



# Newsletter

No. 11  
Dezember 2001

<http://www.if-news.de>

der Fachgruppe Informationssysteme in der Finanzwirtschaft  
Gesellschaft für Informatik e.V.

## Editorial

Liebe Mitglieder und Interessierte,

ein herzliches Willkommen zu unserem 11. Newsletter.

In unserer Rubrik „Call for Papers“ gibt es dieses Mal keine Tagungsankündigungen, sondern Rückblicke über bereits stattgefundene Konferenzen.

Zum einen finden Sie einen Bericht über die WI-IF Tagung 2001, die in Augsburg abgehalten wurde, bei der neben interessanten Vorträgen auch die Neuwahl des IF- Leitungsgremiums erfolgte.

Dr. Sandbiller berichtet hierüber in der Rubrik „Aus der Arbeit der Fachgruppe“.

Zum anderen berichtet das Institut für Bankinformatik und Bankstrategie an der Universität Regensburg von der diesjährigen „Second Conference on Innovation in the Banking Industry“ (CIBI 2001), die parallel zur SYSTEMS 2001 am 18. – 19. Oktober in München stattgefunden hat.

Unter dem Stichwort „Papers-abstract-books“ finden sich in dieser Ausgabe sieben interessante Neuerscheinungen.

Die Autoren Herchenheim, Strathmann und Seidel referieren in „Aktuelles Stichwort“ über Elektronische Vertriebskanäle in der Finanzbranche und deren Entwicklung.

Zu guter Letzt stellt sich die Hochschule für Bankwirtschaft mit Sitz in Frankfurt am Main vor.

Hiermit möchte ich wieder alle Leser zur aktiven Mitarbeit auffordern. Veröffentlichungen können gerne an den jeweiligen Rubrikverantwortlichen gesendet werden. Der nächste Erscheinungstermin des Newsletters wird April 2002 sein.

Ich wünsche Ihnen ein fröhliches Weihnachtsfest und freue mich, Sie auch im Neuen Jahr wieder als Leser begrüßen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen

gez. Prof. Dr. Dieter Bartmann

<b>Impressum: Redaktionsschluss für den nächsten NEWSLETTER: 30.1.2001</b>		
<p><b>Dr. Peter Gomber</b></p> <p>Deutsche Börse AG Market Design Neue Börsenstraße 1 D-60284 Frankfurt am Main Tel.: +49 69 2101 4853 Fax.: +49 69 2101 4478</p> <p>E-Mail: <a href="mailto:peter.gomber@deutsche-boerse.com">peter.gomber@deutsche-boerse.com</a></p> <p><b>Verantwortlich für:</b> Aktuelles Stichwort</p>	<p><b>Diplom-Wirtschaftsinformatiker</b></p> <p><b>Thomas Klein</b> ALLDATA SDV GmbH Systeme der Versicherungswirtschaft Redlichstr. 2 D-40239 Düsseldorf Tel.: +49 211 964-1870 Fax.: +49 211 964-1490</p> <p>E-Mail: <a href="mailto:Thomas.Klein@alldata.de">Thomas.Klein@alldata.de</a></p> <p><b>Verantwortlich für:</b> Papers-Abstracts-Books</p>	<p><b>Dr. Susanne Leist</b></p> <p>Institut für Wirtschaftsinformatik Müller-Friedberg-Strasse 8 CH-9000 St. Gallen Tel.: +41 71 224 2937 Fax: +41 71 224 2936</p> <p>E-mail: <a href="mailto:Susanne.Leist@unisg.ch">Susanne.Leist@unisg.ch</a></p> <p><b>Verantwortlich für:</b> Profile</p>
<p><b>Dr. Klaus Sandbiller</b></p> <p>A.T. Kearney GmbH Platz der Einheit 1 D-60327 Frankfurt Tel.: +49 69 7474-6677 Fax: +49 69 7474-6999</p> <p>E-Mail: <a href="mailto:Klaus.Sandbiller@atkearney.com">Klaus.Sandbiller@atkearney.com</a></p> <p><b>Verantwortlich für:</b> Aus der Arbeit der Fachgruppe</p>	<p><b>Koordination: Prof. Dr. Dieter Bartmann, Dipl.-Kffr. Andrea Fuchs</b></p> <p>Institut für Bankinformatik und Bankstrategie an der Universität Regensburg, gGmbH D-93040 Regensburg Tel.: +49 941 943-1881 Fax: +49 941 943-1871</p> <p>E-Mail: <a href="mailto:Dieter.Bartmann@wiwi.uni-regensburg.de">Dieter.Bartmann@wiwi.uni-regensburg.de</a> <a href="mailto:Andrea.Fuchs@wiwi.uni-regensburg.de">Andrea.Fuchs@wiwi.uni-regensburg.de</a></p> <p><b>Verantwortlich für:</b> Call for Papers – Tagungshinweise</p>	
<p><b>Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Herausgeber wieder.</b></p>		

## Call for Papers - Tagungsrückblicke:

### Bericht zur Second Conference on Innovation in the Banking Technology (CIBI 2001) am 18. / 19. Oktober 2001 parallel zur Systems

Die CIBI 2001 wurde organisiert vom Institut für Bankinformatik und Bankstrategie an der Universität Regensburg in Kooperation mit dem Centro di Technologie Informatiche e Finanziarie, Mailand und der Neuen Messe München.

Unter dem Motto „Banking meets Science“ skizzierten auf der CIBI 2001 Experten aus Wissenschaft und Praxis ihre Perspektiven zur Zukunft des IT-gestützten Banking

#### Sektion I: Trust Services and Infrastructures

##### Geschäftspolitik TC Trustcenter AG

Dr. Peter Ehlers, Vorstandsmitglied der TC TrustCenter AG, stellte die Geschäftspolitik der TC Trustcenter AG vor. Als wichtige Marktsegmente im Jahr 2002 nannte er Mitarbeiterausweise und Outsourcing-Angebote für an Idenrus teilnehmende Banken. Anfang 2003 wird die Ausstattung von Bank- und Kreditkarten mit digitalen Zertifikaten an Bedeutung gewinnen. Ab 2004 rückt das Marktsegment Mobile Commerce verstärkt in den Betrachtungsfokus. Hier sind Potenziale im Bereich der Ausstattung von mobilen Endgeräten mit digitalen Zertifikaten sowie hinsichtlich der Entwicklung von Applikationen zu erschließen. Als Erfolgsfaktoren für den Betrieb eines Trustcenters nannte Dr. Ehlers „Qualität und Kompetenz im Bereich Technik und Recht“, „Fähigkeit zu flexibler und skalierbarer Produktion“, „Kosteneffizienz“, „Full-Service“ und „Partnering“. Abschließend ging Dr. Ehlers auf die Bedeutung des Outsourcing für das TC-Geschäft ein. Nur über die Realisierung von Skaleneffekten können Zertifikate kosteneffizient bereitgestellt werden.

##### Trust-Service-Infrastrukturen - Leistungen, Interoperabilität, strategische Aspekte

Dr. Philip Tauschek, Mitarbeiter der ibi consult GmbH, stellte zu Beginn seines Vortrags Trustcenter-Zusatzleistungen vor, mit denen einfache PKI (Public-Key-Infrastrukturen) zu TSI (Trust-Service-Infrastrukturen) angereichert werden können. Als Beispiele wurden der „flexible Beglaubigungsdienst“ und die „Wertzuteilungsbeglaubigung“ erläutert. Da TSI die Basis für zu erstellende Applikationen bilden, ist die Fähigkeit zur Beurteilung ihrer Eigenschaften von herausragender Bedeutung. Aus diesem Grund nannte Dr. Tauschek Kriterien zur Bestimmung des Charakters von TSI. Weiterhin stellte er die These auf, dass auch in Zukunft eine Vielzahl verschiedener TSI mit jeweils

unterschiedlichen Eigenschaften nebeneinander existieren wird. Für diese Behauptung führte er technische, organisatorische, ökonomische, rechtliche und politische Gründe an. Anschließend verdeutlichte Dr. Tauschek, dass zwischen unterschiedlichen TSI erhebliche Interoperabilitätsprobleme bestehen und dass diese einen wesentlichen Hemmfaktor für die Entstehung von branchen- und länderübergreifenden Anwendungen darstellen. Im letzten Teil seines Vortrags ging Dr. Tauschek auf strategische Aspekte im Trustcenter-Geschäft ein. Er stellte Ergebnisse einer von ihm durchgeführten Branchenstrukturanalyse vor. Darauf aufbauend nannte er geeignete Wettbewerbsstrategien und Erfolgsfaktoren für Trustcenter.

