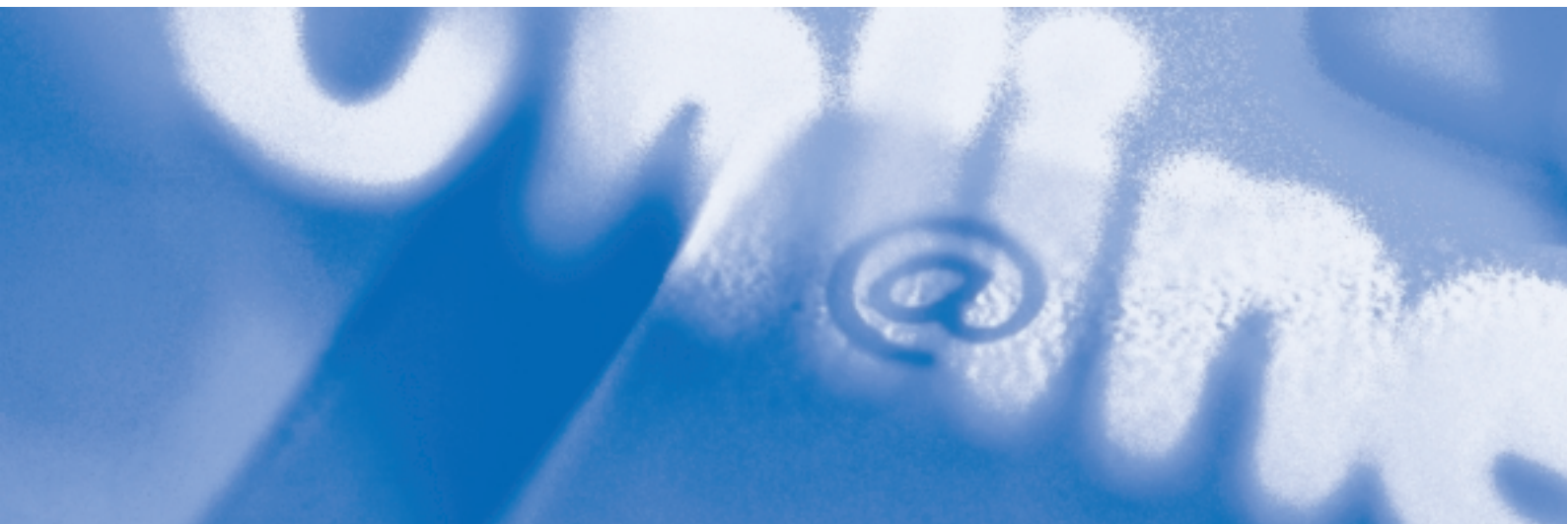


INITI@TIVE **D²¹**

Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest

Eine Sonderstudie im Rahmen des


(N)ONLINER Atlas 2008



Online-Banking – Mit Sicherheit!
Vertrauen und Sicherheitsbewusstsein bei Bankgeschäften im Internet

mit freundlicher Unterstützung von

 **FIDUCIA**
Ihr IT-Partner



Online-Banking – Mit Sicherheit!
Vertrauen und Sicherheitsbewusstsein
bei Bankgeschäften im Internet

Bankgeschäfte im Internet? Aber sicher!



Für jede Überweisung extra zur Bank gehen? Das war einmal! Immer mehr Menschen erledigen ihre Bankgeschäfte über die Internet-Filiale ihrer Hausbank. Sie agieren unabhängig von Ort und Zeit, am liebsten bequem von Zuhause aus. Doch ohne Sicherheitsvorkehrungen im Internet Geldgeschäfte zu tätigen,

bleibt riskant. Sicherheit und Datenschutz beim Online-Banking sind deshalb für die Verbraucher wichtiger denn je. Zu diesem Ergebnis kommt die Sonderstudie „Online-Banking – Mit Sicherheit! Vertrauen und Sicherheitsbewusstsein bei Bankgeschäften im Internet“ im Rahmen des (N)ONLINER Atlas 2008, einer Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest. Hier haben die Befragten beide Kriterien als die wichtigsten Punkte für die Akzeptanz von Online-Banking bewertet. Das Engagement jeder einzelnen Bank, ein Höchstmaß an Sicherheit und lückenlosen Datenschutz beim Online-Banking zu gewährleisten, ist somit Eckpfeiler für die vertrauensvolle Beziehung der Banken zum Kunden.

Allein 2006 ist in Deutschland die Zahl der Internetnutzer, deren Konten mit gestohlenen Passwörtern geplündert wurden, laut BITKOM um 23 Prozent gestiegen. In mehr als 3.250 Fällen erleichterten Betrüger die Konten ihrer Opfer um insgesamt rund 13 Millionen Euro. Entwarnung ist den Experten zufolge nicht in Sicht. Im Gegenteil – die Betrugsmethoden werden immer raffinierter. Der durchschnittliche Schaden pro Fall stieg im ersten Halbjahr 2007 auf 4.700 Euro. Es verwundert deshalb nicht, wenn noch immer 16 Prozent der Befragten in der vorliegenden Studie angeben, die Angst vor Betrug halte sie davon ab, das Internet für Bankgeschäfte zu nutzen. Während 84 Prozent der Befragten für ein Mehr an Sicherheit den Einsatz entsprechender Sicherheitssoftware wie Virenschutz und Anti-Spyware auf ihrem PC favorisieren und 76 Prozent für die regelmäßige Kontrolle der Kontoumsätze plädieren, stellt sich die Frage, wie Banken die Sicherheit ihrer Kunden beim Online-Banking noch weiter steigern können.

Innovative Sicherheitsverfahren gefragt

Sicherheit ist für Banken und ihre Kunden wesentlich. Es ist wichtig, dass die Banken mit Unterstützung von Spezialisten geeignete Schutzverfahren anbieten und sie beraten. Denn das Wissen über die im Online-Banking angewendeten Sicherheitstechniken ist der Studie zufolge noch gering, der Aufklärungsbedarf also entsprechend hoch.

So kennen 55 Prozent der Befragten das iTAN-Verfahren, bei dem der Anwender aufgefordert wird, eine ganz bestimmte TAN (Transaktionsnummer) auf seiner Liste zur Autorisierung der Transaktion einzugeben. 38 Prozent der Befragten nutzen die Sicherheitstechnik iTAN. Das erst vor einem halben Jahr eingeführte iTANplus Verfahren kennen inzwischen bereits 16 Prozent der Befragten, sieben Prozent profitieren schon heute von einem Plus an Sicherheit, das ein zusätzliches Kontrollbild mit privaten Daten vermittelt.

Das von TÜV Rheinland Secure iT zertifizierte mobileTAN-Verfahren ist mit einem Bekanntheitsgrad von 52 Prozent der Befragten zwar ähnlich geläufig wie das iTAN-Verfahren, aber erst etwa ein Viertel der Befragten nutzen mobileTAN. Hierbei wird die TAN zusammen mit den Daten der Transaktion wie Empfängername, Kontonummer und Betrag per SMS aufs Handy geschickt.

Bei aller Aufklärung der Verbraucher über die zur Verfügung stehenden Sicherheitstechniken ist aber auch die Preissensibilität der Kunden für eine erfolgreiche Sicherheitsstrategie zu berücksichtigen. Bankkunden sind kaum bereit, für ein höheres Maß an Sicherheit beim Online-Banking Gebühren zu entrichten. So lehnen gut 60 Prozent der Befragten eine Kostenbeteiligung kategorisch ab, 15 Prozent wären bereit, einmalig – zum Beispiel in einen Kartenleser – zu investieren. Die Schlussfolgerung liegt auf der Hand: Die Mehrheit der Bankkunden sieht hier ihre Hausbanken in der Bringschuld. Konkret heißt das: Das Internet-Banking braucht sofort verfügbare, einfach und bequem zu handhabende sowie für den Verbraucher kostenlose Sicherheitslösungen.

