Neue Konzepte In einem zweiwöchigen Wettbewerb haben FTD-Leser Ideen für die Bank der Zukunft entwickelt. Gewonnen hat ein virtueller Baukasten für die persönliche Bankenseite im Internet. Außerdem wurde eine Fernbedienung für Bankgeschäfte prämiert

BANK DER ZUKUNFT

Bastelset für die Onlinebank nach Wunsch

Internetkonzept „Mybankplace“ gewinnt Leserwettbewerb · Günstiger Geldverkehr hat Priorität · Erlebnis und Technik sind im Filialgeschäft wichtig

VON **TOBIAS BAYER**, FRANKFURT

Das Konzept „Mybankplace“ von Ronnie Schrumpf und Moritz Wagner hat den Wettbewerb „Bank der Zukunft“ gewonnen. Die Jury überzeugten die Kreativität und die Geschlossenheit des Vorschlags. Der Grundgedanke: Jeder Kunde kann sich im Internet eine eigene Bankseite zusammenstellen. Darauf finden sich Anwendungen für Zahlungsverkehr und Kontoverwaltung, aber auch Funktionen aus dem Bereich Nachrichten, Blogs, Chats und RSS-Feeds. „Das passt gut in die Web-2.0-Zeit von Myspace und Facebook, eine wirklich konsequente Idee“, begründet Hans-Martin Kraus die Entscheidung. Kraus leitet bei der Deutschen Bank das standardisierte Privatkundengeschäft (Personal Banking) in Deutschland.

Die FTD hatte zusammen mit der Deutschen Bank und dem Fraunhofer-Institut die Leser aufgefordert, sich im Rahmen einer zehnteiligen Serie Gedanken zur Bank der Zukunft zu machen. Mehr als 80 ausgearbeitete Vorschläge erreichten binnen zwei Wochen die Redaktion. Die Konzepte stellten neue technische Verfahren, Methoden der zielgruppengerechten Ansprache, moderne Filialen und Vertriebsmodelle vor. Bewertet wurden die Einsendungen nach ihrem Innovationsgrad, kreativem Charme, Tiefgang und Relevanz.

„Mich hat vor allem die Technikaffinität der teilnehmenden Kunden erstaunt. Da kommt die deutsche Ingenieurkultur durch“, sagt Kraus. Fraunhofer-Experte Martin Engstler ergänzt: „Technische Innovationen werden oft mit direkterem Zugang zu Produkten und auch dem Thema der Sicherheit, zum Beispiel Biometrie, verbunden.“ Die meisten Einsendungen betrafen das Thema Transaktion und suchten Antworten auf die Frage, wie Geldverkehr und Geldversorgung vereinfacht werden können.

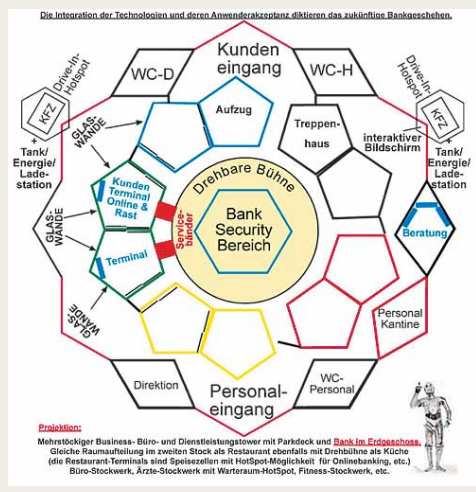
Beratung spielt in den meisten Konzepten eine wichtige Rolle. Allerdings gehen die Meinungen der Leser weit auseinander, wie sie künftig erbracht wird. Einige Vorschläge halten das persönliche Gespräch für wichtig, andere setzen auf Videotelefonie oder den Rundgang durch die virtuellen Filiale. „Mir ist aufgefallen, dass die Leser sich die Banken der Zukunft entweder als Erlebnisräume oder als reine, unsichtbare Transaktionshäuser vorstellen“, sagt Engstler. „Einerseits kamen die Begriffe Ruhepol und auch Ästhetik vor, andererseits träumen viele Kunden von der No-Frills-Bank mit wenig Service und niedrigen Gebühren.“ Der Siegervorschlag von Ronnie Schrumpf und Moritz Wagner besticht dadurch, dass er sowohl für den Kunden als auch die Bank Vorteile bringt. Die Kunden profitieren von den auf einer Internetseite zusammengefassten Dienstleistungen, die Bank von den Informationen über das Nutzungsverhalten ihrer Klientel. Auch an den Zahlungsverkehr wurde gedacht. „Auf Mybankplace kann der Kunde Überweisungen automatisch und sofort ausführen. Kauft er zum Beispiel bei Amazon einen Artikel, wird dem Händler von der Bank sofort eine Zahlungsgarantie übermittelt. Die Bank belastet die Zahlung sofort dem Kunden. Diese Möglichkeit ist übertragbar auf den gesamten Onlinehandel.“