### **Rechtliche Aspekte von Trust-Service-Infrastrukturen**

Dr. Ivo Geis, Rechtsanwalt in Hamburg, ging auf die für die Anwendung digitaler Signaturen rechtlichen Rahmenbedingungen ein. Er zeigte, dass nach dem „Gesetz zur Anpassung der Schriftform an den modernen Rechtsgeschäftsverkehr“ die qualifizierte elektronische Signatur eine einsetzbare Option zur gesetzlichen Schriftform ist, die höchste Beweisqualität bietet. Dr. Geis wies darauf hin, dass in internationalen Rechtsbeziehungen unterschiedliche Standards elektronischer Signaturen existieren, die nicht interoperabel sind. Somit ist die Funktionsfähigkeit elektronischer Signaturen in internationalen Beziehungen von der Verständigung der Kommunikationspartner über den Standard der elektronischen Signatur abhängig. Während von rechtlicher Seite also die Voraussetzungen für den elektronischen Geschäftsverkehr erfüllt sind, bestehen im Bereich der technischen Standardisierung noch erhebliche Defizite. Einen Ausweg hierfür könnten Quasi-Standards darstellen, die durch international agierenden Trustcenter wie „Identrus“ entstehen.

## **Sektion II: Banking im Electronic Business**

### **Vertrauenswürdige Infrastrukturen im Electronic Business**

Prof. Pernul beschäftigte sich eingangs mit dem Potenzial elektronischer Märkte. Dabei ging er insbesondere auf Besonderheiten digitaler Produkte und verschiedene Ausprägungen von Märkten und Geschäftsmodellen ein. Eine vertrauenswürdige Basis für den Vertrieb elektronischer Produkte sei unbedingt notwendig. Diese müsse aber in allen Phasen einer Markttransaktion implementiert werden. Pernul stellte als Lösungsansatz das an der Universität Essen entwickelte COPS Modell vor, das einen sicheren und fairen Austausch von digitalen Gütern zwischen verschiedenen Marktteilnehmern gewährleisten soll. Den alleinigen Einsatz von Kryptografie für sichere Transaktionen stellte er stark in Frage, da diese Technologie nur einen sehr geringen Teil der Problematik abdecke. Abschließend stellte Pernul weitere Projekte seines Lehrstuhls an der Universität Essen vor, insbesondere das eGovernment-Projekt „WeboCracy“, das basierend auf einer Sicherheitsarchitektur Kommunikation und Transaktionen mit staatlichen Einrichtungen erleichtern soll.

### **Sind Banken im globalen Handel essentiell?**

Mit dieser Frage befasste sich Herr Rikli von der Credit Suisse. Gerade das Transaction Banking habe für Banken einen immer größeren Stellenwert im Produktportfolio. Zwar steigt dort die Anzahl der Transaktionen stark an, doch die Margen würden immer weiter sinken. Deshalb hätten traditionelle Banken mit ihren gewachsenen Strukturen in Zukunft mit starker Konkurrenz aus dem Near/Non-Banking Sektor zu kämpfen. Rikli sieht die Lösung der Problematik in der Erschließung neuer Märkte. Diese könnten vor allem im B2B-Bereich gesehen werden. In diese Supply Chain müssten sich die Banken fest verankern, um nicht aus dem Markt gedrängt zu werden und um Marktanteile zurückerobern zu können. Zwar erschließen sich immer mehr Unternehmensgruppen (wie TelCos) den ePayment Bereich, doch sind die Banken laut Rikli vor allem dem Kunden gegenüber gut positioniert. Durch neue Geschäftsmodelle, z. B. im EBPP Bereich, und Kooperationen mit verschiedenen Anbietern, bis hin zu innovativen Organisationsformen werden sich Banken dennoch auch in Zukunft entsprechend positionieren können.

### **Financial Application Service Providing**

Auch in der Bankenlandschaft wird sich nach Zorbach die marktliche Koordination gegenüber einer hierarchischen durchsetzen. So ließe sich die Aufspaltung der Banken in Vertriebs-, Produkt- und Transaktionsbanken begründen. Durch immer höheren Kostendruck müsse die Transaktionsbank effizienter werden, was durch Optimierung der bankinternen Prozesse geschehen könne. Gerade der Markt für Transaktions Banking werde daher innerhalb der nächsten Zeit eines der größten Wachstumsfelder im Bankbereich sein. Hier ergeben sich nach Zorbach für die Banken viele neue

Geschäftsfelder. Als Beispiele sind die Bereiche Trust, EBPP und Integration der Bankdienstleistung in die Wertekette im eProcurement zu nennen. Diese Aufgaben könnte zu großen Teilen ein sogenannter Financial Application Service Provider übernehmen, der diese Aufgabe selbständig übernimmt. Durch das Angebot von Mehrwert Services werde dieses Angebot auch für Banken interessant, so Zorbach.

### **Sektion III: Strategie und Konzepte für das Retailbanking**

Der zweite Tag der CIBI 2001 startete mit dem Thema „Strategien und Konzepte für das Retailbanking“. Helmut Stroblmair, Leiter des Raiffeisen-Informationssystems, Raiffeisenverband Südtirol, führte die Teilnehmer mit seinem Vortrag „Positionen und Visionen“ an das Thema heran. Er zeigte, welche Einflussgrößen infolge neuer IT und Telekommunikationstechnologien auf den Bankenmarkt einwirken und welche Veränderungen aufgrund dieser Kräfte im Finanzdienstleistungsbereich zu erwarten sind. Daran anschließend führte er Systeme vor, die versuchen, diese Veränderungen zu berücksichtigen. Lösungsansatz ist hierbei, Services entlang der Wertschöpfungskette anzubieten, die, je nach Kernkompetenz, in differenzierten Einheiten erstellt werden.

Finanzdienstleistung alleine, könne in Zukunft nur als ein Beiprodukt angesehen werden, so Herr Stroblmair, wichtiger sei vielmehr, dem Kunden als individueller Lösungsanbieter entgegenzutreten.

### **Mobile Banking: eine Riesenchance mit Grenzen?**

Im darauf folgenden Vortrag ging Herr Dr. Andrea Carignani, Dozent an der Katholischen Universität und der IULM Universität in Mailand, auf Besonderheiten des Mobile Commerce ein. Er zeigte Chancen für den mobilen Vertrieb auf, ging aber gleichzeitig auf dessen Grenzen ein. Glaube man den Zahlen, so Herr Dr. Carignani, so scheint es, als könne man mit Einführung der UMTS Technologie auf den Retailmarkt ein starkes Wachstum des Mobile Commerce erwarten. Dem können aber starke Zweifel entgegengebracht werden. Zwar machen Finanzdienstleistungsprodukte einen Großteil der über M-Commerce verkauften Dienstleistungen aus, jedoch hemmt die mangelnde Bedienerfreundlichkeit eine Ausweitung des Vertriebs zu komplexen Produkten. Dennoch streben einige Telekommunikationsunternehmen ein weiteres Standbein als Finanzdienstleister an. Herr Dr. Carignani zeigte mehrere Szenarios auf, die verdeutlichen, welche Bereiche der Wertschöpfungsketten Telekommunikationsunternehmen beim Vertrieb von Finanzdienstleistungsprodukten einnehmen können.

