

INTERNET BANKING: TIME TO MARKET

Die elektronische Revolution schreibt die Regeln neu

Heinz Wings

Das Internet ist ein internationales Geflecht von miteinander verbundenen Computernetzwerken. Heute sind über 40 000 einzelne Netzwerke über Gateways weltweit miteinander verknüpft. Sie verwenden überwiegend TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) als Kommunikationsprotokoll. TCP regelt den Versand und Empfang der Datenpakete über das Internet. Mittels Internet Protocol ist sichergestellt, daß die einzelnen, getrennte Übertragungswege nehmenden, Datenpakete ihr Ziel erreichen. Das Internet entstand Ende der 60er Jahre im militärischen Bereich. Öffnete sich dann dem wissenschaftlichen Hochschul-Sektor. Heute steht es jedermann zur Verfügung.

Mit knapp 40 Millionen Benutzer weltweit und rund acht Millionen Nutzer des World Wide Web („Web“ oder „WWW“) hat das Internet heute schon eine breite Basis gefunden. Es wächst exponentiell. Und das wird auch vor dem Hintergrund der im März-Heft dargestellten Technologietrends so bleiben. Im Jahr 2000 wird Experten-Schätzungen zufolge das gesamte Internet weit über 300 Millionen Teilnehmer haben.

Multimedia im Internet

Das Web – der multimediale Sektor im Internet – verdoppelt sich derzeit sogar noch alle 3 Monate. Es wies im Herbst letzten Jahres nicht viel mehr als 100 000 Web-Rechner aus. Ende 1995 waren es dann schon eine halbe Million Rechner. Aus anwendungsorientierter Sicht ist das Web eine Sammlung multimedialer Informationen. Sie sind über HyperLinks miteinander verbunden. HyperLinks sind überwiegend Wörter oder graphische Objekte, die beim „Anklicken“ eine dahinterliegende Adresse aktivieren. Ohne mühsames Adressensuchen und -eingeben kann man so streißfrei im Internet recherchieren. Die technischen Grundlagen im Web bilden das HyperText Transmission Protocol (HTTP), die Seitenbeschreibungssprache HyperText Mark-up Language (HTML) und der Browser, der die graphische Schnittstelle zum Benutzer bildet.

Über die deutschsprachigen Nutzer des Web war bisher wenig bekannt.

Stürmische Zeiten nahen. Die Welt

steht vor dem größten

wirtschaftlichen Wandel seit

200 Jahren. Das Wissen veraltet alle

sechs Jahre. Komplexität und

Dynamik des Umfelds machen alte

Schwerter stumpf. Management und

Mitarbeiter beobachten gelähmt

diese Entwicklung. Aufregende

Innovationen und Durchbrüche sind

Mangelware. Und dennoch gibt es

nur noch einen nachhaltigen

Wettbewerbsvorteil: die Konkurrenz

an Innovationsfreude und

-geschwindigkeit zu übertreffen.

Dieser Beitrag von Heinz Wings

startete im Märzheft.

Die Web-Befragung unter <http://www.w3b.de>

Unter dem Namen „W3B“ haben Susanne Fittkau und Holger Maaß auf der Basis von 1880 Interviews Ende 1995 die erste umfassende Befragung initiiert.

Hieraus ergibt sich folgendes demographisches Kurzprofil der deutschsprachigen Web-Nutzer:

▷ Das Web ist derzeit noch eine Männerwelt (93,8 Prozent)

▷ 29 Jahre = Durchschnittsalter

▷ Hoher Bildungsstand (94,5 Prozent haben oder streben den Universitäts-, Fachhochschul- oder Abitur-Abschluß an)

