenz durch Innovationen immer um eine Nasenlänge voraus sein“; Erwartungen an die Politik: „Die arbeitsmarktpolitischen Chancen, die sich durch die Neuen Medien ergeben, sollten besser gefördert werden“; Lieblingsreiseziel: Dominikanische Republik; Traumreiseziel: Skandinavien; Ausgehtip: Kunsthalle; Freizeit: Schwimmen, Sauna; Abneigung: „Unkonstruktive Forderungen“; Was fehlt Hamburg? „Eine bessere Anbindung zum Flughafen“.





Heinz Wings, Vorstandsvorsitzender der Netbank, im Gespräch

Virtuelles Haus mit Chef zum Anfassen

HANDELSBLATT, Donnerstag, 6.5.99

Ein sonniger Sommermorgen auf einer Schäreninsel vor der schwedischen Küste. Heinz Wings sitzt auf der Veranda eines rostrot gestrichenen Holzhauses, läßt den Blick übers Meer schweifen und wendet sich dann seinem Laptop zu, der neben Kaffeetasse und Marmeladenglas auf dem Frühstückstisch steht. Der Vorstandsvorsitzende der Hamburger Netbank AG macht hier nicht etwa Urlaub. Sein Rechner hängt am World Wide Web; Wings steuert die Geschäfte der Bank in Deutschland via Datenleitung.

Die Netbank ist bereits Realität, der Rest ist Wings' Wunschtraum - „aber ein realistischer“, sagt der Chef des ersten europäischen Geldinstituts, das sich ausschließlich auf den Vertriebskanal Internet stützt. Da die Online-Only-Bank erst seit Januar letzten Jahres existiert, muß Wings noch „jede Menge Pionierarbeit“ leisten, und das erfordert seine volle Präsenz. „Hier muß der Vorstand die Ärmel hochkrempeln und selber anpacken“, sagt der 47jährige, der sich selbst als „klassischer Banker mit Anzug und Krawatte“ beschreibt. Ganz dazu passend der Verlauf seiner Karriere: Wings hat eine Banklehre bei der ehemaligen Sparkasse Jülich absolviert, Betriebswirtschaft in Münster studiert und promoviert - zwar erst Jahre nach Abschluß des Studiums, dafür aber „magna cum laude“. Er war Stabsmitarbeiter bei der Nord/LB in Hannover, ging als Chefcontroller zum Privatbankhaus Paritin & Co., stieg dort schnell in die Geschäftsleitung auf und wechselte 1987 in den Vorstand der Hamburger Sparda-Bank. Seit 1991 ist er deren stellvertretender Vorstandsvorsitzender.

Den Posten des Sparda-Vizechefs hält Wings noch heute - neben seinem Spitzenjob bei der Netbank. Er zeichnet verantwortlich für Organisation, Datenverarbeitung, Rechnungswesen, Controlling und einiges andere mehr. Wings ist kein Computerfreak oder gar ein begeisterter Internet-Surfer. Im Lauf der Jahre habe



Heinz Wings macht vor, wie man mit nur zehn Mitarbeitern eine ganze Bank in Betrieb hält.
Foto: Netbank

sich bei ihm lediglich eine „gewisse Affinität zum Computer“ entwickelt, wie er sagt. In den frühen 80er Jahren bereits habe er einige DV-Projekte geleitet, aber erst 1994, auf einer Messeveranstaltung, die ersten Berichte über das World Wide Web gehört. Wings machte sich schnell kundig, schrieb Aufsätze über Internet-Banking für die Fachpresse, saß wenig später bereits auf dem Podium eines Kongresses über „Die virtuelle Bankfiliale“. Seither hat ihn das Thema nicht mehr losgelassen.

Dennoch verbringt der Netbank-Boss nicht viel Zeit vorm Monitor. Seine Tätigkeit ist die eines typischen Managers. Er führt vor allem Vertragsverhandlungen mit potentiellen Kooperationspartnern, denn das Online-Only-Institut soll sich nicht nur auf Bankdienstleistungen beschränken, sondern auch als Informationsbroker tätig werden und Umsätze im Handel mit bankfremden Produkten machen - so die Pläne.

50 000 Kunden will Wings in den näch-

sten fünf Jahren werben und eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro (1,17 Milliarden Mark) erzielen. Das klingt bescheiden, wenn man an die rund sieben Millionen Kunden des Branchenprimus Deutsche Bank denkt. Doch der Hamburger Bankenwinzling soll zu einem Renditeriesen heranwachsen - „zehnfach so profitabel wie eine klassische Bank“, hofft Wings. Das erscheint fast sensationell und dennoch nicht unrealistisch, denn die Investitionen betragen lediglich rund zwei Millionen Euro (3,9 Millionen Mark), entsprechend dem Aufwand, der bei der Errichtung von etwa drei konventionellen Bankfilialen anfällt. Das meiste Geld steckt Wings in die Informationstechnik, nur wenig in die Belegschaft. Gerade einmal zehn Mitarbeiter zählt das Online-Only-Institut zur Zeit, maximal 30 sollen es einmal werden.

Seine Vision von der Erledigung seiner Führungsaufgaben via Datenleitung und Computer setzt Wings bereits ansatzweise um. Mit seiner Sekretärin, die sich zur Zeit zu Hause im Erziehungsurlaub befindet, hält er über das Internet Kontakt, Digitalkamera und Mikrofon unterstützen die Korrespondenz: „Wir reden über alle Dinge, die gerade anstehen und arbeiten gemeinsam an Dokumenten, so wie wenn sie bei mir im Büro wäre“, sagt der Netbank-Chef. Abgesehen davon sei er aber eher „ein Vorstand zum Anfassen“.

„Es gibt zwar ein Organigramm mit Berichtsebenen unterhalb des Vorstands, aber wir verstehen uns hier als Team“, sagt Wings. Jeder hat unmittelbaren Zugang zum Chef, und ein erst 24jähriger Bankkaufmann in den Reihen seiner Mitarbeiter berichtet de facto direkt an den Vorstand: „Man kann in kurzer Zeit in eine Vorstandsposition hineinwachsen.“ Problem nur: Führungskräfte mit Qualifikationen, wie sie in einem virtuellen Geldinstitut benötigt werden, gibt es noch nicht auf dem Arbeitsmarkt. „Die werden gerade gebacken“, sagt Wings.

Rainer Steppan

Der Autor



Jörg Birkelbach ist als Direktor für den Bereich neue Medien des Bankhauses Oppenheim Jr. & Cie. in Köln tätig. Gleichzeitig schreibt er als freier Autor für kommerzielle Wirtschaftsmagazine und als Fachautor über zum Thema Internet Banken. jb@birkelbach.com
<http://birkelbach.com>

Wer des Autors

Banking – Bankgeschäfte rund um die Uhr
Verlag, 1998, 27,70 Mark

Finance – Bankgeschäfte im Internet. Wirtschaftlicher Verlag, Th. Gabler, 1998, 48 Mark
409-14095-6

Banken online

Der Verband Deutscher Banken führt, sortiert, über Links zu allen die dem Verband an und im Internet sind. www.bdb.de

Online-Banken in der Kritik

Kein Konzept für Kunden-Service

Homebanking steht in Deutschland vor einem beispiellosen Boom. Doch zugleich bietet sich die Branche nach Ansicht von Branchenprofi Jörg Birkelbach als Fallstudie an für typische Fehler, die Anbieter begehen können

Bankgeschäfte via PC sind in Deutschland seit Anfang der achtziger Jahre möglich. Doch erst mit dem Internet-Boom ist das Thema Homebanking so richtig in das Rampenlicht des öffentlichen Interesses geraten. Allerdings: Nur knapp 6,5 Millionen der insgesamt etwa 70 Millionen Kontoverbindungen in Deutschland werden bislang online geführt.

Die Gründe für die spürbare Zurückhaltung breiter Bevölkerungskreise liegen weniger in Sicherheitsbedenken oder grundsätzlicher Skepsis gegenüber dem Medium Internet, sondern sind häufig hausgemacht. Bei ihren Ausflügen in den Cyberspace stoßen potentielle Online-Bankkunden allzu häufig auf Hürden, die die Freude an dieser modernen Form des Bankings verleiden können. Technische Probleme beim Homebanking bleiben häufig ungelöst:

- Neukunden müssen teilweise wochenlang auf die Anmeldung der Konten und Depots warten.
- Die Unterlagen zur Eröffnung sind nicht nur umfangreich, sondern nicht selten auch kompliziert.
- Ist das Konto dann online, kommen Formulare oft spät oder überhaupt nicht.
- Beschwerden, die früher unmittelbar an einem Bankschalter formuliert werden könnten,

müssen heute einem mehr oder weniger anonymen Call Center-Mitarbeiter mitgeteilt werden, der zwar ausführlich seinen Namen nennt, der dem um Rat suchenden Kunden aber beliebig von einer Maschine zugeleitet wird.

