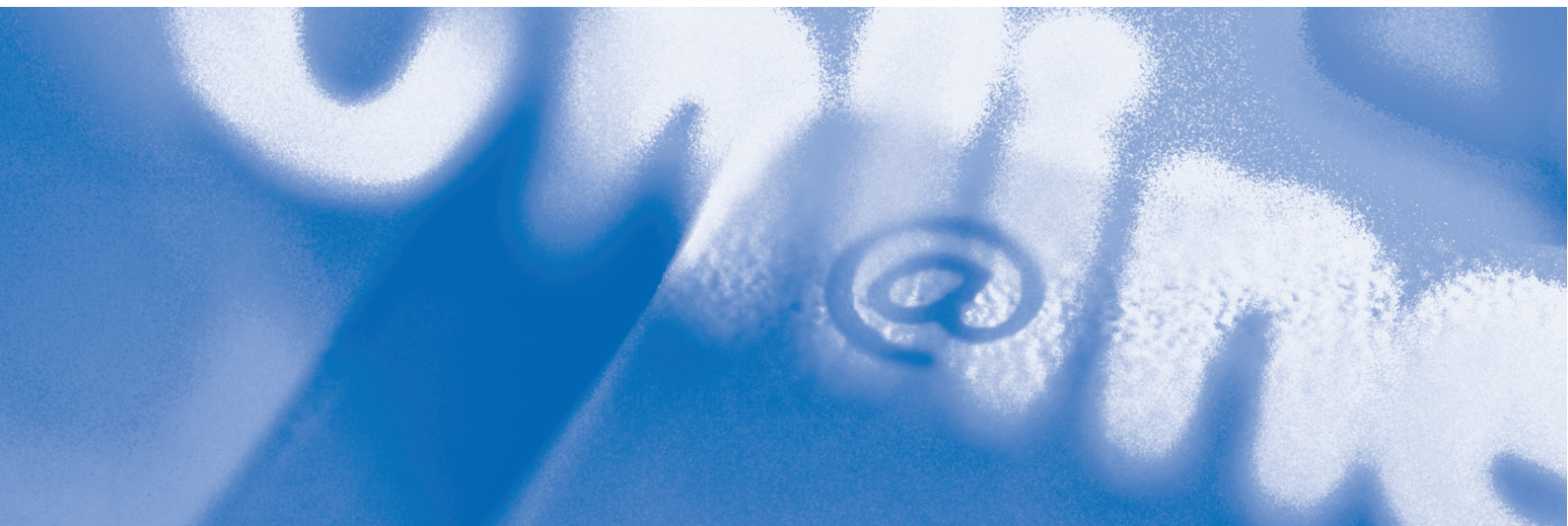


INITI@TIVE **D²¹**

Eine Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest

Eine Sonderstudie im Rahmen des

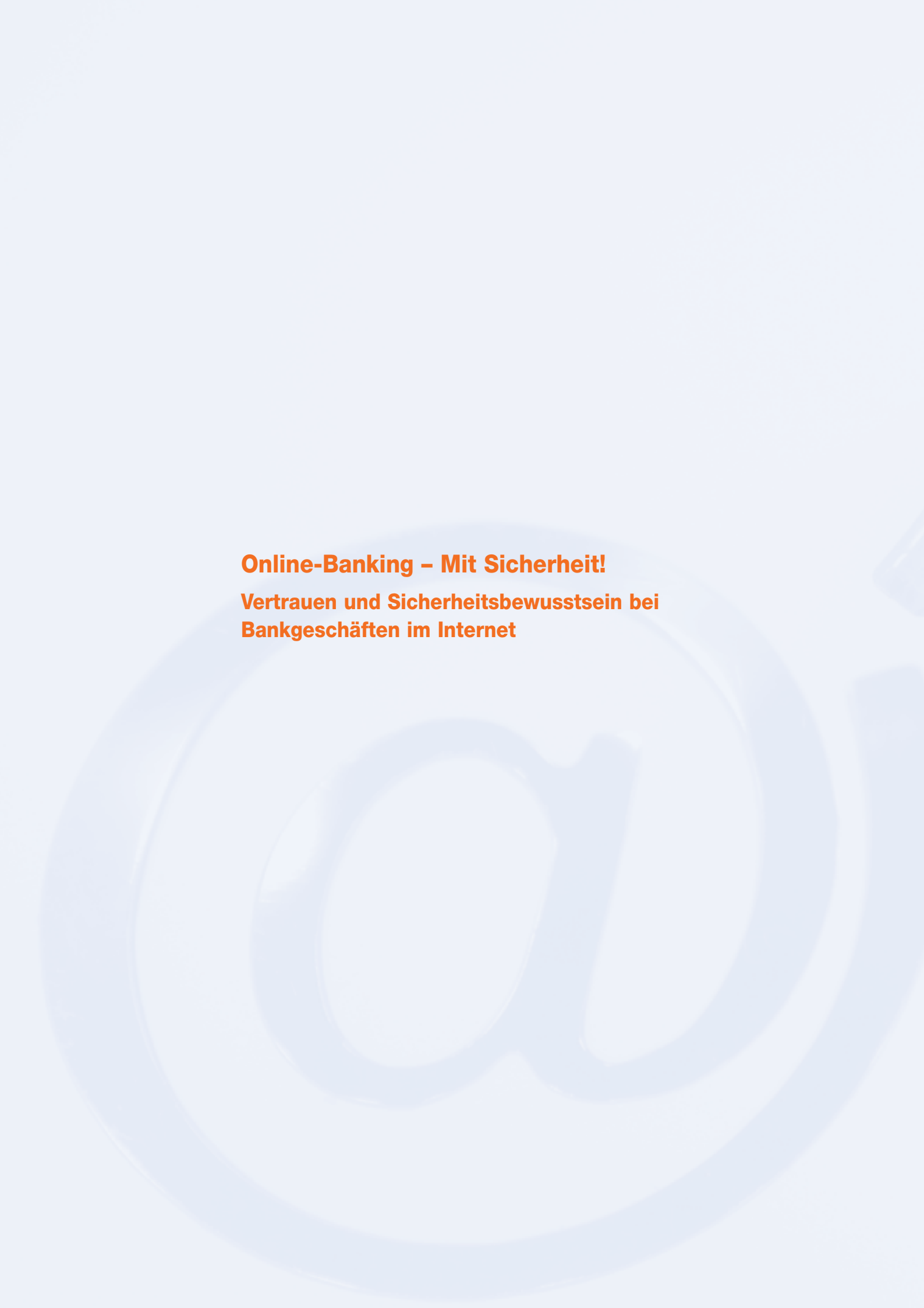
(N)ONLINER Atlas 2009



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**

Online-Banking – Mit Sicherheit!

Vertrauen und Sicherheitsbewusstsein bei Bankgeschäften im Internet



Online-Banking sicher und kostengünstig

Online-Banking-Betrüger sind dreist, raffiniert und sie richten großen finanziellen Schaden an. Doch weil sie im Internet weitgehend unsichtbar neueste Spionagemethoden anwenden können, ist es schwer, ihnen auf die

Schliche zu kommen.

Geht es um den Onlinezugang zu den Konten, sind die Banken mit dem iTANplus-Verfahren schon heute auf der sicheren Seite. Einen Schritt weiter geht die mobileTAN-Technologie der FIDUCIA, die der TÜV Rheinland zertifiziert hat: Hier erhält der Kunde vor der Autorisierung eine SMS auf sein Handy, in der Betrag, persönliche Daten sowie eine TAN stehen. Damit stellen die Banken im genossenschaftlichen FinanzVerbund ihren Kunden ein Verfahren zur Verfügung, das unabhängig vom eventuell mit Viren befallenen PC funktioniert. Es ist dabei praktischer als TAN, iTAN und iTAN plus, weil die meisten Menschen ihr Handy ohnehin immer dabei haben. Vorbei sind die Zeiten, als sie die TAN-Liste mitnehmen mussten. Die Methoden zeigen inzwischen Wirkung, und die Verbraucher fühlen sich im Vergleich zum Vorjahr deutlich besser vor Online-Kriminalität geschützt. Dies belegt die aktuelle Sonderstudie der FIDUCIA im Rahmen des (N)ONLINER Atlas 2009, einer Studie der Initiative D21, durchgeführt von TNS Infratest.

Während 2008 noch 16 Prozent der Befragten aus Angst vor Betrügern auf Online-Banking-Transaktionen verzichteten, sank dieser Prozentsatz in 2009 auf vier Prozent. Dennoch ist es enorm wichtig, dass die technischen Entwicklungen immer in Bewegung bleiben, denn die Angriffe werden immer professioneller und der Kunden-PC ist nach wie vor das schwächste Glied in der Sicherheitskette. Dabei ist es eine große Herausforderung, solche Systeme zu finden, die so einfach sind, dass sie vom Verbraucher akzeptiert und genutzt werden.