▷ Fast 50 Prozent Studenten

▷ 40 Prozent haben ein Einkommen über 3000 DM/Monat

▷ Knapp über 90 Prozent haben ihren Wohnsitz in Deutschland

Die Web-User nutzen sowohl die klassischen Medien (TV, Radio, Zeitungen, Zeitschriften) als auch das Web selbst relativ intensiv. Im Web suchen sie insbesondere nach aktuellen Informationen (81 Prozent), Software (70,6 Prozent) und Unterhaltung (66,2 Prozent). Auch aus purer Neugier (66,8 Prozent) surfen sie im Web. Nur gut 7 Prozent nutzen das Web derzeit zum Shopping. Trotz der heute noch vorhandenen schwachen Begeisterung für das Online Shopping haben bereits gut 17 Prozent der Web-Nutzer innerhalb der letzten 6 Monate Produkte über das Web bestellt. Diese Entwicklung wird sich schlagartig weiter verbessern, wenn deutsche Anbieter das Web als Vertriebskanal einsetzen. Sobald sich Systeme für das sichere Bezahlen und Empfangen von Geld im Netz durchgesetzt haben, werden die Angebote explodieren. Das wird mittelfristig zu einer Kommerzialisierung des Web führen.

Dies auch, obwohl die Web-Nutzer sehr kostensensibel sind: Ein Drittel der Web-Nutzer ist generell nicht bereit, für Web-Angebote zu zahlen. Drei Viertel würden ihre Aktivitäten im Internet reduzieren, wenn die Kosten fürs Surfen steigen.

Interessant ist auch, daß fast ein Drittel der Web-Nutzer keinen eigenen PC mit Modem besitzt. Nur knapp 45 Prozent

haben einen privaten Internet-Zugang. Gut 25 Prozent aller Web-Nutzer können sich über ihren Arbeitgeber einwählen (Office Surfing). Fast 70 Prozent können auch über Schule und Universität ins Web. Betrachtet man die tatsächlich genutzten Internet-Zugänge, so werden zu über 75 Prozent Zugänge von Arbeitgebern oder Schulen/Universitäten genutzt. Auch dies indiziert die Kostempfindlichkeit der Internet-User.

Über 60 Prozent der Web-User nutzen das World Wide Web erst seit 1995. Dies zeigt die derzeitige Dynamik, die auch in der überschaubaren Zukunft nicht abreißen wird.

Online-Dienste strukturieren das Internet vor

Die Nachteile des Internet, die in der unübersichtlichen Struktur und der nicht vorhandenen Betreuung der User liegen, versuchen Online-Anbieter zu reduzieren. Sie strukturieren das Internet vor und bieten eigene Dienste für geschlossene Benutzergruppen an. Dies, damit sich die User besser zurechtfinden. Die Online-Dienste haben schon lange das „Freak-Stadium“ verlassen. Heute zieren bereits E-Mail-Adressen die Visitenkarten. Dabei kann nach Überwindung von Anfangsschwierigkeiten schon recht schnell das Surfen in den Netzen viel Recherche-Zeit sparen und Spaß bereiten. Online-Dienste machen die User flexibel, und das rund um die Uhr.

Fünf Dienste treten gegeneinander an: T-Online und CompuServe sowie seit kurzem Microsoft Network (MNW), America Online (AOL) und Europe Online (EOL).

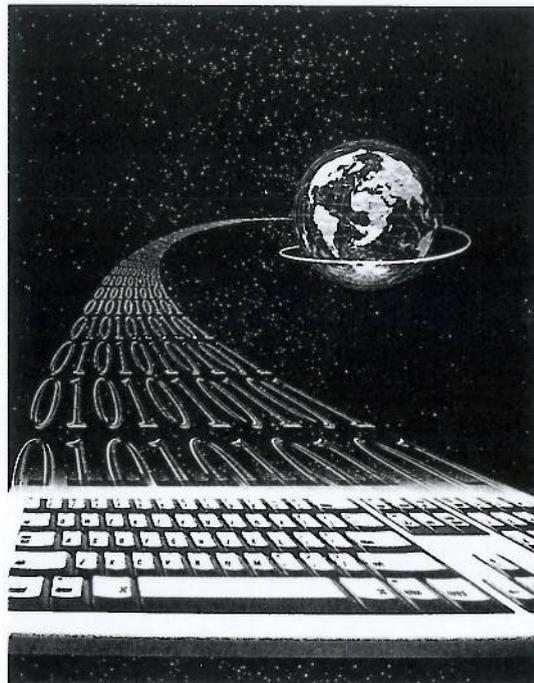
Das Magazin „PC Welt“ gibt in seiner Ausgabe 2/1996 (S. 89) eine Entscheidungshilfe für die zielgerichtete Auswahl von Online-Diensten:

