

## **ZUNAHME BEIM HOMEBANKING**

### **Mit dem Homebanking steigt die Zahl an Bankverbindungen**

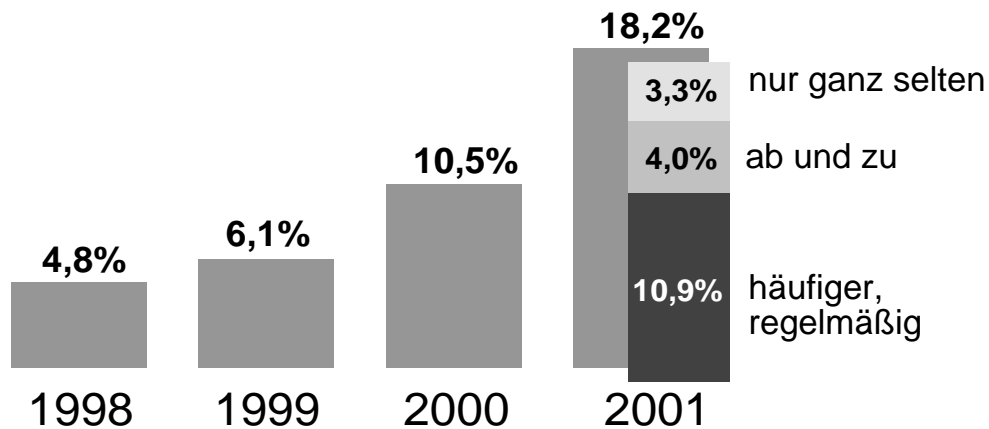
Allensbach am Bodensee, Mitte Februar 2002 - Die Entwicklung zum Homebanking verläuft rasant. 1998 nutzten erst 4,8 Prozent der Bevölkerung im Alter zwischen 14 und 64 Jahren Homebanking, 1999 war die Zahl auf 6,1 Prozent gestiegen. Die Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse (ACTA), die jährlich auf der Basis von mehr als 10 000 Interviews durchgeführt wird, weist für 2001 18,2 Prozent Homebanker unter den Bankkunden aus. Umgerechnet in eine absolute Zahl heißt das, daß inzwischen mehr als 8 Mio. Menschen in Deutschland diese Möglichkeiten nutzen.

Die Jahr für Jahr größer werdende Zuwachsrate beim Online-Verkehr der Kunden mit den Banken wird dafür sorgen, daß sich die Kommunikation und die Serviceleistungen der Banken in Zukunft radikal verändern werden. Denn die Entwicklung zum Homebanking wird sich in nächster Zeit fortsetzen. Dafür spricht die große Zahl an Menschen, die im Moment noch nicht Homebanking praktizieren, aber sehr daran interessiert sind, einen Teil ihrer Bankangelegenheiten und -geschäfte in Zukunft online zu erledigen. 11 Prozent (5,4 Mio.) bekunden dieses Interesse.

[www.ifd-allensbach.de](http://www.ifd-allensbach.de)  
Porträt des Instituts - Leistungsspektrum - Aktuelle Studien  
[www.acta-online.de](http://www.acta-online.de)

## Homebanking: Nutzung

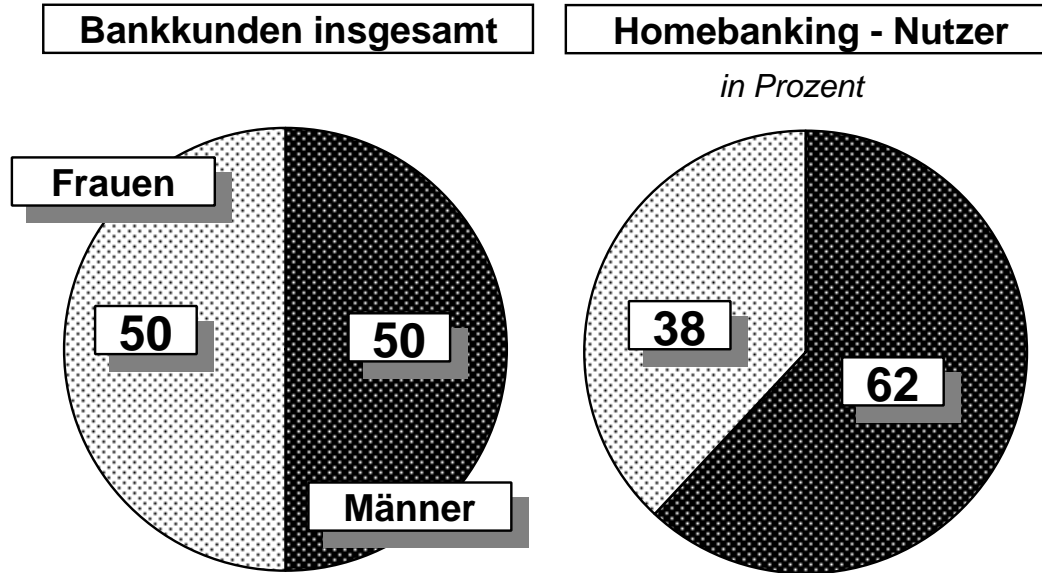
- Nutzung von Online-Diensten/Internet für Home-/Online-Banking -