### **Die Vertriebsbank als Lösungsanbieter**

„Die Zukunft der Vertriebsbank“ war Thema des Vortrages von Herrn Prof. Dr. Dieter Bartmann, Professor für Wirtschaftsinformatik an der Universität Regensburg und geschäftsführender Direktor des Instituts für Bankinformatik und Bankstrategie.

Im ersten Teil präsentierte er „Die ibi-Modellbank“, ein Projekt gefördert und unterstützt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung, das sich mit „der Bank der Zukunft“ beschäftigt und hierfür Innovationen in den Bereichen Technologien, Dienstleistung und Organisation untersucht.

Im zweiten Teil ging Herr Prof. Dr. Dieter Bartmann auf den organisatorischen Wandel des Bankvertriebs ein. In einer strategischen Analyse verglich er dabei den Industrie- mit einem Bankvertrieb und stellte die Unterschiede dar. Gleichzeitig machte er auf die wachsende Bedeutung des Digitalvertriebs aufmerksam. Um die Supply Chain vollends bedienen zu können, sei es notwendig, so Herr Prof. Bartmann, dass es zu einer Fragmentierung des Bankbetriebs in eine Vertriebs-, eine Produkt- und eine Abwicklungsbank komme. Das Stichwort vernetzte Leistungserstellung, das anhand eines Praxisbeispiels erläutert wurde, ließ ihn schließlich zum Ziel des Internet-Vertriebs überleiten: dem „One-stop-shopping“.

Im nächsten Teil zeigte der Referent neue Wege zum Kunden mit Hilfe von Interactive TV und Mobile Banking. Er verdeutlichte, dass zum einen diese neuen Vertriebswege in der Zukunft immer mehr an Bedeutung gewinnen werden und zum anderen die Integration mehrerer Vertriebskanäle innerhalb eines Kundenprozesses zur Norm werden können.

Im abschließendem Teil seines Vortrages ging Herr Prof. Bartmann auf Erfolgsfaktoren für ein modernes Filialbanking ein.

### **Interaktive Tools - Ersatz für den Bankberater?**

Vanessa Niemeyer, Mitarbeiterin am Institut für Bankinformatik ging im letzten Vortrag der dritten Sektion auf einen speziellen Bereich im digitalen Vertrieb ein: die digitale Beratung mit Hilfe

interaktiver Tools. Fokus hierbei ist die bedarfsorientierte Begleitung des Kunden in seinem Kaufprozess. Dabei wird die idealtypische virtuelle Beratungsleistung aus der realen Beratung abgeleitet und zu einem neuen Konzept vereint. Wichtig sei hier vor allem eine Unterstützung zum einem im Kundenprozess an sich, aber auch hinsichtlich der Primärbedarfe, die einen Kunden erst dazu anstoßen, sich an ein Finanzinstitut zu wenden, und die Bereithaltung einer vernetzten Leistungserstellung um den Kunden auch mit Produkten, die nicht zum eigenem Spektrum gehören, bedienen zu können. Im weiteren Verlauf zeigte Frau Niemeyer konkrete Maßnahmen zur Unterstützung in den einzelnen Bereichen auf und ging auf verschiedene, einzelne, wie auch kombinierte Tooltypen ein.

#### **Sektion IV: IT-Architekturen als Enabler und Bottleneck**

Die Vorträge und Diskussionen zum Thema „IT-Architekturen als Enabler und Bottleneck“ machten deutlich, welche entscheidende Rolle der Informationstechnologie zur Umsetzung neuer Geschäftsstrategien von Finanzdienstleistern zukommt: Einerseits werden innovative Geschäftsmodelle überhaupt erst durch den Einsatz moderner Technologien ermöglicht. Andererseits können sich IT-Architekturen im Rahmen der Neuorganisation von Geschäftsfeldern aber auch zum kritischen Engpass entwickeln. Beide Seiten wurden im Rahmen der Konferenzbeiträge betrachtet.

#### **CRM: Im Spannungsfeld von Kundenorientierung und Effizienz.**

Dr. Erhard Petzel, Direktor und Prokurist der NetBank AG Hamburg, stellte die kritische Rolle von Systemarchitekturen für ein erfolgreiches eCRM dar. Dabei betonte er besonders die hohe Bedeutung einer engen Verzahnung von Geschäftsstrategie und hierauf abgestimmten Technologieeinsatz im Kundenmanagement. Aufgrund der hohen Komplexität von CRM-Projekten ist für deren erfolgreiche Umsetzung zusätzlich ein professionelles Projektmanagement erforderlich. Dabei stehen neben Fragen der Implementierung von IT-Systemen auch Mitarbeiteraspekte i.S.e. Change Managements im Mittelpunkt.

#### **Allfinanz-Dienstleister: Nicht ohne einheitliche IT-Infrastruktur.**

Die Zusammenführung der IT-Infrastrukturen von Banken und Versicherungen war Thema der Ausführungen von Mihael Foit, Geschäftsführer der Dresdner Bank IT-Services (DREGIS) GmbH. Am Beispiel des gegenwärtigen Fusionsvorhabens von Allianz und Dresdner Bank zeigte er auf, welche entscheidende Unterschiede der IT-Infrastrukturen bei Banken und Versicherungen zu berücksichtigen sind. Dabei gilt es die Herausforderung zu meistern, die im Schwerpunkt batchorientierte Welt einer Versicherung mit der eher realtimeorientierten Welt einer Bank zu vereinen. Zentrale IT-Infrastrukturanforderungen eines Allfinanzdienstleisters zeigen den Weg dorthin.

#### **Podiumsdiskussion: Sind die IT-Investitionen bei den heutigen Geschäftsmodellen noch finanzierbar?**

Unter Leitung von Prof. Dr. Bartmann fand im Rahmen der CIBI 2001 eine Podiumsdiskussion zu dem Thema „Sind die IT-Investitionen bei den heutigen Geschäftsmodellen noch finanzierbar?“ statt. Daran nahmen als Bankenvertreter Herr Foit (Geschäftsführer der Dresdner Bank IT-Services), Herr Dr. Petzel (Direktor und Prokurist der NetBank AG), Herr Rikli (Managing Director Global Network Services, Credit Suisse) und Herr Zorbach (Bereichsleiter Transaktionsservices, HypoVereinsbank) teil. Von Seite der IT-Lieferanten waren Herr Bickert (KORDOBA) und Herr Weise (CSC Ploenzke) vertreten.

Weitgehend einig war man sich im Rahmen der Diskussion, dass vor dem Hintergrund der äußerst schwierigen Geschäftslage der Banken der Informationstechnologie einerseits eine wesentliche Rolle zur Ausschöpfung von Rationalisierungspotentialen zukomme. Auf der anderen Seite werde die Informationstechnologie als einer der wesentlichen Kostenblöcke im Bankgeschäft selbst sehr viel stärker unter Einspargesichtspunkten betrachtet. Hier wurde jedoch seitens Herr Foit argumentiert, dass sich die Investitionen in die Informationstechnologie nur sehr gering für Kosteneinsparungsprogramme eignen, schließlich bestimme die IT wesentlich die Wettbewerbsfähigkeit der Banken. Dazu fügten die Vertreter der Softwarehäuser an, dass aus ihrer Perspektive augenblicklich auch zukunftssträchtige Investitionen z. T. von einzelnen Instituten verschoben würden.

