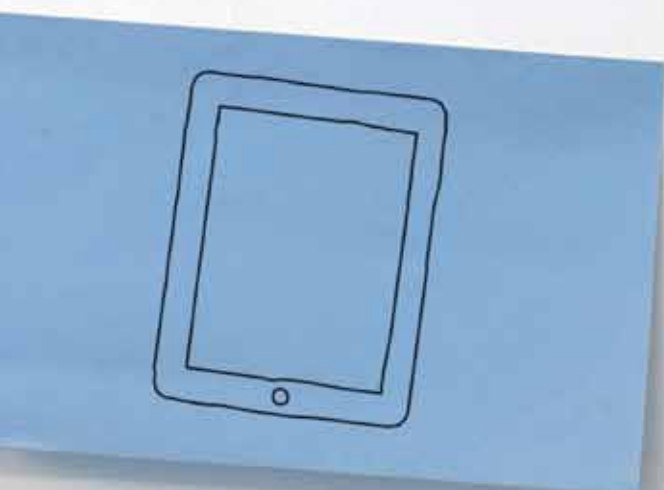




*Innovationskraft  
ist kein Zufall!*



bank 21

# Am Anfang steht die Usability

Die GAD beschäftigt sich seit Jahren sehr intensiv mit dem Thema Usability. Bei der bank21-Online-Filiale zum Beispiel wurde die Navigation komplett überarbeitet und die Bedienung insgesamt vereinfacht, damit sich die Benutzer intuitiv zurechtfinden und problemlos ihre Bankgeschäfte erledigen können. Maßnahmen, die Früchte tragen – der TÜV hat die Anwendung als besonders nutzerfreundlich zertifiziert.



**Robert Baggen**

Senior Berater bei der TÜV  
Informationstechnik GmbH  
(TÜViT)

forum sprach mit Robert Baggen von der TÜV Informationstechnik GmbH (TÜViT) über die besonderen Herausforderungen des Online-Bankings und woher man als Prüfer weiß, was der Nutzer will.

## **Welche Bedeutung hat die Usability für die IT?**

Usability sollte ganz am Anfang eines Softwareprojekts stehen – also bereits dann beginnen, wenn man noch über ein IT-Produkt nachdenkt. Das bedeutet auch, dass sich IT-Architekten neben den fachlichen und technischen Anforderungen von Anfang an vor allem mit den Anforderungen der Benutzer auseinandersetzen müssen. Nur dann wird das spätere Produkt die Bedürfnisse der Anwender erfüllen und wird von ihnen akzeptiert und genutzt.

## **Woher weiß man, was der Benutzer wirklich braucht?**

Es gibt zwei wesentliche Methoden: Man kann den Benutzer nach seinen Bedürfnissen befragen oder ihm bei der Bedienung von Produkten über die Schulter schauen. Beide Methoden haben Stärken und Schwächen. In einer



Befragung erzählen viele Benutzer gerne, was sie von ihrer Technik erwarten. Was aber einfache Benutzung ausmacht, können sie oft nicht gut beschreiben. Deshalb ist es wichtig, den Benutzer nach seinen tatsächlichen Anforderungen zu befragen, fernab von der eigentlichen IT-Lösung, und nicht nach einer speziellen Umsetzungslösung. Dies tut man mit so genannten Nutzungskontextanalysen. Was einfache Bedienung ausmacht, sieht man sehr genau bei einer Beobachtung. Oft sind es nämlich versteckte Probleme mit einem Produkt, die erschweren, was man doch erreichen möchte: „Intuitive Bedienung“.

Beide Methoden sind Standard im so genannten Usability-Engineering. Gut aufgestellte Unternehmen wie die GAD beschäftigen zunehmend eigene Usability-Experten, die sich darum kümmern, systematisch alle Möglichkeiten zu nutzen, um gut bedienbare Produkte zu entwickeln. Usability-Engineering bietet die TÜViT auch als Dienstleistung an.

