

Trends

CardSpace

- > Loyalty 2.0: Die virtuelle Kundenkarte mit CardSpace

News

Electronic Banking

- > Mobile Banking – Kompliziert war gestern
- > Ausgezeichnet: Homebanking-Software

Smartcard-basierte Anwendungen

- > GeldKarte online laden: SmartLoad macht's einfach
- > SmartTicket – Mit der GeldKarte ins Open Air Kino

IT Know-how

- > Google Gears
- > Google Web Toolkit

Messen

- > bwcon: Innovation Fair 2007, 29. November 2007, Stuttgart

Intern

- > 5 x 10 Jahre @fun
- > fun communications sponsert Doppel-Weltmeister im Roboterfußball
- > fun Team beim Baden-Marathon

Trends

CardSpace



Loyalty 2.0: Die virtuelle Kundenkarte mit CardSpace

Jeder kennt die Situation, gerade ist der Warenkorb gefüllt, wird auch schon nach Benutzername und Passwort gefragt. Ob beim Onlineshopping oder einfach nur im Blog oder Forum: Wer oft im Internet unterwegs ist, muss sich an vielen Stellen mit seiner Identität ausweisen, was in den meisten Fällen die Eingabe von Benutzer-



Kundenbindung mit der virtuellen Kundenkarte

kennung und Passwort bedeutet. Das ist nicht nur äußerst lästig und fehleranfällig sondern auch gefährlich, weil es Phishing-attacken Tür und Tor öffnet!

Schon seit einiger Zeit beschäftigen sich Experten mit Lösungen im Bereich des Identity Managements, die zugleich verständlich, sicher und praktikabel umsetzbar sind. In der Vergangenheit fehlte es oft am Vertrauen der Kunden in solche Lösungen, da es hier ja grundsätzlich um den Umgang mit persönlichen Daten geht. Und an dieser Stelle sind die Kunden verständlicherweise äußerst sensibel. „Wann werden wo welche meiner Daten verwendet?“ Diese Frage gilt es dem Kunden zweifelsfrei zu beantworten.

Loyalty 2.0 trägt genau dieser Frage nun Rechnung. Kernpunkt dieses neuen User-Centric-Ansatzes ist die Tatsache, dass der Kunden aktiv ein Selbstverwaltungsrecht über die von ihm weiterzugebenden Daten ausübt.

Microsoft CardSpace™ (früher „InfoCard“) stellt dafür virtuelle Ausweiskarten, sogenannte Managed Cards, zur Verfügung. Diese sollen analog zur realen Welt dem Kunden eine Ausweismöglichkeit gegenüber einem Dritten bieten. Ausgestellt werden diese Karten aber nicht von Microsoft® selbst sondern von einem Identity Provider, beispielsweise einem großen

Shop oder einem Betreiber, der aufgrund seines Business über viele validierte Kundeninformationen verfügt. Das System ist als offener Standard für verschiedene Betriebssysteme verfügbar. Die Kartendaten werden im Betriebssystem sicher aufbewahrt und verwaltet. Die erforderlichen Mechanismen bringt Windows Vista gleich mit, Windows XP kann über ein Update auf das erforderliche .NET Framework 3.0 aufgerüstet werden.

Fordert nun eine Webseite persönliche Informationen eines Kunden an, so präsentiert das Betriebssystem die entsprechende Karte aus dem CardSpace und füllt sie mit den aktuellen Daten des Kunden aus der Datenbank des Identity Providers. Dieser entscheidet nun, ob genau diese Daten an die anfordernde Webseite weitergegeben werden, ändern kann er sie nicht. Hinter diesen Konzepten stehen aufwändige Sicherheits- und Authentifizierungsmechanismen, die für einen hohen Grad an Datensicherheit sorgen.

Neben der Nutzung als Ausweiskarte öffnen sich aber insbesondere für das Marketing eines Unternehmens ganz neue Wege zur Kundenbindung und zur Neukundengewinnung. Betrachtet man diese Karte nicht nur als Ausweis sondern als virtuelle Kundenkarte so lassen sich Bonus-systeme oder Couponaktionen einfach realisieren.

News



Die Vorteile liegen für die Beteiligten auf der Hand. Der Kunde kann auf die Suche nach Kennungen und Passwörtern und das Ausfüllen von Standardformularen verzichten, profitiert von einem Single-SignOn über verschiedene Anbieter hinweg, behält aber die Freigabehoheit über seine persönlichen Daten. Für Identity Provider und die Partnershops, die deren virtuelle Karte akzeptieren, ergeben sich neben der Übergabe von fehlerfreien und validierten Kundendaten auch verschiedene Businessmodelle über Bonusprogramm oder Gutscheinkaktionen zur Neukundengewinnung aber auch zur Festigung der bereits bestehenden Kundenbeziehung. Somit führt die virtuelle Kundenkarte zu mehr Umsatz bei gleichzeitiger Präsenzsteigerung einer Marke oder eines Unternehmens im Marktauftritt und auf dem Kundenrechner.