Trotz sinkender Ängste vor Betrug stehen Sicherheit und Datenschutz im Bewusstsein der Verbraucher nach wie vor an erster Stelle. So verwundert es auch nicht, dass die Bereitschaft, aktiv etwas für die Sicherheit zu tun, tendenziell zugenommen hat. Auch das beweist die aktuelle Studie.

Sicherheitsvorkehrungen wie Virenschutzprogramme und Anti-Spy-Ware zu benutzen, steht dabei mit 85 Prozent an erster Stelle. 81 Prozent der Befragten kontrollieren regelmäßig die Umsätze ihrer Konten und 75 Prozent rufen Online-Banking nur über die Einstiegsseite ihrer Bank auf. Danach folgt mit 67 Prozent als Sicherheitsmaßnahme die regelmäßige Installation von Updates für Betriebssystem und Virens Scanner. Hier besteht weiterhin Aufklärungsbedarf.

Dabei reicht es nicht, Sicherheitshinweise auf die Online-Banking-Seite zu stellen. Gefragt sind Sicherheitsmechanismen, die auch dem durchschnittlichen Kunden ohne besondere Kenntnisse und Fähigkeiten wenig Möglichkeiten für falsches Verhalten lassen.

Die mobileTAN, als zurzeit sicherstes Verfahren beim Online-Banking, konnte den Bekanntheitsgrad nochmals um sechs Prozent auf jetzt 58 Prozent steigern, und auch die Nutzung stieg von 24 auf 34 Prozent, aber das iTAN-Verfahren wird mit 39 Prozent immer noch am häufigsten eingesetzt. Auch hier sind weiterhin Aufklärungsarbeit und innovative Marketingideen gefragt.

Die aktuelle Studie bekräftigt den Trend, dass Verbraucher trotz hohem Sicherheitsbewusstsein Sicherheit möglichst zum Nulltarif wünschen. Insbesondere vor dem Hintergrund wirtschaftlich schwierigerer Zeiten ist es verständlich, dass inzwischen 67 Prozent der Befragten nicht bereit sind, für die Sicherheit ihrer Online-Transaktionen etwas zu bezahlen (61 Prozent 2008). Auch die Zahl derer, die bereit sind, einmalig – beispielsweise in einen Kartenleser – zu investieren, sank von 15 auf 13 Prozent.

Bei der großen Zahl der sicherheitsbewussten, aber sehr preissensiblen Kunden können jene Banken punkten, die mit einem Sicherheitspaket wie VR-Banking Plus ihren Bankkunden nicht nur kostenlose Sicherheit für ihre Online-Transaktionen durch mobileTAN anbieten, sondern außerdem eine hervorragende Firewall- und Virenschutzsoftware, die das Surfen im Web generell sicherer macht.

Michael Krings

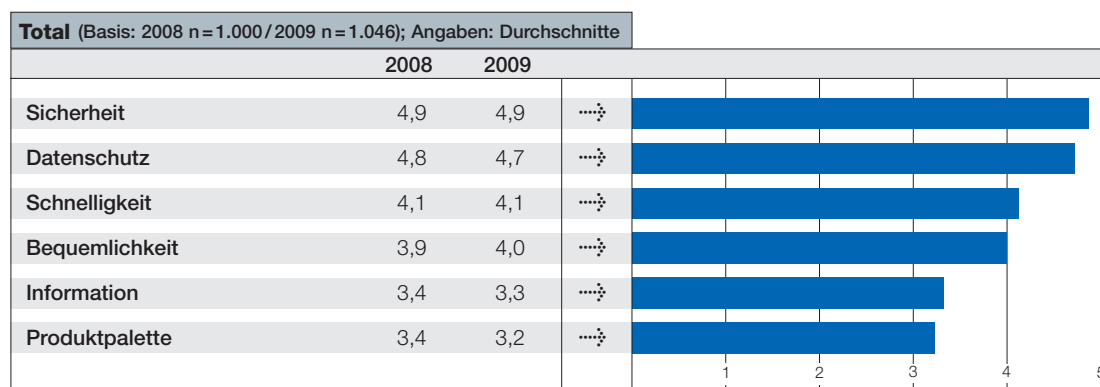
Vorsitzender des Vorstands
FIDUCIA IT AG

Zur Studie: Methodensteckbrief

- Stichprobe: Repräsentativ mit 1.046 Interviews (1.000 in 2008)
- 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 19/2009 und KW 20/2009
- Zentrale Themen/Fragestellungen unter anderem:
 - Wichtigkeit im Online-Banking
 - Betrugsbefürchtung
 - Preis für Sicherheit beim Online-Banking
 - Sicherheitsmaßnahmen
 - Bekanntheit und Nutzung von Techniken zur Sicherheit
 - Wichtigkeit von Produkten des Online-Bankings

Aktuelle Wichtigkeit im Online-Banking

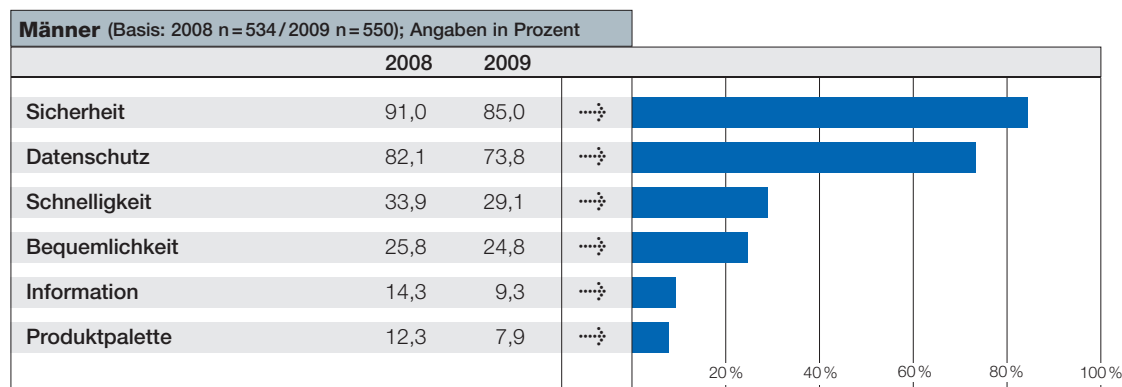
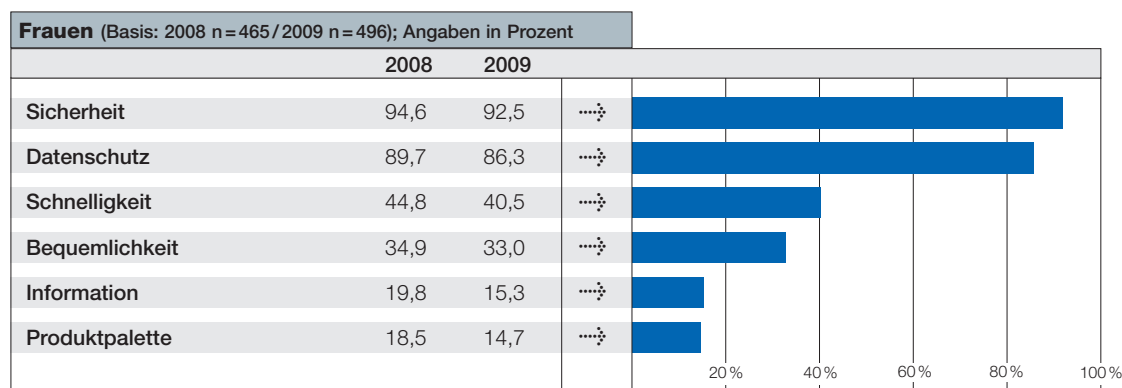
Frage: Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Punkte beim Online-Banking?
(Durchschnitte auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Auch 2009 sind Sicherheit und Datenschutz mit deutlichem Abstand die wichtigsten Aspekte, wenn es um Anforderungen von Endkunden an das Online-Banking geht. Die Wichtigkeit von Schnelligkeit und Bequemlichkeit wird ebenfalls bestätigt und liegt in einem mittleren Bereich. Informationen und die Produktpalette werden vergleichsweise als weniger wichtig erachtet.

