Bitkom e.V. |

Bankgeschäfte finden zunehmend online statt

- **Inzwischen nutzen rund drei Viertel aller Bundesbürger Online-Banking**
- **Eine Mehrzahl greift beim Online-Banking zum Smartphone**
- **8 von 10 besuchen höchstens noch einmal im Monat eine Bankfiliale**

Berlin, 29. Oktober 2020 - Um den Kontostand zu prüfen oder eine Überweisung zu tätigen, geht nur noch eine Minderheit regelmäßig in eine Bankfiliale. Und digitale Finanzangebote stoßen auf breites Interesse, während gleichzeitig die Loyalität zur Hausbank schwindet. Das zeigt eine Befragung von 1.004 Personen in Deutschland ab 16 Jahren im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, die heute vorgestellt wurde. Demnach nutzen rund drei Viertel der Bundesbürger (73 Prozent) Online-Banking, das sind drei Prozentpunkte mehr als noch vor einem Jahr. 2014 nutzte gerade einmal erst jeder Zweite (53 Prozent) das Online-Angebot seiner Bank. Und aktuell können sich weitere 10 Prozent vorstellen, künftig Online-Banking zu nutzen. Ein Blick auf die Altersgruppen zeigt zudem, dass nur noch die Senioren ab 65 Jahre zurückhaltend bei Online-Finanzgeschäften sind. Während unter ihnen nur gut jeder Fünfte (22 Prozent) Online-Banking einsetzt, sind es bei den 16- bis 29-Jährigen (88 Prozent) und 50- bis 64-Jährigen (87 Prozent) jeweils 9 von 10. Unter den 30- bis 49-Jährigen nutzt sogar praktisch jeder (96 Prozent) Online-Banking. „Online-Banking ist in Deutschland nicht mehr die Ausnahme, sondern die Regel. Die meisten Menschen begegnen ihrer Bank deutlich öfter in der digitalen Welt als in einer Bankfiliale oder im persönlichen Kontakt“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Die Corona-Pandemie hat dazu geführt, dass die Digitalisierung in Deutschland einen weiteren Schub erhalten hat. Diese Entwicklung wird sich in den kommenden Monaten auch in der Finanzwelt noch verstärken.“

Drei Viertel der jüngeren Online-Banking-Nutzer setzen aufs Smartphone

Beim Online-Banking entwickelt sich das Smartphone inzwischen zum zweitwichtigsten Banking-Gerät. 58 Prozent der Online-Banking-Nutzer (2019: 52 Prozent) erledigen zumindest hin und wieder Bankgeschäfte mit dem Handy. Unter den 16- bis 29-Jährigen liegt der Anteil sogar bei 72 Prozent. Damit liegt das Smartphone aktuell noch hinter dem Laptop (82 Prozent), aber bereits vor Desktop-PC (53 Prozent) und Tablet Computer (50 Prozent). Die große Mehrheit nutzt Online-Banking vor allem für gängige Anwendungen wie den Kontostand zu überprüfen (97 Prozent), Überweisungen zu tätigen (93 Prozent) oder Daueraufträge zu verwalten (85 Prozent). Nur eine Minderheit nutzt dagegen Online-Banking für die persönliche Finanzberatung (36 Prozent), die Kreditbeantragung (24 Prozent) oder um eine einfache Einnahmen-/Ausgaben-Übersicht zu erhalten (23 Prozent). „Die Nutzung hängt oft auch vom Angebot ab. Eine persönliche Finanzberatung per Video über die Online-Banking-App ist heute eher noch die Ausnahme“, so Rohleder.