□ „Wenn Sie vor allem lokale Informationen benötigen und Home Banking betreiben wollen, dann geht nichts über T-Online.“ Diese Aussage müßte heute hinsichtlich des Home Banking schon modifiziert werden, weil auch Europe Online Home Banking anbietet. T-Online existiert seit 1981 und hat derzeit bereits über eine Million Nutzer. Neben einer Grundgebühr von 8,- DM/Monat kostet eine Stunde 3,60 DM. Für die Internet-Nutzung und für E-Mail kommen nochmals 6,- DM pro Stunde hinzu. Ab Mai dieses Jahres werden sich die Kosten für die Internet-Nutzung von 6,- DM auf 3,- DM reduzieren.

□ „Wenn Sie die englische Sprache ohne Schwierigkeiten meistern und Sie internationale Infos brauchen, ist CompuServe für Sie die erste Wahl.“ Compu-

Serve wurde 1979 gegründet und hat weltweit 3,8 Millionen Teilnehmer. Davon entfallen 220000 auf Deutschland. Die Grundgebühr beträgt 15,- DM/Monat. Hierin sind 5 Freistunden inbegriffen. Jede weitere Stunde kostet 4,50 DM.

□ „Wenn Sie sich für die Themen Familie und Unterhaltung interessieren, ist America Online für Sie das geeignete Medium.“ America Online wurde 1985 gegründet. Der Online-Dienst hat heute weltweit 3,8 Millionen Nutzer. Die monatliche Grundgebühr beträgt 9,90 DM,



Bildnachweis: Bavaria Bildagentur

inklusive 2 Freistunden. Jede weitere Stunde kostet 6,- DM.

□ „Wenn Sie einige Angebote kostenlos über das Internet erhalten wollen, bietet sich Europe Online an.“ Diese Aussage war zwar richtig, griff jedoch zu kurz. Europe Online bietet mit 35 Redakteuren hochwertige Inhalte. Zudem ist ein Online-Banking-Modul integriert. Die User können zudem auf ein leistungsfähiges Suchsystem (NETSCAPE Software) zurückgreifen. Europe Online gibt es seit dem 15. 12. 1995. Bei zwei Freistunden kostet der Dienst 7,- DM im Monat. Kosten für jede weitere Stunde fallen in Höhe von 4,20 DM an.

□ „Wenn Sie hauptsächlich an Microsoft-Produkten interessiert sind, finden Sie dazu einiges im Microsoft Network (MSN).“ Auch das MSN gibt es erst seit Herbst 1995. Weltweit gibt es 525000 Teilnehmer. Die Grundgebühr beläuft sich auf 14 DM pro Monat, inklusive 2 Freistunden. Jede weitere Stunde kostet 7,50 DM.

Banken auf dem Internet

Waren weltweit Ende 1994 erst 20 Banken auf dem Internet, sind es derzeit bereits über 250. Die Erwartungen gehen von über 2000 Banken Ende 1996 aus. Die Tendenz ist weiter exponentiell steigend. Damit würde aus dem Internet der strategische Bankplatz der Zukunft. Bisher wurde das Internet weitestgehend als Präsentationsmedium genutzt. Heute stehen die Abwicklung von Transaktionen im Handels- und Dienstleistungsbereich und das Online Banking im Mittelpunkt. Wie im T-Online könnte Internet-Banking geradezu als „Durchbruch-Application“ das Internet für den Massenmarkt öffnen. Wenn da nicht die Sicherheitsproblematik wäre.