Aktuelle Wichtigkeit im Online-Banking nach Geschlecht

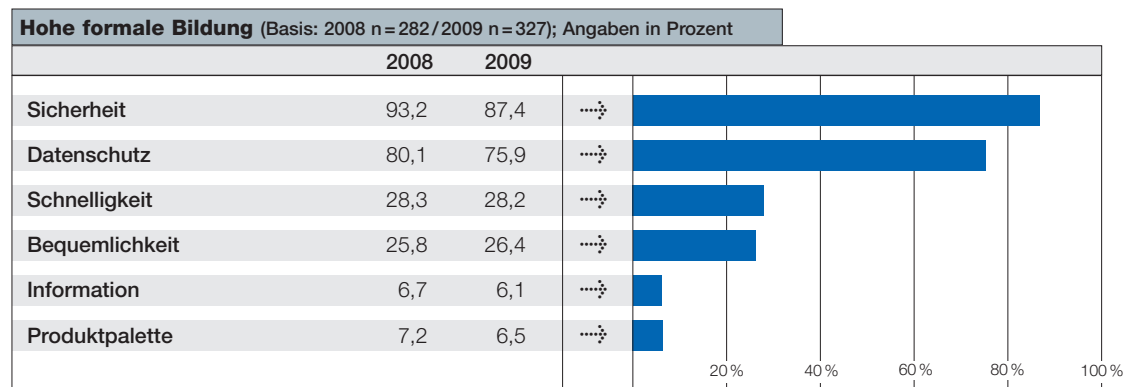
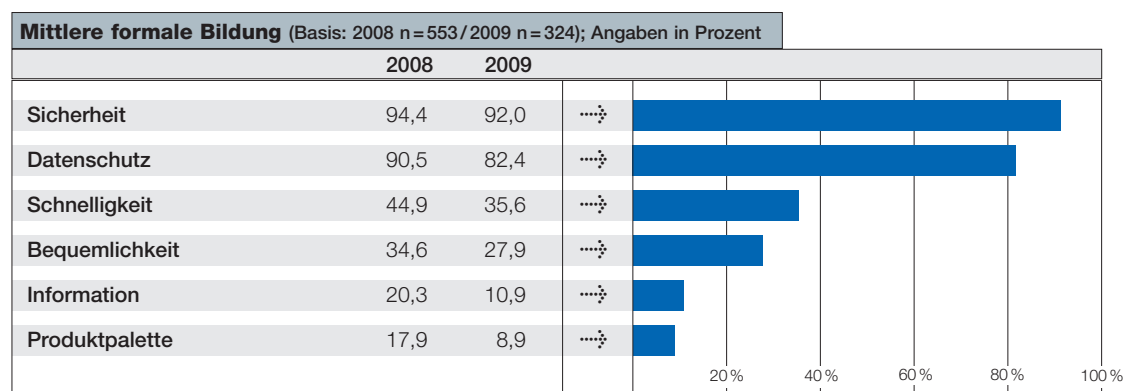
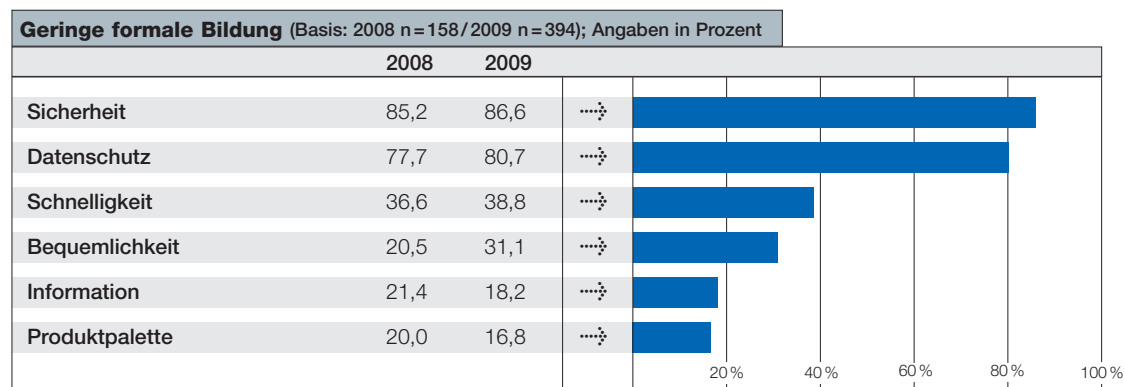
Frage: Wie wichtig sind Ihnen persönlich die folgenden Punkte beim Online-Banking?
(Prozentangaben „äußerst wichtig“ auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Frauen sind auch in diesem Jahr durchgehend anspruchsvoller beim Online-Banking: Über alle Anforderungskriterien hinweg betrachtet liegen sie jeweils etwas vor den Männern. Die Reihenfolge der Kriterien nach ihrer Wichtigkeit ist aber für beide Geschlechter identisch. Insgesamt gehen im Jahresvergleich die Anteile der Extremkategorie „äußerst wichtig“ zurück, die Durchschnittswerte bleiben hingegen nahezu unverändert.

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)

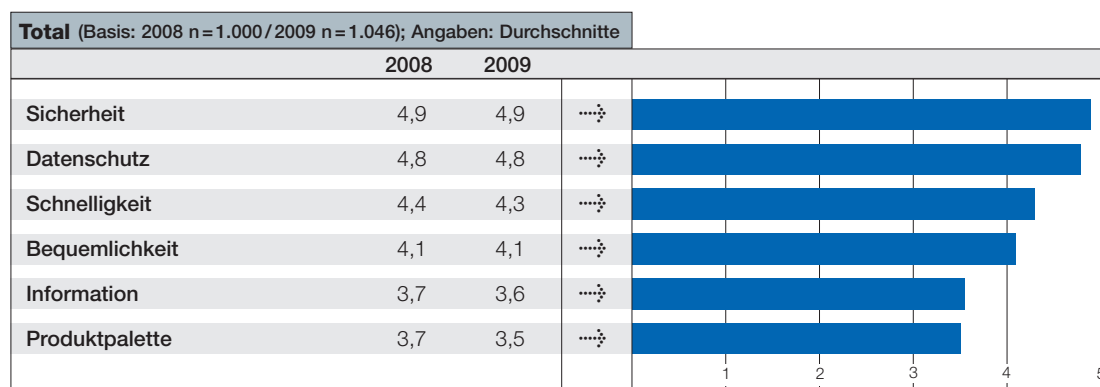


Auch bei der Betrachtung nach dem formalen Bildungshintergrund der Onliner ergeben sich jeweils identische Reihenfolgen. Sicherheit und Datenschutz sind für Befragte aller formaler Bildungsniveaus am wichtigsten. Danach folgen Schnelligkeit und Bequemlichkeit. Informationen und der Produktpalette werden geringere Wichtigkeit zugesprochen.

Das Sicherheitsbedürfnis der Onliner mit formal einfachem Schulabschluss ist im Jahresvergleich gestiegen. Auch in dieser Gruppe erreicht das Sicherheitsbedürfnis nun das Niveau der übrigen Onliner. Bei formal hoher und mittlerer Bildung ist ein Rückgang der Anteile in der Extremkategorie „äußerst wichtig“ zu beobachten, was ein Indiz dafür ist, dass insbesondere die Sicherheit aus Kundensicht eine Grundvoraussetzung beim Online-Banking ist.

