



Manuskript Podcast "Wortlaut" Ausgabe 23

bank21-Online Filiale

Herzlich willkommen zur Episode 23. Unser Thema diesmal: die neue Benutzeroberfläche der bank21-Online-Filiale. Was hat sich da geändert – und warum, was ist das Konzept dahinter? Darüber spreche ich gleich mit Antje Niemann, die maßgeblich an der Überarbeitung der Online-Filiale beteiligt war. Wie immer aber erst mal kurz und kompakt Neuigkeiten aus der GAD-Welt.

Wortlaut Kompakt

In der Historischen Stadthalle Wuppertal fand am 22. April die Auftaktveranstaltung zum GAD Treffpunkt im Frühjahr 2010 statt. Mehr als 400 angemeldete Besucher konnten sich über die aktuellen Themen der Banken-IT informieren und mit den Experten der GAD austauschen.

Bis zum 11. Mai finden insgesamt vier weitere Treffpunkt-Veranstaltungen statt. In Hamburg, Magdeburg, Oldenburg und Bonn. Auf der Internetseite www.gad-treffpunkt.de finden Sie alle weiteren Informationen über den GAD Treffpunkt 2010.

Beim bank21-ANWENDERPREIS 2010 sind es noch drei Wochen bis zum Abgabeschluss! Bereits zum zweiten Mal prämiert die GAD in diesem Jahr den erfolgreichen und kreativen Einsatz des Kernbankenverfahrens bank21 mit dem bank21-ANWENDERPREIS. Die drei Sieger des Wettbewerbs und den Gewinner des Innovationspreises können sich auf den GAD Treffpunkt-Veranstaltungen im Herbst 2010 präsentieren. Beim Wettbewerb sind die Ideen und Konzepte unserer Mitgliedsbanken gefragt. Also wir freuen uns und sind gespannt auf Ihre Beiträge, die Sie noch bis zum 21. Mai 2010 einreichen können!

Alle weiteren Informationen und die Bewerbungsunterlagen finden Sie auf der Webseite www.bank21-Anwenderpreis.de. Oder sprechen Sie einfach Ihren Bankenbetreuer an.

Wortlaut Schwerpunktthema

Das klassische Online-Banking hat sich ja in den letzten Jahren gewaltig entwickelt: mittlerweile bietet es viel mehr Funktionen als nur den klassischen Zahlungsverkehr – und ist von daher ein von den Kunden akzeptierter und geschätzter Vertriebsweg. Ob individuelle Angebote einsehen und abschließend Kontakt zum Berater aufnehmen oder Konsumentenkredite online abschließen, das „Banking“ ist zu einer waschechten Online-Filiale geworden, mit ähnlichen Dienstleistungen, wie sie die Kunden aus der realen Filiale bereits kennen und schätzen. Für die GAD war es jetzt aber an der Zeit die Vielzahl dieser Dienstleistungen in der Benutzeroberfläche neu zu strukturieren, so dass man sich noch einfacher und schneller darin zu Recht findet. Und da begrüße ich jetzt Antje Niemann, GAD-Mitarbeiterin im Bereich Electronic Banking - schönen guten Tag!

Hallo Frau Hammerschmidt.

Das hört sich fast so an, als wäre im Laufe der Zeit eine gewisse Unordnung im Menü entstanden, die es nun zu ordnen gilt. Oder warum hat die GAD beschlossen, dass Online-Banking zu überarbeiten? Ich meine Sie hätten doch bei der alten, den Kunden vertrauten Struktur bleiben können?



Na ja, ich versuche es mal mit einem plastischen Beispiel: Stellen Sie sich eine Küche vor, in die Sie nach und nach immer mehr Dinge hineinstellen. Von der Mikrowelle, dem Geschirr bis hin zum Kaffeevollautomaten – wenn Sie nichts ändern, werden Sie sich zunehmend schlechter in Ihrer Küche zurechtfinden. Ähnlich ergeht es den Kunden in der aktuellen Online-Filiale. Bei der „Erfindung“ des InternetBanking wurden viele Funktionen und Dienstleistungen noch nicht mit eingeplant, so dass das Menü mit der Zeit und vielen Erweiterungen relativ „wild“ mitgewachsen ist. Man hat neue Funktionen einfach dort eingefügt, wo es am sinnvollsten erschien. Die Folge: Die Menüführung war nicht mehr in sich logisch und zudem tief verschachtelt. Das war der Grund für uns, ein Projekt aufzusetzen, das sich mit der Usability – also der Benutzerfreundlichkeit der Online-Filiale auseinandersetzt.