Unsicherheit im Online Banking auf dem Internet

Alle bisher bekannten Softwarebasierten Sicherheitssysteme sind relativ einfach umgehbar. Dies, obwohl der Datenübertragungskanal sehr gut abgesichert werden kann. Offene Flanke bietet einzig und allein der Rechner des Online-Banking-Kunden. Denn über das Netz kann für Hacker relativ einfach ein Computervirus auf den Rechner des Kunden geschleust werden. Dies geschieht beispielsweise beim Laden von Shareware. Der Virus führt keine zerstörerischen Aktivitäten durch, sondern erspäht Paßwörter, TANs, Private Keys oder Kreditkartennummern. Später sendet der Virus diese sensiblen Informationen an einen beliebigen Server im Internet. Jeder, der auf diesen Server Zugriff hat, kann sich dann als Kunde aus-

geben und relevante Transaktionen zulaufen des Kundenkontos durchführen.

Auch eine Smartcard-Lösung ist über den Virus manipulierbar. Die Homebanking-Transaktionen – Smartcard-PIN-Eingabe und Überweisungssatz – gelangen in den Hauptspeicher des Rechners. Der Hauptspeicher des Online-PCs ist jedoch integraler Bestandteil des Internet. Das heißt, alle Daten, die in den Hauptspeicher gelangen, sind offenen Manipulationen ausgesetzt. Somit kann ein Virus beispielsweise eine Smartcard-PIN mit-schneiden und später selbständig Überweisungen über die Smartcard starten. Oder noch einfacher: Der Virus ändert passend zur gültigen TAN den Überweisungssatz. Damit könnte beispielsweise nicht eine Spende von 10 DM überwiesen werden, sondern 1000 DM an einen Betrüger, der – nachdem er zeitgleich mehrere Angriffe auf verschiedenste Online-Banking-Kunden gestartet hat, sein Konto abräumt und wieder anonym verschwindet.

Die MeChip-Lösung der ESD GmbH bringt Transaktions-Sicherheit ins Internet

Der Chip-Erfinder Jozsef Bugovics hat nur eine kryptographische Grundregel konsequent befolgt: „Entweder man besitzt für sicherheitsrelevante Aufgaben ein sicheres geschlossenes System – was beim PC im Internet nicht der Fall ist – oder man fügt ein sicheres geschlossenes System hinzu.“ Mit dem MeChip (Anbieter: ESD) hat er ein sicheres, geschlossenes, hardwarebasiertes System dem Online-PC hinzugefügt. Alle sicherheitsrelevanten Transaktionen im Online Banking werden in dem MeChip abgewickelt. Auch die software-mäßige Verkryptung des Datenstroms, der über das Netz geht, erfolgt hier manipulations-sicher. Den MeChip gibt es in verschiedenen Varianten. Standardmäßig wird er an der parallelen Schnittstelle des PCs angebracht und mit einem speziellen Tastaturkabel verbunden. Man kann ihn auch als winzigen PC begreifen, der alle sicherheitsrelevanten Transaktionen bearbeitet. Jeder MeChip hat eine besondere Struktur und ist ein Unikat wie ein „Fingerabdruck“. Eine Attacke gegen einen MeChip könnte nur durch Abschleifen und Analysieren erfolgversprechend durchgeführt werden. Die Kosten hierfür belaufen sich auf etwa 6 Millionen Dollar. Für das Reengineering ist zudem eine nur wenigen zugängliche Spezialausrüstung erforderlich. Wesentlich ist, daß die Reproduktion eines MeChips überhaupt nicht das Gesamtsystem gefährdet: Wenn ein Unikat attackiert würde, wird der spezielle MeChip gesperrt, und die ganze zeit- und kostenträchtige Arbeit war für den Angreifer erfolglos. Die Einzigartigkeit jedes einzelnen MeChips bringt eine Zusatzsicherheit, die bei Smartcard- und EC-Karten-Chips nicht gegeben ist.

