

## **Frühjahrstagung 2009 des E-Finance Lab: Banking 3.0 – Strategien in einer vernetzten Welt**

### **Vernetzte Welt bietet Finanzdienstleistern neue Marktchancen**

**Frankfurt am Main, 09. März 2009** – Millionen Online-Surfer haben in den vergangenen Jahren das Internet als ideale Kommunikations- und Einkaufsplattform für sich entdeckt und in der vernetzten Welt die Entwicklung neuer Shopping-Konzepte gefördert. Auf die neuen Anforderungen ihrer Online-Kunden sind viele Finanzdienstleister noch unzureichend eingestellt.

In einer aktuellen Studie hatten Wissenschaftler des E-Finance Lab im vergangenen Jahr festgestellt, dass erfahrene Internet-Nutzer vor der Entscheidung in Finanzangelegenheiten vor allem die Einschätzungen anderer Online-Surfer nutzen, die ihre Erfahrungen auf so genannten Review Websites zugänglich machen oder in Online-Communities mit anderen Web-Nutzern austauschen. Für Fachinformationen stehen Online-Enzyklopädien zur Verfügung.

Nach Einschätzung von Irmgard Glasmacher, Leiterin des Bereichs Customer Relationship Management Deutschland der Unternehmensberatung Accenture, verfügen die Kunden 3.0 über mehr Fachwissen. Sie sind interessierter an den Einschätzungen und Kommentaren anderer Online-Kunden, aktiver bei der Kontrolle, und stellen höhere Anforderungen an die Internet-Anbieter aus der Finanzwelt. „Erfahrene Online-Surfer nutzen das Internet mittlerweile komplett anders als der Durchschnittsnutzer“, sagt Jochen Krisch, Experte und Autor des Fachblogs Exciting Commerce. Deshalb haben sich, so Krisch, in den vergangenen Jahren Shoppingkonzepte entwickelt, die sich speziell an diese Zielgruppe wenden.

Um ihre Marktstellung bei den intensiven Online-Surfern zu stabilisieren und auszubauen, müssen sich Finanzdienstleister bei ihrem Internet-Auftritt und den dort verfügbaren Informationen und Kommunikationsforen auf die „Generation Internet“ einstellen. Sonst werden Social Communities im Netz und Kreditmarktplätze ohne Beteiligung einer Bank zu immer größeren Konkurrenten im Wettbewerb.

Mit der Frage, mit welchen Strategien sich Banken und Sparkassen, IT-Dienstleister und ihre Berater auf die veränderte Nutzung der Online-Welt einstellen können, beschäftigen sich die Marktexperten bei der **Frühjahrstagung des E-Finance Lab**, die am **12. März 2009** in der **Universität Frankfurt** stattfindet. Zu den Referenten gehören neben den genannten Finanzmarkt-Experten auch Dirk Berensmann, Chief Information Officer (CIO), Postbank, und Assistant Prof. Anindya Ghose, Ph.D., New York University, USA,

#### **Über das E-Finance Lab**

Das E-Finance Lab ist ein gemeinsames Forschungsinstitut der Universität Frankfurt und der TU Darmstadt. In Zusammenarbeit mit namhaften Partnern aus der Praxis forschen und lehren rund 40 Professoren und Doktoranden mit dem Ziel, die Industrialisierung im Finanzdienstleistungssektor zu fördern. Im Mittelpunkt der Arbeit stehen Banken und Sparkassen sowie deren unterstützende IT-Unternehmen. Praxisnahe Forschung unter aktiver Mitwirkung der Unternehmen, ein intensiver Wissenstransfer sowie eine enge institutsübergreifende Zusammenarbeit im Rahmen des House of Finance ermöglichen wichtige Impulse für die Finanzbranche. Es unterstützen 12 Praxispartner die Arbeit des E-Finance Lab: Accenture, BearingPoint, Deutsche Bank, Deutsche Börse Group, Deutsche Postbank, DZ BANK Gruppe, Finanz Informatik, IBM, T-Systems, DAB bank und Interactive Data Managed Solutions.

Für weitere Informationen:

Britta Held  
Jutta Rubach & Partner  
Marketing - Kommunikation & Networking  
Windscheidstr. 19  
D-10627 Berlin (Charlottenburg)

phone: +49 30 826 62 05  
fax: +49 30 89 72 82 10  
email: [bheld@rubach-pr.de](mailto:bheld@rubach-pr.de)