Michael Krings

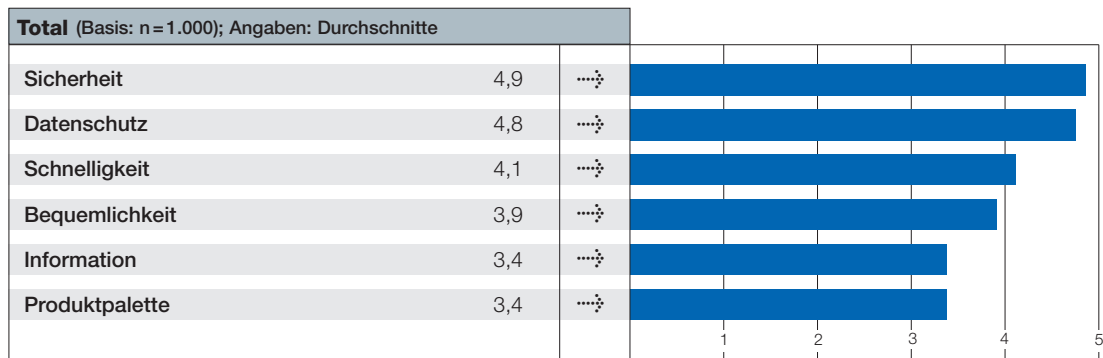
Vorsitzender des Vorstands
FIDUCIA IT AG

Zur Studie: Methodensteckbrief

- Stichprobe: Repräsentativ mit 1.000 Interviews
- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Onliner in Privathaushalten in Deutschland im Alter ab 18 Jahren, die das Internet privat nutzen
- Auswahl: TNS Onlinepanel; gewichtet nach zentralen Merkmalen (Geschlecht, Alter und formaler Bildung)
- Repräsentative Erhebung, Ergebnisse auf die Grundgesamtheit übertragbar
- Durchführung als Onlinebefragung (computergestütztes Webinterview CAWI), in KW 19/2008 und KW 20/2008
- Zentrale Themen/Fragestellungen unter anderem:
 - Wichtigkeit im Online-Banking
 - Betrugsbefürchtung
 - Transaktionspreis
 - Sicherheitsmaßnahmen
 - Bekanntheit und Nutzung von Sicherheitstechniken
 - Wichtigkeit von Produkten des Online-Bankings
 - Wichtigkeit von Kriterien im Online-Banking

Aktuelle Wichtigkeit im Online-Banking

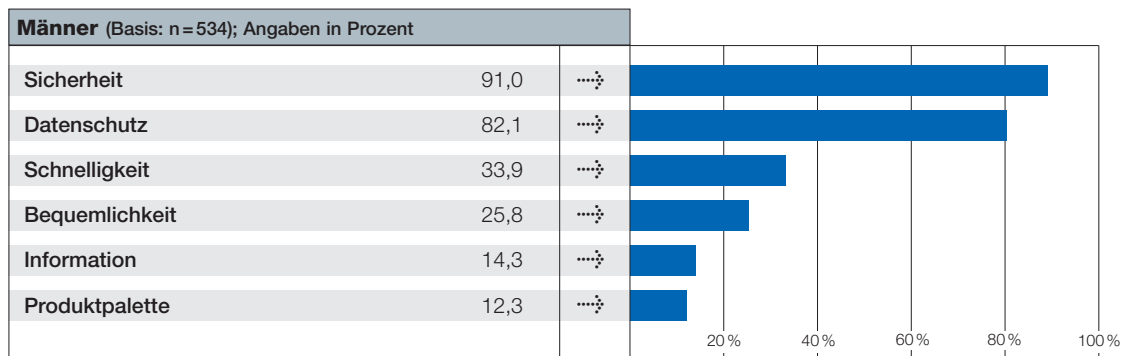
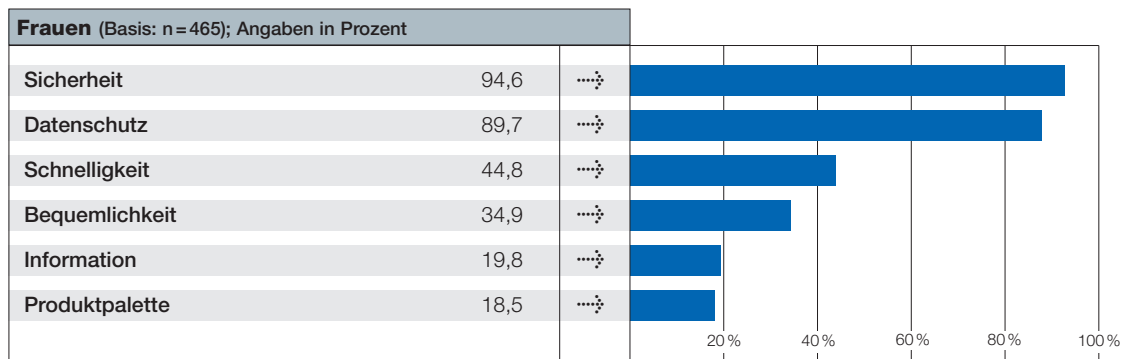
Frage: Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Punkte beim Online-Banking?
(Durchschnitte auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Mit deutlichem Abstand sind Sicherheit und Datenschutz die wichtigsten Aspekte, wenn es um Anforderungen von Endkunden an das Online-Banking geht. Schnelligkeit und Bequemlichkeit liegen in einem mittleren Bereich, während Informationen und die Produktpalette vergleichsweise für weniger wichtig erachtet werden.

Aktuelle Wichtigkeit im Online-Banking nach Geschlecht

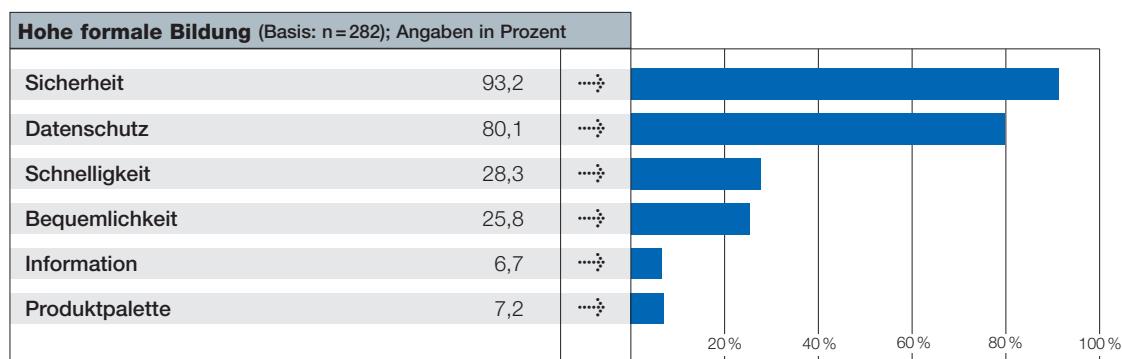
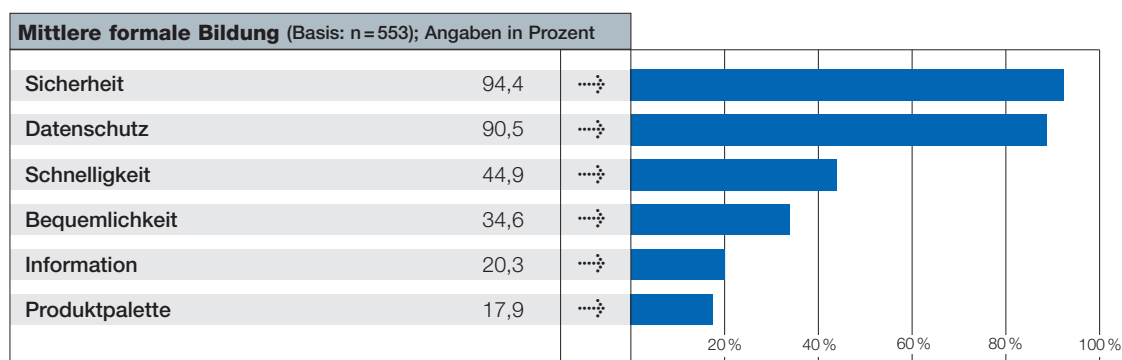
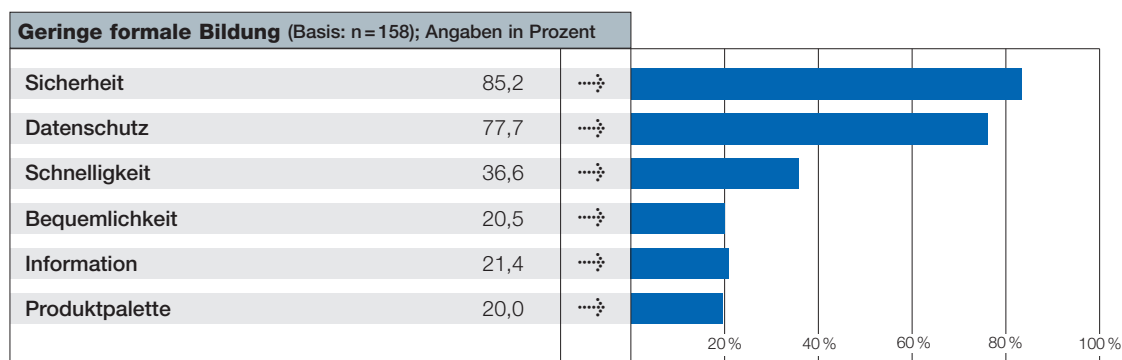
Frage: Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Punkte beim Online-Banking?
(Prozentangaben „äußerst wichtig“ auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Frauen erweisen sich durchgängig als etwas anspruchsvoller beim Online-Banking: Sie liegen über alle Anforderungskriterien hinweg betrachtet jeweils vor den Männern. Die Reihenfolge nach Wichtigkeit ist aber für beide Geschlechter identisch. Letzteres gilt auch für die Betrachtung der Anforderungen nach dem formalen Bildungshintergrund der Befragten.