Verstehe, Benutzerfreundlichkeit ist ja schließlich der „Schlüssel“ zum Erfolg, um die Online-Filiale noch mehr im Markt zu etablieren. Aber was heißt das genau Benutzerfreundlichkeit? Was war der wichtigste Punkt, um für die Kunden eine spürbare Verbesserung zu erreichen? *Das wichtigste ist, dass man bei einem solchen Projekt die Bedürfnisse des Endkunden nicht aus dem Blick verliert. Der Kunde möchte zügig sein Ziel erreichen. Und das bedeutet, das Menü muss einfach, intuitiv und schnell zu bedienen sein. Das konnten wir dadurch erreichen, indem wir uns als erstes das Menü vorgenommen haben, um es schneller und schlanker zu gestalten. Letztendlich wollten wir etwas umsetzen, was dem Benutzer Spaß macht – und wir glauben, dass die Online-Filiale Spaß machen wird. Dass auch ein eher trockenes Thema wie das Erledigen von Bankgeschäften einen positiven Eindruck hinterlässt. Der Hintergrund ist auch: wir wollen in Zukunft zu den TOP 5 des Internet-Bankings in Deutschland zählen. Denn so schaffen wir für die VR-Banken einen wichtigen Wettbewerbsvorteil.*

In welchen Bereichen haben Sie die Online-Filiale denn noch verändert? Oder haben Sie sogar auf bestimmte Produkte und Dienstleistungen verzichtet?

Den Funktionsumfang haben wir parallel zur Überarbeitung der Benutzeroberfläche selbstverständlich erweitert. Die Menüführung haben wir so verändert, dass Sie alle wichtigen Funktionen sofort aufrufen können. Wenn Sie früher beispielsweise eine Überweisung getätigt haben, dann mussten sie sich dreimal durch das Menü klicken. Jetzt sind sie mit einem Klick sofort am Ziel. Wir wollten also die bisherige tiefe Verschachtelung bzw. lange Menüführung vermeiden. Auch der Kontowechsel im Menü war technisch überholt und trug nicht zur einfachen Bedienung bei. Man kann sagen: wir haben unter der Prämisse der schnellen Auffindbarkeit kräftig aufgeräumt.

Woher wussten Sie denn, dass die vorgenommenen Änderungen wirklich eine Verbesserung für die Online-Banking-Nutzer bedeuten würden?

Alle Änderungen im Menü und im Design haben wir durch einen professionellen Usability-Test prüfen lassen. Insgesamt haben wir mit rund 400 Nutzern des Online-Bankings unterschiedlicher Bankengruppen gesprochen. Dabei wurden sowohl Männer und Frauen im Alter von 18 – 65 Jahren befragt, die bereits Online-Banking nutzen, als auch solche, die keinerlei Erfahrungen in diesem Bereich hatten. Alle Befragten mussten dabei 15 verschiedene Aufgaben innerhalb der Banking-Umgebung lösen.

Und, wie war die Resonanz der Testkunden?

Die Tests waren sehr positiv für uns. Alle wesentlichen Aufgaben, die zum Banking gehören, wurden von fast allen Nutzern sehr schnell gefunden. Dieser Test hat uns gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind.



Vielen Dank, Antje Niemann. Bleibt natürlich noch die abschließende Frage: Wann werden die Kunden die neue Online-Filiale nutzen können?

Im Juni 2010 werden alle Banken die neue Oberfläche im Einsatz haben.

Dann nochmal toi, toi, toi, für die Einführung.

Ich danke ihnen auch - tschüs und bis bald!

Und wir werden uns auch in der nächsten Episode des Wortlaut um das Thema Online-Banking kümmern - es geht dann um neue Maschen der Internet-Betrüger und wie sich die Kunden davor schützen können. Ich bin Doris Hammerschmidt und freu mich auf ein Wiederhören in einem Monat.

Tschüss, bis dann.