Weichen die Anfragen einmal vom „Normalfall“ ab, wird es nicht selten chaotisch. Das Spezialwissen der Call-Center-Beflegschaften ist trotz intensiven Trainings eher dürftig. So kommt es schon einmal vor, daß man von einem „Spezialisten“ zum nächsten durchgereicht wird, bis man entnervt den Hörer auflegt und sich seine alte Filiale um die Ecke zurückwünscht.

Vor diesem Hintergrund fallen einem spontan die Erfahrungen mit einem schwedischen Möbelhaus ein: Nachdem man die Einrichtung selbst nach Hause geschleppt hat, muß man das Ganze auch noch selber aufbauen. Mittels eines einzigen Schlüssels und einer kryptisch anmutenden Anleitung dauert der Aufbau dann meist mehrere Tage und kostet jede Menge Nerven. Unterm Strich hätte sich dann der Kauf in einem Möbelhaus mit Liefer- und Aufbauservice gelohnt. Im nachhinein ist man immer klüger.

Verstärkte Kundenbeschwerden treffen nach Aussagen von Branchenkennern derzeit ausnahmslos alle Direktbanken im Bereich ihres Internet-Angebots.

Grund für den Unmut: die viel zu langen Antwortzeiten der Internet-Anwendungen beim elektronischen Zugang zur virtuellen Bankfiliale. Gerne werden Wochenenden und miternächtliche Zeiten genutzt, um Wartungsarbeiten an den Bankrechnern durchzuführen; sehr zum Leidwesen und Ärger vieler Homebanker, die genau zu den Zeiten ihre Geschäfte abzuwickeln pflegen, wenn die traditionelle Filiale geschlossen ist.

Eine weitere bittere Pille: Die Kosten des Bankings von zu Hause aus sind weitaus höher als gemeinhin angenommen. Vordergründig entsteht der Eindruck, daß Homebanking größere Kostenvorteile biete, da diese Art des Bankgeschäfts meist begünstigt oder gar kostenfrei ist. Je nach Häufigkeit



Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt - Wiesbaden

NetBank: Erste virtuelle Bank in Deutschland

Am 15. April startete die NetBank AG als nach eigenen Aussagen „europaweit erste Direktbank, die Bankgeschäfte ausschließlich über das Internet anbietet“. Über Kooperationen mit bankfremden Produktanbietern und durch konsequent betriebenes Outsourcing von Aufgabenfeldern will die NetBank nach Angaben ihres Vorstandsvorsitzenden, Dr. Heinz Wings, Online-Kunden in Europa ein „zukunftsweisendes Leistungsspektrum“ bieten (siehe Interview Seite 46).

Das Angebot der NetBank geht weit über das konventionelle Banking hinaus: Attraktive und einfach zu verstehende Produkte („Klipp und klar“) im Bankbereich sollen angereichert werden durch die kostenfreie Bereitstellung kundeneindividueller Informationen und zielgruppenspezifischer

NetBank ging am 15. April ans Netz und will der gesamten Branche die Stirn bieten.

und Dauer der Banksitzungen am heimischen Schreibtisch können schon mal 200 bis 300 Mark an zusätzlichen Kosten pro Jahr anfallen, die sich überwiegend aus Telefongebühren ergeben. Ob sich dies dann tatsächlich lohnt, muß jeder Bankkunde individuell für sich ausrechnen.

Das Computermagazin c't fand kürzlich in einem Online-Test heraus, daß es mit der Kommunikation über E-Mail bei den meisten Banken auch nicht gerade zum Besten steht. Mail-Anfragen wurden in der Mehrzahl der Fälle nur unvollständig, gar nicht oder mit erheblicher Verspätung beantwortet. Offenbar gibt es beim Internet Banking noch keine durchgängigen Konzepte, wie man Kundenanfragen per E-Mail überhaupt behandeln soll. Da müssen sich die Banker die Frage gefallen lassen, warum sie überhaupt ein so schnelles Medium anbieten, wenn deren Beantwortung länger dauert als beim klassischen Brief?

Direktbanken gibt es in den unterschiedlichsten Ausprägungen: vom Vollsortimenter (Bank 24) bis zum Spezialisten sind alle Facetten vertreten. Wertpapierspezialisten in reiner Form sind zum Beispiel Consors und die Direkt Anlage Bank. Der große Rest im Wettbewerbsumfeld liegt irgendwie auf dem Weg zwischen Consors und Advance Bank, wobei letztere eindeutig als Direktbank

jetzt online

„Netgic“ bankfremde Produkte wie Musik-CDs zu kaufen. Wings: „Das E-Commerce-Institut NetBank versteht sich als elektronisches Kunden-Center, das sowohl Finanzdienstleister, Informationsbroker als auch elektronisches Handelshaus für sonstige Produkte ist.“

Die Konzentration auf den elektronischen Vertrieb soll der NetBank in den nächsten Jahren ein enormes Entwicklungspotential sichern. Wings sieht das Internet als einzig wirklich zukunftsorientiertes Medium im Bankgeschäft. Online-Banking werde bis zum Jahr 2010 etwa ein Drittel des gesamten Marktes ausmachen. Daher sei es konsequent, Fax oder Telefon ausschließlich als „Back-up-Vertriebswege“ zu nutzen. Die NetBank beabsichtigt, auf der Basis von künstlich-intelligenten Wissensdatenbanken über ihren elektronischen Berater „Nick Netgic“ technikhäufige Beratung zu bieten.

NetBank das wirtschaftliche Risiko, wenn der Kunde seine Mitwirkungspflichten erfüllt habe.

Vor allem Individualität und Service zu günstigen Konditionen sollen bei dem Angebot der NetBank großgeschrieben werden. Software soll NetBank-Kunden die Möglichkeit geben, sich eine auf die persönlichen Anforderungen zugeschnittene Homepage zu erstellen, individuelle Informationsangebote abzufragen und über das Online-Kaufhaus

schwer Dienstleistungs- und Handelsprodukte. „Die NetBank ist ein „E-Commerce-Institut“, das zufälligerweise auch Bankdienstleistungen anbietet“, so Wings. Auch bei der Transaktionssicherheit gehe die NetBank neue Wege: Neben den umfangreichen technischen Vorrichtungen, die mit insgesamt fünf Sicherheitsstufen für maximalen Schutz sorgen, werden die Kunden über eine „No-Risk-Garantie“ abgesichert. Dabei übernehme die

The screenshot shows the NetBank website with a navigation menu on the left and several service highlights on the right. The navigation menu includes: NETGIC, WIT ATTRAKTIVEM ZINSEN, CULICK, and BANK 24. The service highlights include:

- NetBank als Direktbank mit Internet-Banking: Die NetBank, Deutschlands einzige Internetbank, wird ihren Kunden ab Herbst 1999 auch ein Wertpapierdepot anbieten. NetBank-Kunden können schon jetzt ein TerminiDepot anlegen und bis zu 200.000 Mark Börsenkursen abgeben.
- NetBank - Die Wissensbank: Das Wissen wird zum verbindenden Element und zur Basis der NetBank. Neben klassischen Bankleistungen bietet NetBank individuelle Informationen nach Ihren persönlichen Wünschen und Interessen.
- Netgic Konto mit attraktiven Zinsen: Braterei mit Order-Passbüchlein: Internet-Banking mit No-Risk-Garantie: Individuelle Services für unsere Kunden.



Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt · Wiesbaden

mit Beratungsfunktion antritt. So schön eine derartige Vielfalt ist, so schwierig macht es dies für den Kunden zu differenzieren, welche Bank denn nun die beste für seinen persönlichen Bedarf sei. Folgt man etwa den verlockenden Konditionen der Bank Santander, sollte man tendenziell konsumorientiert sein. Kunden mit ausgeprägter Neigung zum Börsengeschäft wären hier Fehl am Platze und schnell enttäuscht. Diese sind beispielsweise besser bei der Bank 24, Comdirect oder der Direkt Anlage Bank aufgehoben.

Um dieses Problem in den Griff zu bekommen, wäre vorab die Durchführung einer Bedarfsanalyse notwendig. Und diese ist bei dem Konditionenwettbewerb nur sehr schwer möglich. Es ist daher zu begrüßen, daß sich entsprechende Dienstleister etabliert haben, die dies als Service anbieten. Erste Ansätze in diesem Zusammenhang bieten zum Beispiel Aspect Online oder BankSelect. Diese Services bieten die Möglichkeit, exakt die richtige Online Bank für sein persönliches Bedürfnis herauszufiltern.

