

George wächst: Die PSD2-fähige Banking-Plattform der Erste Group zählt schon fast 2 Millionen Nutzer

- **Heute offizieller Start in der Slowakei; demnächst folgen Tschechien und Rumänien**
- **Bis Ende 2018 soll George alle 16 Millionen Kunden der Erste Group erreichen**
- **Dank PSD2 kann George seine Stärke als offene Bankenplattform ausspielen**

Die digitale Banking-Plattform George, die von der hauseigenen Fintech der Erste Group Bank AG entwickelt wurde, startet nach ihrer erfolgreichen Einführung in Österreich und vor dem Hintergrund wachsender Beliebtheit in Tschechien heute auch in der Slowakei. In den genannten Märkten erledigt George bereits die täglichen Bankgeschäfte von rund zwei Millionen Nutzern. In Österreich hat sich George mit fast 1,5 Millionen Kunden (mehr als jeder dritter Online-Banking-User in Österreich benutzt George) als modernste und beliebteste Banking-Plattform des Landes etabliert. Schon während der Einführungsphase organisieren mehr als 300.000 Tschechen ihre Finanzen über George. Ziel der Erste Group ist es, in ihren sieben Kernmärkten (Österreich, Tschechien, Slowakei, Rumänien, Ungarn, Kroatien und Serbien) eine einheitliche digitale Banking-Plattform aufzubauen und George damit als erste paneuropäische Banking-Plattform aufzustellen, die auf sämtlichen Plattformen eine umfassende Palette von Produkten und Dienstleistungen bietet.

„Was wir mit George anstreben, war von Anfang an klar: Wir wollten nicht einfach ein weiteres Internet-Banking schaffen oder alte Systeme nur nachrüsten. George steht für eine ganz neue Art des Bankings, welches eigens für unser digitales Zeitalter konzipiert wurde. Wir haben diese Plattform von Grund auf neu geplant und gemeinsam mit unseren Kunden gestaltet: Das macht George zu einem Game-Changer, den Millionen von Kunden nutzen wollen. Wir freuen uns darauf, George in der Slowakei und sehr bald auch in anderen Kernmärkten der Erste Group sowie weiteren Ländern zu starten“, erklärt Peter Bosek, Privatkundenvorstand der Erste Group.

„Unsere Kunden erwarten viel: Bankgeschäfte sollen so einfach und intuitiv sein, wie beispielsweise eine Amazon-Bestellung oder die Nutzung sozialer Medien. Gleichzeitig wird auch ein hohes Maß an Sicherheit und Schutz der persönlichen Daten erwartet. Und genau das verbinden wir mit George: Ein Banking, das wie die sozialen Medien funktioniert, dabei aber Datensicherheit und den Schutz der Privatsphäre sehr ernst nimmt“, fügt Bosek hinzu.

Die Zukunft des Banking ist individuell

Da George um die Kundenwünsche herum entwickelt wurde, bietet die Plattform ein ungewöhnliches Maß an Personalisierung: Jeder kann seine eigene George-Version erstellen, die seinen konkreten Banking-Bedürfnissen entspricht. Diese Personalisierung lässt Kunden die umfassenden Informationen, die George ihnen über ihre Ausgaben, Ersparnisse und Veranlagungen liefert, nach eigenen Wünschen organisieren. So können Kunden zum Beispiel die Bezeichnungen von Bankprodukten oder Konten ändern und Kontoelemente verschieben oder neu zusammenstellen. Dabei können Kunden ihre Finanzen ganz nach ihren Vorstellungen gruppieren und in Listen- oder Kachel-Form darstellen. Nutzer von George können auch ihre eigene Hintergrundgrafik gestalten, was nicht nur der Personalisierung dient, sondern auch mehr Sicherheit mit sich bringt, da Phishing-Versuche damit leichter verhindert werden können.

Die Möglichkeiten, George an individuelle Bedürfnisse anzupassen, gehen weit über das Visuelle und Emotionale hinaus: George bietet seinen Nutzern eine ganze Reihe von Plug-ins, die durch die

Bereitstellung zusätzlicher Funktionen die Erledigung von Bankgeschäften einfacher, effektiver und relevanter gestalten. So können Kunden auf die Kontodaten der letzten sieben Jahre zugreifen. Der Service Remember2Pay erinnert an die Bezahlung fälliger Rechnungen, und die Applikation „Wachhunde“, meldet Nutzern, wenn vorab definierte Ereignisse (wie etwa eine bestimmte Überweisung oder die Erreichung eines bestimmten Aktienkurses) eintreten. Manche Plug-ins sind gratis, andere sind einzeln oder im Rahmen von Monatsabonnements zu erwerben. Hier können George-Nutzer ihr Banking frei gestalten.