Vor diesem Spannungsfeld zwischen notwendiger Modernisierung der Informationssysteme und der Ausschöpfung von Kostensenkungspotentialen rückt auch aus Sicht der HypoVereinsbank, so Herr Zorbach, das Thema Standardsoftware weiter in den Mittelpunkt der Betrachtung. Dabei gelte es

jedoch einen schwierigen Weg zu begehen, schließlich haben die einzelnen Institute über Jahrzehnte ihre operativen Systeme selbst entwickelt, was zu teilweise sehr heterogenen Systemstrukturen geführt habe. Hier gab Herr Rikli jedoch zu bedenken, dass was vor dem Hintergrund von Fusionen geleistet werde, nämlich das Zusammenführen von heterogenen IT-Systemen, auch unter normalen Konstellationen zu bewältigen sein müsse. Ferner diskutierten die Teilnehmer auf Anregung von Herrn Prof. Bartmann und Dr. Petzel das Thema Komponentenarchitekturen als einen der möglichen Lösungswege.

Einig war man sich bei der Ziehung des Fazits: die Informationstechnologie sei und bleibe der wesentliche Treiber der Reorganisation des Bankgeschäfts und zentraler Erfolgsfaktor im Banking von Morgen.

### Kurzbericht zur WI-IF Tagung 2001 in Augsburg

Unter dem Motto „Information Age Economy – Innovationen, Methoden und Anwendungen für den E-Commerce fand vom 19. – 21. September in Augsburg die Tagung der WI-IF (5. Internationale Tagung Wirtschaftsinformatik und 3. Tagung Informationssysteme in der Finanzwirtschaft) statt. Auf Einladung von Prof. Buhl, Inhaber des Lehrstuhls für Betriebswirtschaftslehre, Wirtschaftsinformatik und Financial Engineering, wurde Wissenschaftlern und Praktikern eine einzigartige Plattform zum Austausch von Entwicklungen, Konzepten und Visionen geboten.

Als Schwerpunkte wurde bei den IF-Tracks folgende Themen behandelt:

E-Insurance	Leitung Prof. Dr. M. Morlock
Risikomanagement und Kapitalallokation in Kreditinstituten	Leitung Prof. Dr. H. Meyer zu Selhausen
Intermediation im elektronischen Wertpapierhandel	Leitung Prof. Dr. C. Weinhardt
Elektronische Finanzdienstleistungswirtschaft (I)	Leitung Prof. Dr. H. U: Buhl
Elektronische Finanzdienstleistungswirtschaft (II)	Prof. Dr. M. Steiner

Die dabei vorgestellten Beiträge flossen in den Tagungsband „e-Finance – Innovative Problemlösungen für Informationssysteme in der Finanzwirtschaft“ (Springer Verlag 2001) ein.

Unter Leitung von Prof. Dr. W. Folz fand zudem eine Podiumsdiskussion statt, die sich mit der Fragestellung „Die Zukunft der Finanzdienstleister: Kundenbeziehungsmanagement oder Systemhaus?“ befasste. Abgerundet wurde die bestens organisierte Tagung, an der mehr als 1200 Wissenschaftler und Praktiker teilnahmen, durch ein feierliches Abendprogramm sowie eine Gala Night im Kurhaus Göggingen.

## Aus der Arbeit der Fachgruppe:

### Tagung WI-IF 2001 und Neuwahl des Leitungsgremiums

Im laufenden Jahr 2001 hatten wir uns zwei große Meilensteine auf die Agenda gesetzt: Durchführung unserer inzwischen fest etablierten Sektionstagung „IF – Informationssysteme in der Finanzwirtschaft“ in einem neuen Tagungskonzept und nachhaltiges Anstoßen eines „Revitalisierungsprozesses“ unserer Fachgruppe. Beides ist uns erfolgreich gelungen: Zum ersten Mal wurde die IF-Tagung als „Joint Venture“ mit der großen „Wirtschaftsinformatik“-Tagung des Fachbereichs 5 der Gesellschaft für Informatik veranstaltet. Mit dem integrierten Tagungskonzept ist es in hervorragendem Maße gelungen, inhaltliche sowie organisatorische Synergien zu nutzen und gleichzeitig die Profilschärfe der beiden Themengebiete zu erhalten. Gewinner waren eindeutig die Tagungsteilnehmer, denen neben erstklassigen Beiträgen und hochspannenden Podiumsdiskussionen – insbesondere zur Zukunft der Finanzdienstleister – auch vielfältige „Events“ und Foren zum persönlichen Austausch geboten wurden. An dieser Stelle danke ich Herrn Prof. Buhl und seinem Team für die Organisation einer hochprofessionellen und zugleich abwechslungsreichen WI-IF 2001 Tagung in Augsburg, die sicherlich Maßstäbe für die Zukunft setzen wird.

Neben der Tagung haben wir in diesem Jahr einen „Revitalisierungsprozess“ angestoßen, mit dem Ziel, unser Selbstverständnis und unsere Mission sowie die daraus abgeleiteten Aufgaben neu zu

definieren. Ausgehend von dem Selbstverständnis, ein „aktives Netzwerk“ zu sein, wurden schon einige strukturelle Vorschläge und Maßnahmen erarbeitet, um Sie, die inzwischen 600 Mitglieder, noch intensiver als bisher zu betreuen und das Netzwerk „Fachgruppe“ über Veranstaltungen und Öffentlichkeitsarbeit weiter zu intensivieren. Auf unserem Fachgruppentreffen im September im Rahmen der WI-IF 2001 wurde auch vor diesem Hintergrund ein neues Leitungsgremium gewählt. Die Mitglieder des neuen Leitungsgremiums sind:

- Prof. Dr. Dieter Bartmann (Universität Regensburg)
- Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl (Universität Augsburg)
- Dr. Susanne Leist (Hochschule St. Gallen)
- Prof. Dr. Hermann Locarek-Junge (TU Dresden)
- Thomas Klein (Alldata, München)
- Prof. Dr. Hermann Meyer zu Selhausen (LMU München)
- Prof. Dr. Andreas Oehler (Universität Bamberg)
- Dr. Hans-Gert Penzel (HypoVereinsbank AG, München)
- Dr. Erhard Petzel (NetBank AG)
- Dr. Klaus Sandbiller (A.T. Kearney GmbH, Frankfurt)

Das neue Leitungsgremium wird sich bereits am 17. November 2001 zu seiner konstituierenden Sitzung treffen, um die bereits konzipierten „Revitalisierungsmaßnahmen“ weiter zu detaillieren, zu ergänzen und insbesondere zeitnah umzusetzen. Wie wichtig es ist, die Fachgruppenarbeit wieder mehr in die Breite zu tragen, zeigte leider die geringe Teilnehmerzahl auf unserer Wahlversammlung. Ich wünsche daher dem neuen Leitungsgremium viel Erfolg und danke den bisherigen Mitgliedern für ihren Einsatz und ihre Arbeit. Ich bin überzeugt, dass wir auf der Grundlage des bisher Erreichten mit neuen Ideen und frischem Engagement den Mehrwert der Fachgruppe für unsere Mitglieder weiter ausbauen.

Dr. Klaus Sandbiller  
(Sprecher)

P.S. Mittlerweile hat die Sitzung stattgefunden. Zum neuen Sprecher wurde Herr Prof. Dr. Dieter Bartmann gewählt. Sein Stellvertreter ist Herr Prof. Dr. Hermann Locarek-Junge.

## Papers-Abstracts-Books:

### Creating a Fuzzy Rule-based Indicator for the Review of Credit Standing

Baetge, Jörg / Heitmann, Christian: "Creating a Fuzzy Rule-Based Indicator for the Review of Credit Standing", in: Schmalenbach Business Review 2000, S.318-343.

#### Abstract:

Due to the rising number of corporate insolvency's on the one hand, and, on the other hand, declining interest-rate (and thus profit) margins associated with increasing loan volumes, banking institutions need instruments for evaluating credit standing that can evaluate the financial situation of a company quickly and accurately. Only though the use of such instruments, can potentially bankrupt enterprises be identified early. In this article, we introduce a procedure on the basis of which, a fuzzy rule-based expert system replicates mathematically, the expert knowledge of a loan officer so that a credit evaluation can be conducted rapidly with the aid of a computer. The article focuses on how a fuzzy rule-based expert system can, in principle, replicate the process of evaluating credit standing. The article also considers in some detail, the reliability of an evaluation of a firm's financial situation, using a credit-evaluation indicator developed from the above procedure. Our credit-evaluation indicator was tested empirically on a total of 8,763 actual financial statements from the manufacturing sector.