Zukünftige Wichtigkeit im Online-Banking

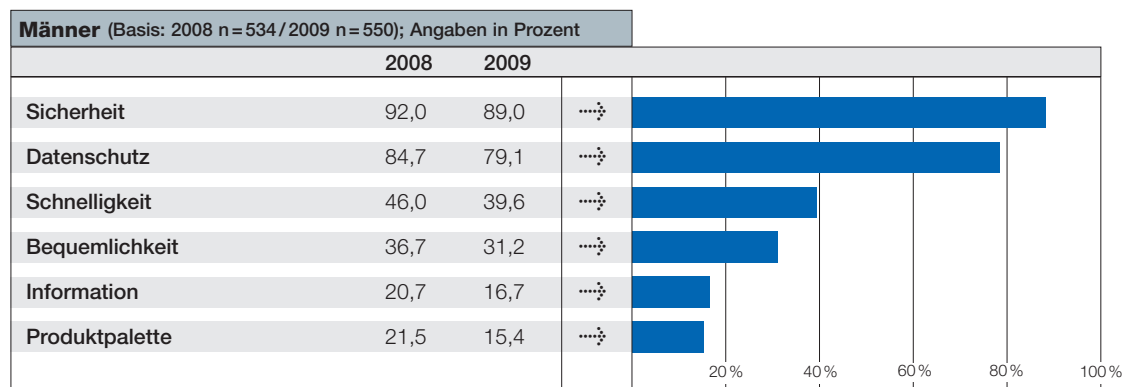
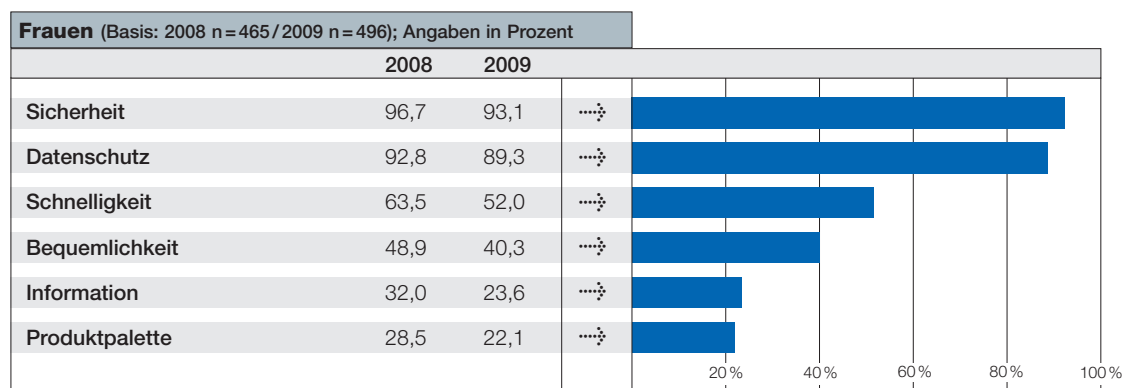
Frage: Wie wichtig werden die folgenden Punkte beim Online-Banking in Zukunft sein?
(Durchschnitte auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Die Analyse der zukünftigen Anforderungen von Endkunden an Online-Banking ergibt ein sehr konsistentes Bild: Sicherheit und Datenschutz sind nach wie vor die zentralen Anforderungen. Diese Werte bleiben zudem auch im Jahresvergleich konstant hoch. Die zukünftige Wichtigkeit der übrigen Aspekte nimmt im Vergleich zum Vorjahr marginal ab.

Zukünftige Wichtigkeit im Online-Banking nach Geschlecht

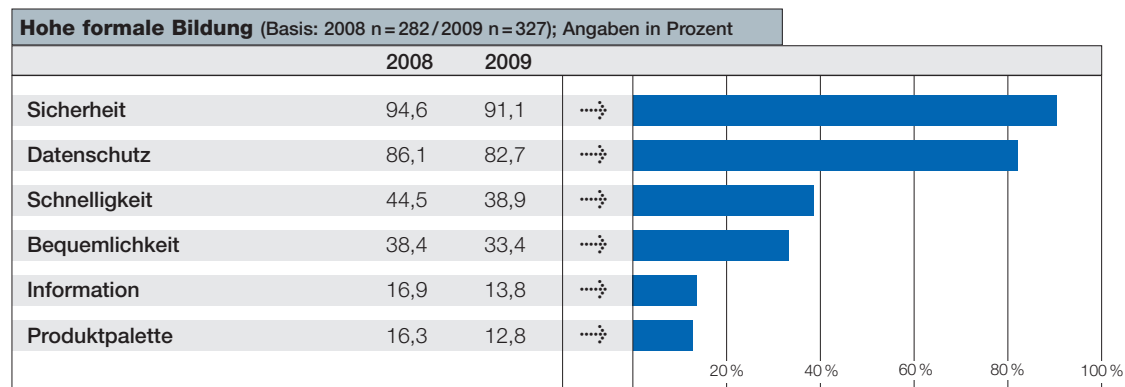
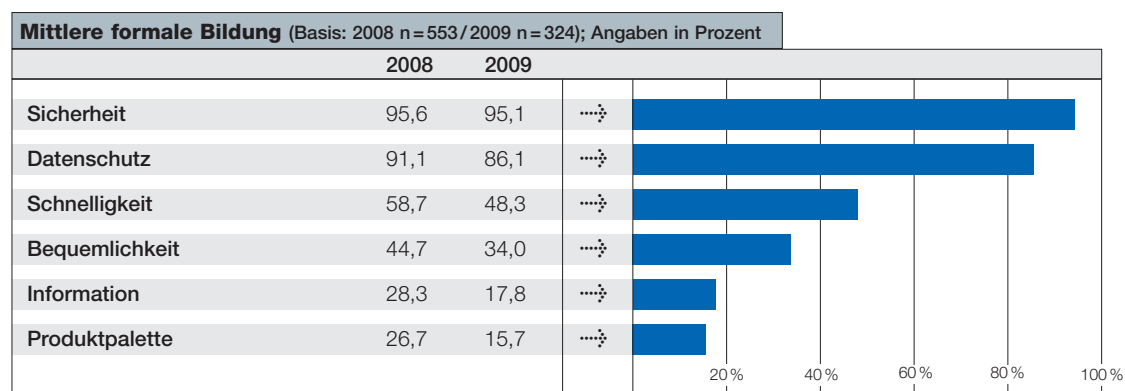
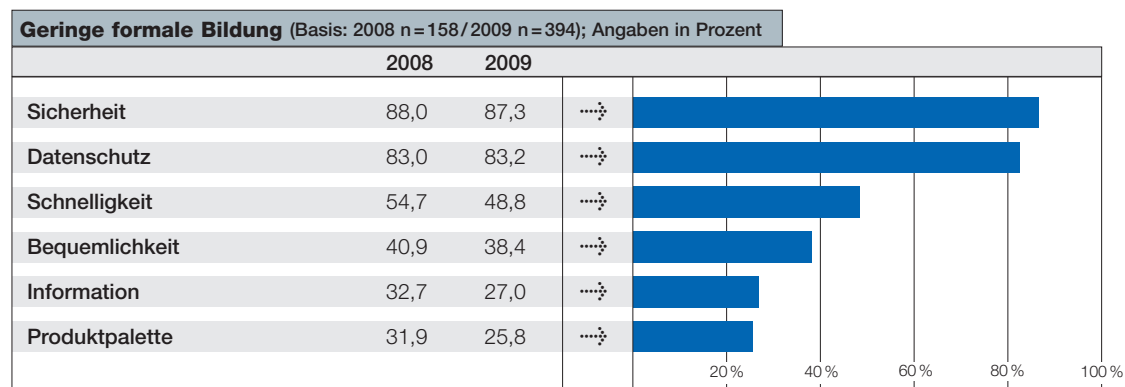
Frage: Wie wichtig werden die folgenden Punkte beim Online-Banking in Zukunft sein?
(Prozentangaben „äußerst wichtig“ auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Die geschlechtsspezifischen Unterschiede bleiben auch bei der zukünftigen Einschätzung der Wichtigkeiten bestehen. Für Männer und Frauen ergeben sich identische Rangreihen aus den zukünftigen Wichtigkeiten. Sicherheit und Datenschutz stehen an erster Stelle. Insgesamt betrachtet sind die Frauen auch bei den zukünftigen Anforderungen an Online-Banking etwas anspruchsvoller. Insbesondere der Schutz von persönlichen Daten wird von Frauen wichtiger eingestuft als von Männern.

Zukünftige Wichtigkeit im Online-Banking nach Bildung

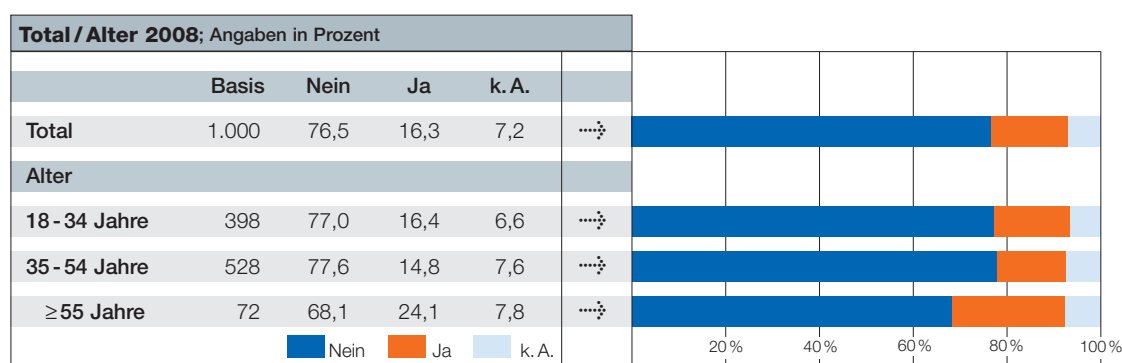
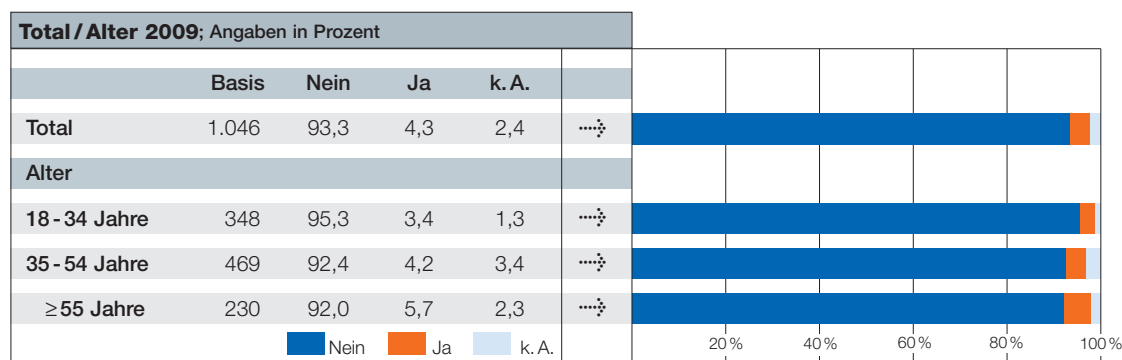
Frage: Wie wichtig werden die folgenden Punkte beim Online-Banking in Zukunft sein?
(Prozentangaben „äußerst wichtig“ auf der Skala 1 = unwichtig bis 5 = äußerst wichtig)