Nach dem Willen der Bankoberen sollen eine Reihe von technologischen Veränderungen und Weiterentwicklungen, zum Beispiel des in Deutschland entwickelten Banken-Standards HBCI (Home Banking Computer Interface) 1999 nun endgültig zum Jahr des Internet

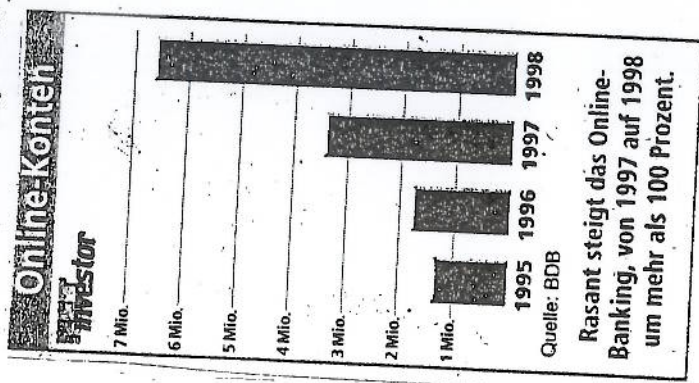
Bankings in Deutschland machen. Aber was ist eigentlich HBCI und was ändert sich für den Homebanker durch diesen neuen Standard?

HBCI steht für Home Banking Computer Interface. HBCI wird jetzt von allen Banken und Sparkassen in Deutschland verbindlich eingeführt. Dieser zukunftsweisende Homebanking-Standard soll dazu beitragen, daß das Leistungsspektrum im Rahmen des Homebanking-Angebots deutlich größer wird, das heißt möglichst die gesamte Palette an Bankleistungen über das Internet verfügbar wird, eine einheitliche Plattform für die Nutzung verschiedener Bankverbindungen möglich wird (Multibankfähigkeit), und allen Kunden dieses Angebot zugänglich gemacht wird, ganz gleich welches Endgerät, Transporthetz oder welche Software sie einsetzen. Ferner soll das derzeit gültige, aber nicht mehr zeitgemäße PIN/TAN-Verfahren durch ein moderneres Verfahren ersetzt werden. Die PIN (Persönliche Identifikationsnummer) wird derzeit noch in Verbindung mit Transaktionsnummern (TAN) eingesetzt, um eine sichere Verbindung zur Bank zu ermöglichen. Dieses Verfahren wird derzeit durch moderne, zeitgemäße Verfahren abgelöst, bei denen dann sowohl Chipkarten als auch elektronische Unterschriften genutzt werden.

Der besondere Vorteil von HBCI für Homebanker liegt zukünftig nicht nur in einem Höchstmaß an Sicherheit, sondern daß sie jederzeit – auch über offene Netze wie das Internet – Banktransaktionen von jedem beliebigen Ort durchführen können. Der PC als Endgerät erhält dabei zunehmend Konkurrenz von anderen Endgeräten, wie zum Beispiel Smartphones (Telefone mit intelligenten Funktionen), WebTV (Surfmöglichkeit über das Fernsehgerät) und Handheld PCs (Organizer wie zum Beispiel der PalmPilot).

Aus der Bereitstellung des HBCI-Standards werden sich auch zwangsläufig neue oder veränderte Fragestellungen bezüglich der Haftung respektive der Beweislast im Bereich des Homebankings ergeben, denn die hohen Sicherheitsstandards, die mit der Einführung von HBCI einhergehen, könnten auch Einfluß haben auf die Gestaltung der Geschäftsbedingungen zur Nutzung von Online Banking. Nach der geltenden Rechtslage trägt der Kunde zunächst die Beweislast, das heißt, er muß der Bank ein schuldhaftes Verhalten nachweisen, falls mal etwas schiefgehen sollte. Dies müßte im Falle von Internet Banking in Form von technischen Systeminformationen erfolgen, wozu der Kunde in der Regel kaum in der Lage sein dürfte. Dies ist auch der Grund dafür, daß verschiedene Verbraucherschutzorganisationen fordern, Kunden von

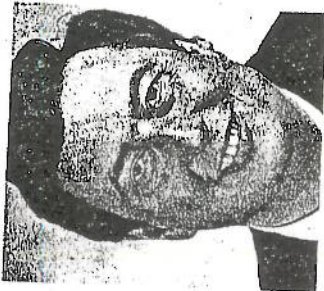
Die Firma RVB Faktum Direkt bietet bereits seit Anfang 1998 Internet Banking auf Basis von HBCI als Dienstleistung für Bankhäuser an und präsentiert damit die bundesweit erste Banken-Anwendung, die auf dem Bankenstandard basiert. Diese sichere Basis sowie die nachhaltig guten Erfahrungen des vergangenen Jahres haben den Vorstand der Raiffeisen-Volksbank eG dazu veranlaßt, ab Januar 1999 die Sonderbedingungen des Homebankings zu ändern und die Umkehr der Beweislast zugunsten des Bankkunden festzuschreiben. Ob damit ein neuer Trend gesetzt wird oder die RVB mit dieser Vorgehensweise ein Einzelfall bleiben wird, bleibt abzuwarten. HBCI bietet auch die Bank für Gemeinwirtschaft BfG an. Die Verschlüsselung läuft über eine Chipkarte. Insgesamt kann aber festgestellt werden, daß in Sachen Homebanking noch viel zu tun ist, um nachhaltig zu überzeugen.



Rasant steigt das Online-Banking, von 1997 auf 1998 um mehr als 100 Prozent.



investor interview



Dr. Heinz Wings,
Vorstandsvorsitzender
der NetBank AG

? Die NetBank versteht sich als virtuelle Bank. Wie unterscheidet sich Ihr Konzept von dem anderer Internet-Banken?

Wings: Die NetBank konzentriert sich ausschließlich auf Internet Banking und E-Commerce. Diese Spezialisierung bedeutet für unsere Kunden, neben Kostenvorteilen gegenüber herkömmlichen Direktbanken, vor allem höchste Qualität auf neuestem technischen Stand.

? Welche Vorteile hat der Kunde durch die Online-Abwicklung?

Wings: NetBank Kunden sind unabhängig von räumlichen

„Vorreiter mit der No-Risk-Garantie“

Dienstleistungen einer Bank entsprechen.

? Wie geht es weiter mit dem Angebot der NetBank und dem Markt insgesamt?

Wings: Zunächst starten wir mit 'Klipp und klar'-Angeboten, wie zum Beispiel dem NetgicKonto und dem NetgicRatenkredit. Später werden wir das NetBank-Angebot auch um komplexere Dienstleistungen erweitern. Wir werden zu zielgruppenbezogenen Themen – wie beispielsweise Altersvorsorge, Familiengründung, Hausbau oder Reisen – geeignete Produktangebote gemeinsam

mit den Kooperationspartnern zusammenstellen.

? Wie sicher ist das Internet Banking aus Sicht des Kunden?

Wings: Auf der technischen Seite gewährleistet unser umfangreiches Sicherheitssystem einen maximalen Schutz. Weitmasstäblicher sind Bankkunden jedoch daran interessiert, ihr wirtschaftliches Risiko zu minimieren. Auch hier ist die NetBank mit einer 'No-Risk-Garantie' Vorreiter der Branche. Die Garantie greift immer dann, wenn in einem eventuellen Schadensfall der Kunde seinen Mitwirkungspflichten entsprochen hat.

oder zeitlichen Einschränkungen, sie können schnell und kostengünstig alle Bankgeschäfte erledigen und erhalten auf Wunsch maßgeschneiderte Informationen und Angebote, die exakt ihren Anforderungen an die



So rosig sieht der BDB das Online Banking

Über 6,6 Millionen Konten wurden Ende 1998 online geführt. Der Kunde erledigt seine Bankgeschäfte von zu Hause oder dem Büro aus über den Bildschirm. Damit hat sich der Boom der vergangenen Jahre fortgesetzt und sich die Zahl der Online-Konten im Vergleich zum Vorjahr (3,5 Millionen) erneut fast verdoppelt. Mit rund 2,6 Millionen Online-Konten wickeln die privaten Banken fast 40 Prozent des elektronischen Bankverkehrs ab.

Dabei wird zwar die Mehrheit der Konten (etwa 1,6 Millionen) immer noch über den Online-Dienst (T-Online/Btx) der Deutschen Telekom geführt. Doch über das Internet werden mittlerweile auch knapp eine Million Konten gepflegt. Damit hat sich die Anzahl der Konten von Kunden der Privatbanken im World Wide Web in den vergangenen anderthalb Jahren fast verzehnfacht. Die Sparkassen geben eine Gesamtzahl von 2,5 Millionen Online-Konten (Marktanteil: 38 Prozent) an, die Postbank notiert

weitere 560.000 (acht Prozent). Kunden von Volks- und Raiffeisenbanken führen inzwischen rund eine Million Konten (15 Prozent) über die verschiedenen Online-Systeme (siehe Grafik).