Prof. Dr. Dr. h.c. Jörg Baetge, Dr. Christian Heitmann

Westfälische Wilhelms-Universität Münster  
 Institut für Revisionswesen  
 Universitätsstr. 14-16,  
 48143 Münster  
 Telefon: (02 51) 8 32 29 61, Telefax (02 51) 8 32 29 66  
 E-Mail: [jrw@wiwi.uni-muenster.de](mailto:jrw@wiwi.uni-muenster.de);  
<http://www.wiwi.uni-muenster.de/~04>

### Long Memory vs. Structural Change in Financial Time Series

Walter Krämer, Philipp Sibbertsen und Christian Kleiber (2001): „Long Memory vs. Structural Change in Financial Time Series, in: Technical Report 37/2001, SFB 475, Universität Dortmund.

#### Abstract:

The paper discusses structural change as a possible mechanism that generates the appearance of long memory in economic time series. It shows that there are no long memory effects in German stock returns and that long memory in squares of German stock returns disappears once shifting means are properly accounted for.

Keywords: Stock returns, long-range dependence, structural breaks.

Download: <http://www.statistik.uni-dortmund.de/sfb475/berichte/tr37-01.ps>

JEL classification: G14, C22.

### Discovering the best: Informational efficiency and liquidity of alternative trading mechanisms in experimental asset markets

Andreas Oehler\* / Klaus Heilmann / Volker Läger, Lehrstuhl für Finanzwirtschaft, Universität Bamberg, Überarbeitete Version, August 2001

#### Abstract:

This paper reports the results of 18 experimental asset markets with 262 subjects that explore the effects of liquidity and aggregation of information. The main focus lies on the comparison of different trading mechanisms of stock exchanges. Compared to most of financial markets experiments, reality is met by introducing long-living assets and integrating all subjects in a multi-period decision-making process.

In accordance with the evidence from the empirical research in real financial markets, our results show that the continuous auction achieves the highest informational efficiency. Dealer markets do the worst; call markets (batch trading) reach an intermediate position. A comparable result is achieved regarding the liquidity of the trading mechanisms.

For both success factors of real stock exchanges our results show a strong tendency that continuous trading outperforms the other market structures, at least in the framework of the present measurement and on the chosen abstraction level. This does not exclude for the practice to offer a combination with call markets in certain titles and at certain times, particularly, if the here met assumptions of an open market access and information symmetry between the investors do not apply in full extent.

JEL Classification: D44, G12, G14

Key Words: Market Microstructure, Experimental Asset Markets, Market Efficiency, Informational Efficiency, Liquidity, Call Markets, Continuous Auction, Dealer Markets, Auctions

\*) Corresponding author. Requests should be sent to: Andreas Oehler, Bamberg University, Department of Finance, Kirschaeckerstr. 39, D-96045 Bamberg, phone: (+49) 951-863-2536, fax: (+49) 951-863-2538, e-mail: [finanz@sowi.uni-bamberg.de](mailto:finanz@sowi.uni-bamberg.de), internet: <http://www.uni-bamberg.de/sowi/finanz>.

The authors are grateful to Dirk Dreyer, Frank Spellmann and Matthias Unser for technical support.

The paper benefited from discussions with Stefan Arneth, Jan Krahnert, Mark Wahrenburg and Martin Weber and an anonymous referee. We particularly thank Günther Franke and Hartmut Schmidt for valuable comments to a former version. We received also helpful comments from participants at the 10<sup>th</sup> Colloquium on Empirical Capital Market



Research of the German Science Foundation, the Symposium on OR 2000 of the GOR (Dresden, Germany) and the EEA Congress 2000 (Bolzano, Italy).

Financial support from German Science Foundation (grant OE 214/1-2) is gratefully acknowledged.

### **Discovering the best: Informational efficiency and liquidity of alternative trading mechanisms in experimental asset markets**

Andreas Oehler\* / Klaus Heilmann / Volker Läger, Lehrstuhl für Finanzwirtschaft, Universität Bamberg, Überarbeitete Version, August 2001

#### **Abstract:**

This paper reports the results of 18 experimental asset markets with 262 subjects that explore the effects of liquidity and aggregation of information. The main focus lies on the comparison of different trading mechanisms of stock exchanges. Compared to most of financial markets experiments, reality is met by introducing long-living assets and integrating all subjects in a multi-period decision-making process.

In accordance with the evidence from the empirical research in real financial markets, our results show that the continuous auction achieves the highest informational efficiency. Dealer markets do the worst; call markets (batch trading) reach an intermediate position. A comparable result is achieved regarding the liquidity of the trading mechanisms.

For both success factors of real stock exchanges our results show a strong tendency that continuous trading outperforms the other market structures, at least in the framework of the present measurement and on the chosen abstraction level. This does not exclude for the practice to offer a combination with call markets in certain titles and at certain times, particularly, if the here met assumptions of an open market access and information symmetry between the investors do not apply in full extent.

JEL Classification: D44, G12, G14

Key Words: Market Microstructure, Experimental Asset Markets, Market Efficiency, Informational Efficiency, Liquidity, Call Markets, Continuous Auction, Dealer Markets, Auctions

\*) Corresponding author. Requests should be sent to: Andreas Oehler, Bamberg University, Department of Finance, Kirschaeckerstr. 39, D-96045 Bamberg, phone: (+49) 951-863-2536, fax: (+49) 951-863-2538, e-mail: finanz@sowi.uni-bamberg.de, internet: <http://www.uni-bamberg.de/sowi/finanz>.

The authors are grateful to Dirk Dreyer, Frank Spellmann and Matthias Unser for technical support.

The paper benefited from discussions with Stefan Arneht, Jan Krahnert, Mark Wahrenburg and Martin Weber and an anonymous referee. We particularly thank Günther Franke and Hartmut Schmidt for valuable comments to a former version. We received also helpful comments from participants at the 10<sup>th</sup> Colloquium on Empirical Capital Market Research of the German Science Foundation, the Symposium on OR 2000 of the GOR (Dresden, Germany) and the EEA Congress 2000 (Bolzano, Italy).

Financial support from German Science Foundation (grant OE 214/1-2) is gratefully acknowledged.

### **Preiseinfluss institutioneller Anleger am deutschen Aktienmarkt**

Mirko Häcker / Andreas Oehler\*; Lehrstuhl für Finanzwirtschaft, Universität Bamberg, Überarbeitete Version, September 2001

#### **Abstract:**

26 Aktien des Deutschen Aktienindex DAX werden über 249 Handelstage des Jahres 1997 auf den Preiseinfluss institutioneller Investoren hin analysiert. Der verwendete Satz hochfrequenter Transaktionsdaten erlaubt erstmalig für den deutschen Aktienmarkt eine differenzierte Untersuchung, inwieweit eine handelsinduzierte Preisbewegung auf Orders institutioneller Anleger (Banken, Broker) zurückgeführt werden kann. Methodisch findet dabei eine Orientierung an den Aufgabegeschäften der

Makler statt, die speziell für die vorliegende Analyse zur Verfügung gestellt worden sind. Eine Determination aufgrund öffentlicher Informationen kann unter Beachtung bestimmter Ordervolumina für das institutionelle Transaktionsverhalten weitgehend eliminiert werden. Die Ergebnisse der Studie zeigen einen deutlichen Preiseinfluss aus dem Handeln Institutioneller.

JEL Classification: G12, G14

Key words: Market Microstructure, Price Impact, Institutional Investors

\*) Korrespondenz an: Andreas Oehler, Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Finanzwirtschaft, Kirschäckerstr. 39, D-96045 Bamberg, Tel.: (+49) 951-863-2536, Fax: (+49) 951-863-2538, E-Mail: finanz@sowi.uni-bamberg.de, Internet: <http://www.uni-bamberg.de/sowi/finanz>.