Der zweite Preis geht an Mandar Ambekar für seine Idee des „Organised Multi Banking“ und der Sofortüberweisung. Das Konzept sieht vor, dass Bankkonten zukünftig wie E-Mail-Konten verwaltet werden und der Vermögensbestand bei sämtlichen Banken auf einen Blick einsehbar ist. Außerdem erfolgen die Überweisungen in Echtzeit: „Die Onlinekunden sollten in der Lage sein, eine bestimmte Anzahl von Empfängerkonten auszuwählen, diese können das überwiesene Geld sofort erhalten“, schreibt Ambekar. „Das ist ein dichter und pragmatischer Ansatz. Technisch ist diese Realtime-Überweisung jetzt schon machbar“, sagt Fraunhofer-Experte Engstler.

Für seine Telebanking-Fernbedienung erhält Joachim Homann den dritten Preis. Mit seinem Gerät kann auf das Produkt in einem Fernsehwerbespot geklickt werden – und in einem Display werden die Finanzierungskosten angegeben und bewertet, ob die Anschaffung überhaupt machbar für den Kunden ist. „Das ist zwar erst eine Ideenskizze. Aber sie regt auf jeden Fall an. Schließlich ist das interaktive Fernsehen ein Zukunftstrend“, sagt Deutsche-Bank-Manager Kraus.

Der Sonderpreis für Schüler und Auszubildende geht an Leonard Janke. Der 21-jährige Azubi bei der Umweltbank hat ein Vertriebskonzept entwickelt, das die Bedeutung von Authentizität und Ästhetik in der Finanzwelt herausstreicht. In einem Raster ordnet er Zielgruppen ein und unterscheidet zwischen materialistisch und ästhetisch eingestellten Menschen. Materialistisch orientierte Kunden seien an den wirtschaftlichen Eckdaten interessiert, ästhetisch eingestellte würden sich von Mobiliar und Beraterkleidung beeindrucken lassen. Ausgehend davon entwickelt Janke Filialkonzepte, die Buchhandlungen, Cafés und Diskotheken miteinbeziehen. „Die Stichworte Ästhetik und Design sind sehr wichtig. Mich hat die Qualität der Ausarbeitung des Vorschlags beeindruckt“, sagt Kraus.

WWW.FTD.DE/ZUKUNFTSBANK



Konzepte und Kunst

Raumschiff Bank Gerfried Rudolf Baum hat den **Grundriss einer Bank** in einem Dienstleistungsturm gezeichnet (l.). Besonderer Gag: ein Drive-in-Hotspot, in dem auch das Elektro- oder Wasserstofffahrzeug aufgeladen werden kann. Die Selecta-Werk GmbH hat zusammen mit der Burg Giebichenstein, Hochschule für Kunst und Design, eine **dreidimensionale Konzeptstudie für eine Filiale** erstellt (r.). Das Modell berücksichtigt die Wünsche mehrerer Kundengruppen.

Kritische Assoziation Berenike Bornebusch hat sich von der Kreditkrise inspirieren lassen – und aus Zeitungs- und Magazinartikeln eine **Collage** geklebt (u.). Sie persifliert die Kluft zwischen Anspruch und Wirklichkeit in der Bankenwelt.

FTD/Maxim Sergienko (2); privat (2)

DIE JURY

Hans-Martin Kraus ist Executive Director im Bereich Privat- und Geschäftskunden (PBC) der Deutschen Bank. Ihn hat die Technikaffinität der teilnehmenden Kunden beeindruckt – und die Qualität der Konzepte.

Martin Engstler leitet das Team Finanzdienstleister am Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation. Ihn überraschte, wie wichtig den Bankkunden das Thema Geldverkehr ist – und wie häufig sie die virtuelle Filiale erwähnt haben.

Tobias Bayer ist Finanzredakteur der Financial Times Deutschland. Ihn erstaunten die vielen Ideen und guten Anregungen – und außerdem die professionelle Präsentation und grafische Gestaltung vieler Konzepte.

ZIELGRUPPE

Café oder Lounge

Bank als Ruhepol, Bank als Lounge: Erlebnis, Lifestyle und persönliche Beratung sind Schlüsselbegriffe in den meisten Zusendungen. Dabei wird der zielgruppenspezifischen Ansprache aus Sicht der Leser derzeit zu wenig Bedeutung geschenkt. Markus Weinmann schlägt vor, dass sich auch der Markenauftritt der Kreditinstitute verändern muss. „Der heutige Markenbrand wird ein Ankerbrand für ein abgestimmtes Markenportfolio“, schreibt Weinmann. Je nach Zielgruppe gebe es unterschiedliche Submarken. Rudolf Seuhs aus Vaduz in Liechtenstein schwebt sogar eine eigene Jugendbank vor: „Eine Bank mit Klubcharakter, Internetcafé, Ticketcorner und Angeboten wie Studentenfinanzberatung.“ Krzysztof Woda vergleicht die Bank der Zukunft mit modernen Kinderwagen: „Es gibt Modelle wie Luxuskombi, sportliche Jogger, wendige Jogger. Die Organisationsform der Bank der Zukunft wird durch die Konsumbedürfnisse bestimmt“, so Woda.