Für die Bewertung nach zukünftiger Wichtigkeit einzelner Aspekte des Online-Bankings ergeben sich keine systematischen Unterschiede bezüglich der formalen Bildung. Sicherheit und Datenschutz sind stets die wichtigsten Leistungen beim Online-Banking. Lag die Einschätzung der Onliner mit einfacher Bildung im Vorjahr noch unter den Gruppen mit mittlerer und hoher Bildung, gleichen sich 2009 diese Werte aneinander an. Informationen und Produktpalette werden von den Befragten mit einfacher Bildung vergleichsweise wichtiger eingestuft.

Angst vor Betrug nach Alter 2008/2009

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



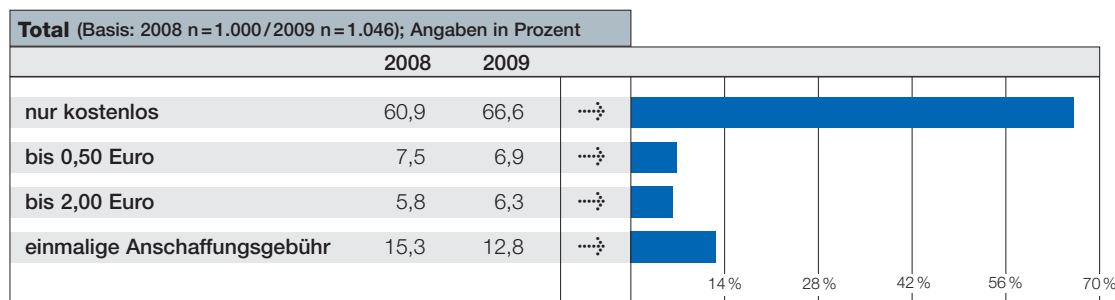
Lediglich vier Prozent der Onliner geben an, sich von Transaktionen im Internet aus Angst vor Betrug abhalten zu lassen. Ein deutlicher Rückgang gegenüber dem im vergangenen Jahr gemessenen Wert, der noch bei insgesamt 16 Prozent lag. Wie im letzten Jahr gilt – allerdings auf einem deutlich niedrigeren Niveau –, dass Angst vor Betrug die Onliner mit zunehmendem Alter häufiger von Transaktionen im Internet abhält. In erster Linie ist die gesteigerte Akzeptanz von Online-Transaktionen ein sehr erfreuliches Ergebnis. Es impliziert aber auch, dass verstärkt auf die Bereitstellung von einfach zu bedienenden und akzeptierten Sicherheitstechniken geachtet werden muss.

Wie kam es dazu, dass weniger Kunden aus Angst vor Betrug vor Online-Transaktionen zurückschrecken?
Die folgenden drei Gründe bieten hier Erklärungsansätze:

- Die Bekanntheit der Sicherheitsmaßnahmen stieg. Immer mehr Onliner kennen die Sicherheitsverfahren des Online-Bankings, wie z. B. iTAN oder mobileTAN. Durch die Nutzung von zwei unterschiedlichen Kanälen beim mobileTAN-Verfahren wird zudem ein deutlicher Sicherheitszuwachs gewährleistet.
- Die Medien stellen Online-Banking inzwischen vielfach anders dar. Während in den Jahren zuvor die Kriminalität im Internet häufig reißerisch in den Nachrichten aufbereitet wurde, standen 2008/2009 die Betrugsfälle am Bankautomaten im Fokus der Berichterstattung. Über Online-Banking wurde im vergangenen Jahr weitgehend sachlich berichtet.
- Die Nutzung des Internets und auch des Online-Bankings wird alltäglich. Immer mehr Menschen sind Onliner und immer häufiger berichten Freunde, Bekannte oder Kollegen von den Vorzügen des Online-Bankings. Bei insgesamt 46,3 Millionen Onlinern im Jahr 2009 – und im Gegensatz dazu sehr wenigen Fällen von Computerkriminalität im Bereich des Online-Bankings und E-Commerce – gibt es in der Regel ausschließlich positive Erfahrungen mit Online-Banking im eigenen sozialen Umfeld.

Preis für Sicherheit beim Online-Banking

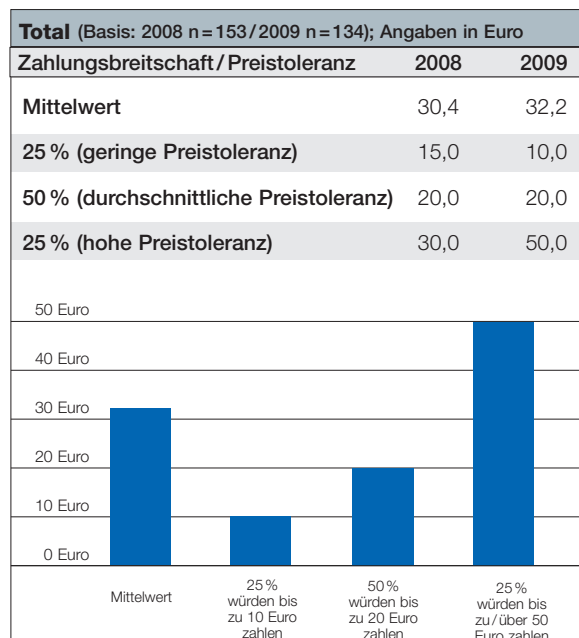
Frage: Welchen monatlichen Preis würden Sie für sichere Transaktionen beim Online-Banking bezahlen?



Obgleich Sicherheit beim Online-Banking als wichtigste Eigenschaft bestätigt wird und auch zukünftig als äußerst wichtig eingestuft wird, ist die Zahlungsbereitschaft für sichere Transaktionen vom bereits niedrigen Niveau im Vorjahr nochmals gesunken. Dieses Ergebnis spricht dafür, dass die Onliner Sicherheit im Online-Banking als Hygienefaktor sehen: Sicherheit und Datenschutz müssen zwingend gewährleistet sein und werden nicht als zusätzlicher Nutzen angesehen. Insgesamt 67 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. zwei Euro monatlich sind lediglich für sieben bzw. sechs Prozent der Onliner akzeptabel. Zu einer einmaligen Investition, z. B. für einen Chipkartenleser, sind 13 Prozent der Befragten bereit. Aber auch dieser Wert ist im Vergleich zum Vorjahr um 2,5 Prozentpunkte gesunken.