Aktuelle Wichtigkeit im Online-Banking nach Bildung

Frage: Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Punkte beim Online-Banking?
(Prozentangaben „äußerst wichtig“ auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)

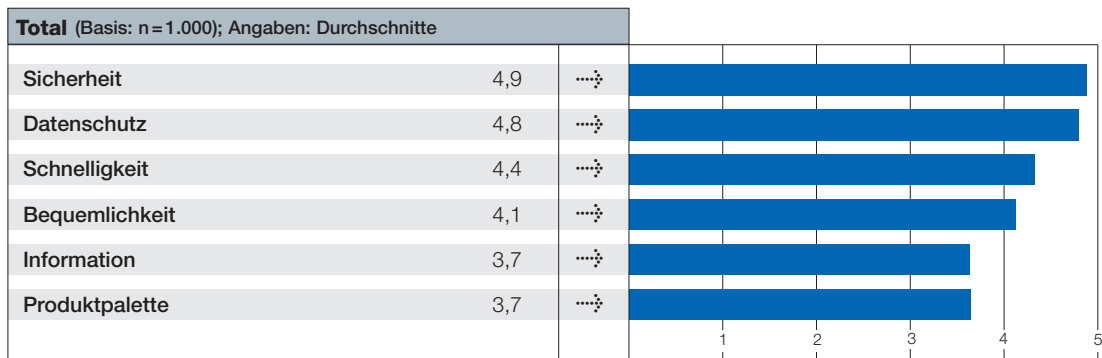


Die Befragten mit geringer formaler Bildung legen merklich weniger Wert auf Sicherheit und Datenschutz, beide Aspekte bleiben jedoch auch in dieser Gruppe die Wichtigsten.

Die formal höher Gebildeten bewerten durchweg alle Aspekte mit einer geringeren Wichtigkeit als die Gruppe mit formal mittlerer Bildung.

Zukünftige Wichtigkeit im Online-Banking

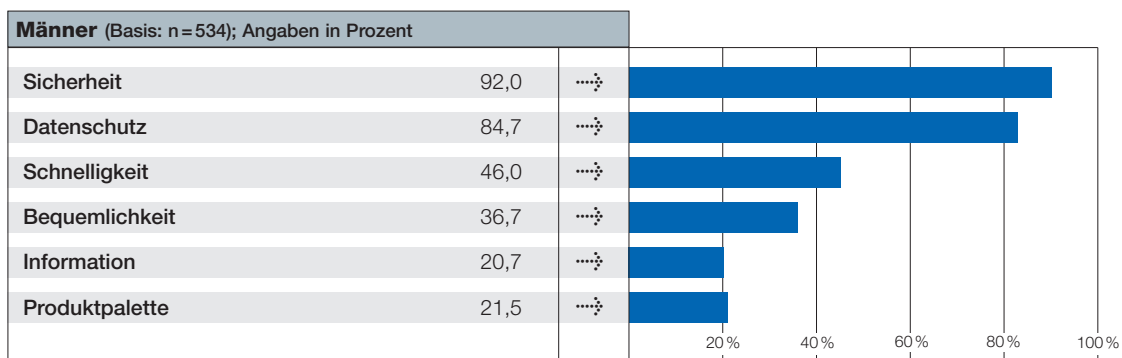
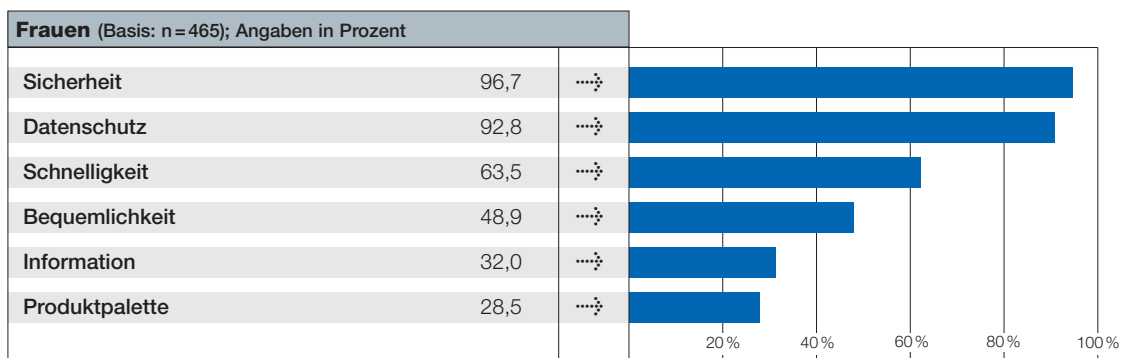
Frage: Wie wichtig werden die folgenden Punkte beim Online-Banking in Zukunft sein?
(Durchschnitte auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Bei der Betrachtung der zukünftigen Anforderungen der Endkunden ergibt sich ein ganz ähnliches, sehr konsistentes Bild: Sicherheit und Datenschutz bleiben die zentralen Anforderungen an das Online-Banking, die Wichtigkeit der übrigen Aspekte für die Verbraucher nimmt im Vergleich mit der Einschätzung der aktuellen Wichtigkeit jeweils etwas zu.