Das MeChip-System wird derzeit um eine Smartcard-Schnittstelle erweitert. Diese in sich geschlossene Sicherheitslösung könnte auch für den Ladevorgang der „Electronic Purse“ zugelassen werden. Damit hätte jeder MeChip-Inhaber zu Hause die kleinste Bankfiliale der Welt.

Der MeChip garantiert nicht nur sicheres Banking auf dem Internet. Auch Online Shopping mit der Gewißheit für den Anbieter, sein Geld zu bekommen, wird möglich. Zudem kann jeder MeChip-Inhaber selbst Anbieter von Dienstleistungen im Netz werden. Das könnte die Kommerzialisierung des Internet beschleunigen.

Non Banks: Sind sie es, die das Banking entzaubern?

Killen & Associates prognostizieren für das Jahr 2000 einen Internet-Anteil von



Heinz Wings, Stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Sparda-Bank, Hamburg, und 'gi'-Fachbeirat.

8,5 Prozent am gesamten Einzelhandelsumsatz der USA. Diese Entwicklung ist auf Deutschland tendenziell übertragbar. Die Umsatzträger werden sicherlich die Diensteanbieter, Netzbetreiber, Versandhäuser, Hard- und Software-Hersteller und Online-Verlage sein.

Sind das auch potentielle Konkurrenten für Banken? Jedem Waren- und Dienstleistungsstrom läuft ein Geldgeschäft parallel. Die Prozesskette fürs Zahlungsverkehrs-Banking beginnt bei Handels- und Dienstleistungs-Anbietern. Was liegt da näher als der Wunsch, an der gesamten Prozeßkette zu verdienen? Die bisherige volkswirtschaftliche Arbeitsteilung beginnt zu erodieren. Dies vor dem Hintergrund, daß die Markteintrittsbarrieren fürs Banking über die technologischen Durchbrüche sehr stark abgesenkt wurden. Und geographische Gegebenheiten verlieren zudem durch den Information Highway an Bedeutung. Was sind schon für Investitionen notwendig zum Gründen und Betreiben einer „Online-Bank“? Sie verschwinden in den Marketing-Budgets mittlerer und größerer Unternehmen. Die Online-Banken werden ihre Dienste anbieten, ohne Filialen und ohne aufgeblasenen Verwaltungsapparat. Sie werden eine schlanke, standardisierte Produktpalette bieten, die fast 100 Prozent des gesamten Privatkundenbedarfs abdeckt. Beratungsbedarf wird befriedigt über multimediale, kundenbediente und sehr kundenfreundliche Programme. Und bald werden es die Netze erlauben: Wenn es ganz kompliziert wird, kann der Kunde noch den Video-Banking-Button drücken. Und schon kommt der Berater per Video-Konferenz ins Haus. Dabei wird die Online-Bank ihre Kostenvorteile zum großen Teil an die Kunden weitergeben: Sie bietet günstige Konditionen und streicht für den Kunden störende Gebühren. Auf Bargeld wird der Kunde mittelfristig immer weniger angewiesen sein. Zum einen, weil Zahlungssysteme

mit künstlichen Währungen (CyberCash, E-Cash) entstehen und damit „Micro-payments“ bargeldlos ohne Einschaltung der Banken abgewickelt werden können. Zum anderen, weil der Kunde mit sicheren Systemen seine „Electronic purse“ am heimischen Online-PC laden kann. Einige größere Anschaffungen besorgt er auch über das Netz. Und bezahlt wiederum elektronisch. Diesmal wird sein elektronisches Kreditkartenkonto oder das seiner Cyber-Bank belastet.

Ist das alles Utopie? Ja, vielleicht heute noch und morgen. Aber übermorgen müssen sich die Banken spätestens dieser neuen Wettbewerbssituation stellen. Wenn sie jedoch heute nicht schon die Weichen richtig stellen, ihre Geschäftssysteme völlig neu gestalten und bei ihren Mitarbeitern neue Fähigkeiten aufbauen, werden sie kläglich scheitern und vom großen Banksterben erfaßt werden. Die Billig-Konkurrenz wird ihnen den letzten Todesstoß geben.