Welche Bankgeschäfte der Teleshopper von zu Hause aus per Online Banking tätigen kann, variiert von Bank zu Bank. Doch von wenigen Ausnahmen abgesehen, kosten Geldtransaktionen über das Internet nicht mehr, meist sogar weit weniger an Buchungskosten als normale Überweisungen. Ein Preisvergleich lohnt sich in jedem Fall. Zum Standard im Online-Service der Banken gehört mittlerweile nicht nur die Möglichkeit der Kontostandsabfrage, sondern auch die Auslieferung von Einzelüberweisungen. Zusätzlich bieten immer mehr Kreditinstitute an, Terminaufträge, Daueraufträge oder Lastschriften per Bildschirm abzuwickeln. Auch der Kauf von Sparbriefen, die Anlage von Festgeld, Bestellungen von Reisezahlungsmitteln sowie Beispielrechnungen für

Kredite oder Sondersparformen sind inzwischen Bestandteile vieler Online Banking-Programme.

Neuester Trend: Einige Online-Filialen haben ihr Angebot für Privatanleger an den Börsen auf- und ausgebaut. Dort finden sich nicht nur Informationssseiten mit aktuellen Aktienkursen, sondern auch Möglichkeiten, Aktien direkt über das Internet zu ordern und Wertpapierdepots online zu verwalten.

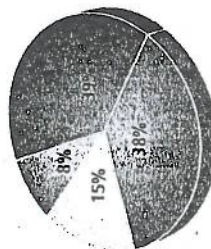
Für den Bankkunden ist der Umstieg auf das Online Banking interessant. Er ist jederzeit über seinen Finanzstatus auf dem laufenden, kann Zinsvorteile oder Kursgewinne durch Buchen in letzter Sekunde wahrnehmen. Und er erfreut sich einer weitgehenden Unabhängigkeit, denn er ist weder an Öffnungszeiten einer Bank gebunden, noch spielt der Wohnort eine Rolle. Der Bundesverband deutscher Banken bietet eine Übersicht über die privaten Banken, die mit einem Homebanking-Angebot vertreten sind, unter der Adresse www.bdb.de.

noch nicht geöffnet, der neue Shop der Schneckenpost. Damit will die Deutsche Post AG ins Internetgeschäft einsteigen. Ein Shopping-Portal soll redaktionelle Themen aus den Bereichen Familie und Beruf miteinander verbinden. Die Inhalte werden von Content Providern geliefert, eine Redaktionsgruppe der Post in Köln übernimmt die Aufarbeitung. Als Lieferanten sind unter anderem die Verlagsgruppe Milchstraße, Focus Online und Pro Sieben Online im Gespräch. www.evita.de

Wessen Geschäfte laufen online?

net investor

Quelle: Bundesverband Deutscher Banken



- Private Banken
- Sparkassen
- Volks- u. Raiffeisenbanken
- Postbank

Die Privatbanken teilen sich mit den Sparkassen knapp 80 Prozent aller Online-Konten. Doch auch die Postbank hat bereits acht Prozent des Kuchens.

Insurance DIRECT

& I N T E R A C T I V E

Reliance to expand own call centres

New York-based Reliance Group Holdings is to expand its in-house call centre operations and end the use of third-party call centres following the creation of Reliance Personal Insurance, a new unit that consolidates its RelianceDirect telemarketing and Reliant agency units (*IDI*: April 26, 1999).

Keith Phillips, senior vice-president of marketing for Reliance Personal, told *IDI* that the motor insurance division's in-house call centre at its Norristown, Pennsylvania headquarters would be expanded, creating 150 new telesales jobs, in addition to the existing 40.

The new jobs will replace telemarketing services that RelianceDirect had subcontracted out to third-party telemarketing company Site1, which handled the business at its call centres in Kansas and Nebraska.

Reliance Group Holdings has also taken a \$15.6m charge against first-quarter earnings which includes the write-off of previously capitalised information technology expenditures at RelianceDirect following consolidation of its service and support functions with Reliant. The charge also includes the write-off of deferred policy acquisition costs at RelianceDirect resulting from the non-renewal of policies.

Saul Steinberg, Reliance Group chairman and chief executive, said that the combined motor operation "will be able to take advantage of cross-marketing opportunities and a unified

infrastructure". He said that the new company would eventually use the new electronic media to deliver products.

Reliant posted \$200m in premiums in 1998 on policies that were written for high-risk drivers and sold through independent agents. RelianceDirect, aiming at preferred risks, had \$26m in net premiums.

Mr Phillips explained that with the creation of Reliance Personal, agency and call centre staff would sell the group's full range of products at the same price. The group does not foresee any problems arising from competition between the two sales platforms. There is plenty of room for growth for both sales channels in going after "the 99.9% of the US market" that does not yet hold a Reliance policy, Mr Phillips said.

Jeff Dailey, the former president of Reliant, has been named president of Reliance Personal.

Life cover site backs agents

A web-based life cover service called TermQuest has been launched with the aim of maintaining the face-to-face nature of life assurance in the US. TermQuest links online applicants to agents who have agreed to promote the service.

Company founder Herb Katz, insurance coordinator for New Jersey-based The Investment Center, said that TermQuest would compete with web sites that offered insurance products without

Inside this issue

Italy's post office Ente Post hits insurance expansion hurdle.....	2
US branchless Telebank signs deal with online insurance agency.....	3
20th Century Industries re-enters homeowners' direct insurance market.....	3
InsWeb receives \$35m in new funding from Japan's Softbank.....	5
Spain's Direct Seguros doubles business in year to March.....	6
American Bankers Insurance Group loses case against Cendant.....	8
Californians can check earthquake rates online with Insure.com.....	8

using agents and that the service would "give agents the ability to compete with one-stop-shop insurers".

The TermQuest site first asks visitors to click on a map to indicate the US state where they live. Site visitors then select the nearest town to where they live from a list, although TermQuest is not widely represented in some parts of the US. Potential customers complete a brief form before being presented with a choice of assurers. An online request for a quote can then be made or a form can be printed out. At the bottom of the page a TermQuest-affiliated agent is listed, with a contact number.

To become a TermQuest affiliate, agents need to pay a set-up fee and agree to spend \$4,000 a year promoting TermQuest. If a product is sold, the agent receives a commission from the assurer and part of this goes to TermQuest.

Only Los Angeles-based Transamerica and Connecticut-based Hartford Life are currently participating in the scheme and TermQuest is seeking independent financial planners "to fill gaps in its nationwide presence". Most US states have TermQuest representatives in only one or two cities and 14, including New York, Wisconsin, Maine, Vermont and DC, have no representative at all.

www.termquest.com

Blow to post office finance plans

The decision by the Bank of Italy to ban Ente Poste, the state-owned Italian national post office, from acquiring direct banking company Banca Proxima from Banca Intesa threatens to disrupt the post office's plans to expand into insurance and financial services.

Ente Poste had hoped that the acquisition would give it access to Banca Proxima's technology which would support telephone and Internet distribution of products. Following a restructuring programme, Banca Intesa wanted to sell Banca Proxima because of an overlap in capacity.

The Bank of Italy is reported to have ruled against the acquisition because it would have infringed strict competition rules regarding distribution of financial services by non-banking institutions. Ente Poste still intends to launch a life assurance company to develop

bancassurance sales throughout its 14,000-branch network.

Corrado Passera, head of Ente Poste, said that he had intended to develop direct sales of non-life products such as motor insurance in addition to selling life assurance. The post office does not intend to produce non-life policies itself because of the underwriting risks involved and is looking for a life assurance partner.

Mr Passera was confident that his company would successfully launch the new services despite the setback. He hoped that the recent joint venture between the post office and technology company Computer Associates would replace the loss of Banca Proxima. Computer Associates is to develop systems to support sales in branches, over the telephone and Internet for new financial products for Ente Poste.

German Net bank to offer insurance

Seven of the 17 members of Germany's Sparda Bank Co-operative have established Hamburg-based Netbank AG, an Internet-only bank that plans to offer insurance online.

Chairman Heinz Wings said that Netbank was co-operating with insurance group DVK and wanted to sign deals with other local insurers.

Netbank is using the "netgic" brand name and plans to become a full-service e-commerce provider offering financial products, goods and services. "Essentially, we plan to offer anything consumers can pay for electronically", said Netbank executive Holgar Spädler.

Netbank will offer motor, life, health and home insurance, said Mr Spädler. As well as the bank's main product — a multi-functional checking account — in September Netbank plans to launch online investment portfolios.

"The client will determine the services we render", said Mr Spädler, adding that Netbank would create web sites that customers could tailor individually. Such pages could contain personal information, such as investment portfolios and insurance policies.

The Netbank site currently offers information on personal wealth, including itemised VISA card spending records.

With an initial capital of Dm20m, Netbank

hopes to break even within five years, which would entail gaining 50,000 clients and Dm600m in deposits.