Zukünftige Wichtigkeit im Online-Banking nach Geschlecht

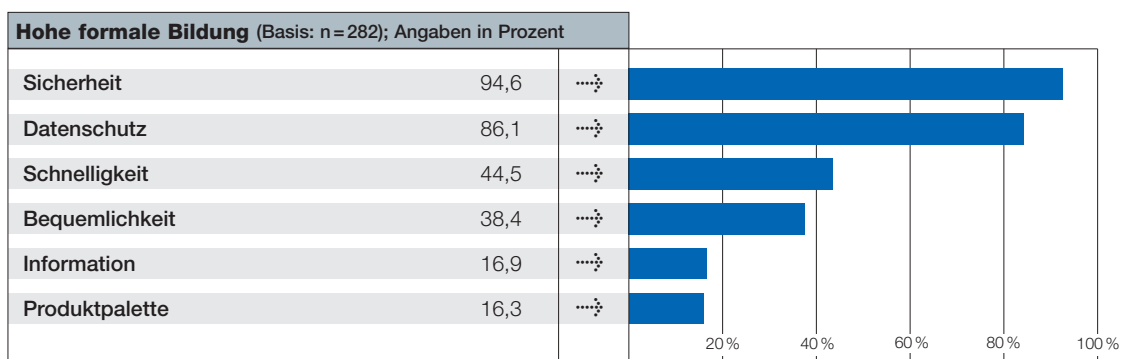
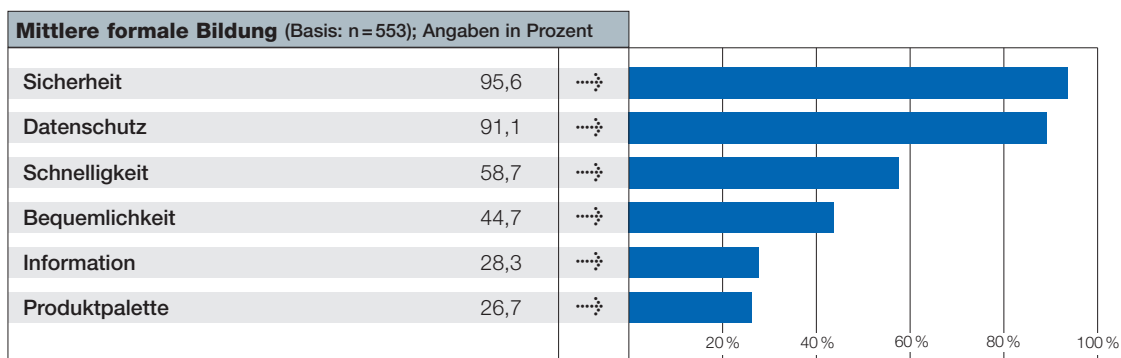
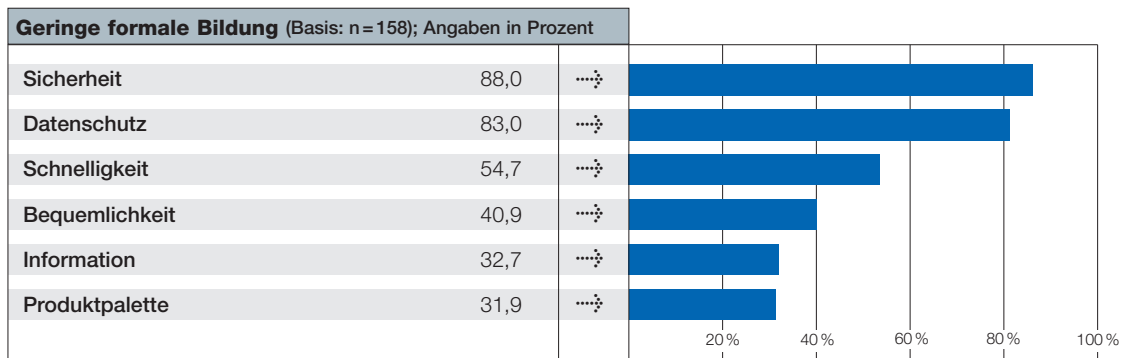
Frage: Wie wichtig werden die folgenden Punkte beim Online-Banking in Zukunft sein?
(Prozentangaben „äußerst wichtig“ auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Auch geschlechterspezifisch bleiben die abgefragten Aspekte bezüglich der zukünftigen Wichtigkeit mit den beobachteten Unterschieden bestehen: Wenn auch das Ranking geschlechterübergreifend nahezu gleich ausfällt, so messen Frauen den Einzel-Aspekten beim Online-Banking höhere Wichtigkeit zu als Männer. Die Produktpalette wird in Zukunft von Männern als wichtiger erachtet als von den Frauen.

Zukünftige Wichtigkeit im Online-Banking nach Bildung

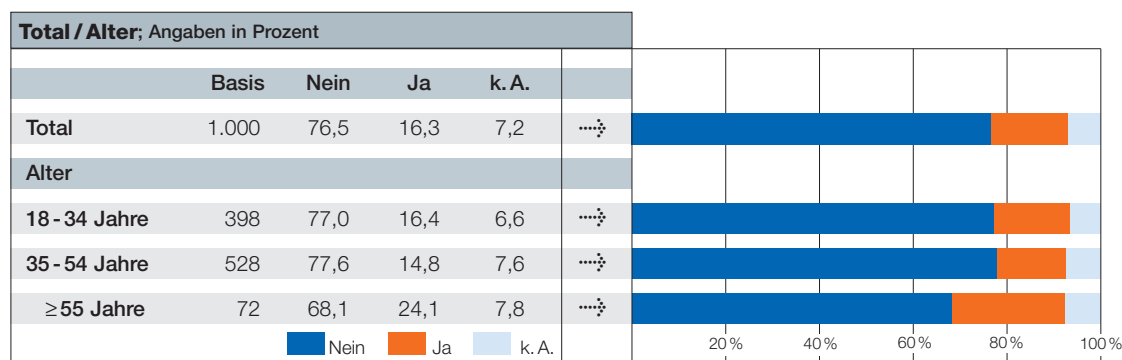
Frage: Wie wichtig werden die folgenden Punkte beim Online-Banking in Zukunft sein?
(Prozentangaben „äußerst wichtig“ auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Bildungsunterschiede sind bei der Bewertung der als zukünftig wichtig erachteten Aspekte beim Online-Banking in der Abfolge nicht auszumachen. Sicherheit und Datenschutz werden durchgängig als die wichtigsten Faktoren ausgemacht, die Einschätzung der zukünftigen Wichtigkeit von Sicherheit und Datenschutz bei den formal gering Gebildeten bleibt jedoch gegenüber den beiden anderen Bildungsgruppen zurück. Die formal höher Gebildeten bewerten die Aspekte nach den zentralen Aspekten Sicherheit und Datenschutz im Vergleich zu den anderen Bildungsgruppen mit einer geringeren Wichtigkeit.

Angst vor Betrug nach Alter

Frage: Hält Sie die Befürchtung, beim Online-Banking betrogen zu werden, derzeit von Transaktionen im Internet ab?



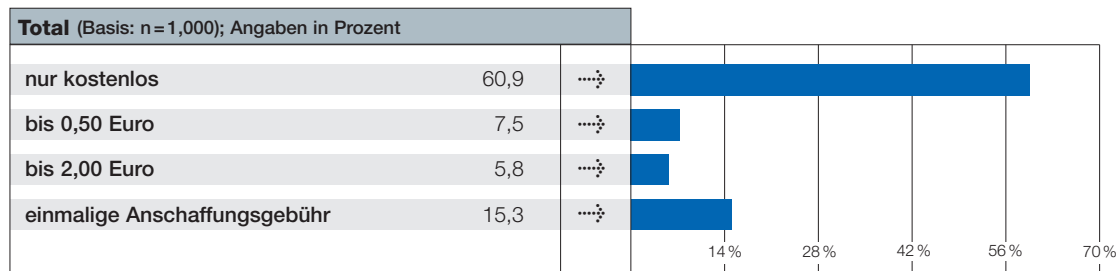
Selbst im Jahr 2008, in dem der diesjährige (N)ONLINER Atlas feststellt, dass bereits etwa zwei Drittel der deutschen Bevölkerung Onliner sind, das Internet also längst ein Massenmedium geworden ist, ist die Angst vor Betrug im Internet auch bei den Onlinern noch groß.

Bei Schlagzeilen wie „Das Netz des Verbrechens“ oder auch „Grenzenlose Illegalität“ ist es nicht verwunderlich, dass insgesamt 16 Prozent der befragten Internetnutzer angeben, aus Angst vor Betrug Transaktionen im Internet zu vermeiden. Bei den Personen im Alter von 55 Jahren und älter steigt der Anteil sogar auf 24 Prozent, das heißt, einer von vier Internetnutzern in dieser Altersgruppe nimmt aus Angst vor Betrug keine Transaktionen im Internet vor.

Betrugsfälle im Internet sind nicht wegzudiskutieren und müssen sowohl durch die Entwicklung neuer Sicherheitstechniken als auch auf politischer Ebene verhindert werden. Allerdings wird häufig vergessen, dass der weitaus größere Anteil an Betrugsfällen offline, also nicht im Internet, verübt wird, obgleich das Internet als Medium zur Erledigung von Bankgeschäften inzwischen eine zentrale Rolle einnimmt. Um das Vertrauen in Online-Banking zu steigern, sind detaillierte Informationen und neutrale Aufklärungsarbeit notwendig. Reißerische Schlagzeilen mögen publikumswirksam sein, können aber auch die öffentliche Meinung über die neuen Medien tendenziell verzerren.