Die langjährige Erfahrung in Konzeption, Aufbau und Betrieb von LargeScale-Systemen sowie das Know-how im Bereich Identity Management und Föderation von Identitäten machen fun communications zum idealen Partner für die Konzeption und Entwicklung virtueller Kundenkartenprojekte aber auch für die Integration solcher Systeme in bereits bestehende Lösungskonzepte.

Electronic Banking

Mobile Banking - Kompliziert war gestern

Die fun communications GmbH entwickelte in Zusammenarbeit mit der M-Way Solutions GmbH das zukunftsweisende T-Online Mobile Banking. Die einfache und bedienerfreundliche Anwendung folgt dem Motto „Laden – Installieren – Fertig!“ und macht damit die Abwicklung von Bankgeschäften über mobile Endgeräte für T-Online Banking Kunden kinderleicht.

Mussten diese bei mobilen Bankanwendungen in der Vergangenheit oft umständliche und unverständliche Konfigu-

rationen und Einstellungen an ihrem Endgerät vornehmen, handelt es sich bei dieser Lösung um eine einfache und bedienerfreundliche Anwendung, die die Java-Fähigkeit moderner Geräte nutzt.

In der neuen T-Online Banking Software befindet sich auf der Startseite ein Button für die Einrichtung der T-Online Mobile Banking Anwendung. Ein Klick und der Kunde erhält per SMS einen Weblink auf sein Handy, über den er das kostenlose Programm herunterladen kann. Es entstehen dabei lediglich die Kosten für die mobile Datenverbindung. Die Software erkennt selbstständig um welches Handy-Modell es sich handelt und richtet die passende Anwendung automatisch ein. Das System berücksichtigt dabei die Bildschirmauflösung und spezifische Bedienelemente der Endgeräte. Auf Wunsch kann der Kunde auch alle seine auf dem PC eingerichteten, onlinefähigen Girokonten automatisch einrichten lassen. Danach kann er direkt mit dem Abruf seiner Kontoinformationen beginnen.

Das Technikkonzept basiert auf der Weiterentwicklung des klassischen Internetbankings und bringt dabei die Vorteile der T-Online Banking Software auf das Handy: Multibankfähigkeit, Datenspeicherung, Analyse und ein Höchstmaß an Sicherheit.

Die Lösung bietet dem mobilen Kunden den gleichen Sicherheitsstandard wie sein Internetbanking am PC zu Hause. Dafür setzt das System auf Endgeräte der aktuellen Generation, die über eine sichere SSL-Verschlüsselung verfügen.

Das Hintergrundsystem mit Service Orientierter Architektur (SOA), erlaubt dem Java-Client auf dem Handy neben

den Standardgeschäftsvorfällen auch noch eine Vielzahl weiterer Services anzubieten. Damit werden viele interessante Anwendungen möglich.

www.fun.de

www.mwaysolutions.de

Ausgezeichnet: Homebanking-Software

In der Zeitschrift Computer Bild 17/2007, vom 06. August 2007, wurden acht Kontoführungsprogramme der Spitzenklasse getestet.



Der Testsieger, WISO Mein Geld 2007 Professional von Buhl Data sowie der Zweitplatzierte Quicken 2008 von Lexware, setzen auf die Multibankentechnologie von fun communications.

Für führende Homebanking-Programme ist die Multibankfähigkeit, also die Möglichkeit für den Kunden alle seine Konten bei unterschiedlichen Kreditinstituten verwalten zu können, eine wichtige Voraussetzung. Die deutschen Banken verwenden jedoch verschiedene Technologien und Kommunikationsprotokolle für ihre Onlinezugänge. fun communications bietet eine Multibankentechnologie, die einen standardisierten Zugang zu allen deutschen Banken schafft. Die Multibankentechnik von fun communications sorgt für Sicherheit und Stabilität - ganz gleich, ob HBCI, FinTS oder Internet Banking via PIN/TAN genutzt werden. Die Auswahl und Wertung der Tester von Computer Bild bestätigt das Vertrauen, das fünf der acht getesteten Hersteller von Homebanking-Software in fun communications setzen, darunter auch die beiden Erstplatzierten.