Basis: Bundesrepublik Deutschland; Bevölkerung bzw. Bankkunden (2000, 2001) 14- bis 64 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse (ACTA)

Bislang sind Frauen in der Gruppe der Homebanker noch in der Minderheit. Allgemein unter den Bankkunden liegt der Frauenanteil exakt bei 50 Prozent, unter den Homebankern ist jedoch nur gut jeder dritte eine Frau (38 Prozent). Der Frauenanteil beim Homebanking wird sich jedoch - wie generell beim Umgang mit dem Internet - schon bald angleichen. Denn bei denen, die noch nicht Homebanking praktizieren, aber durchaus daran interessiert sind, sind Männer und Frauen mit jeweils 50 Prozent gleichermaßen vertreten.

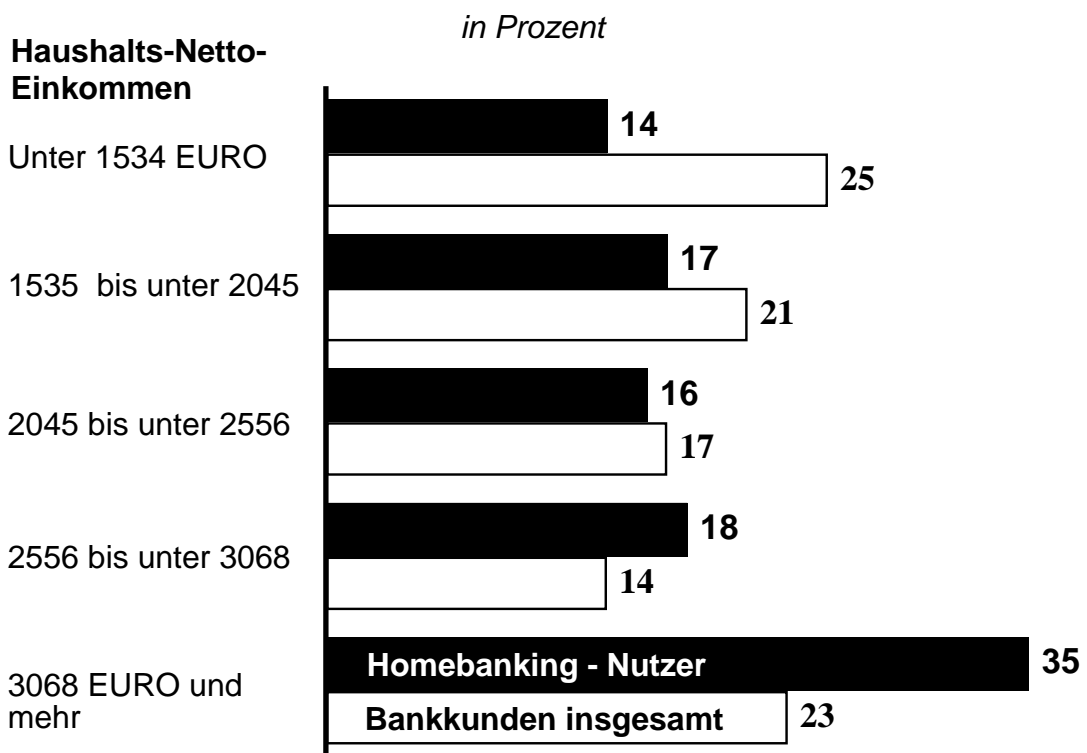
## Homebanker - Überwiegend Männer



Basis: Bundesrepublik Deutschland; 14- bis 64jährige Bankkunden  
Quelle: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse (ACTA 2001)

Zur Zeit wird Homebanking vor allem von denen genutzt, die über überdurchschnittliche finanzielle Möglichkeiten verfügen. Während von den Bankkunden insgesamt nur 23 Prozent ein monatliches Netto-Haushaltseinkommen von mehr als 3068 EURO haben, verfügen von den Homebankern immerhin 35 Prozent über ein solches Einkommen. Und umgekehrt: Während 25 Prozent der Bankkunden allgemein in der unteren Einkommenskategorie von monatlich weniger als 1534 EURO angesiedelt sind, gehören von den Homebankern nur 14 Prozent in diese Gruppe mit geringem Einkommen.

