



Studie: Mehr als die Hälfte der Banken investieren in die Cloud

Studie: Mehr als die Hälfte der Banken investieren in die Cloud
Die IT der Banken muss effizienter werden - die deutschen und österreichischen Geldhäuser setzen dafür insbesondere auf Cloud Computing. 56 Prozent von ihnen planen in den nächsten Jahren Investitionen in Lösungen aus der digitalen Wolke. Dies zeigt die Studie "Branchenkompass 2012 Kreditinstitute" des Beratungsunternehmens Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut.
Die Offenheit der Geldhäuser für Cloud-Anwendungen hat damit weiter zugenommen. Bei der letzten Erhebung im Jahr 2011 gaben erst 44 Prozent der befragten Entscheider aus Sparkassen, Genossenschafts- und Kreditbanken an, in diesen Bereich investieren zu wollen. 2012 liegt der entsprechende Wert 12 Prozentpunkte darüber. "Grundsätzlich ist dieser Trend zu begrüßen", sagt Daniel Just, Sourcingexperte bei Steria Mummert Consulting, "denn Cloud-Lösungen eröffnen große Einsparpotenziale im IT-Bereich." In vielen anderen Bereichen schrumpft das Kosteneinsparungspotenzial in den Augen der Banken hingegen. So sehen laut Branchenkompass nur noch ein Drittel der Geldhäuser nennenswerte Möglichkeiten einer weiteren Automatisierung des Konsumenten kreditgeschäfts. 2011 waren es 42 Prozent. Noch stärker ging das sogenannte Industrialisierungspotenzial im Wertpapiergeschäft zurück. Nur rund ein Viertel der befragten Entscheider sieht dort noch Spielraum für sein Institut - vor zwei Jahren waren 40 Prozent dieser Ansicht.
Beim Cloud Computing werden Daten und Programme nicht mehr vor Ort auf den eigenen Rechnern abgelegt, sondern in Rechenzentren externer Anbieter, auf die meist über das Internet zugegriffen wird. Dies erlaubt unter anderem eine bessere Recherauslastung und einfachere Aktualisierung und Standardisierung. Beim Umstieg müssen die Kreditinstitute aber aufpassen, sich keine neuen Probleme ins Haus zu holen. "Gefährlich wird es, wenn die Fachabteilungen an der Haus-IT vorbei eigene Cloud-Anwendungen installieren", sagt Daniel Just. Die Folge könnte ein nicht mehr durchschaubarer Wirrwarr an Insellösungen sein, statt einer stärkeren Standardisierung. Dabei ginge nicht nur die Effizienz verloren. Gleichzeitig erhöht sich die Gefahr, dass einzelne Anwendungen nicht den nötigen Sicherheitsstandards entsprechen. "Die Finanzbranche hat besonders strenge Datenschutzbedürfnisse, das setzt dem Einsatz von Cloud Computing gewisse Grenzen", sagt Daniel Just. Für besonders sensible Bereiche empfiehlt der Experte den Banken die Einrichtung einer so genannten "Private Cloud", die die nutzbringenden Prinzipien des Cloud Computing auf ein besser gesichertes internes Firmennetzwerk mit eigenem Rechenzentrum überträgt.
Für die Studie "Branchenkompass 2012 Kreditinstitute" von Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F. A.Z.-Institut befragte Forsa im August und September 2012 120 Entscheider aus 120 Kreditinstituten in Deutschland und Österreich. Die Institute gehören zu den nach Bilanzsumme größten im Land. Sie repräsentieren die drei Säulen der deutschen Kreditwirtschaft: Sparkassen, Genossenschaftsbanken und Kreditbanken. Die Entscheider wurden zu den Branchentrends sowie zu den Strategien und Investitionszielen bis 2015 interviewt. Befragt wurden jeweils die Vorstandsvorsitzenden, Vorstandsmitglieder, die Geschäftsführer, die Leiter der Unternehmensentwicklung, die Leiter von Finanzen und Controlling oder die Vertriebs- und Marketingleiter. Die Befragungen wurden mit der Methode des Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI) durchgeführt. Der Branchenkompass erscheint in Deutschland jährlich seit 2002.
Faktenkontor GmbH
Hans-Henny-Jahn-Weg 29
22085 Hamburg
Deutschland
Telefon: +49 [0] 40/22703-0
Telefax: +49 [0] 40/22703-7961
Mail: info@faktenkontor.de
URL: <http://www.steria-mummert.de>
 http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=517989 width="1" height="1"

Pressekontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Firmenkontakt

Steria Mummert

22085 Hamburg

steria-mummert.de
info@faktenkontor.de

Warum nennt sich eine PR-Agentur Faktenkontor? Weil Fakten über Kommunikationserfolge entscheiden. Journalisten suchen Fakten. Entscheider suchen Fakten. Kunden suchen Fakten. Wer harte Nachrichten, Entscheidungsgrundlagen und Nutzwertargumentationen sowie spannende Geschichten liefert, setzt sich durch. Deshalb basiert unsere Kommunikationsarbeit für Pressestelle und Vertrieb unserer Kunden auf harten gründlich erhobenen Fakten. In hanseatischer Tradition nennen wir uns Faktenkontor. Das Kontor steht für hanseatisches Kaufmannstum, ein Selbstverständnis auf das sich unsere Kunden im täglichen Miteinander unbedingt verlassen können. Wie entstand das Faktenkontor? Das Faktenkontor ist aus der Unternehmensberatung Mummert Consulting hervorgegangen. Anfang 2006 firmierte die am 1. Januar 2003 gegründete Mummert Communications in Faktenkontor um.