Transaktionspreis

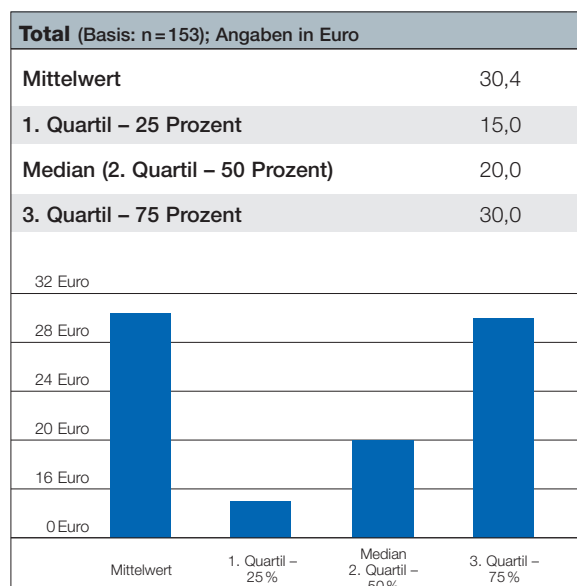
Frage: Welchen monatlichen Preis würden Sie für sichere Transaktionen beim Online-Banking bezahlen?



Obgleich Sicherheit beim Online-Banking die wichtigste Anforderung darstellt und auch zukünftig als äußerst wichtig angesehen wird, ist die Mehrzahl der Onliner weder zu einer Einmalzahlung noch zur Zahlung einer monatlichen Gebühr bereit, um die Transaktionssicherheit zu gewährleisten. Insgesamt 61 Prozent der Onliner lehnen eine Kostenbeteiligung bei der Sicherung der Bankkommunikation kategorisch ab und akzeptieren ausschließlich kostenlose Transaktionen. Selbst geringe Gebühren von 50 Cent bzw. 2,00 Euro monatlich sind lediglich für acht bzw. sechs Prozent der Onliner vertretbar. Die Bereitschaft, eine einmalige Investition zu tätigen, liegt darüber: Insgesamt 15 Prozent wären bereit, z.B. einen Chipkartenleser oder ähnliches einmalig zu erwerben.

Transaktionspreis – Einmalige Anschaffung

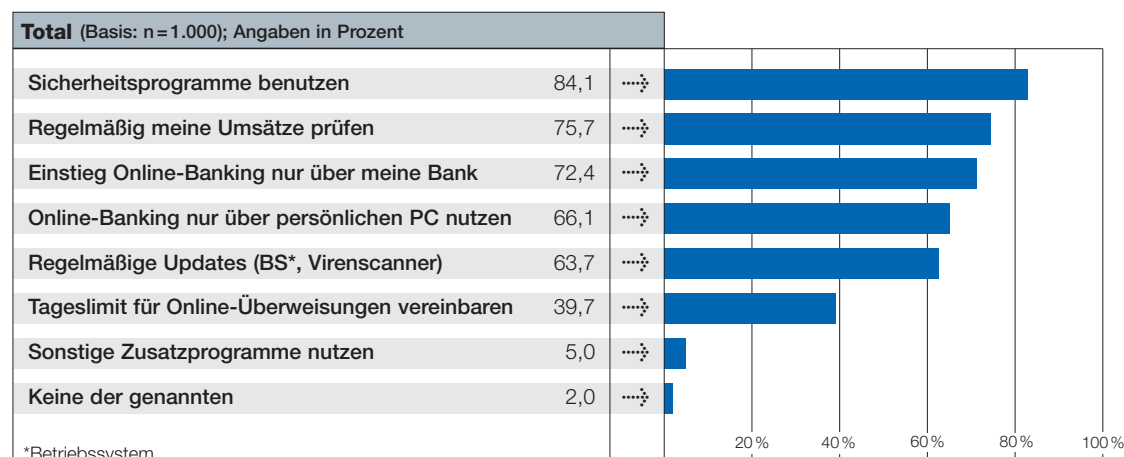
Frage: Welchen monatlichen Preis würden Sie für sichere Transaktionen beim Online-Banking bezahlen?
(Selektion: einmalige Anschaffungsgebühr akzeptabel)



Die Preisbereitschaft zur Einmalanschaffung liegt in einem durchaus realistischen Bereich. Zumindest die Hälfte ist bereit, 20 Euro für ein Lesegerät oder eine ähnliche Technologie zu investieren, damit die Sicherheit der Banktransaktionen gewährleistet ist. Die durchschnittliche Preisbereitschaft liegt mit einem Mittelwert von 30,40 Euro nochmals über dem Median. Der Unterschied zwischen Mittelwert und Median kommt dadurch zustande, dass einige Personen auch zu einer Einzelinvestition von über 100 Euro bereit wären.

Sicherheitsmaßnahmen

Frage: Welche der folgenden Maßnahmen kommen für Sie persönlich in Frage, um die Sicherheit beim Online-Banking zu erhöhen?



Die Mehrheit der Onliner ist durchaus bereit, selbst Sicherheitsmaßnahmen zu ergreifen und damit auch selbst aktiv zu werden, um die Sicherheit im Online-Banking weiter zu erhöhen. Dazu gehört zunächst die grundsätzliche Absicherung des genutzten PCs mit Virenschutzprogrammen, Anti-Spy-Ware und ähnlicher Sicherheitssoftware, für die mit 84 Prozent die meisten Befragten votieren. Demgegenüber wird die Bedeutung von regelmäßigen Updates dieser Software sowie des darunterliegenden Betriebssystems eher unterschätzt – „nur“ für 64 Prozent der Onliner stellen diese Updates eine sicherheitsrelevante Maßnahme dar.

Der „vorsichtiger“ Umgang mit dem PC, wenn man ihn für Online-Banking nutzen möchte, kommt für jeweils mindestens zwei Drittel der Onliner in Betracht: Genau 66 Prozent halten es für eine gute Idee, nur den eigenen, persönlichen PC für Online-Banking zu verwenden – und damit beispielsweise Überweisungen nicht im öffentlichen Internet-Café zu erledigen.