Preis für Sicherheit beim Online-Banking – Einmalige Anschaffung

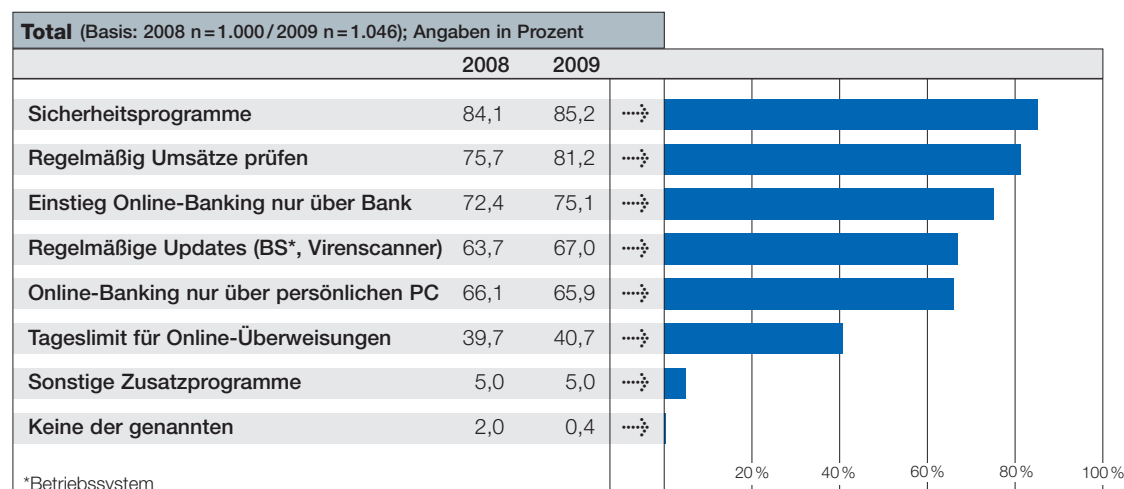
Frage: Welchen monatlichen Preis würden Sie für sichere Transaktionen beim Online-Banking bezahlen?
(Selektion: einmalige Anschaffungsgebühr akzeptabel)



Die Hälfte der Befragten, die eine Einmalinvestition akzeptieren, sind bereit, für sichere Transaktionen 20 Euro und mehr zu bezahlen. Dieses Ergebnis ist im Vergleich zum Vorjahr konstant. Während der Durchschnitt von 30,4 Euro auf 32,2 Euro etwas steigt, nehmen die Extremwerte jeweils zu bzw. ab. So ist das Viertel mit der geringsten Preisbereitschaft nur noch bereit, einmalig maximal 10 Euro zu bezahlen. Das sind fünf Euro weniger als im Vorjahr. Beim „Premium-Viertel“ hingegen steigt die Preisbereitschaft. Diese Befragten halten einmalig auch 50 Euro und mehr für angemessen.

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. Tendenziell ist die Bereitschaft, selbst aktiv zu werden, um sich gegen Angriffe von außen zu schützen, im letzten Jahr sogar noch gestiegen.

Grundsätzlich gehört zur Absicherung des PCs für Online-Banking ein Virenschutzprogramm, Anti-Spy-Ware oder ähnliche Sicherheitssoftware. Mit einer Akzeptanz von insgesamt 85 Prozent ist dies auch die am häufigsten genannte Sicherheitsmaßnahme der Onliner. Zudem steigt die Bereitschaft der Befragten zu regelmäßigen Aktualisierungen von Virens Scanner und Betriebssystem um 3,3 Prozentpunkte an. Doch mit einem Wert von 67 Prozent zeigt sich noch immer Nachholbedarf bei Softwareupdates. Denn nur wenn das Betriebssystem, Anwendungen wie Browser und Mailprogramm sowie die Sicherheitssoftware auf dem neuesten Stand sind, ist der PC hinreichend gegen organisierte Angriffe aus dem Internet abgesichert.

Die eigenen Umsätze regelmäßig zu überprüfen, ist eine weitere Sicherheitsmaßnahme und wird von 81,2 Prozent der Onliner gewählt. Nachteilig an dieser Sicherheitsmaßnahme ist, dass betrügerische Transaktionen erst nach ihrer Buchung festgestellt und verfolgt werden können. Da durch die Hacker zum Teil sogar die Umsatzanzeigen manipuliert werden, können betrügerische Transaktionen unter Umständen erst auf den Kontoauszügen erkannt werden.

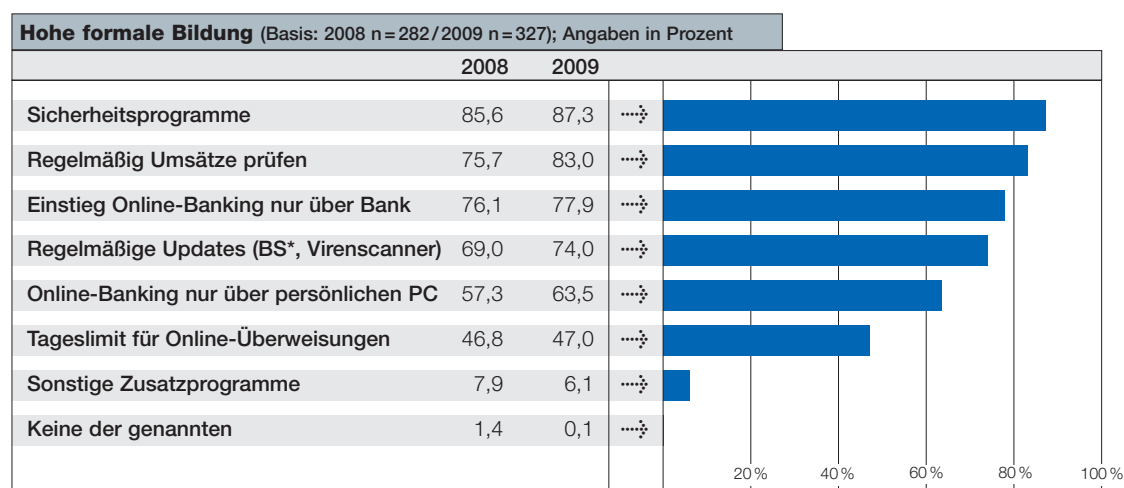
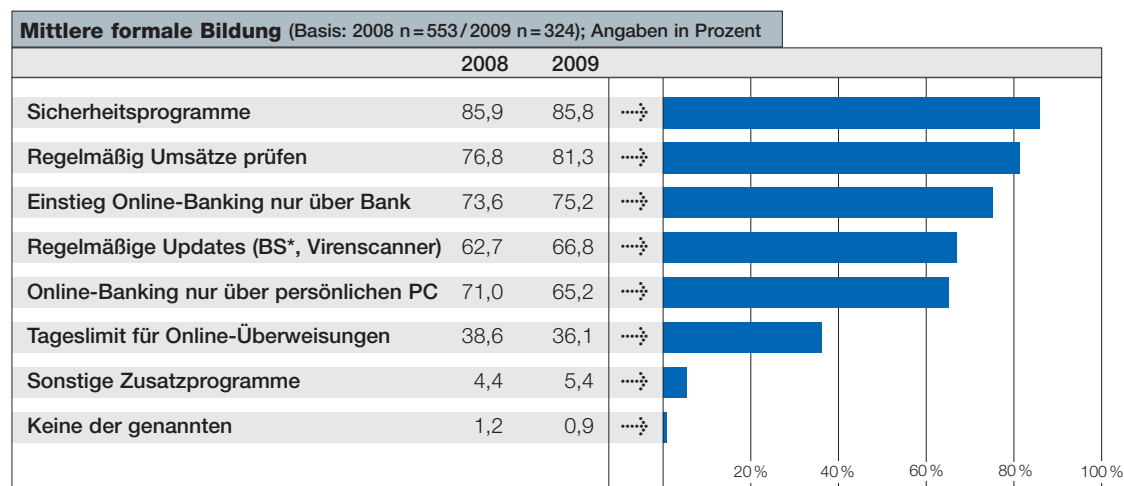
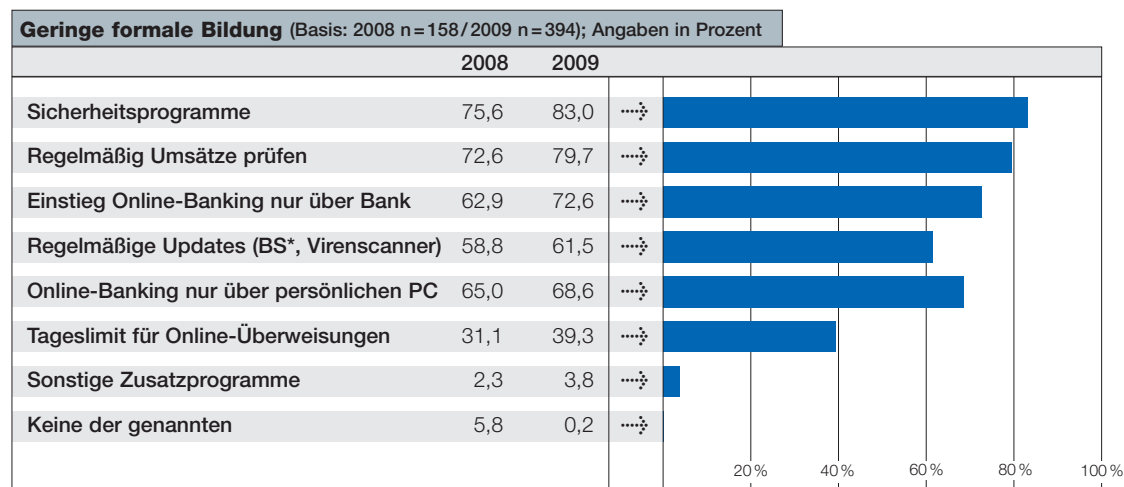
Der Anteil an Onlinern, die nur über die Startseite der Bank ihr Online-Banking nutzen, ist gestiegen. Aktuell stimmen 75,1 Prozent dafür, zur Vorbeugung jeweils nur direkt über die Startseite der eigenen Bank auf Online-Banking zugreifen zu wollen. Angesichts weiter massenhaft kursierender Phishing-Mails und betrügerischer Websites ist dies sicherlich eine positiv zu bewertende Vorgehensweise. Dennoch zeigt dieses Ergebnis auf der anderen Seite, dass die Einführung neuer, innovativer Zahlungsverfahren verstärkten Erklärungs- und Kommunikationsbedarf erfordert: So wird ein Online-Käufer beispielsweise beim Zahlungsverfahren „giropay“ direkt aus dem Einkaufskorb des betreffenden Online-Shops auf die Online-Banking-Anwendung seiner eigenen Bank geleitet. Dort bestätigt er die Transaktion mit PIN und iTAN und kann sich im direkten Anschluss wieder im Web-Shop umsehen. Objektive Vorteile des Verfahrens sind seine hohe Sicherheit und die beschleunigte Verkaufsabwicklung.