Die ganze Palette der Möglichkeiten

Aber auch Hersteller von CRM- und kaufmännischen Lösungen können die Banking-Technologien von fun communications nutzen und so ihren Kunden einen einheitlichen Zugangsweg zu Banken bie-

News

ten. Kontostandsanzeige eines oder mehrerer Konten und die aktuelle Auswertung der Umsätze können ebenso eingebunden werden, wie Bankleitzahlsuche oder Kontenvalidierung zur Vermeidung von Rücklastschriften durch fehlerhafte oder betrügerische Kontodaten. Doch die Einsatzmöglichkeiten gehen über das Banking hinaus. Auch das Abrufen des Kontostands von Bonuspunkt- und Vielfliegerprogrammen sowie von Kreditkartenkonten ist möglich.

In der Praxis ist die Multibankentechnik bereits in die Verkaufsabwicklungstools Afterbuy (VIA-Online GmbH), Auktion-Master (ChannelAdvisor GmbH) und DreamRobot IOX (CDN Consulting GmbH) eingebunden. Damit sparen sich eBay-PowerSeller das langwierige Prüfen ihrer Kontoauszüge.

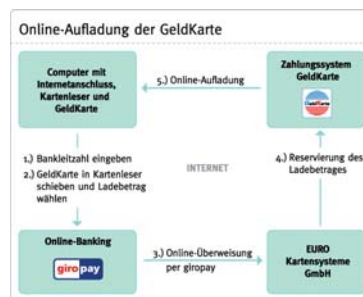
Smartcard-basierte Anwendungen

GeldKarte online laden: SmartLoad macht's einfach

Seit 01. September 2007 ist es soweit: Unter www.geldkarte-laden.de startete die EURO Kartensysteme GmbH das Angebot zum Aufladen der GeldKarte im Internet. Das Online-Laden macht den PC zum virtuellen Geldautomaten. Mit SmartLoad, einer wichtigen Komponente des Internet-Ladeterminals, ist das Aufladen der GeldKarte über das Internet genauso einfach wie am Geldautomat. Nachdem der Kunde die Webseite www.geldkarte-laden.de aufgerufen hat, steckt er seine GeldKarte in den Chipkartenleser und gibt die Bankleitzahl seines Instituts ein. Im nächsten Schritt wird die Teilnahme der Bank am giropay®-Verfahren geprüft und der Nutzer wird zu seiner vertrauten Onlinebanking-Umgebung geleitet. Nun kann der Kunde wie gewohnt den gewünschten Ladebetrag eingeben und mit seiner TAN

bestätigen. Das Geld wird dann auf die Karte gebucht.

SmartLoad minimiert die technischen Anforderungen beim Nutzer. Dieser benötigt lediglich einen Webbrowser mit Javasupport sowie einen Chipkartenleser. Durch SmartLoad ist beim Nutzer weder eine Softwareinstallation noch eine Konfiguration notwendig. Chipkartenleser, Webbrowser und Betriebssystem werden voll automatisch erkannt.



Das Laden der GeldKarte im Internet ergänzt die bereits mehrfach ausgezeichnete Lösung fun SmartLine von fun communications, mit der alle Funktionen der GeldKarte in Webangebote integriert werden können: Bezahlen, Jugendschutz, Speichern von Tickets und Bonuspunkten, elektronische Unterschrift für die rechtsverbindliche digitale Signatur, elektronische Fahrscheine für den öffentlichen Nahverkehr und der Zugangsschutz im Unternehmen und zu Webangeboten.

Laut einer aktuellen Allensbach-Umfrage setzt bereits jeder dritte ec-Karteninhaber, der über die GeldKarte-Funktion seiner Bank- oder Sparkassenkarte informiert ist, den goldenen Chip als elektronisches Kleingeld ein. Im Vergleich zu 2006 ist damit die Nutzung der GeldKarte um die Hälfte von rund 20 auf 30 Prozent gestiegen. Der Aufschwung der Karte am Automaten kann sich mit den weiteren Funktionen, wie dem Online-Laden oder dem Jugendschutz im Internet, nun auch in der virtuellen Welt fortsetzen.

www.geldkarte-laden.de

SmartTicket – Mit der GeldKarte ins Open Air Kino

Mit dem WIR LIEBEN KINO OPEN AIR im Juli 2007 auf dem Königsplatz in München, feierte die GeldKarte auch ihre Premiere im Kinobereich. Dem Besucher standen 1.000 Eintrittskarten zum halben Preis bei Online-Zahlung mit der GeldKarte zur Verfügung. Die Karten konnten bequem von zu Hause aus über das Internet oder in fünf Filialen der Stadtparkasse München direkt in den Chip geladen werden. Der Einsatz der innovativen Technik auf der Großveranstaltung wurde durch die Initiative GeldKarte e.V. möglich. Der Kooperation gehörten die Stadtparkasse München, einer der Hauptsponsoren der Veranstaltung, die EURO Kartensysteme GmbH, die S-CARD Service GmbH und die fun communications GmbH an.