Netbank currently has a staff of 10 and uses Sparda's administrative services, for which it pays a fee. It has no call centre, but plans to inform, administer and handle claims solely over the Internet. "Sparda offers the back-office technology we need", said Mr Spädler.
www.netbank.de



Vertriebspolitik

Netbank: Mehr als nur Bankprodukte

Abgesehen von der Sparda-Bank Hamburg hinkten die Sparda-Banken in puncto Internet lange Zeit stark hinter den Wettbewerbern her. Noch 1998 boten sie dem Surfer teilweise nur eine Notbehelf-Webseite mit Adresse, Telefon- und Faxnummer. Dafür verfügen sieben Institute der Gruppe inzwischen über eine eigene Direktbank, die ausschließlich über das Internet erreichbar ist.

Die maßgebliche Mitwirkung der Sparda-Bank Hamburg als Internet-Spitzenreiter der Gruppe ist dabei unverkennbar. Ihr verdankt die Netbank AG, Hamburg, ihren Firmensitz. Aus ihren Reihen kommt auch Heinz Wings, der Vorstandsvorsitzende des neuen Instituts, und von ihr werden die ausgelagerten Stabs- und Bereichsaufgaben erledigt, so daß das am 15. April 1999 an den Start gegangene Institut mit bescheidenen zehn Mitarbeitern auszukommen hofft.

Anders als etwa bei der 1822 direkt wurde ein Bezug zu den sieben Müttern schon im Namen der neuen Direktbank bewußt vermieden. Wichtiger als der Verbund mit den Sparda-Banken, der sich beispielsweise in der kostenlosen Bargeldversorgung an allen Sparda-Geldautomaten niederschlägt, ist der Netbank der Bezug zu ihrem ausschließlichen Vertriebsweg Internet.

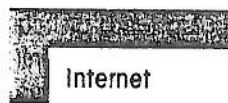
Allzu deutlich soll die Sparda-Verwandtschaft auch aus einem anderen Grund nicht werden: Schließlich soll das neue Institut seinen Müttern und deren Schwestern keine Kunden abwerben. Vielmehr versucht man, sich ein deutlich anderes Kundensegment zu erschließen. Während viele Sparda-Banken noch immer einen recht hohen Anteil an Kunden aus der ursprünglichen Zielgruppe der Eisenbahner und damit eine vergleichsweise alte Kundschaft haben, will sich die Netbank auf „Entscheider und Karrierestarter“ konzentrieren.

Ihnen will sie deutlich mehr sein als „nur“ Kreditinstitut. E-Business in seiner ganzen Bandbreite hat sich die Bank auf ihre Fahnen geschrieben. Über die Bank-Website sollen Kunden künftig auch Waren und Dienstleistungen verschiedenster Kooperationspartner beziehen können. Als erster Partner konnte ein CD- und Videoversender gewonnen werden (bei dem nicht ganz auf der Höhe des Electronic Commerce mit Lastschriftverfahren statt mit Kreditkartenzahlungen nach SET bezahlt wird). Mit Autovermietern und Reiseunternehmen sollen Gespräche laufen.

Daneben will die Bank auch Informationen vermarkten. Die „individuelle Homepage“, die sich jeder Kunde nach Geschmack zusammenstellen können soll (beispielsweise mit Informationen zu Kontostand und Kreditkartenumsätzen, den Kursen ausgewählter Wertpapiere oder Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Sport), soll nach den Vorstellungen der Bank auch zur individuellen Werbeeite werden. Dem Teledienst-Datenschutzgesetz entsprechend, besteht für den Kunden aber kein Zwang, die „Vorteile der Individualisierung von Informationen zu nutzen“. Das heißt: Er kann die personali-

sierte Werbung abschalten, über ihn gespeicherte Profile einsehen und löschen oder die Datenerfassung gleich ganz untersagen. Ob auf diesem Weg nennenswerte Einnahmen zu erzielen sind, ist deshalb zumindest fraglich.

Ein bißchen übers Ziel hinausgeschossen ist die Bank in ihrer Internetbegeisterung auch bei den Produktnamen. Herausgekommen ist dabei die zungenbrecherische Dachmarke „Netgic“ als Zusammenziehung von „Internet“ und „magic“. Unter ihr muß man die Bank auch im Internet suchen (<http://www.netgic.de>) – entgegen den sonst üblichen Bestrebungen, die Internetadresse möglichst stark an den Firmennamen anzulehnen. Für eine noch nicht mit ihrem Namen am Markt eingeführte Bank mag das kein allzu großer Nachteil sein. „Netbank.de“ wäre aber doch wohl leichter zu merken gewesen. sb

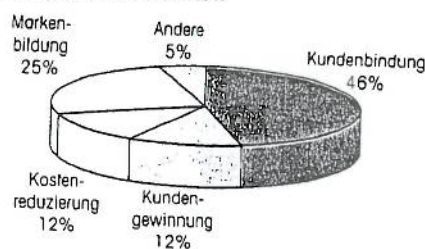


Internet

Web-Auftritt

vor allem zur Kundenbindung

Hauptziele der Internet-Auftritte europäischer Banken



Quelle: Forrester Research



Erste Internet-Bank ohne Schalter

Die NetBank AG, ein Unternehmen der Sparda-Banken, arbeitet ausschließlich im Internet. Das erste Angebot der Bank nennt sich „NetGic“ und ist ein verzinsliches Gehaltsanlage- und Abrechnungskonto.

Transaktionen laufen über ein PIN/TAN-Verfahren mit 128-Bit-SSL-Verschlüsselung. Bargeld gibt es gebührenfrei an den 400 Geldautomaten der Sparda-

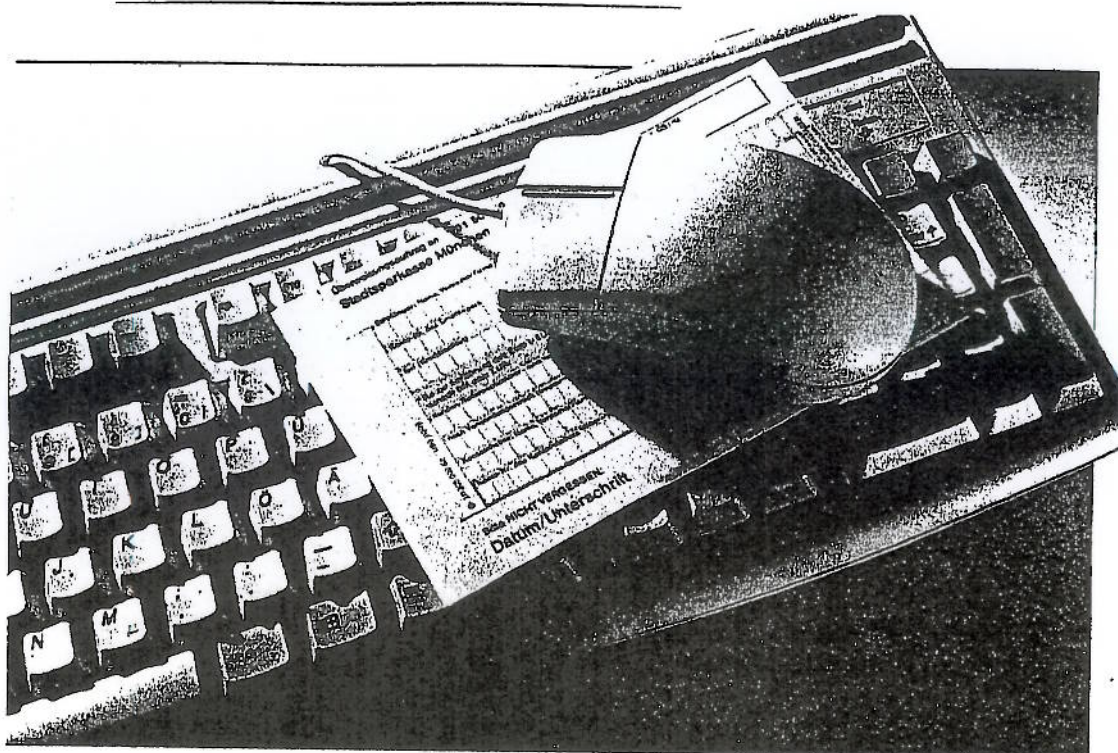
Bank. Ab Herbst bietet die Bank auch Depotführung und Aktienhandel an.

Der virtuelle Bankkunde kann sich jederzeit über die aktuelle Belastung seiner Kreditkarte informieren. Sind festgelegte Kontostände oder Aktienkurse erreicht, verschickt die NetBank eine entsprechende Nachricht per E-Mail oder SMS. (ss)

Info: www.netbank.de



Berendson Schwedler & Stender
Frankfurt · Wiesbaden



EUROPAS ERSTE REINE ONLINE-BANK STARTET

Virtuelle Bank

Die Netbank AG – gegründet von sieben Sparda-Banken – startet jetzt als erste Direktbank Europas. Sie bietet Bankgeschäfte ausschließlich übers Internet an. Neben klassischen Bank- und Allfinanzprodukten bietet sie einen elektronischen Marktplatz (beginnend mit CDs) und kostenlose Informationen in Form personalisierter Kunden-Homepages mit 250.000 Börsenkursen und diversen News. Das Girokonto ist gratis und enthält Spar- und Termineinlagen. Die Verzinsung liegt zwischen 2,4 und 3 Prozent, der Überziehungssatz bei 8,75 Prozent. Bargeld erhält der Kunde an allen Automaten der Sparda-Banken kostenlos (296 Zweigstellen bundesweit).