ZUGANG

Überall zu jeder Zeit

Die Leser wünschen sich einen leichteren und günstigeren Zugang zur Bank. Das beginnt bei den Öffnungszeiten. Eine Anpassung an den Einzelhandel wird in vielen Zuschriften gefordert. Auch das Geldabheben soll überall gebührenfrei erfolgen. Filialen in Einkaufszentren und Reisebüros sind erwünscht. Alex Pütz hält Autoschalter zum Geldabheben wie in den USA für sinnvoll. Thomas Langohr wünscht sich an Verkehrsknotenpunkten Beratungskabinen, an denen der Bankberater nach dem Einschieben der EC-Karte zugeschaltet werden kann. Renate Lemke denkt an Rentner, die weder mobil sind noch Internet- oder Telefonbanking betreiben. Mit einem einfach zu bedienenden Leihgerät sollen das Bezahlen von Rechnungen, Kontoabfragen und die Übermittlung von Geldauszahlungswünschen möglich sein. Dieser Service könnte mit einer bevollmächtigten Sozialstation wie der Caritas gekoppelt werden, die Bankaufträge dann auch ausführen soll.

ROBOTIK/HOLOGRAFIE

Unendliche Weiten

Isaac Asimov hat in seinen Romanen bereits Roboterwelten entworfen. Geht es nach Gerfried Rudolf Baum, ist das bald nicht mehr Science-Fiction. Bankgeschäfte werden über den Hausroboter abgewickelt. Auch die Bankmitarbeiter können sich in Baums Welt durch eine künstliche Intelligenz vertreten lassen. „Wenn der Kunde nach dem Bankmitarbeiter fragt, wird er zugeschaltet werden per Bildtelefonat und nicht erkennen, dass es das Bankroboter-Klonprogramm des Bankmitarbeiters war“, schreibt Baum. Die physische Filiale existiert aber weiterhin – als Kfz-Station, wo auch das Wasserstofffahrzeug aufgeladen werden kann. Gunnar Matschulat sieht die Bank der Zukunft als „Kommunikationscenter“. In jeder Filiale befinde sich ein „Travel-Raum“: „Wände, Boden und Deckenflächen verwandeln sich durch eine lichtstarke Displaytechnik in das virtuelle Reiseziel. Die Reisegruppe kann dabei das Ergebnis ihres letzten Investments betrachten.“

NETZWERK

Unsichtbare Dienste

Was macht die Bank, was macht sie nicht? Viele Leser sehen die Bank der Zukunft nur noch als Teil eines großen Kooperationsnetzwerks. Peter Rensch glaubt, dass Kredit- und Zahlungsverkehrsfabriken das Retailbanking abwickeln werden und es nur noch Spezialinstitute geben wird. Eric Czotscher spricht von der „unsichtbaren Bank“, die nach außen gar nicht mehr in Erscheinung tritt und deren Angebote in Produkt- und Dienstleistungsangebote anderer Unternehmer wie Reisebüros eingebunden werden. Lüder de Riese hält es für denkbar, dass Banken ihre Dienste in gemeinsamen Filialen anbieten. Für spezielle Angebote könnten extra Beratungstage vereinbart werden. Konrad Lehmann dagegen will alles aus einer Hand und entwirft das Konzept der Bank als umfassender Dienstleisterin. Er wünscht sich Konten in unterschiedlichen Währungen und die Möglichkeit, über die Bank auch gesammelte Flugmeilen und Tankgutscheine zu verwalten.

TECHNIK

Nichts ist unmöglich

Ob Irisscan beim Bargeldbezug, RFID-Chips für die Bankgeschäfte zu Hause, Bildtelefonie mit dem Berater oder der virtuelle Filialbesuch in der Computersimulation „Second Life“: Die Deutschen sind technikaffin. Das fängt pragmatisch beim Geldautomaten an. Norbert Hoffmann schlägt einen Bargeldtauschautomaten vor, der sämtliche Beträge flexibel wechseln kann. Andere Leser wollen zukünftig über den Bankautomaten auch Lotto spielen, Konzertkarten bestellen, Reisen buchen und aktuelle Immobilienanzeigen durchforsten können. Das Onlinebanking hat zwar bisher die hochgesteckten Erwartungen nicht erfüllt. Viele Leser wünschen sich dennoch reichhaltigere Internetangebote wie beispielsweise umfassende Finanzplanungs- und Portfoliomanagement-Tools. Holger Sprenger möchte etwa im Internet Kredite beantragen können – und binnen einer halben Stunde über die Kreditzusage oder -absage informiert werden.