Die Arbeit profitierte von Diskussionsbeiträgen von Prof. Dr. Alexander Kempf und Rainer Süßmann.

Dem Bundesaufsichtsamt für den Wertpapierhandel, vertreten durch seinen Präsidenten Georg Wittich und seine Mitarbeiter Stefan Bayer, Thomas Eufinger, Michael Kollak und Patrick Umlauf, gilt ein besonderer Dank für die Bereitstellung der Daten und damit verbundene Anregungen.

Wir danken der Deutschen Forschungsgemeinschaft ausdrücklich für ihre finanzielle Unterstützung unter OE 214/2-1.

Prof. Dr. Hermann Göppl danken wir für die Überlassung von Daten aus der Karlsruher Kapitalmarktdatenbank KKMDB.

### **Enabling Customer Relationship Management: Multi-Channel Content Model and Management for Financial eServices**

Dennis Kundisch, Peter Wolfersberger, Elisabeth Kloepper, in: JMM - The International Journal on Media Management, Volume 3, Issue 2, Summer 2001

#### **Abstract:**

In the paper a formal content model for the financial services industry as an example of one of the most important eServices industries is presented. Generally, a financial services firm can provide its customers with a great variety and quantity of self-produced and externally purchased content. However, the challenge is to offer information about the proper subject, at the appropriate sophistication level, the right length, at the right time for the customer's specific situation. Meta information about the customer as well as about available content may be used to match content with customer problems in order to get proper solutions that satisfy or exceed customer needs. The focus of the paper lies on both the theoretical identification of relevant attributes to formally describe finance related content in a multi-channel distribution environment and on an implementation concept. Some implementation issues are also discussed in the context of a project with Deutsche Bank AG.

### **Multi-Channel Pricing for Financial Services**

Jochen Dzienziol, Michael Eberhardt, Annette Renz, Jürgen Schackmann, Angenommener Beitrag für: The Thirty-Fifth Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-35'02)

#### **Abstract:**

For several years, the financial services industry has discovered the opportunities of different channels like the Internet, call-centers, WAP etc. Many banks built up separate direct banks focusing exclusively on the Internet and/or call-centers. Only recently, some banks started to reintegrate the direct banks with their traditional brick-and-mortar banks in order to offer services over several channels for the convenience of their customers.

However, each channel induces additional fixed costs and the channels may influence each others' turnovers and profits. Therefore, the question of how to price different products and services in different channels arises. In order to solve this problem with regard to profit maximization, banks have to incorporate effects like customer's willingness-to-pay for certain products and services over different channels, cross-selling interdependencies between the channels and marginal costs of each channel.

This paper will provide further insight into multi-channel-pricing-strategies based on price discrimination models especially discrimination by distribution channel. The innovation of this work will be the consideration of cross-selling aspects.

**Aktuelles Stichwort:****Elektronische Vertriebskanäle in der Finanzbranche: Quo Vadis**

Elektronische Vertriebskanäle sind heute aus dem Vertriebsbereich der Finanzdienstleister nicht mehr wegzudenken. Konnten sich Banken und Versicherungen über längere Zeit auf das Internet konzentrieren, so kommen heute immer neue Technologien und Vertriebskanäle auf, deren Marktpotential auf der einen Seite überschätzt, deren Integrationsaufwand auf der anderen Seite oft unterschätzt werden. Im Rahmen dieses Artikels wird eine Bilanz gezogen und aktuelle Entwicklungen im Bereich neuer Vertriebskanäle aufgezeigt.

**1 Technologietrends in der Finanzdienstleistungsbranche**

Seit Mitte der 90er Jahre wurde die technologische Entwicklung in der Finanzdienstleistungsbranche vor allem durch das Internet angetrieben. Die steigende Anzahl<sup>1</sup> der Haushalte in Westeuropa mit Online-Zugang von fast 20 Millionen im Jahre 2000 auf geschätzte 35 Millionen Haushalte bis 2003 wird weiterhin viele Kunden zu Online-Banking Kunden werden lassen.

Auf die Internet-Applikationen folgten die Mobile-Devices. Etwa ab dem Jahr 2000 ist aus einer Vielzahl von „e-Anwendungen“ für das Internet eine „m-Anwendung“ für mobile Endgeräte geworden. Der Grund dafür liegt in der hohen Verbreitung von Mobiltelefonen, die inzwischen in Deutschland eine Verbreitung von 69% der Bevölkerung<sup>2</sup> erreicht hat.

Auf Basis der immensen Wachstumsraten des Internets, wurde dem Mobile-Business eine ebenso blühende Zukunft vorhergesagt. Kritisch betrachtet existieren im Mobile-Business derzeit jedoch neben den Möglichkeiten zur Sprach- und Textkommunikation (SMS-Nachrichten) aus Sicht der Finanzdienstleister bislang kaum wichtige Anwendungen. Endkunden nutzen derzeit nur bedingt die interaktiven Angebote für Mobiltelefone. Kostenlose Informationsdienste wie beispielsweise Benachrichtigungen beim Erreichen von Kurslimits werden noch am ehesten genutzt, echte Geschäfte, die zum einen eine Kostenreduzierung oder einen transaktionsbasierten Gewinn versprechen, sind leider hier Mangelware. Dies ist u.a. auf die mangelnde technische Leistungsfähigkeit der Netze und der Endgeräte sowie der immer noch vorherrschenden Heterogenität der Systeme zurückzuführen. Über die zukünftige Bedeutung von neuartigen Verfahren und Technologien, wie der mobilen digitalen Signatur und den Möglichkeiten für m-Payment oder UMTS, lässt sich aus heutiger Sicht keine gesicherte Aussage treffen.

Dem Hyperwachstum der vergangenen Jahre folgte nun eine Phase der Marktbereinigung, die auch Auswirkungen in der Welt der Banken und Versicherungen zeigt. Einige Banken, die in der Vergangenheit einzig und allein auf den Vertriebskanal Internet ausgerichtet waren, setzen heute verstärkt auf die nahtlose Integration von traditionellen Vertriebskanälen mit den neuen elektronischen Vertriebskanälen.

Weitere neue technologische Entwicklungen ergeben sich durch die zunehmende Konvergenz der verschiedenen elektronischen Medien. Neben SmartPhones, die auf der Konvergenz von Technologien wie Web und Voice aufbauen, kommt aufgrund der weltweiten Einführung von digitalem TV dem Fernsehen - eines der am stärksten genutzten Medien<sup>3</sup> überhaupt - eine besondere Rolle als neuer elektronischer Vertriebskanal zu. Die Anzahl<sup>4</sup> der Haushalte mit digitalem Fernsehen wird europaweit von über 12 Millionen im Jahr 2000 auf über 26 Millionen Haushalte bis 2003 ansteigen. Für Finanzdienstleister eröffnet sich dadurch die Möglichkeit künftig nahezu alle Kunden über verschiedene elektronische Vertriebswege zu erreichen.

**2 Neue Vertriebskanäle für Finanzdienstleister**

Voraussetzung für Anwendungen via interaktiven digitalen Fernsehens ist in den Haushalten ein digitales Fernsehgerät oder eine sogenannte Set Top Box, die an jedes handelsübliche analoge TV Gerät angeschlossen werden kann. Der Finanzdienstleister muss natürlich eine entsprechende Anwendung bereitstellen, die idealer Weise auf die bestehende IT Systemlandschaft zugreift. Hier ergeben sich jedoch vergleichbare Herausforderungen wie auch bei der Unterstützung verschiedener Web-Browser im Internet oder der Anbindung der unterschiedlichen Personal Digital Assistants.