George ist nicht nur fesch, sondern auch klug: Der technische Fortschritt ermöglicht es George, die Kunden besser denn je zu verstehen und Angebote für sie maßzuschneidern. So können Nutzer zum Beispiel mit der Google-ähnlichen „elasticsearch“ Suchfunktion ganz einfach gewünschte Transaktionen finden. Dabei gibt der Nutzer nur einen Produktnamen, ein Geschäft oder eine Betragsgrenze ein und George liefert eine klare Übersicht der entsprechenden Ergebnisse. Ein weiteres Beispiel dafür, wie intelligent George mit Daten umgeht: George kann sich IBANs merken. Damit brauchen Kunden keine langen Kontonummern mehr eintippen – die ersten Buchstaben des Empfängernamens reichen schon, dass George die nötigen Informationen im Adressbuch findet – auch das Adressbuch wird automatisch von George aktualisiert

„Ein großer Vorteil der Digitalisierung ist, dass wir Millionen Menschen nun Lösungen anbieten können, die genau auf ihre persönlichen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Das war in der Vergangenheit nicht möglich. Mit George setzen wir ganz stark auf Personalisierung. Unsere Kunden können bestimmen, wie sie mit George umgehen, wie George aussehen soll und welche Unterstützung sie von ihm erwarten. Nur durch Relevanz können wir sicherstellen, dass die Nutzer immer wieder auf George zurückkommen. Und wie unsere Erfahrungen in bisher drei Märkten zeigen, tun sie das auch. So verwenden etwa unsere tschechische Kunden die mobile App George Go sechsmal häufiger, als das vorherige Mobile-Banking-Angebot im lokalen Markt“, betont Peter Bosek.

Die Zukunft des Banking ist offen

Dank seiner offenen Plattform, der API-basierten Architektur und der für Plug-ins geeigneten Infrastruktur ist George enorm flexibel und individuell gestaltbar. George eignet sich dabei besonders für die Zusammenarbeit mit Fintechs oder anderen Fremdanbietern. Die durch den API-Ansatz ermöglichte Modularisierung gewährleistet bessere Qualität, mehr Sicherheit und mehr Flexibilität und sorgt dafür, dass George auch auf den bestehenden lokalen Systemen optimal läuft.

Damit ist auch sichergestellt, dass George noch weiter wachsen kann, nicht nur im geographischen Sinne, sondern auch als offene Plattform, um Nutzern laufend neue Dienstleistungen anbieten zu können. Diese Angebote müssen nicht unbedingt von der Erste Group selbst kommen, sondern können auch von Dritten, wie zum Beispiel Fintechs, stammen. Eines haben diese Angebote allerdings gemeinsam: Sie bieten Kunden Mehrwert in Form von Informationen, Funktionalitäten und Bequemlichkeit an, etwa bei der Durchführung von Transaktionen oder bei Überlegungen über die zukünftig Entwicklung ihrer persönlichen Finanzen.

Mit bisher mehr als 210.000 aktivierten Plug-ins hat sich George damit bereits zu einem Marktplatz für seine Nutzer entwickelt. *„Wir sind überzeugt davon, dass das Banking der Zukunft auf Plattformen aufbauen wird – mit der PSD2-Regulierung wird das beschleunigt. Bei George sind wir von Anfang an offen für Innovationen gewesen. Das ermöglicht es uns, neue Partnerschaften mit Dritten einzugehen und Mehrwert für unsere Kunden zu generieren. Der gegenwärtige Trend zur „Plattformisierung“ spielt uns dabei in die Hände: Wir haben den Anspruch, der iTunes Store des europäischen Finanzmarktes werden“,* meint Bosek abschließend.

Erste Group Pressestelle

Michael Mauritz

Carmen Staicu

Peter Klopf

Nathalie Boyke

Tel: +43 50100 – 19603

Tel: +43 50100 – 11681

Tel. +43 50100 – 11676

Tel. +43 50100 – 19781

Email: michael.mauritz@erstegroup.com

Email: carmen.staicu@erstegroup.com

Email: peter.klopf@erstegroup.com

Email: nathalie.boyke@erstegroup.com

Diese Presseaussendung ist auch verfügbar unter: www.erstegroup.com/pressrelease