Clou Nummer eins: Für das Wertpapierdepot will die Netbank nur eine niedrige pauschale Jahresgebühr verlangen. Start fürs Online-Broking soll im Herbst sein. Clou Nummer zwei: Mit der No-Risk-Garantie übernimmt die Netbank das volle wirtschaftliche Risiko bei Schadensfällen, die nicht vom Kunden verursacht wurden. Die Beweispflicht hat dabei die Bank.

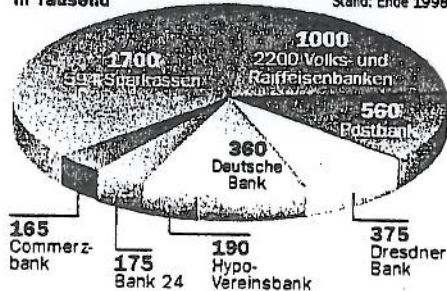
www.netbank.de



Heinz Wings, Chef der Netbank AG, lockt die Online-Kunden

ONLINE-KONTEN IN DEUTSCHLAND

In Tausend Stand: Ende 1998



Quelle: Postbank

EURO

WIRTSCHAFTSMAGAZIN

7/99

SPEZIAL

REICH IN RENTE

Alles über die optimale
Rückstellungenvorsorge

DIE **T** AKTIE
Kaufen, Halten oder
Abstoßen? Seite 108



Computer-
Kontrolle:
Zeitmanagement

18

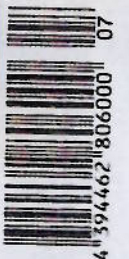


Autos-
Kauf zum
Bestpreis

8

Neue Chancen am Neuen Markt

- Was **ANLEGER** jetzt beachten müssen
- Woran Sie die neuen **STARS** erkennen



deutsche Internet-Erfolge: Wo W@chstum noch möglich ist



ONLINE B@NKKING

NETZSTRATEGIEN Das deutsche Geldgewerbe steckt im tiefgreifenden Wandel. Kleine Geldhäuser erobern die Märkte der Zukunft. Jetzt wagt die NetBank als erste den Sprung in ein rein virtuelles Bankzeitalter

ONLY

Angefangen hatte alles vor fünf Jahren: „Da habe ich das erste Mal mit großen Kinderaugen im Internet gesurft. Seitdem hat mich die Sache nicht mehr losgelassen.“ Wenn Heinz Wings übers Internet redet, kommt er in Fahrt. E-Commerce, das ist seine Sache. Denn der NetBank-Chef verbindet zwei Dinge, die bisher in Deutschland nicht so richtig zueinander zu passen schienen: Internet und Banking. Seine im vergangenen Jahr abgeschlossene Promotion mit dem Thema „Strategisches Bankmanagement: ein technologischer Ansatz“ hat ihn in Fachkreisen als e-Commerce-Experten etabliert. Und während die Großbanken

noch nach der richtigen Strategie im Netz suchen, hat Wings als Vorstandsvorsitzender mit der NetBank nebenbei noch die erste europäische Internet-Only-Bank an den Markt geführt.

Mittlerweile sitzen beim Wettlauf ins Netz auch andere virtuelle Geldhäuser in den Startlöchern, darunter auch die first-e, ein Unternehmen der enba-Gruppe. Im Laufe des Jahres will first-e von Dublin aus Bankgeschäfte übers Internet anbieten, für den deutschen Markt ist jedoch eine Hürde zu überwinden, die bisher nur die NetBank genommen hat. Denn diese hat als erste virtuelle Bank eine Vollbanklizenz erhalten. Von den klassischen Direktbanken unterscheidet sie sich im wesentlichen dadurch, daß ihre Bank- und Finanzdienstleistungen ausschließlich über das Internet vertrieben werden. „Wir haben erkannt, daß sich die Regeln im Bankenbereich rasant ändern. Was gestern noch richtig war, kann heute schon falsch sein.“ Und seit Gorbatschow wissen wir: Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben – der Markt ist reif fürs Internet-Banking.

Der Schritt ins Internet ist für die Banken unumgänglich. Denn abgesehen von dem „Einfach-dabei-sein-müssen“ lockt die kostengünstige Abwicklung von Transaktionen übers Netz. Ideal ist das Internet für Finanzdienstleister, da sie ihre Produkte vollständig digital über das Internet abwickeln können. Das Marktforschungsinstitut Forrester Research erwartet, daß sich „Broking per Mausklick“ rasant entwickeln wird: Die heute rund 40 000 On ▶

» Die rechtlichen Rahmenbedingungen sind noch nicht online-gerecht «

Unternehmensdaten

Grundkapital: 10 Millionen Mark plus
10 Millionen Mark Agio

Mitarbeiter: 10

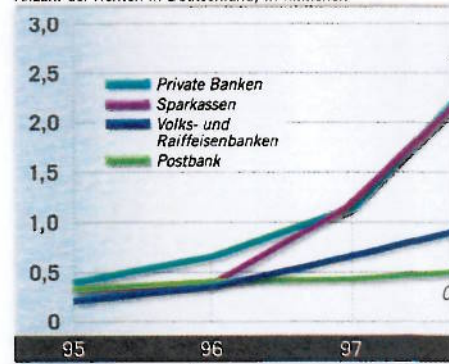
Geplant ist, nach fünf Jahren mit 50 000 Kunden eine Bilanzsumme von 600 Millionen Euro zu erzielen.

Kooperationspartner: Neben MusicNet (CDs und Videos) werden dies im Versicherungsbereich die DEVK, im Bausparbereich BHW und Schwäbisch Hall und beim Fondsvertrieb Union Investment sein.

Anschrift: NetBank AG
Postfach 500 448
22704 Hamburg
info@netgic.de
http://www.netbank.de.