Die Sicherheitsmaßnahme „Online-Banking nur über den persönlichen PC“ ist die einzige, die 2009 auf weniger Akzeptanz stößt als noch im Vorjahr. Die Onliner möchten von verschiedenen Rechnern und unterwegs ihre Bankgeschäfte erledigen können. Die Sicherheit eines „fremden“ PCs lässt sich jedoch nur sehr eingeschränkt gewährleisten. Verfahren wie mobileTAN, die alle Bank-Transaktionen auf Nutzerseite über das Mobiltelefon bestätigen, treffen daher optimal die aktuellen Bedürfnisse der Endkunden. Ein Tageslimit für Online-Überweisungen mit der eigenen Bank zu vereinbaren, kommt hingegen lediglich für 40,7 Prozent der Onliner in Betracht – das dürfte in der Wahrnehmung der Kunden mit Einschränkungen bei Komfort und Flexibilität zurückzuführen sein.

Für lediglich 0,4 Prozent der Onliner kommt keine dieser Sicherheitsmaßnahmen in Frage. Positiv zu bewerten ist, dass dieser Wert im Vergleich zum Vorjahr um 1,6 Prozentpunkte gefallen ist.

Sicherheitsmaßnahmen nach Bildung

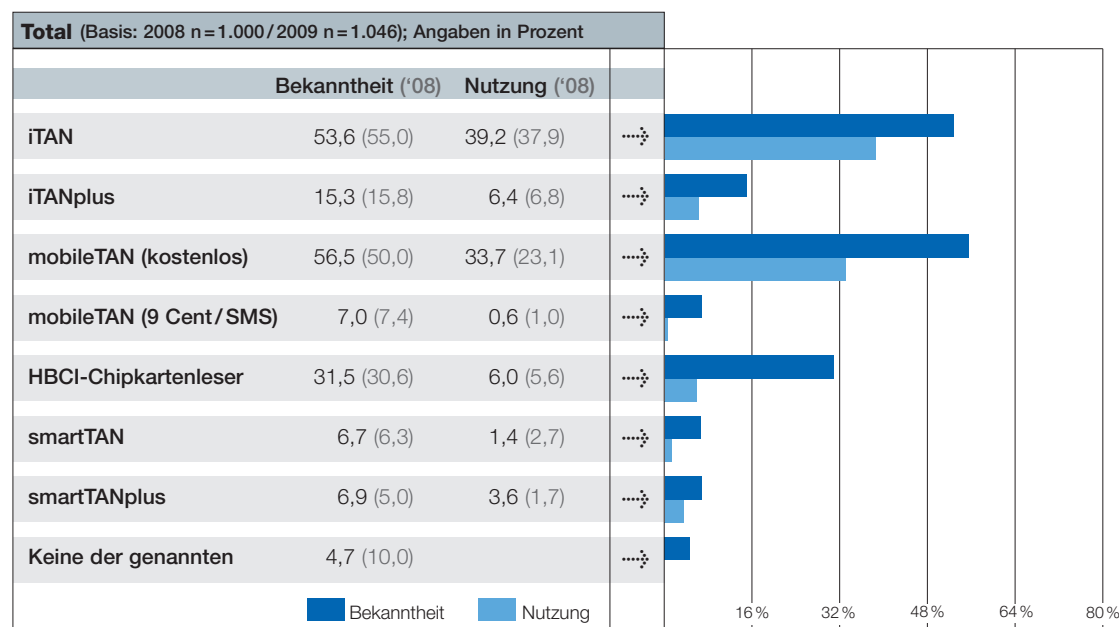
Frage: Welche der folgenden Maßnahmen kommen für Sie persönlich in Frage, um die Sicherheit beim Online-Banking zu erhöhen?



Wie bereits bei der Wichtigkeit der einzelnen Aspekte des Online-Banking-Angebots nimmt auch in puncto Maßnahmen das Sicherheitsbedürfnis der Onliner mit formal einfacher Bildung zu. Zwar liegt diese Gruppe bei wichtigen Schutzmechanismen, wie z. B. Antivirensoftware und deren Aktualisierung, noch unter den Werten von Onlinern mit formal mittlerer oder hoher Bildung, sie holen aber im Vergleich zum Vorjahr deutlich auf. Erfreulich ist, dass auch in der Gruppe mit formal geringer Bildung die Einsicht herrscht, dass in jedem Fall Sicherheitsmaßnahmen notwendig sind, um sich beim Online-Banking zu schützen. Nur 0,2 Prozent verweigern sich gegen jegliches Engagement. Bei den Onlinern mit hoher Bildung ist auffällig, dass insbesondere sie es sind, die nicht auf Mobilität beim Online-Banking verzichten möchten.

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?



Die Verfahren iTAN und mobileTAN werden derzeit im deutschen Online-Banking am häufigsten genutzt und sind auch bei den Endkunden am bekanntesten. Insbesondere mobileTAN kann bei der Bekanntheit deutliche Zuwächse erzielen. Ebenso in den Top-3 vertreten ist der HBCI-Chipkartenleser. Etwa ein Drittel der Onliner kennt das Verfahren mit Kartenleser.

Bei der Nutzung bilden wieder iTAN, mobileTAN und HBCI-Chipkartenleser die Top-Gruppe. Auch hier kann mobileTAN den größten Zuwachs verbuchen. Zudem verbucht die Nutzung von iTAN leichte Zugewinne. Beim HBCI-Chipkartenleser fällt das Wachstum moderat aus.

Bekanntheit von Techniken zur Sicherheit nach Geschlecht, Alter und Bildung

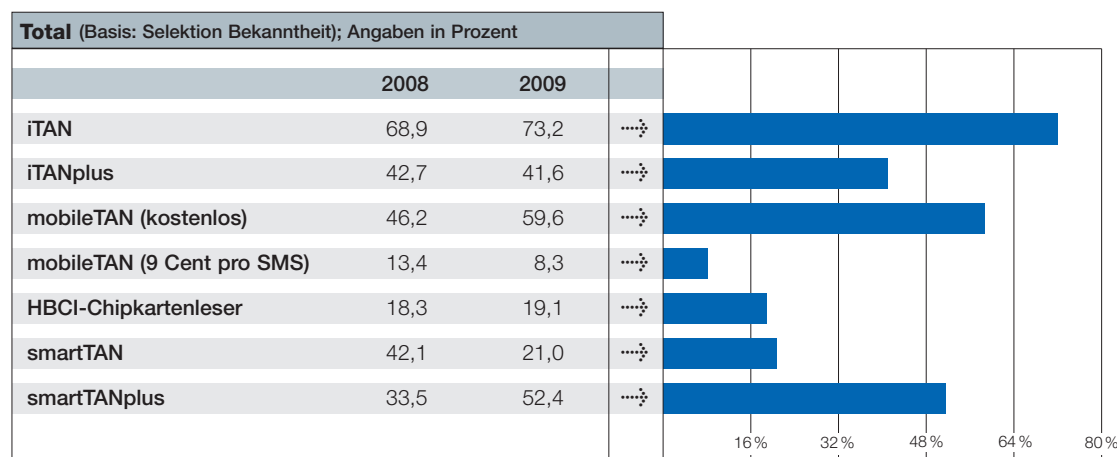
Bekanntheit	Total	Frauen	Männer	18-34 Jahre	35-54 Jahre	≥55 Jahre	Geringe formale Bildung	Mittlere formale Bildung	Hohe formale Bildung
iTAN	53,6 %	42,9 %	63,2 %	56,8 %	53,6 %	48,5 %	43,6 %	51,1 %	67,8 %
mobileTAN*	58,4 %	62,6 %	54,7 %	50,9 %	59,2 %	68,3 %	56,6 %	58,4 %	60,9 %
HBCI-Chipkartenleser	31,5 %	19,4 %	42,4 %	31,9 %	29,9 %	34,0 %	22,7 %	31,8 %	41,8 %