www.geldkarte.de

IT Know-how

Google Gears - Die clevere Verbindung von on- und offline

War man bisher bei der Benutzung von Webanwendungen gezwungen online zu sein, ist es mit Google Gears nun möglich Webanwendungen sowohl online wie auch offline verfügbar zu machen. fun communications nutzt die Open Source Browser Extension von Google für die Weiterentwicklung von Webanwendungen im Bereich Banking und eMail. Hierfür stellt Google Gears eine API zur Verfügung mit Hilfe derer die Webdienste um einen Offline Modus erweitert werden. Sobald keine Internetverbindung vorhanden ist, werden die Daten in einer lokalen Datenbank auf dem PC des Anwenders zwischengespeichert. Stellt der Anwender eine Internetverbindung her, werden die Daten automatisch synchronisiert.

News

Google Web Toolkit – Web 2.0 Interaktivität durch AJAX

Das Google Web Toolkit, ein Open Source Development Framework, ermöglicht es fun communications Web 2.0 Anwendungen in Java zu implementieren. Im Toolkit ist eine Compiler-Funktion realisiert, die die Seiten nach HTML mit JavaScript-Programmteilen übersetzt. Durch die Übertragung nach JavaScript ist die volle AJAX-Funktionalität gegeben, der Browser kann asynchron Objekte nachladen. Zu den großen Vorteilen von Google Web Toolkit zählt, dass sowohl die Server- als auch die Browseranwendung in einer einzigen Programmiersprache, nämlich Java programmiert werden kann. Die JavaScript low-level Programmierung entfällt. Die Lauffähigkeit der Anwendungen auf den verschiedenen Browserplattformen ist sichergestellt. fun communications nutzt das Google Web Toolkit um Browser-basierte Anwendungen um Web 2.0 Features zu erweitern.

Messen

bwcon: Innovation Fair 2007

29. November 2007, Stuttgart

Auch in diesem Jahr ist fun communications wieder Aussteller auf der „bwcon: Innovation Fair 2007“. Die halbtägige Innovationsmesse findet am 29. November in der neu eröffneten Messe im ICS Internationales Congresscenter Stuttgart statt.

fun communications präsentiert dem Fachpublikum sein Leistungsportfolio im Bereich CardSpace, die Verknüpfung realer Karten, wie z.B. Kundenkarten oder Bonuskarten mit der „virtuellen Karte“ im Internet.

www.bwcon.de

Intern

5 x 10 Jahre @fun

In diesem Jahr freut sich die Geschäftsleitung gleich fünf Mitarbeitern zum 10-jährigen Firmenjubiläum gratulieren zu dürfen: Dirk Arnoldt, Klaus Brunnet, Susanne Köpf, Ralf Kunoth und Achim Stahlberger. Herzlichen Glückwunsch!

fun communications sponsert Doppelt-Weltmeister im Roboterfußball

Wir gratulieren dem Team der Brainstormers von der Universität Osnabrück, zu ihrem Doppelsieg bei der RoboCup Weltmeisterschaft im Juli 2007 in Atlanta.



Im Endspiel der MidSize-Roboter setzte sich das Team Brainstormers Tribots gegen den Weltmeister von 2005 aus Japan mit 2:0 durch.

Nur zwei Stunden später gelang den Brainstormers 2D, in der 2D-Simulation gegen die Wright Eagles aus China, ein grandioser Auftakt. Bereits in der 12ten Minute führten die Osnabrücker mit 2:0 und gewannen am Ende mit 3:0.

www.ni.uni-osnabrueck.de/atlanta
www.robocup-us.org

fun Team beim Baden-Marathon

fun communications stellte gleich zwei Teams beim diesjährigen BusinessTeam-

Marathon im Rahmen des 25. FIDUCIA Baden-Marathons am 16. September 2007 in Karlsruhe. Beim BusinessTeam-Marathon steht der Teamgeist im Vordergrund. Drei Läufer teilen sich die klassische Marathonstrecke über 42,195 km, in Teilstrecken von 21,1 km, ca. 15 km und ca. 6 km.

www.baden-marathon.de



Profil

Die fun communications GmbH mit Sitz in Karlsruhe bietet kundenspezifische IT-Komplettlösungen, Produkte im Bereich Banking sowie Smartcard-basierte Anwendungen im Internet. Buhl Data Service, FIDUCIA, Lexware, Postbank und T-Online gehören zu den Unternehmen, die auf Lösungen von fun communications vertrauen.

www.fun.de
info@fun.de

fun communications GmbH
Lorenzstrasse 29
D-76135 Karlsruhe
Tel. +49 721 96448-0
Fax +49 721 96448-299

Impressum

Verantwortlich für den Inhalt
Iris Wandler
Senior Manager Marketing

Gestaltung
Katrin Uecker

Design
atelier september, Karlsruhe