### **Gibt es bei Bankenverfahren – z. B. der Online-Filiale – besondere Aspekte bei der Entwicklung oder der TÜV-Prüfung zu berücksichtigen?**

Für jede Entwicklung muss man zunächst das Besondere der jeweiligen Benutzergruppe und das Einsatzfeld der Anwendung herausarbeiten. Bei der Online-Filiale ist es die Zielgruppe der „normalen“ Bankkunden, die bereits Erfahrungen mit Online-Banking gemacht haben. Häufig nutzen sie Online-Banking zuhause oder mobil. Dazu gibt es einige Standardfunktionen wie Kontostandabfrage, Überweisung, Daueraufträge oder Sicherheitsfunktionen, die jeder Benutzer der Zielgruppe in seinem Online-Banking erwartet. Mit Blick auf verschiedene Alters-/Nutzer-Gruppen können sich diese Anforderungen aber leicht ändern. Wir alle wissen beispielsweise, dass junge Leute anders an IT-Produkte herangehen und damit umgehen. Daher kann es sein, dass in einiger Zeit ganz neue Standardfunktionen für Online-Banking angeboten werden müssen. Ältere Benutzer dagegen berichten mit Stolz darüber, dass sie die schwierige Materie Online-Banking für sich „gemeistert“ haben. Allzu radikale Veränderungen an der Online-Filiale werden diese Altersgruppe aber verunsichern und mühsam erarbeitetes Bedienwissen obsolet machen.

### **Was war das Besondere beim neuen Usability-Konzept der bank21-Online-Filiale?**

Bei der bank21-Online-Filiale wurde ein bereits bestehendes Produkt verändert bzw. verbessert. In solchen Fällen ist es wichtig, nicht alles von Grund auf neu zu machen, sondern relativ behutsam neue Funktionen einzuführen. Denn die bisherigen Nutzer müssen das Neue akzeptieren und sich schnell wieder zurechtfinden.



Ein sehr gelungenes Beispiel dafür ist in der bank21-Online-Filiale die Finanzübersicht. Diese zeigt nach der Überarbeitung dem Kunden alle relevanten Informationen strukturiert und übersichtlich in einer tabellarischen Darstellung. Weitergehende Kontoinformationen können einfach durch Anklicken des Kontos aufgerufen oder über die Aktionsspalte gestartet werden. Dies erspart die Suche nach den notwendigen Informationen.

Gleichzeitig muss die IT-Lösung aber so attraktiv sein, dass eine Bank damit Neukunden ansprechen und auch zukünftig gewinnen kann. Ein guter Online-Banking-Client wird von Produktmanagern zurecht als Alleinstellungsmerkmal gesehen, mit dem man sich von Mitbewerbern gut differenzieren kann.

### **Welche besonderen Herausforderungen muss man beim Online-Banking im Blick haben?**

Im Unterschied zur beruflichen Nutzung von IT-Systemen ist Online-Banking eine sehr private Angelegenheit. Anders als am Arbeitsplatz steht zuhause aber selten kompetente Unterstützung zur Verfügung, wenn Schwierigkeiten auftauchen. Die Folge wäre, dass einzelne problematische Funktionen oder gar das ganze Online-Banking nicht genutzt würden. Auch für die Bank entstünden Zusatzkosten, z. B. für die Hotline. Online-Banking-Software muss daher für Nutzer ohne fremde Hilfe bedienbar sein.

Eine weitere Herausforderung ist die zuverlässige Abwicklung von Transaktionen. Ich weiß, dass ich mich konzentrieren muss, weil ich bei unbedachten Angaben möglicherweise Geld verlieren kann. Daher erwarte ich, dass mich die Software bei meiner Konzentration unterstützt, vor nicht mehr umkehrbaren Aktionen beharrlich nachfragt und mir vor allem hilft, diese Aufgabe richtig und schnell zu lösen.