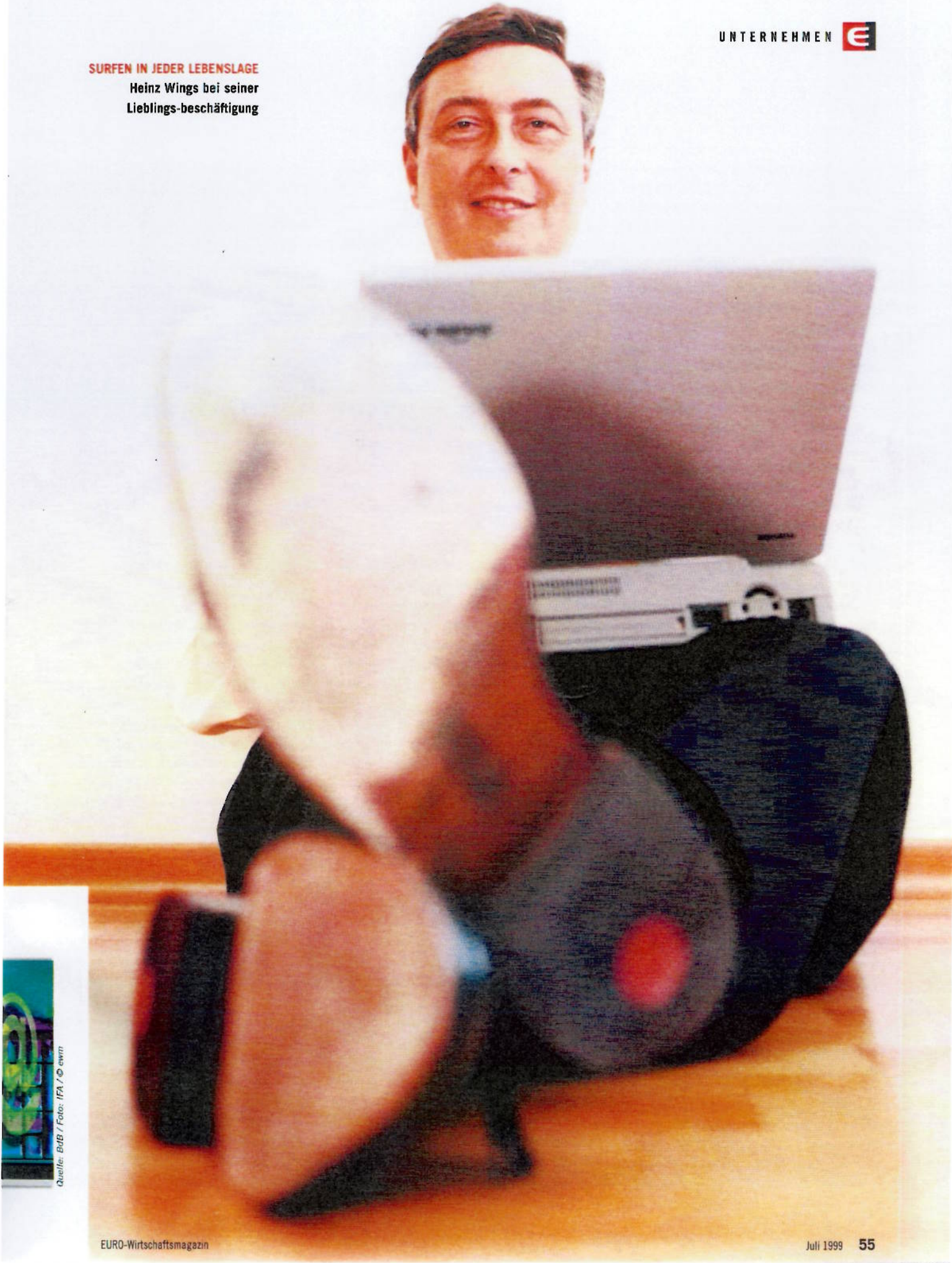
Beliebtes Online-Banking

Anzahl der Konten in Deutschland, in Millionen



SURFEN IN JEDER LEBENSSTADIUM

Heinz Wings bei seiner
Lieblingsbeschäftigung



Quelle: B&B / Foto: IFA / © ewm

line-Wertpapierkonten sollen sich bis 2002 um das Zehnfache erhöhen. NetBank-Chef Wings schätzt, daß die Zahl der Online-Konten in Deutschland sich bis zum Jahre 2010 mindestens vervierfachen wird.

Aus diesem Online-Kuchen will die NetBank sich ein großes Stück herauschneiden: „Die Banken, die sich frühzeitig mit geeigneten Systemen plazieren, werden in einem neu zu verteilenden Markt Anteile gewinnen.“ Um sich hier gut zu positionieren, präsentiert sich die NetBank nicht nur als Bank, sondern vielmehr als ein komplettes e-Commerce-Institut. Die Homepage dient als elektronischer Marktplatz, über den auch bankfremde Produkte angeboten werden. Bisher sind dies zwar nur CDs und Videos, doch soll das Angebot ständig erweitert werden. Besonders Dienstleister wie Preisagenturen, Reiseveranstalter, Autovermieter und Immobilienanbieter werden, so Wings, gute Chancen haben, „auf unserer Mall gelistet zu werden“. Keine ganz neue Idee, denn bei der comdirekt bietet Sixt schon längst seinen Mietwagenservice an.

Zentrales Produkt ist aber das „netgic-Konto“, ein Girokonto mit Dispokredit, das die Funktionen des Sparkontos, der Termineinlage und ab Herbst die des Abwicklungskontos für das Depot beinhaltet. Durch das Angebot auf der NetBank-Homepage führt „Nick Netgic“, eine vir-

HBCI (Home Banking Computer Interface)

HBCI ist ein Sicherheitsstandard für das Internet Banking, der unter Regie des Zentralen Kreditausschusses (ZKA) entwickelt wurde. Gegenstand der Vereinbarung zwischen dem ZKA und den angeschlossenen Kreditinstituten ist, HBCI-Banking im Laufe des Jahres 1999 anzubieten. Die NetBank wird diesen Standard bis Ende des Jahres 1999 anbieten, um den Normen der deutschen Kreditwirtschaft zu entsprechen. HBCI wird von Experten als sicher eingeschätzt, da persönliche Kundendaten nur mit digitaler Unterschrift und Verschlüsselung übers Netz geschickt werden. Der Kontoinhaber erhält eine Diskette oder Chipkarte, auf der seine Daten gespeichert sind. Diese werden dann mit einem speziellen Verschlüsselungsverfahren an die Bank übermittelt. Die im März vom ZKA vorgestellte HBCI-Version 2.1 ist auch für Wertpapiergeschäfte per Internet geeignet.

» Die Regeln im Bankenbereich ändern sich rasant. Es wird spannend in der Branche «

tuelle Figur. Im Chatroom können Bank-schalter-Surfer den Cyber-Banker mit Fragen löchern. Nick Netgic, nach eigenen Angaben 28 Jahre alt, steckt allerdings noch in der Ausbildung und kann nur einfache Fragen beantworten. Mittelfristig soll er die Funktion des elektronischen Kundenberaters übernehmen. Den bisher über 200 aktiven Kunden scheint es egal zu sein: Die können ihr netgic-Girokonto nämlich alleine managen, da sie – wie eine Umfrage ergab – von anderen Online-Banken zur NetBank gewechselt sind. Modernes Bank-Hopping eben.

Dem Kunden das wirtschaftliche Risiko abnehmen

Um dem Kunden angesichts des „information-overload“ im Internet eine Orientierungshilfe zu geben, bietet die NetBank ihren Kunden einen besonderen Service: Jeder kann sich eine eigene, personalisierte Homepage zusammenstellen lassen. Eine Idee, die auf dem Konzept des One-to-one-Marketing beruht. Der Kunde gibt an, zu welchen Themen er informiert werden möchte. Über einen Filter werden ihm diese Informationen vom NetBank-Server kompakt auf den Bildschirm gezaubert. Auf einen Blick kann er dann Kontostand und Kreditkartenumsatz prüfen, Nachrichten aus Wirtschaft und Politik lesen und die Kurse seiner ausgewählten Wertpapiere kontrollieren. Diese sollen allerdings nur 15-Minuten-aktuell zur Verfügung stehen, bei der comdirekt gibt es diese schon in „real time“, also ohne Zeitverzögerung. Wer sich nun spontan entschließt, bei Europas erster Netzbank



ein Konto zu eröffnen, der muß im Schnitt drei Wochen warten, bis er ein Cyberkonto führen kann. Denn aus juristischen Gründen kann bei Kontoeröffnung noch nicht auf die handschriftliche Unterschrift verzichtet werden, obwohl technisch alles dafür vorbereitet ist. Heinz Wings: „Die rechtlichen Rahmenbedingungen in Deutschland sind noch nicht online-gerecht.“ Wenn es nach den Verbraucherschützern geht, wird dies auch so bleiben. Wie die Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (AgV) in einer Ende Mai vorgestellten Studie feststellte, „erfüllt das Internet-Banking den Anspruch an ein modernes und verbraucherfreundliches Bankgeschäft noch nicht“. Die Verfahren der 23 getesteten Banken – die NetBank war nicht dabei – schätzt die AgV als „kompliziert und riskant“ ein. AgV-Finanzexperte Manfred Westphal warnt: „Die Kunden sollten mit Internet-Banking noch vorsichtig sein.“ Fragt man jedoch bei den Internet-Direktbanken nach, so erklären diese unisono, daß von Mißbrauchsfällen noch nichts bekannt ist. Doch hier sagen die Banken vielleicht nicht die ganze Wahrheit. Manfred Westphal vermutet: „Ich denke, die Ban-

ken sind noch vorsichtig, Mißbrauchsfälle publik zu machen, da sie keine negativen Schlagzeilen wollen.“

Woran die Verbraucherschützer besonders Anstoß nehmen, ist die Hinhaltenaktik der Banken bei den Sicherheitsstandards. Erst vier Banken – die BfG ist die einzige überregionale – arbeiten mit dem vom Zentralen Kreditausschuß (ZKA) vorgeschriebenen HBCI (Home Banking Computer Interface). Nach Ansicht der Verbraucherschützer „könnte der HBCI-Standard viele Sicherheitsprobleme lösen“. An anderer Stelle ihrer Studie räumt die AgV jedoch ein, daß „das subjektive Bedrohungsgefühl beim Internet-Banking derzeit stärker ausgeprägt ist als die objektiv nachweisbare Bedrohung“. Es sei „immer noch weit wahrscheinlicher, einen falschen Hundertmarkschein in die Hände zu bekommen als einen Eindringling auf dem Online-Konto zu haben“. Also doch nicht alles so gefährlich?

Klar ist, daß angesichts ungeklärter Bedrohungspotentiale die Frage nach der Sicherheit von Online-Transaktionen weiterhin kontrovers diskutiert werden wird. Joachim Fontaine, Referent des Bundesverbandes Deutscher Banken, stellt klar: „Es gab nie einen Pflichttermin zur Einführung von HBCI. Selbstverständlich können die Banken neben HBCI auch andere Systeme laufen lassen. Gegenstand der Vereinbarung zwischen ZKA und Banken ist aber, auch HBCI anzubieten.“

In Bankenkreisen wird inzwischen bezweifelt, ob HBCI sich überhaupt durchsetzen wird. Die Experten von der Management- und Technologieberatung Booz Allen & Hamilton befürchten, daß US-Standards wie OFX – dahinter stecken Microsoft und die Quicken-Entwickler von Intuit – den deutschen Markt überrollen könnten. Deren Anwendung sei billiger und obendrein nutzerfreundlicher.