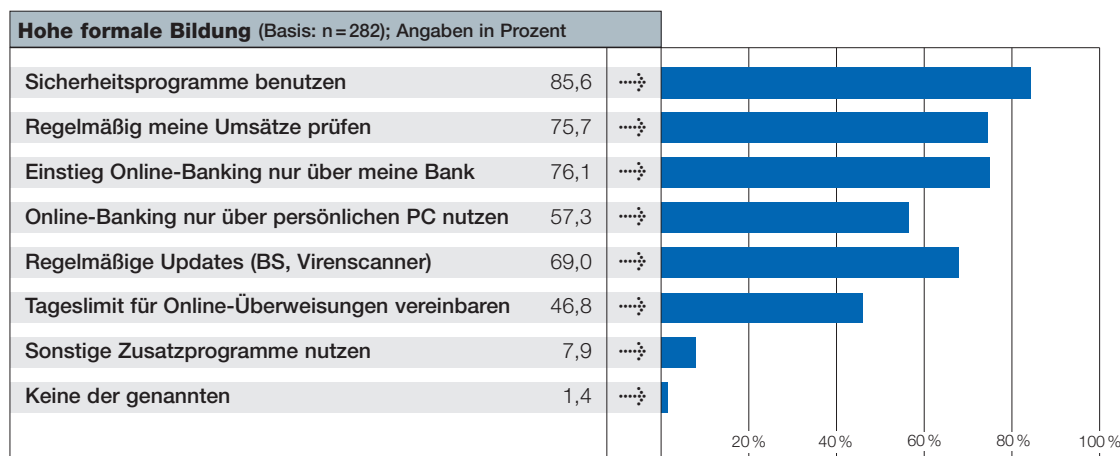
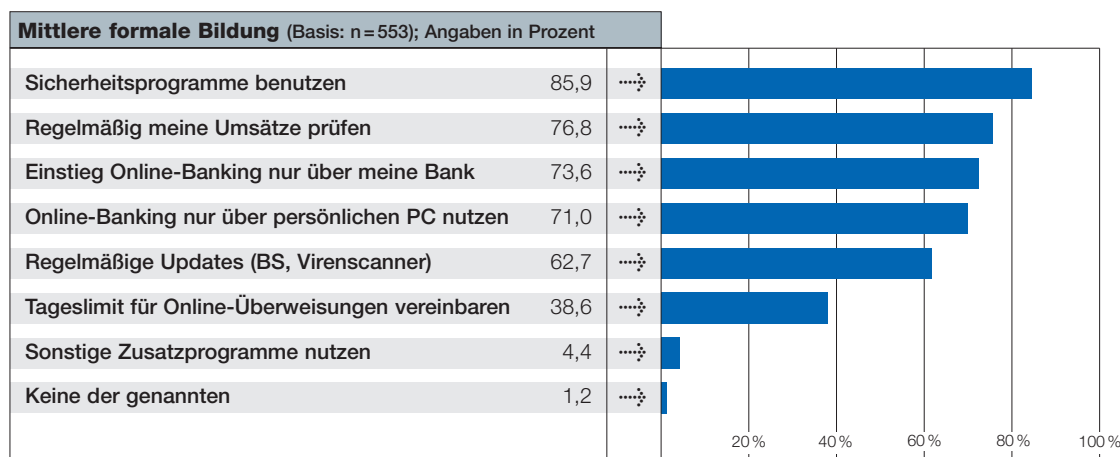
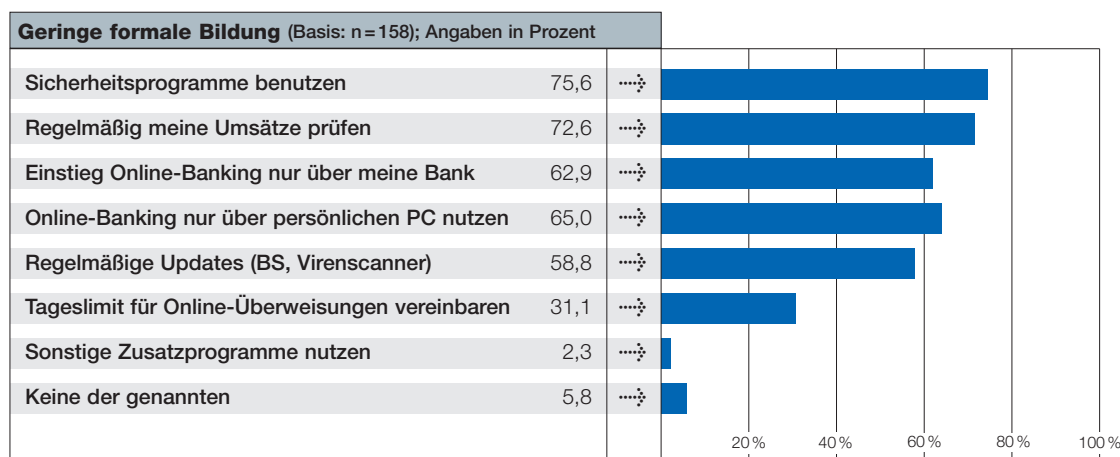
72 Prozent stimmen als vorbeugende Maßnahme dafür, jeweils nur direkt über die Startseite der eigenen Bank auf das Online-Banking zuzugreifen zu wollen. Angesichts massenhaft kursierender Phishing-Mails ist dies sicherlich eine positiv zu bewertende Vorgehensweise. Dennoch zeigt dieses Ergebnis auch, dass die Durchsetzung neuer, innovativer Zahlungsverfahren verstärkten Erklärungs- und Kommunikationsbedarf erfordert: So wird ein Online-Käufer beispielsweise beim Zahlungsverfahren „giropay“ vom Web-Shop des Händlers zum Online-Banking der Bank des Käufers umgeleitet, wo er die Transaktion komplettiert und dann in den Web-Shop des Händlers zurückgeleitet wird. Objektive Vorteile des Verfahrens sind seine hohe Sicherheit und die beschleunigte Verkaufsabwicklung. Wenn die Mehrheit der Online-Käufer jedoch ausschließlich über die Startseite der eigenen Bank auf Online-Banking zugreifen möchte bzw. es zu Irritationen durch die Umleitungen kommt, wirkt sich dies ungünstig auf die Verbreitung und Akzeptanz solcher Verfahren aus – entsprechend gilt es also, hier gegenzusteuern.

Die eigene regelmäßige Kontrolle des Kontostandes bzw. der Kontobewegungen über den Kontoauszug nennen die Befragten am zweithäufigsten als Sicherheitsmaßnahme (76 Prozent). Damit dürfte bei den Befragten das Gefühl verbunden sein, durch zeitnahen Widerspruch beim eigenen Kreditinstitut am ehesten eine Korrektur unrechtmäßiger Buchungen zu bewirken.

Ein Tageslimit für Online-Überweisungen mit der eigenen Bank zu vereinbaren, kommt hingegen lediglich für 40 Prozent der Onliner in Betracht – das dürfte auf die Wahrnehmung von Komfort-Einschränkungen zurückzuführen sein, die damit verbunden sind.

Sicherheitsmaßnahmen nach Bildung

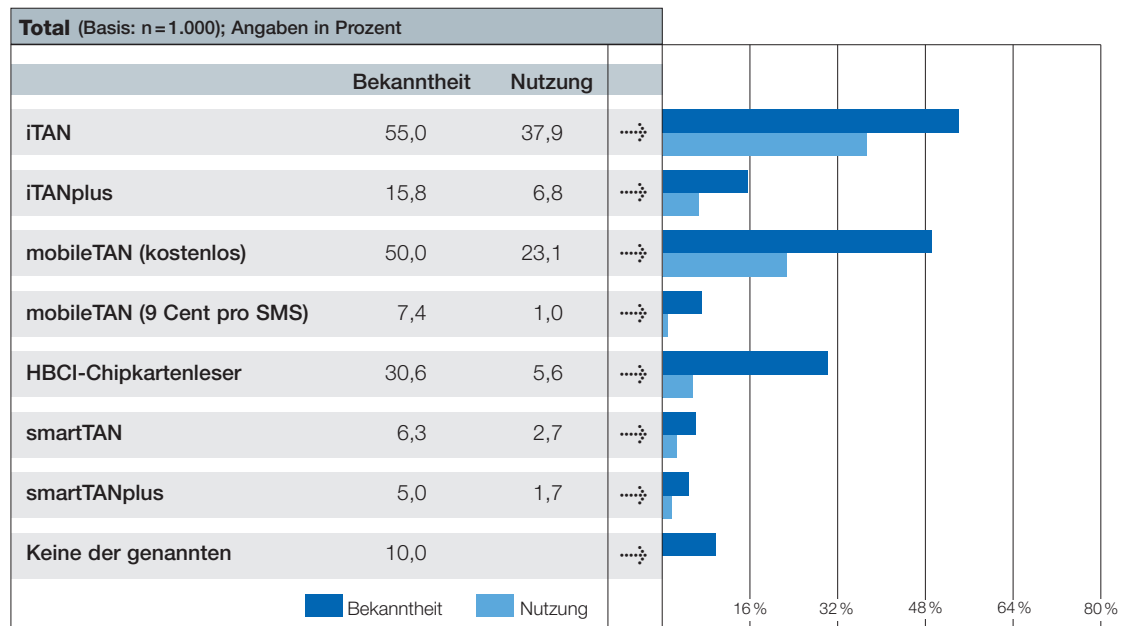
Frage: Welche der folgenden Maßnahmen kommen für Sie persönlich in Frage, um die Sicherheit beim Online-Banking zu erhöhen?



Schon bei der Beurteilung der Wichtigkeit des Sicherheitsaspektes beim Online-Banking generell zeigt sich, dass Onliner mit geringer formaler Bildung diesem Punkt weniger Bedeutung zumessen. Dies setzt sich bei der Bereitschaft fort, Sicherheitsmaßnahmen in Eigenverantwortung durchzuführen: Bei der Akzeptanz aller aufgeführten Maßnahmen liegen die Befragten mit geringer formaler Bildung zurück. Für sechs Prozent dieser Gruppe kommt sogar keine der genannten Maßnahmen in Frage – bei den Befragten mit mittlerer bzw. hoher formaler Bildung ist diese Verweigerungshaltung mit einem Prozent fast nicht mehr messbar.

Bekanntheit und Nutzung von Techniken zur Sicherheit

Frage: Welche der folgenden sicheren Übertragungswege und Autorisierungsmöglichkeiten beim Online-Banking kennen Sie? / Welche der folgenden zur Verfügung gestellten Sicherheitsvorkehrungen zum Schutz vor Betrug beim Online-Banking nutzen Sie?