Online-Banking-Systeme sind immer auch die gute Visitenkarte eines Geldinstituts. Vermehrt wird daher auch mit der Einfachheit des Online-Bankings geworben. Gewinnt ein Kunde hier einen negativen Eindruck, so wird er möglicherweise die Bank wechseln; potenzielle Neu-

kunden suchen sich gleich einen anderen Anbieter. Damit trägt gute Usability auch zum wirtschaftlichen Erfolg einer Bank bei.

### **Verändern sich Kundenanforderungen mit der Zeit oder der Generation und hat das Auswirkungen auf die IT?**

Das hat ganz eindeutig Auswirkungen. Sowohl sozialer als auch technischer Fortschritt verändern die Anforderungen an die IT. Deshalb ist es beispielsweise wichtig, sich auch mit sozialen Netzwerken intensiv zu beschäftigen. Eine Bank kann sich hier gut positionieren. Die Herausforderung wird es wie bisher sein, veränderte Kundenanforderungen genau zu analysieren und gestalterisch umzusetzen. Gleichzeitig sollte mit Blick auf die Bestandskunden ein Mindestmaß an vertrauter Funktionalität im Online-Banking verbleiben. ><

rungen an die IT. Deshalb ist es beispielsweise wichtig, sich auch mit sozialen Netzwerken intensiv zu beschäftigen. Eine Bank kann sich hier gut positionieren. Die Herausforderung wird es wie bisher sein, veränderte Kundenanforderungen genau zu analysieren und gestalterisch umzusetzen. Gleichzeitig sollte mit Blick auf die Bestandskunden ein Mindestmaß an vertrauter Funktionalität im Online-Banking verbleiben. ><

# Geno BarCamp: Geplante Ungeplantheit

Offen und dennoch zielgerichtet, ohne Agenda und trotzdem alles andere als planlos. Mitte November fanden sich rund 30 Vertreter aus der genossenschaftlichen FinanzGruppe zum 3. Geno BarCamp im Innovationsforum der GAD ein, um einen Tag gemeinsam zu arbeiten und zu diskutieren.

sicherung waren Gastgeber der ersten beiden Veranstaltungen.

### **Spannende Gespräche**

Der bei dieser Veranstaltungsform übliche Verzicht auf eine feste Agenda bedeutet jedoch nicht, dass man einfach nur ein wenig plaudert. Die Teilnehmer bereiteten vorher jeweils einen aktiven Part vor. Zu Beginn bekam dann jeder die Gelegenheit, seinen Themenvorschlag kurz und bündig vorzustellen. Anschließend wurden diese Themen in Untergruppen bearbeitet. Kurz: Ein BarCamp lebt mit und von den Teilnehmern. Und auch in der dritten Auflage zeigte sich, dass das Geno BarCamp davon sehr gut leben kann. In spannenden Gesprächen ging es um die Möglichkeiten, die insbesondere die sozialen Netze im World Wide Web der genossenschaftlichen FinanzGruppe eröffnen. Dabei wurden auch Erfahrungen aus den Unternehmen der Teilnehmer ausgetauscht und Praxisbeispiele vorgestellt. Am Ende stand das Resümee: Eine gelungene Veranstaltung, die trotz oder gerade wegen ihrer geplanten Ungeplantheit spannende Erkenntnisse hervorbrachte. ><



Rund 30 Vertreter aus der genossenschaftlichen FinanzGruppe trafen sich zum 3. Geno BarCamp im Innovationsforum der GAD.

Was aber ist ein BarCamp? Ein BarCamp ist eine so genannte Unkonferenz: Es gibt keine feste Agenda, keine vorgeplanten Präsentationen, keine festen Themen oder Redner. Es gibt Organisatoren, Gäste, Räume und eine Menge Enthusiasmus. Die gesamte Veranstaltung ist thematisch offen. Erfahrungsgemäß dreht

sich die Veranstaltung zumeist um Themen aus den Bereichen Social Media, Web 2.0, Blogs und Kommunikation. Inzwischen zum dritten Mal stattfindend, macht das Geno BarCamp diesmal unter Federführung des GAD-Innovationsmanagements Station in Münster. Die Volksbank Bühl und die R+V Ver-