* kostenlos oder 9 Cent / SMS

War noch im letzten Jahr mobileTAN bei beiden Geschlechtern in etwa gleich bekannt, steigt die Bekanntheit von mobileTAN 2009 insbesondere bei den Frauen. 62,6 Prozent der weiblichen Onliner kennen diese Sicherheitstechnik. iTAN wie auch der HBCI-Chipkartenleser sind nach wie vor bei Männern deutlich bekannter. Eine ähnliche Konstellation ergibt sich auch bei einer Betrachtung nach Altersgruppen – hier kann mobileTAN deutlich punkten, während die Bekanntheit der vermeintlich „technischen“ Verfahren deutlich darunter liegt. Über alle Sicherheitstechniken hinweg gilt, dass diese unter den Befragten mit formal geringer Bildung 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 oben stehende Grafik zeigt die Nutzung der einzelnen Sicherheitstechniken unter der Voraussetzung, dass sie auch bekannt sind. Im Vergleich zur Darstellung auf Seite 14 ergeben sich interessante Ergebnisse. iTAN und mobileTAN werden auch unter der Voraussetzung der Bekanntheit am häufigsten genutzt. Beide Verfahren verbuchen einen deutlichen Anstieg im Vergleich zum letzten Jahr.

Die insgesamt noch weniger bekannten Verfahren iTANplus, smartTAN und smartTANplus weisen bei Bekanntheit überdurchschnittliche Nutzungsquoten auf. Insbesondere bei iTANplus und smartTANplus liegen die Nutzerzahlen bei 41,6 und sogar 52,4 Prozent.

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.

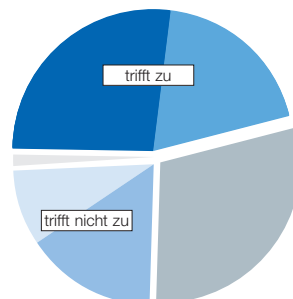
HBCI-Chipkartenleser

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)

Total (Basis: 2008 n=1.000/2009 n=1.046); Angaben in Prozent		
	2008	2009
 trifft voll und ganz zu	20,5	26,7
 trifft zu	15,8	19,0
 teils/teils	34,4	29,5
 trifft nicht zu	15,4	15,1
 trifft ganz und gar nicht zu	11,3	8,7
 keine Angabe	2,6	1,0



Nicht mehr an die Öffnungszeiten ihrer Bank gebunden zu sein, ist für viele Befragte ein Grund dafür, ihre Bankgeschäfte via Internet abzuwickeln. Insgesamt 75 Prozent der Onliner geben an, dass Zeitmangel während der Öffnungszeiten zumindest teilweise der Grund für die Nutzung von Online-Banking ist. Dieser Wert ist im Vergleich zum Vorjahr nochmals um fünf Prozentpunkte gestiegen und unterstreicht die Wichtigkeit des Online-Bankings für insgesamt drei Viertel der Onliner. Das sind in etwa 34,7 Millionen Menschen in Deutschland.

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

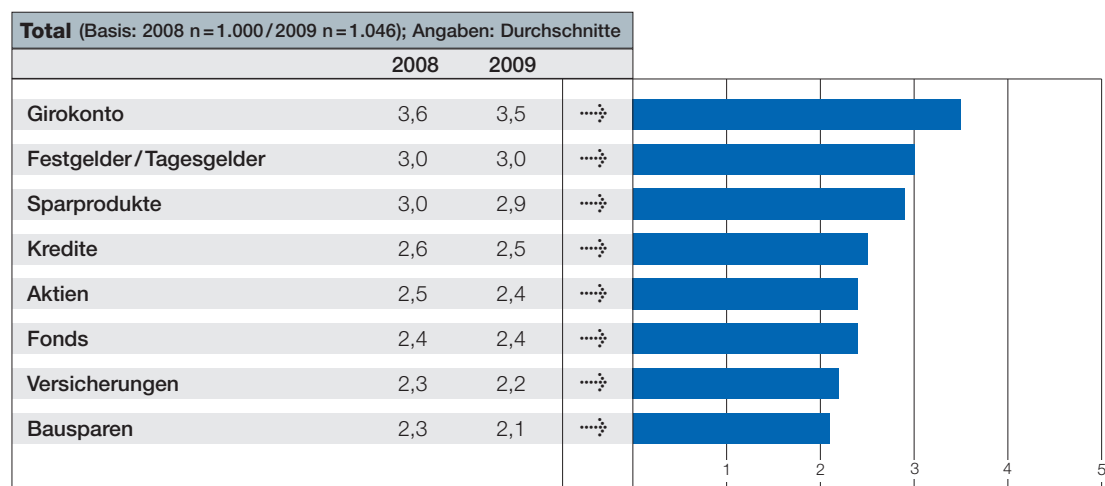
Frage: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zu: Ich nutze Online-Banking, weil ich während der Öffnungszeiten meiner Bank keine Zeit für Bankgeschäfte habe.
(Skala 1 = trifft ganz und gar nicht zu bis 5 = trifft voll und ganz zu)

Total (Basis: 2008 n=1.000/2009 n=1.046); Angaben: Durchschnitte			
	2008	2009	
Total	3,2	3,4	
Geschlecht			
Weiblich	3,2	3,4	
Männlich	3,2	3,4	
Alter			
18 bis 34 Jahre	3,4	3,7	
35 bis 54 Jahre	3,1	3,6	
≥ 55 Jahre	2,6	2,7	
Bildung			
geringe formale Bildung	3,1	3,3	
mittlere formale Bildung	3,1	3,4	
hohe formale Bildung	3,4	3,6	

Bei einer Betrachtung einzelner Kundensegmente bestätigt sich auch 2009, dass das Online-Banking für die jungen Befragten den höchsten Stellenwert einnimmt und sich die Bedeutung mit zunehmendem Alter schmälert. Im Vergleich zum Vorjahr nimmt die Bedeutung aber in allen Alterssegmenten zu. Das größte Wachstum erzielt die Gruppe zwischen 35 und 54 Jahren. Auch die Analyse nach der formalen Bildung bestätigt die Ergebnisse des Vorjahres auf höherem Niveau. Bei der Bildung sind die Effekte geringer als beim Alter. Die formal hoch Gebildeten – mit einem tendenziell höheren Transaktionsvolumen – nutzen auch eher aus Zeitmangel das Online-Banking verglichen mit den Befragten anderer Bildungsschichten. Es ergeben sich auch aktuell keine messbaren Einflüsse bezüglich des Geschlechts auf die Nutzung des Online-Bankings aus Zeitmangel. Sowohl für die männlichen Befragten als auch für die weiblichen Befragten ergibt sich ein Durchschnittswert von 3,4.

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)



Unverändert ist das Girokonto für die Onliner das mit Abstand wichtigste Online-Bankprodukt. Es folgen dann die „Bankklassiker“ Sparprodukte und Fest- / Tagesgelder.

Gemeinsam sind diesen Top-3 die hohe Bekanntheit unter den Bankkunden und die vergleichsweise geringe Komplexität der Produkte. Für Produkte mit höherem Beratungsbedarf sinkt die Notwendigkeit für einen Online-Abchluss. Es liegt nahe, dass die Onliner bei komplexeren Bankprodukten, wie z. B. Bausparen, Versicherungen und Aktien und Fonds, nach wie vor das Gespräch mit dem Bankberater präferieren. Da noch immer nur eine Minderheit der deutschen Bevölkerung Aktien und Fonds nutzt, die eigentlich für die Online-Transaktion prädestiniert sind, überrascht es nicht, dass der durchschnittliche Onliner es für weniger wichtig hält, diese Produkte direkt online erwerben zu können. Girokonto, Festgelder und Sparprodukte sollten hingegen online zur Verfügung stehen.

Ansprechpartner:

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

Judith Probst

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

Daniel Ott

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Initiative D21 e.V.
Telefon 030 / 526 87 22 55
daniel.ott@initiated21.de

Projektleitung und Redaktion:

Matthias Peterhans

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

Dr. Wolfgang Neubarth

TNS Infratest GmbH
Telefon 089 / 56 00-1658
wolfgang.neubarth@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