Das iTAN-Verfahren sowie die mobileTAN sind von den Sicherheitstechniken, die derzeit im deutschen Online-Banking eingesetzt werden, am bekanntesten. Beide Techniken kennen gut die Hälfte der Onliner. Die Top-3 in Sachen Bekanntheit vervollständigt die hardwaregestützte Technik des HBCI-Chipkartenlesers, den etwa ein Drittel der Befragten kennt. Liegen bei der Frage nach der Bekanntheit die beiden Verfahren iTAN und mobileTAN noch in etwa gleichauf, verschiebt sich das Bild bei der Frage nach der Nutzung deutlich zugunsten von iTAN: 38 Prozent aller Befragten nutzen diese Sicherheitstechnik, die somit das am weitesten verbreitete Verfahren darstellt. mobileTAN kann einen Nutzeranteil von einem knappen Viertel der Befragten verbuchen. Die Nutzer eines HBCI-Chipkartenlesers machen nur noch einen Anteil von sechs Prozent aller Befragten aus.

Bekanntheit von Techniken zur Sicherheit nach Geschlecht, Alter und Bildung

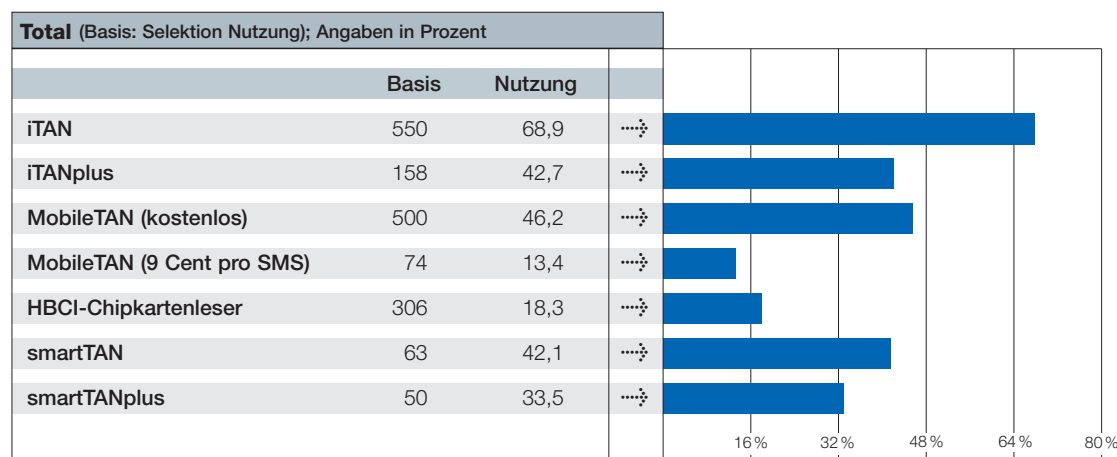
Bekanntheit	Total	Frauen	Männer	18-34 Jahre	35-54 Jahre	≥55 Jahre	Geringe formale Bildung	Mittlere formale Bildung	Hohe formale Bildung
iTAN	55,0%	44,4%	64,1%	57,4%	55,3%	41,1%	53,0%	52,7%	61,2%
mobile TAN*	52,3%	51,3%	53,3%	49,5%	53,7%	57,9%	45,1%	54,4%	52,8%
HBCI-Chipkartenleser	30,6%	18,6%	41,0%	30,2%	33,9%	8,9%	14,6%	30,7%	40,1%

* kostenlos oder 9 Cent/SMS

Während sich bei der Bekanntheit der mobileTAN keine geschlechtsspezifischen Unterschiede zeigen, ist sowohl die iTAN als auch der HBCI-Chipkartenleser bei Männern deutlich bekannter als bei Frauen. Eine ähnliche Konstellation ergibt sich auch bei einer Betrachtung nach Altersgruppen – hier fällt die Bekanntheit der vermeintlich „technischen“ Verfahren iTAN und HBCI-Chipkartenleser in der Altersgruppe 55+ deutlich ab. Über alle Sicherheitstechniken hinweg gilt, dass diese unter den Befragten mit formal geringer Bildung deutlich weniger bekannt sind.

Nutzung bei Bekanntheit – Techniken zur Sicherheit

Frage: Welche der folgenden zur Verfügung gestellten Sicherheitsvorkehrungen zum Schutz vor Betrug beim Online-Banking nutzen Sie?
(Selektion: Bekanntheit des Verfahrens)



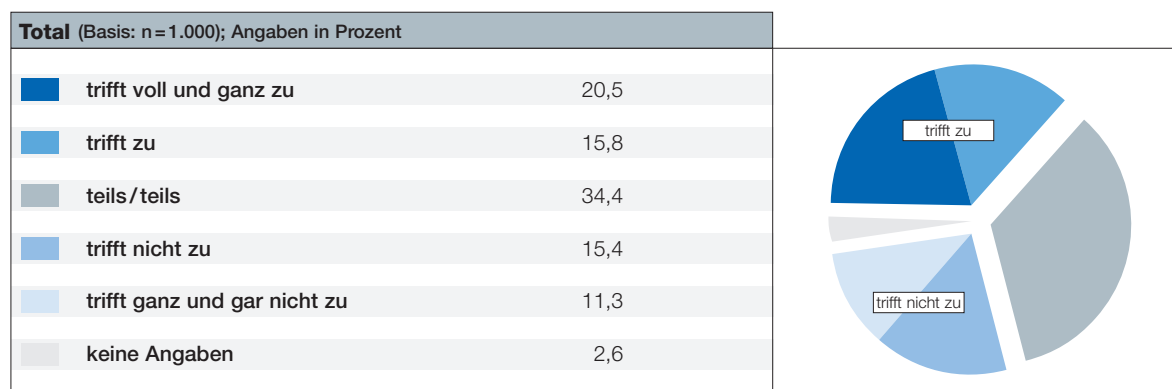
Die angesprochene Verschiebung kommt durch ein jeweils unterschiedliches Verhältnis von Kennern und Nutzern der einzelnen Sicherheitstechniken zustande: So nutzen beispielsweise 69 Prozent derjenigen, die iTAN kennen, dieses Verfahren, während den HBCI-Chipkartenleser nur 18 Prozent derjenigen nutzen, die ihn kennen. Die insgesamt im Vergleich noch wenig bekannten Verfahren iTANplus, smartTAN und smartTANplus weisen recht hohe Nutzerquoten auf: Zwischen 34 und 43 Prozent derjenigen, die die jeweilige Sicherheitstechnik kennen, nutzen sie auch.

Die bekanntesten Sicherheitstechniken im Online-Banking – kurz erklärt

- TAN** Jeder Buchungsvorgang – die Transaktion – im Online-Banking muss vom Kunden autorisiert werden. Dies geschieht mittels einer TAN (= Transaktionsnummer), die der Kunde von einer TAN-Liste übernimmt, die ihm die Bank zur Verfügung stellt. Eine TAN ist nach der Autorisierung einer Transaktion verbraucht und kann nicht mehrfach verwendet werden.
- iTAN** Die Autorisierung einer Transaktion muss bei diesem Verfahren durch eine bestimmte (= indizierte) TAN erfolgen. Dazu ist jede TAN auf der TAN-Liste, die der Kunde von seiner Bank erhält, durch eine Positionsnummer (= Index) gekennzeichnet.
- iTANplus** Bei diesem Verfahren wird vor der Autorisierung der Transaktion, also der Eingabe der iTAN, ein Kontrollbild angezeigt, in welchem bestimmte Transaktionsdaten (z. B. Betrag) noch einmal aufgeführt werden, ergänzt um das Geburtsdatum des Bankkunden.
- mobileTAN** Hier erhält der Bankkunde die TAN zur Autorisierung seiner Transaktion per SMS auf sein Handy zusammen mit den wesentlichen Transaktionsdaten (z. B. Betrag, Empfängerkontonummer). Nach Prüfung der in der SMS enthaltenen Daten schließt der Kunde mit der Eingabe der TAN aus der zugesandten SMS in das Online-Formular die Transaktion ab.
- HBCI-Chipkartenleser** Die Autorisierung von Transaktionen erfolgt durch hardwaregestützte Verschlüsselungstechnik. Dazu stellt die Bank dem Kunden eine personalisierte Chipkarte aus. Der Kunde benötigt zusätzlich einen Chipkartenleser, den er an seinen Computer anschließt und eine Software, die den HBCI (= Homebanking Computer Interface)-Standard unterstützt. Beim Online-Banking mit Chipkarte entfallen die TAN-Listen, deren jeweilige Freischaltung und die Eingabe der TAN durch den Bankkunden.