Der Markt ist jetzt reif für Internet-Banking

Da verwundert es nicht, daß auch die NetBank noch ohne HBCI arbeitet. Heinz Wings geht davon aus, daß HBCI „letztlich in eine nur mittelfristige Lösung mündet“. Deswegen setzt Wings zunächst auf das von der NetBank entwickelte Sicherheitssystem. Auf Bankseite soll ein sechsstufiges Firewall-System vor Fremdeingriffen schützen. Diese Anwendung wurde sowohl vom Bundesamt für Informationstechnik (BSI) als auch von Price Waterhouse Coopers geprüft. Auf Kundenseite setzt die NetBank eine Java-Applikation von Me Technology ein. Diese Software basiert auf dem Sicherheitsprotokoll SSL 3.0 mit einer 128-Bit-Verschlüsselung. Isabel Münch, Fachfrau für e-Commerce beim BSI, hat das NetBank-System überprüft und für gut befunden: „Dies ist das erste, wo wir sagen können, das ist okay, es gibt keine Probleme.“ Damit ist die NetBank

die einzige vom BSI zertifizierte Direktbank. Ein Umstand, der das Vertrauen der NetBanker ins eigene System dermaßen stärkt, daß sie ihren Kunden eine „No-Risk-Garantie“ aussprechen. Denn als erstes Kreditinstitut kehrt die NetBank die Beweispflicht um: Sie hat dem Kunden ein Verschulden nachzuweisen. Damit, so Wings, „nehmen wir dem Kunden das wirtschaftliche Restrisiko im Internet-Banking. Das einzige, was wir unseren Kunden auferlegen werden, ist Selbstschutz.“ Sprich, der Kunde sollte seine PINs und TANs nicht auf dem PC abspeichern.

„Die Zukunftsaussichten für die NetBank sind rosig“, glaubt Heinz Wings. Er geht davon aus, daß die virtuelle Bank „zehnfach so profitabel wie eine klassische Bank“ arbeiten kann. Die Investitionen zur Errichtung der Online-Bank betragen lediglich 3,9 Millionen Mark, eine Summe, die für die Gründung von drei konventionellen Bankfilialen nötig wäre. Durch Outsourcing und die Digitalisierung von Geschäftsprozessen erzielt die NetBank Kostenvorteile, die sie zu einem Renditeriesen heranwachsen lassen könnten. „Es wird spannend in der Branche“, ist sich der NetBank-Chef sicher und lehnt sich entspannt zurück. Der Cyberbanker weiß, daß seinem Geldhaus die Zukunft gehört. ■

BJÖRN GODENRATH



Konditionen von Online-Banken

	NetBank (netgic)	comdirekt (Combi-Kto)	bank24 (konto24)	ADDirekt (Direktkonto)	1822direkt (direkt-girokonto für Onliner)	advance (Zins-Giro)	Citibank (CitiOneFree) mind. 5 000 Mark
Kontoführungsgebühr (im ersten Jahr)	keine	keine	keine	8 Mark	5 Mark	keine	keine
Guthabenverzinsung	2,4% - 3%	1,9% - 2,2%	2,0% - 2,4%	2,5%	2,0% - 2,5%	1,6% - 1,9%	0,5% - 2,25%
Überziehungszins (Dispokredit)	8,75%	9,0%	9,2%	7,95%	10,5%	9,35%	10,99% - 14,49%
Kartengebühr (jährlich)	EC-Karte inklusive	EC und Visa inklusive	EC-Karte inklusive	EC und Visa inklusive	EC-Karte inklusive	EC-Karte inklusive	EC und Visa inklusive
Depotgebühren	Pauschale	24 Mark	19,56 Mark	20 Mark	Preisstaffel	79 Mark	60 Mark
Geldautomaten* <small>*(mit kostenloser Nutzung in Deutschland)</small>	400	6 000	6 000	48 000	20 000	6 000	---
Internet	100%	53%	40%	---	59%	60%	5%
www.-Adresse	Netbank.de	Comdirekt.de	Bank24.de	direktbank.de	1822direkt.de	advance-bank.de	citibank.de

A. Herzau/lat

Erste europäische Internetbank 3 Jahre am Markt

Die Netbank AG, Europas erste Vollbank im Internet, ist am 15. April 2002 drei Jahre alt geworden. Mit einem Relaunch der Homepage, die ein Plus an Funktionalität und eine einfachere Bedienbarkeit bietet, „soll die Technologie- und Serviceführerschaft einmal mehr untermauert werden“, so Dr. Heinz Wings, der das Unter-

Das Miniteam betreut knapp 30.000 Konten bei 25.000 Kunden. Die sogenannte „cash-burn-rate“ konnte so niedrig gehalten werden, wohl mit ein Grund, warum die Hamburger Onlinebank bislang ohne Krise über die Runden kam.

Als ausschließlich im Internet tätige Direktbank werden nur Standard-Bankdienstleistungen zu günstigsten Konditionen geboten. Auf eine Beratung wird dabei bewusst verzichtet, denn man versteht sich als Partner für den internetaffinen Kunden, der nicht nur schnell und bequem Bank- und Brokerage-Dienstleistungen nutzen möchte, sondern auch das Angebot von banknahen Produkten auf einem elektronischen Marktplatz schätzt. Neben zahlreichen Testsiegen in neutralen Wettbewerbsanalysen und dem Lob der Verbraucherschützer für die „No-Risk-Garantie“ erhielt das Internetinstitut den begehrten Lafferty E-Finance Award als beste europäische Internetbank. *Jörg Birkelbach*

netbank....

nehmen damals gegründet hat. Das neue Design setzt zur besseren Lesbarkeit auf größere Schriftarten und verstärkt auf den Einsatz von Bildern. Zudem wurde der Auftritt blindengerecht gestaltet, eine echte Novität im deutschen Onlinebanking. Die Hamburger Internetbank betreut derzeit Kundeneinlagen in Höhe von etwa 175 Millionen Euro und besitzt eine Bilanzsumme von fast 200 Millionen Euro und kommt mit dabei mit nur 11 Mitarbeitern aus.



E-Business-Lösungen

Vignette, Anbieter von Content-Management-Lösungen und Sun Microsystems werden voraussichtlich ab Mitte des Jahres ein integriertes E-Business-Lösungspaket anbieten.

Vignette teilt außerdem mit, dass ihre Content-Management-Applikationen die Grundlage für die Online-Banking-Dienste der Barclays Bank für 2,8 Millionen Kunden sind.

Barclays benötigt eine effiziente Lösung für das Erfassen und Nutzen von Informationen zum Onlineverhalten der Kun-

den. Die Bank möchte damit ein umfassendes Bild ihrer Kunden erhalten. Den Bankkunden sollen Produkte und Dienstleistungen angeboten werden, die genau ihren Anforderungen entsprechen, um individuelle Onlineerfahrungen zu ermöglichen.

Mit dem Einsatz der Content-Management-Applikationen von Vignette will Barclays nicht nur eine stärkere Bindung seiner Onlinekunden erzielen, sondern auch den Umsatz fördern.

INFO ONLINEBANKING

Bank of Valletta nutzt alle Kanäle

In Zukunft verfügen die Kunden der Bank of Valletta, Malta, über einen neuen Online-Banking-Service. Mit einem Multikanal-Banking-System stellt die Bank ihre Dienstleistungen über verschiedene Kanäle wie Internet, IVR (Interactive Voice Response), Mobiltelefon oder Customer-Service-Centre bereit. Mittels der neuen Online-Banking-Lösung können alle Standard-Geschäftsvorfälle wie Überweisun-

gen oder Kontostandsabfragen erledigt werden. Das Angebot gilt sowohl für Privat- als auch für Geschäftskunden. Ziel der Bank ist es, ihren Kunden sichere und benutzerfreundliche Services für die Abwicklung ihrer Bankgeschäfte zu ermöglichen. Die Lösung wird auf der Grundlage von E-Finance-Produkten des ehemaligen Softwareanbieters Brokat realisiert. Das Softwareunternehmen wurde An-

fang des Jahres von DataDesign, Anbieter von Software für sichere Transaktionslösungen im Bereich E-Finance, übernommen. Sämtliche Verträge und ausstehenden Leistungen wurden jetzt übertragen. Damit hat DataDesign die größte Bank Maltas als Kunden gewonnen. Das Projekt wurde gemeinsam mit den Partnern IND Interactive NetDesign aus Ungarn, Connektica s. a. r. l. aus dem Libanon,

Vasco aus Belgien und Altitude Software aus Portugal verwirklicht. „Die modulare Architektur der Software war ein entscheidender Faktor für die Zusammenarbeit. Auf dieser Basis können wir eine Multikanal-Lösung aufbauen, die sich einfach in unsere Backend-Systeme integrieren und um zusätzliche elektronische Kanäle erweitern lässt“, so Victor Denaro, der Leiter der IT-Abteilung bei der Bank of Valletta.



Victor Denaro leitet die IT-Abteilung der Bank of Valletta.