Strategie Cyber Banking?

Blinder Aktionismus ist sicherlich fehl am Platze. Aber fest steht schon heute: Eine Bank, die in einigen Jahren keine Internetpräsenz hat, läuft Standing-mäßig ins Aus. Zudem wird sie Produktions- und Vertriebskosten haben, die marktgerechte Konditionen nicht mehr rechtfertigen. Sie wird von der übrigen Bankenwelt kannibalisiert, aber auch von der Substitutions-Konkurrenz.

Welche Optionen haben die traditionellen Banken? Was können Institutsgruppen gemeinsam leisten?

Wenn traditionelle Banken allein marschieren, haben sie grundsätzlich neben der Basisstrategie „Optimierung der Systeme und Erhöhung des Anteils elektronischer Bankdienstleistungen“ die Möglichkeit, eine „Online-Bank“ auszugründen oder die „Virtuelle Filiale“ zu schaffen.

Mit der Ausgründung könnte die „Online-Bank“ neben der vom Aufgabenbündel her neu definierten „Filialgestützten Beraterbank“ in einem anderen Marktsegment mit unterschiedlichen Produkten und Konditionen positioniert werden. Dann würde sie mit gleichen Waffen kämpfen wie die übrigen Online-Banken, zu denen übrigens auch die heutigen Direktbanken gehören werden. Nachteilig wäre natürlich eine fast nicht zu vermeidende Kannibalisierung der Vertriebswege. Der Kunde wäre nämlich entweder in der einen oder der anderen Bank. Alles andere würde nicht sinnvoll sein.

Diese vertriebliche Polarisierungsstrategie könnte insbesondere Sinn machen für Banken mit heute schon dünnem Filialnetz. Backoffice-Funktionen würden

zudem „konzernmäßig“ in einer Betriebsgesellschaft zentralisiert. Diese konzernbezogen, bankübergreifend bereitgehaltenen Ressourcen trügen dazu bei, Verwaltungsaufwendungen zu reduzieren. Das ganze würde noch mehr Sinn machen für überschaubare Bankengruppen mit gemeinsamem Dachverband.

Aus politischen Gründen könnte es in großen Organisationen mit dichter geknüpftem Filialnetz zur Integration der jeweiligen „Virtuellen Filiale“ in die bereits vorhandene Bank vor Ort kommen. Mit diesen rechtlich unselbständigen, dezentralen „Virtuellen Filialen“ wird die Gruppe im Netz jedoch einen einheitlichen Marktauftritt haben. Das ist der Versuch, nach außen – also dem Kunden gegenüber – wie eine ausgegliederte Online-Bank aufzutreten. Wenn die Zwänge stärker werden und nach Ausdünnung des Filialnetzes könnte es dann auch in großen Institutsgruppen zur Ausgliederung von Online-Banken kommen. Und dies immer bei gruppenübergreifender gemeinsamer Nutzung von zentral vorgehaltenen Ressourcen. Insoweit könnten in Organisationen mit vielen angeschlossenen Ortsbanken die dezentralen „Virtuellen Bankfilialen mit gruppenbezogenem einheitlichen Marktauftritt“ ein Zwischenschritt sein hin zur zentralen, rechtlich ausgegliederten Online-Bank.

Neue Geschäftsfelder in Banken

Die Hälfte der Berufe des Jahres 2005 ist heute noch nicht erfunden. Und Banken müssen sich in den nächsten Jahren auf eine starke Substitutionskonkurrenz aus fremden Branchen einstellen. Das wird zwangsläufig zu schlapperen Margen führen. Wenn die Kosten im Griff bleiben und die vertriebliche Polarisierung in „Online-Bank“ und „Filialgestützter Beraterbank“ gelingt, ist die notwendige Basis fürs Überleben gelegt. Hinreichend ist das aber alles dann noch lange nicht. Banken müssen sich ein Beispiel an ihrer branchenfremden Konkurrenz nehmen. Auch sie müssen bestrebt sein, an der gesamten Prozeßkette zu verdienen und nicht nur am originären Banking-Prozeß.