Nutzung Online-Banking wegen Filialöffnungszeiten

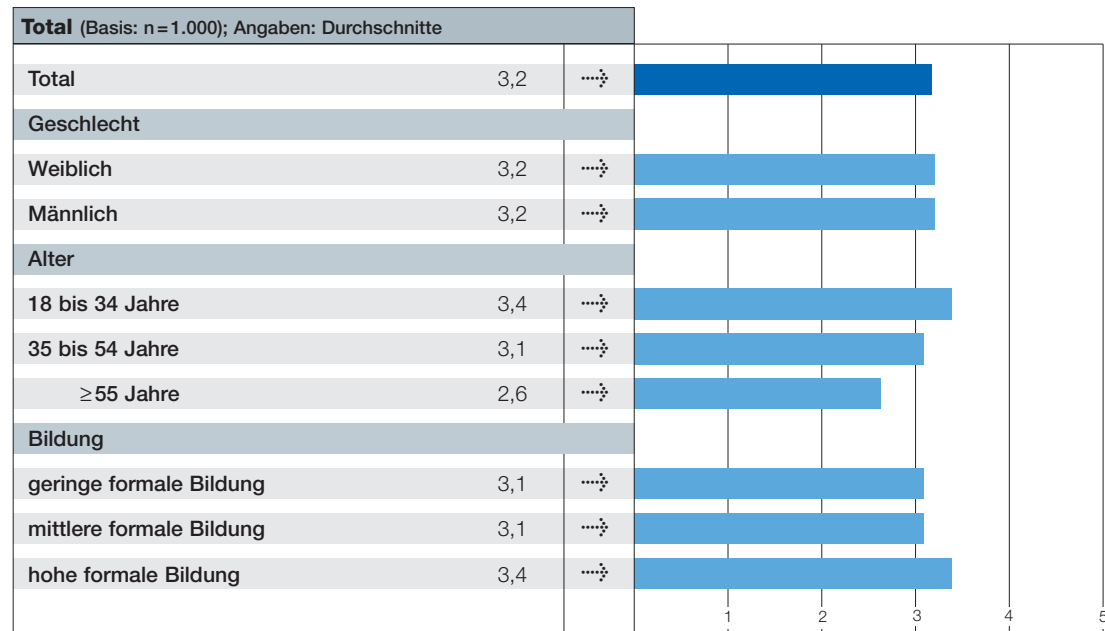
Frage: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zu: Ich nutze Online-Banking, weil ich während der Öffnungszeiten meiner Bank keine Zeit für Bankgeschäfte habe.
(Skala 1 = trifft ganz und gar nicht zu bis 5 = trifft voll und ganz zu)



Ein entscheidender Vorteil des Online-Banking ist, dass Bankkunden weder lange Wege zur Filiale zurücklegen müssen, noch an die jeweiligen Öffnungszeiten der Bank gebunden sind. Für insgesamt über 70 Prozent der Befragten ist Zeitmangel während der Öffnungszeiten zumindest teilweise der Grund für die Nutzung von Online-Banking. Dieses Ergebnis unterstreicht nochmals die Wichtigkeit des Online-Banking für Bankkunden.

Nutzung Online-Banking wegen Filialöffnungszeiten nach Geschlecht, Alter und Bildung

Frage: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zu: Ich nutze Online-Banking, weil ich während der Öffnungszeiten meiner Bank keine Zeit für Bankgeschäfte habe.
(Skala 1 = trifft ganz und gar nicht zu bis 5 = trifft voll und ganz zu)



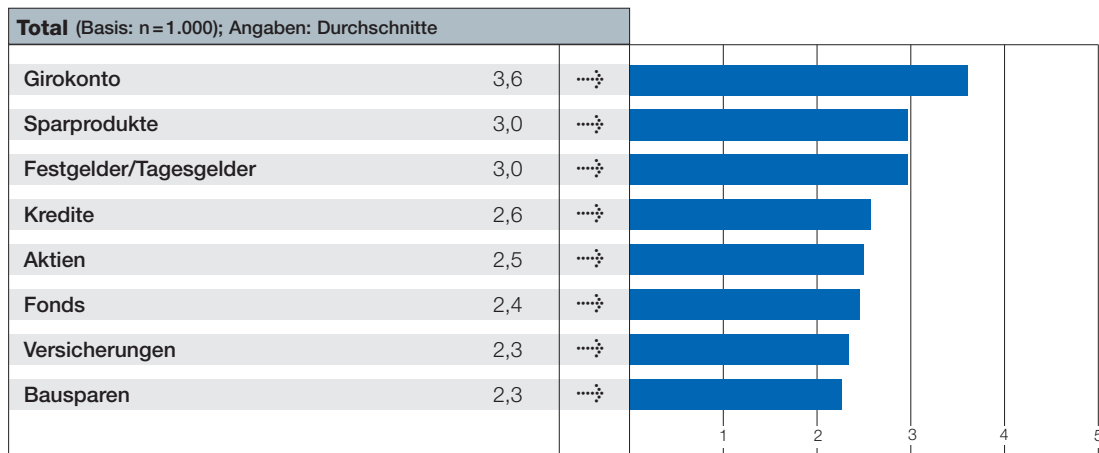
Bei einer Betrachtung einzelner Kundensegmente wird deutlich, dass das Online-Banking für die jungen Befragten den höchsten Stellenwert einnimmt und mit zunehmendem Alter an Bedeutung verliert. Demnach wird das Online-Banking in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen.

Die Analyse nach der formalen Bildung legt einen etwas geringeren Effekt offen als das Alter. Hier zeigt sich, dass die formal hoch Gebildeten – mit einem tendenziell höheren Transaktionsvolumen – eher aus Zeitmangel das Online-Banking nutzen als die Befragten der übrigen Bildungsschichten.

Das Geschlecht hat keinen messbaren Einfluss auf die Nutzung des Online-Banking aus Zeitmangel. Sowohl für die männlichen Befragten als auch für die weiblichen Befragten ergibt sich ein Durchschnittswert von 3,2.

Online-Kauf

Frage: Wie wichtig ist es Ihnen, direkt Produkte aus dem Online-Banking (ohne persönliche Beratung) kaufen zu können? (Durchschnitte auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Das Girokonto ist für die Befragten das mit Abstand wichtigste Online-Bankprodukt. Es folgen dann die „Bankklassiker“ Sparprodukte und Fest- / Tagesgelder. Diesen Top-3-Produkten ist gemein: die hohe Bekanntheit unter den Bankkunden und die vergleichsweise geringe Komplexität der Produkte.

Bei Anlageprodukten wie Aktien und Fonds, die für Kauf und Abwicklung online geradezu ideale Produkte darstellen, ist für die Interpretation des Ergebnisses zu bedenken, dass nur eine Minderheit der deutschen Bevölkerung diese Anlageformen nutzt – dass sie daher im Durchschnitt den Befragten weniger wichtig sind, überrascht somit nicht.

Entsprechend liegen stärker erklärungsbedürftige Produkte wie Bausparen und Versicherungen auf den hinteren Plätzen – einen Online-Abschluss sehen die Befragten nicht als zwingend notwendig an.

Ansprechpartner:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Judith Probst

Referentin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
FIDUCIA IT AG
Telefon 0721 / 40 04-43 21
presse@fiducia.de

Stefan Jaekel

Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Initiative D21 e.V.
Telefon 030 / 526 87 22 55
stefan.jaekel@initiated21.de

Projektleitung und Redaktion:

Matthias Peterhans

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00-1909
matthias.peterhans@tns-infratest.com

Impressum:

Herausgeber:

FIDUCIA IT AG
www.fiducia.de

Initiative D21 e.V.
www.initiated21.de

Gestaltung und Produktion:

Kathleen Susan Hiller
viaduct b.
www.viaduct-b.de

Druck:

Königsdruck
www.koenigsdruck.de