Jedoch ist interaktives TV (iTV) bereits aus den Kinderschuhen herausgewachsen. Bisher existierten im Markt nur unterschiedlichste Systeme mit jeweils proprietären Schnittstellen für Anwendungen. In Deutschland kommen derzeit für Digital-TV hauptsächlich die d-Box von Premiere World mit dem Betriebssystem Betanova oder Set Top Boxen von Panasonic mit OpenTV als Betriebssystem als Plattform für interaktive Anwendungen und Dienste zum Einsatz.

Für die Gerätehersteller und Content-Anbieter aus den verschiedensten Branchen war die weltweite, heterogene und doch proprietäre iTV Infrastruktur seit mehreren Jahren ein Problem. Durch die *Vereinigung in der TV-Plattform*, einem Verein zur Vereinheitlichung von multimedialen Plattformen, konnte die dringend notwendige Standardisierung weltweit durchgesetzt werden. Die Aktivitäten mündeten in der Verabschiedung der Definition der Multimedia Home Plattform<sup>5</sup> (MHP) Anfang letzten Jahres. In einigen Ländern ist MHP bereits anerkannt. So gehören Finnland und Korea zu den ersten Ländern weltweit, die MHP als Standard für Digital TV einsetzen. In Deutschland haben sich die KirchGruppe, ARD, RTL, ZDF und die deutschen Landesmedienanstalten ebenfalls im Rahmen einer gemeinsamen Erklärung auf den offenen MHP Standard geeinigt und werden diesen als offizielle Plattform gemeinsam in Deutschland vorantreiben<sup>6</sup>.

Die durch diese Entwicklung veränderte Marktsituation zwingt Anbieter wie OpenTV, CanalTechnologies und Liberate jetzt zu handeln. Bereits auf der weltweit bedeutendsten Messe für Produkte aus der Unterhaltungselektronik, Informations- und Kommunikationselektronik, der Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin, wurde dieses Jahr von allen namhaften Herstellern die Unterstützung des MHP Standards entweder angekündigt oder bereits marktreif vorgestellt.

Der Nachweis, dass iTV als Vertriebskanal sich jetzt auch der Finanzwelt öffnet, konnte an der IFA ebenfalls geführt werden. Neben vielen einfachen Anwendungen wie Spiele oder Informationsangeboten auf Basis von MHP wurden bereits komplexe Finanzanwendungen für das digitale Fernsehen vorgestellt. Insbesondere die fachlich korrekte, funktional umfangreiche Aufbereitung von grundlegenden Funktionalitäten wie Zahlungsverkehr und Wertpapierhandel sowie die Darstellung von Finanzprodukten überraschte positiv. Bemerkenswert war ebenfalls die Qualität der nahtlos in die bestehende TV-Welt integrierte und mediengerechten Darstellung. Auch die Verknüpfung existierender Kommunikationsmöglichkeiten zwischen Bank und Kunde - beispielsweise das Video-Call-Center - und iTV zeigten praktikable, sofort nutzbare Lösungen auf.

### **3 Nahtlose Integration neuer Vertriebskanäle, aber wie?**

Doch die neuen Technologien bieten nicht nur ein enormes Kundenpotential, sondern geben Finanzdienstleistern einige Herausforderungen bei der Integration in die bestehende Systeminfrastruktur auf. Neue Vertriebskanäle und Technologien sind aber nicht das eigentliche Problem. Blickt man zurück, so wurde mit dem Einstieg der Finanzdienstleister in das Internet-Geschäft intensiv am Aufbau komplexer Internet-Auftritte gearbeitet, um für den Kunden einen „direkten“ Zugang zu den bestehenden Systemen im Backoffice zu schaffen. Die größte Herausforderung war dabei die deutliche Veränderung der bestehenden IT-Infrastruktur von einer auf den Sachbearbeiter fokussierten Multi-Applikationswelt, hin zu einer einheitlichen auf den Endkunden orientierten Lösung. Aufgrund des rasanten aber notwendigen Ausbaus der Systeminfrastruktur wurden diese Herausforderungen nur teilweise zukunftsicher bewältigt.

Zwar wurden bestehende interne Abwicklungssysteme ebenso wie Systeme und Dienste externer Dienstleister wie beispielsweise News & Quotes Provider angebunden, es wurde jedoch meist keine optimale Multi-Channel-Architektur mit einer zentralen Benutzerverwaltung zum gezielten Customer Relationship Management oder eine medien-neutrale Quelle für Produktinformationen geschaffen.

Diese heterogenen, monolithischen Systemwelten, die sehr stark auf den Vertriebskanal Internet ausgerichtet sind, wurden im Zuge der Integration der heute bestehenden Vertriebskanäle mehrfach kleineren Überarbeitung unterzogen, doch existieren die bereits genannten Herausforderungen weiterhin. Viele Banken sehen deshalb die Konsolidierung dieser Systemwelt momentan als oberstes Ziel an. Diese Konsolidierung ist mit eine Voraussetzung für die nahtlose Integration neuer Kanäle wie iTV. Die Gefahr der momentanen Überarbeitung der eigenen Systemwelt besteht aber genau in diesen neuen Vertriebskanälen. So sind kurzfristig bereits neue Investitionen absehbar, falls man

seine Multi-Channel-Infrastruktur nicht bereits jetzt auf die kommenden Möglichkeiten der Broadband-Anwendungen inklusive StreamingMedia, SmartPhones und vor allem iTV ausrichtet. Dieses komplexe Reengineering erfordert umfangreiches Know-How der neuen Technologien, über das aber nur sehr wenige spezialisierte Dienstleister verfügen.

Diese Technologien sind besonders wichtig, da Kunden multimedialen Broadband-Anwendungen und Produktinformationen mittelfristig den Vorzug gegenüber den heute verfügbaren Narrowband-Anwendungen geben<sup>7</sup>. Dieses rasant wachsende Potential kann nur mit einer flexiblen und auf die Zukunft ausgerichteten Vertriebskanalstruktur erschlossen werden. Die Basis für langfristige Erfolge liegt dabei nach wie vor nicht auf der jeweiligen Technologie, sondern vielmehr auf Anwendungen, die einen echten Mehrwert für Kunden und Finanzdienstleistern bieten.

#### 4 Fazit

Die Entwicklung des Internets findet Ihre konsequente Fortsetzung in Mobile Solutions und Broadband Internet, und gibt mit den konvergenten Medien wie z.B. SmartPhone auf der einen und iTV auf der anderen Seite<sup>8</sup> den weiteren Weg für die anstehenden Aufgaben bei der Integration der Vertriebskanäle vor.

Finanzdienstleister und Banken, die die Möglichkeiten dieser neuartigen Kommunikationsmöglichkeiten in seiner Infrastruktur berücksichtigen und bestehende Schwächen ihrer Multi-Channel-Architektur beseitigen, werden ohne zusätzliche größere Investitionen die künftigen, sich öffnende Kundenpotentiale multimedialer Anwendungen zu ihrem Vorteil nutzen können.

Insbesondere interaktives digitales Fernsehen wird in Verbindung mit dem offenen und weltweit anerkannten Standard Multimedia Home Plattform in Deutschland eine tragende Rolle in den Marketing- und Vertriebsaktivitäten einer Bank spielen und nicht nur bestehende Potentiale erweitern, sondern auch Differenzierungsmöglichkeiten durch neue Anwendungen gegenüber Mitbewerbern schaffen. Die Entscheidung der wesentlichen Parteien im deutschen Markt gemeinsam den offenen MHP Standard als offizielle Plattform voranzutreiben, wird die Verbreitung von interaktivem digitalen Fernsehen in Deutschland signifikant ansteigen lassen.

#### **Autoren:**

**Sven Herchenhein (Dipl.-Kfm., Dipl.-Inform. (FH)):** Sven Herchenhein ist Vorstand der trading fair AG. Die trading fair AG beschäftigt sich u.a. mit innovativen Formen des Wertpapierhandels sowie der Modellierung von Börsen und elektronischen Marktplätzen. Neben der Marktgestaltung konzipiert und entwickelt die trading fair AG innovative Marktzugangsinstrumente sowie Anwendungen für bestehende und neue Vertriebskanäle.