Banken könnten als Informations-Broker im Internet auftreten. Vielleicht sogar wie ein Online-Dienst für die geschlossene Benutzergruppe „Kunden“ fungieren. Dies trüge insbesondere zur stärkeren Kundenbindung bei und brächte zudem noch eine nicht zu verachtende Provision ein. Banken hätten auch die Möglichkeit, Umbrella-Funktionen für kleine Firmen zu übernehmen beim Internet-Auftritt. Hier wären sie Service-Anbieter. Auch in Richtung „Elektronische Kreditkartengesellschaft“ sollte man die Fühler ausstrecken. Dies verschafft

weitere Informationen über die eigene Kundschaft, die für Direktmarketing-Aktionen sinnvoll ausgewertet werden könnten. Wäre die Bank/Bankengruppe Herausgeber einer elektronischen Kreditkarte, könnte sie auch das Processing übernehmen.

Neben diesen neuen Geschäftsfeldern entstehen auch noch weitere neue Arbeitsplätze in Banken: der Online-Marktingler, der Techniker im Netz-, Firewall- und Internet-Server-Bereich, der virtuelle Berater und viele andere mehr.

Fazit

Technologische Durchbrüche werden die Welt, die Bankenlandschaft und die Arbeitsplätze in Banken stark verändern. Die neuen Technologien bringen alte Regeln und Kernkompetenzen ins Wanken. Die Verschmelzung von Informationstechnik, Telekommunikation und Television zu einer riesigen Multimedia-Industrie ist für die Banken mit Chancen und Risiken verknüpft: Sie können sich neue Geschäftsfelder erschließen, müssen aber auch mit sehr intensiver – und zum Teil bisher branchenfremder – Konkurrenz rechnen.

Denn die klassische volkswirtschaftliche Arbeitsteilung erodiert: Unternehmen und Konzerne wollen an der gesamten Prozeßkette verdienen. Und das Internet als Netz der Netze wird ihnen als elektronischer Marktplatz die notwendige Plattform hierfür bieten. Dies gelingt, weil die Sicherheitsproblematik im Internet über Hardware-basierte Ansätze gelöst wird und die Netze immer durchsatzstärker und kostengünstiger werden. Die für Multimedia notwendige Hard- und Software ist bald breit verfügbar. Online- bzw. Internet Banking avanciert zum strategischen Wettbewerbsfaktor. Es führt zu einer weitgehenden Polarisierung der Vertriebswege hin zur „Online-Bank“ und zur „Filialgestützten Beraterbank“. Tendenziell wird die „Online-Bank“ institutsgruppenübergreifend zentralisiert und auch die heutigen Direktbank-Aktivitäten beinhalten. Die „Filialgestützte Beraterbank“ hat künftig weitestgehend einen dezentralen Marktauftritt bei rechtlicher Selbständigkeit. Beide Teilbanken werden unabhängig vom Zentralisierungs- oder Dezentralisierungsgrad auf gemeinsame zentrale Ressourcen für übergreifende Back-office-Aufgaben zugreifen. Damit wird nicht nur im Bankenbereich künftig die Regel gelten: Innovationsfreude und -schnelligkeit sind die Triebfedern des Überlebens. Mit der Strategie „time to market“ werden Pionierunternehmer Wettbewerbsvorteile erzielen. 

Weiterführende, interessante Literatur:

Bill Gates, Der Weg nach vorn – Die Zukunft der Informationsgesellschaft, 1. Auflage 1995, Hamburg.

EDV STUDIO
ATZLINGER GmbH

Software für Banken und Sparkassen

Integrierte Client-/Server Lösungen für Markt und Vertrieb

**Wir haben das Know-How,
die Erfahrung
und die Werkzeuge,
die Ihnen zu einem
entschiedenen Vorteil
im Wettbewerb
um den Kunden verhelfen.**

EDV-STUDIO Atzlinger GmbH
Telefon: 04461/9304-0
Telefax: 04461/9304-44