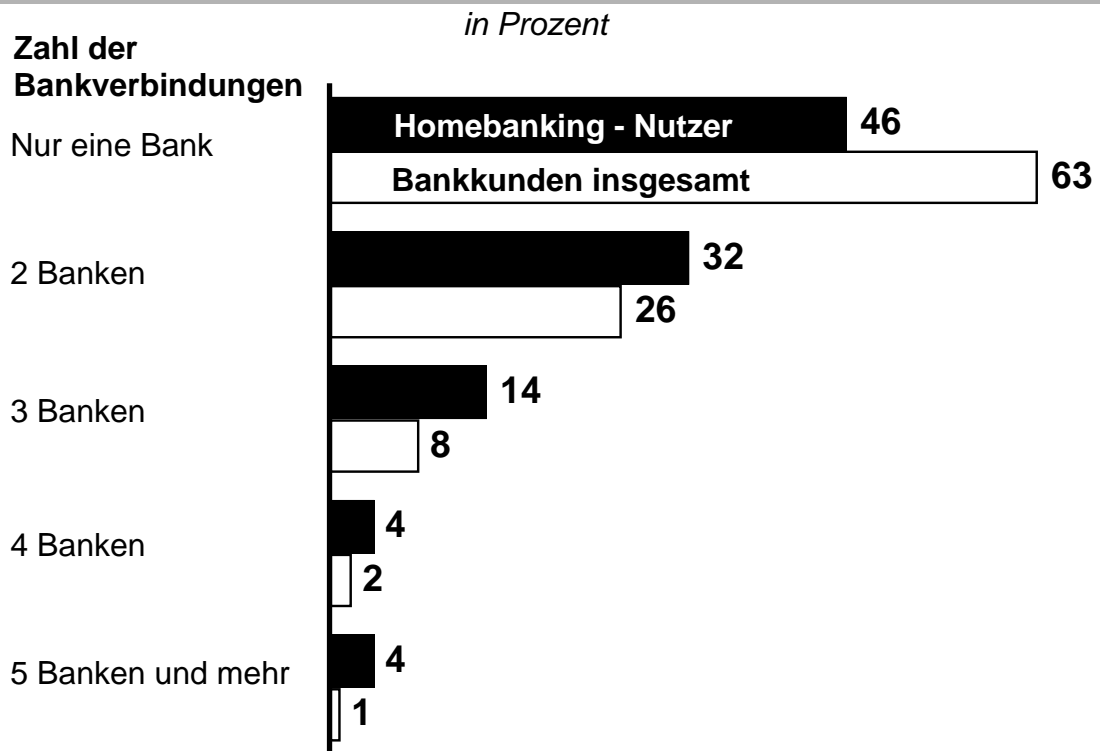
## Homebanker - mit überdurchschnittlichem Einkommen



Basis: Bundesrepublik Deutschland; 14- bis 64jährige Bankkunden  
Quelle: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse (ACTA 2001)

Für den Normal-Bankkunden reicht es im allgemeinen, wenn er ein Konto bei einer Bank hat. Meistens ist das ein Konto bei einer Sparkasse oder bei einer Volks- oder Raiffeisenbank. Die Mehrheit der Homebanker (54 Prozent) hat dagegen mehrere Bankverbindungen. 32 Prozent haben zwei Banken, mit denen sie arbeiten, 14 Prozent arbeiten mit drei Banken zusammen und 8 Prozent mit vier und mehr Banken.

# Homebanker - vielfältige Bankverbindungen



Basis: Bundesrepublik Deutschland; 14- bis 64jährige Bankkunden  
Quelle: Allensbacher Computer- und Telekommunikationsanalyse (ACTA 2001)

# ACTA 2001

## Allensbacher Computer- und Telekommunikations-Analyse Untersuchungssteckbrief

Methodische Gesamtverantwortung:	Institut für Demoskopie Allensbach
Anzahl der Befragten:	10.039 darunter 4.281 Online-Nutzer
Repräsentanz:	Gesamtdeutschland, Bevölkerung von 14 bis 64 Jahren
Zeitraum der Befragung:	Januar bis Juli 2001

In einem jährlichen Beobachtungsrhythmus verfolgt das Allensbacher Institut mit seiner Allensbacher Computer- und Telekommunikations-Analyse (**ACTA**) seit 1997 auf breiter Befragtenbasis die Entwicklungen auf dem Computer- und Informationstechnologiemarkt einschließlich des Internet. Neben Besitz im Haushalt, Anschaffungsplänen und Nutzung werden zugleich Veränderungen von Einstellungen und Gewohnheiten, Wünschen und Interessen in der Bevölkerung beobachtet.

Die Berichterstattung der **ACTA 2001** erfolgt in drei Berichtsbänden:

Basisinformationen (inkl. Codeplan)  
MÄRKTE  
MEDIEN

Zu beziehen sind die Bände beim:

INSTITUT FÜR DEMOSKOPIE ALLENSBACH  
78472 Allensbach am Bodensee  
Telefon: 07533/ 805-276  
Telefax: 07533/ 805-172

E-Mail: [acta@ifd-allensbach.de](mailto:acta@ifd-allensbach.de) oder [info@ifd-allensbach.de](mailto:info@ifd-allensbach.de)

<http://www.acta-online.de>

Die Gesamtdatei der ACTA 2001 liegt auch als CD-ROM in den Programmversionen Microsoft Windows 95/98/2000/NT 4.0 oder Apple Macintosh (PowerPC) vor.