Email: Herchenhein@trading-fair.com

**Sacha M. Strathmann (Dipl.-Ing. (BA) – Technische Informatik), Christian J. Seidel (Dipl.-Inf. (FH) – Medieninformatik):** Sacha M. Strathmann und Christian J. Seidel sind Geschäftsführer der smilestone GmbH. smilestone ist auf Broadband-Anwendungen für Finanzdienstleister und die Medienbranche spezialisiert. Das Unternehmen mit Sitz in der Region Stuttgart, der deutschen Top-Adresse für Multimedia und Internet, bietet Dienstleistungen von der Konzeption bis zur Entwicklung von Anwendungen für die Vertriebskanäle interaktives digitales Fernsehen und Internet. smilestone zeichnet sich dabei besonders durch eine ganzheitliche Kunden-Unterstützung, angefangen von der fachlichen Konzeption bis hin zur technischen Integration innovativer Anwendungen für e-Finance und New Media aus.

Email: christian.seidel@smilestone.de

#### **Literatur:**

<sup>1</sup> [Quelle: Datamonitor, 05.2000, Market Brief: TV based Internet Access: The channel of necessity]

<sup>2</sup> [Quelle: Taylor Nelson Sofres, 09.2001, Global e-Commerce Report 2001]

<sup>3</sup> [Quelle: Media Perspektiven 3/2000 (Media Analyse)]

<sup>4</sup> [Quelle: Datamonitor, 05.2000, Market Brief: TV based Internet Access: The channel of necessity]

<sup>5</sup> [Quelle: European Telecommunication Standards Institute, ETSI TS 101 812 V1.1.1 (2000-07), [www.etsi.org](http://www.etsi.org)]

<sup>6</sup> [Quelle: Pressemeldung vom 19.09.2001, [www.kirchgruppe.de](http://www.kirchgruppe.de)]

<sup>7</sup> [Quelle: Broadband Business 2001, Jupiter Research]

<sup>8</sup> [Quelle: 2001, Klemens Gaida; Digital@Internet; mitp Verlag, ISBN 3-8266-0734-1]

## Profile:

### Zum Bankinformatiker in sieben Semestern

#### Die Hochschule für Bankwirtschaft stellt sich vor

Die Hochschule für Bankwirtschaft (HfB), gegründet im Jahre 1991, ist eine private Ausbildungsinstitution im Bereich Banking & Finance mit Sitz in Frankfurt/Main. Als staatlich anerkannte und FIBAA-akkreditierte Hochschule bietet sie speziell auf die Bedürfnisse der Finanzwirtschaft ausgerichtete akademische Studiengänge sowie Weiterbildungen an. Die bisherigen Diplomstudiengänge ersetzend wurden im vergangenen Jahr Bachelor- und Master-Studiengänge eingeführt.

Zwei Bachelor-Studiengänge bilden die Basis der HfB-Ausbildung. Den Titel Bachelor of Business Administration (BBA) erwerben Absolventen des Betriebswirtschaftsstudiums mit einer Spezialisierung auf die Bankbetriebslehre bzw. Finanzwirtschaft. Zum Bachelor of Computer Science in Banking & Finance (BCS) führt das Studium der Bankinformatik (als spezialisierte Wirtschaftsinformatik), mit dem die HfB im Wintersemester 2002/03 startet.

Dabei kennzeichnet eine enge Praxis-Verzahnung beide Studiengänge: In einem berufsintegrierten Modell bringen die Studenten eine abgeschlossene Bank- oder Fachinformatikerausbildung mit und gehen während ihres Studiums einer Teilzeittätigkeit nach. Alternativ absolvieren sie im ausbildungsintegrierten Modell eine Berufsausbildung parallel zum Studium. Die HfB hält entsprechende Zeitkonzepte vor und arbeitet eng mit Unternehmen und Banken zusammen, die ihren Auszubildenden die nötigen Freiräume für das Studium ermöglichen. Zulassungsvoraussetzung ist das Abitur oder die Fachhochschulreife. Außerdem durchlaufen die Bewerber das Auswahlverfahren der HfB.

In beiden Modellen – berufs- und ausbildungsintegriert – dauern die Bachelor-Studiengänge sieben Semester, inklusive einem Auslandsaufenthalt im fünften Semester. Im Rahmen dieses Auslandsaufenthaltes absolvieren die Studenten ein Semester an einer HfB-Partnerhochschule sowie ein Praktikum bei einem Unternehmen im Gastland. Die HfB kooperiert zur Zeit mit 17 Business Schools in Europa, den USA und Australien und verfügt zudem über ein weltweites Netzwerk mit Unternehmen der Financial Industry. 15 Professoren und weitere Dozenten betreuen derzeit knapp 500 Studenten.

#### Bachelor of Computer Science in Banking & Finance

Während der Bachelor of Business Administration generalistisch angelegt ist und einen breiten Einstieg in die Finanzwirtschaft ermöglicht, trägt die HfB mit dem Bachelor of Computer Science in Banking & Finance dem Bedarf nach Mitarbeitern Rechnung, die nicht nur über IT-Know-how verfügen, sondern gleichzeitig auch Bankspezialisten sind. Insbesondere in der derzeitigen Phase der strategischen Neuausrichtung der Banken, innerhalb derer die Informations- und Kommunikationstechnologie einen zunehmend höheren Stellenwert in den bankbetrieblichen Prozessen einnimmt, werden Mitarbeiter mit einem derartigen Fähigkeitsprofil mehr und mehr benötigt.

Diesen Anforderungen entsprechend ist das Studium praxis- und marktnah ausgerichtet. Neben den üblichen akademischen Vorlesungen sind zahlreiche Projektarbeiten und Case Studies die zentralen Elemente des Studienplans. Die Studieninhalte sind dabei nach folgenden Themenbereichen aufgliedert:

- Bankinformatik
- Allgemeine Betriebswirtschaftslehre
- Bankbetriebslehre
- Unternehmenskultur und Personalführung
- Quantitative Methoden, Volkswirtschaftslehre, Recht
- Pflichtfach Englisch

Die HfB ist eine private Hochschule, d.h. die Studenten müssen Studiengebühren bezahlen – knapp 3.200 Euro pro Semester, wovon der Arbeitgeber in der Regel ein Drittel nach Studienende erstattet. Darüber hinaus fördern die Unternehmen die Hochschule ihrer Studierenden mit einem Semesterbeitrag von 1.000 Euro an den Förderverein der Hochschule. Dafür finden die Studenten ideale Bedingungen vor: kleine Studiengruppen, kompetente und erreichbare Dozenten sowie eine moderne Infrastruktur.

**Master of Arts (Banking & Finance)**

Mit dem Master of Arts (Banking & Finance) bietet die HfB ein zweisemestriges finanzwirtschaftliches Vertiefungsstudium mit den wählbaren Schwerpunkten Investment Banking und Bankmanagement an. Das Programm richtet sich an Absolventen der Bachelor-Studiengänge der HfB sowie an Absolventen anderer wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge und Absolventen anderer Studiengänge, die mehrere Praxisjahre in Banken oder banknahen Bereichen nachweisen können. Es ist so konzipiert, dass eine parallele Berufstätigkeit möglich ist. Insbesondere für die Absolventen des Bachelor of Computer Science in Banking & Finance stellt das Vertiefungsfach Bankmanagement ein ideales Aufbaustudium dar, da hier zusätzlich die Fähigkeiten vermittelt werden, die für Führungskräfte in höheren Positionen von Relevanz sind.

Informationen zum Bachelor-Studienangebot sind erhältlich bei Sylvia Roth unter (069) 154008-735, zum Master-Studienangebot bei Brigitte Gebhart unter (069) 154008-738. Die Hochschule für Bankwirtschaft findet sich im Internet unter [www.hfb.de](http://www.hfb.de).