Online-Banking: Ängste schwinden, Zufriedenheit steigt

Wer Online-Banking nutzt, ist mit dem Angebot in aller Regel zufrieden. 94 Prozent geben an, keine Funktionen zu vermissen. 91 Prozent sind überzeugt, Online-Banking ist sicher. Und 82 Prozent sagen, ihr Online-Banking sei einfach zu bedienen, 80 Prozent halten das Angebot für übersichtlich. Rund zwei Dritteln (63 Prozent) macht Online-Banking sogar Spaß. Der Hauptgrund, auf Online-Banking zu verzichten, ist dagegen Gewohnheit. Das sagen 71 Prozent derjenigen, die Bankgeschäfte nicht online tätigen. 53 Prozent führen Loyalität zu ihrer Bank als Grund an, 50 Prozent wollen beim Banking Kontakt mit Menschen. Nur noch jeder Zweite (50 Prozent) lehnt Online-Banking aus Datenschutzgründen ab. Vor einem Jahr lag der Anteil mit 61 Prozent noch deutlich darüber, vor zwei Jahren waren es sogar 83 Prozent. Eine ähnliche Entwicklung gibt es bei der Angst vor Kriminellen, die 44 Prozent vom Online-Banking abhält (2019: 42 Prozent, 2018: 77 Prozent). Und 47 Prozent halten Online-Banking für zu kompliziert. „Sicher, einfach, übersichtlich – wer Online-Banking nutzt, hat daran praktisch nichts auszusetzen. Das sollte für alle, die aktuell noch

zögern, Anlass sein, Online-Banking einfach mal auszuprobieren“, so Rohleder.

Digitale Angebote und die Marke sind den Kunden wichtiger als Filialen

Bei der Auswahl ihrer Bank geht es den Kunden in erster Linie um Kosten und Sicherheit. Wie in der Vergangenheit dominieren bei den Aspekten, die als wichtig gelten, die Höhe der Kontoführungsgebühren (98 Prozent) und der Einlagensicherung (98 Prozent) sowie viele kostenfrei nutzbare Geldautomaten (97 Prozent). Für drei Viertel (75 Prozent) ist das Herkunftsland der Bank wichtig, für zwei Drittel (68 Prozent) der gebührenfreie Zugang zu Bargeld im Ausland. Dahinter folgen bereits digitale Angebote wie Online-Banking, Apps und Online-Beratung mit 67 Prozent praktisch gleichauf mit der persönlichen Beratung am Schalter (68 Prozent). Ebenfalls rund zwei Drittel (64 Prozent) achten auf die Marke, die damit erstmals wichtiger ist als viele Bankfilialen, die leicht zu erreichen sind (53 Prozent). Nur knapp dahinter liegt der Wunsch, Mobile-Payment-Angebote wie Apple Pay oder Google Pay nutzen zu können (47 Prozent). Schlusslicht sind Kundenbindungsprogramme mit Prämien (34 Prozent). Rohleder: „Niemand sollte das Tempo unterschätzen, mit dem die Digitalisierung das Kundenverhalten verändern kann. Mobile-Payment-Angebote, die erst seit wenigen Jahren auf dem Markt sind, spielen bereits jetzt für die Auswahl der Bank eine ähnlich große Rolle wie die Anzahl der Bankfilialen.“

Die schwindende Bedeutung der Filialen zeigt sich auch daran, dass nur 7 Prozent der Bürger mindestens einmal pro Woche in eine Bankfiliale gehen. Weitere 6 Prozent geben an, mehrmals im Monat eine Filiale zu besuchen. Aber 43 Prozent sind nur einmal im Monat dort, 41 Prozent sogar seltener als monatlich. Und unter den Online-Banking-Nutzern gehen 35 Prozent überhaupt nicht mehr in eine Filiale und nutzen ausschließlich die Online-Angebote, weitere 53 Prozent tun dies überwiegend. Nur 10 Prozent der Online-Banking-Nutzer gehen hauptsächlich doch noch in die Filiale. Mehr als jeder dritte Bundesbürger (38 Prozent) gibt an, dass ihm ohne Bankfiliale nichts fehlen würde. Unter den 16- bis 29-Jährigen stimmt dieser Aussage mit 51 Prozent sogar eine Mehrheit zu. Und fast die Hälfte aller Befragten (46 Prozent) meint, die Kosten für die Bankfilialen sollten nur diejenigen tragen, die sie auch nutzen.

Großes Potenzial für Wertpapiergeschäfte per Smartphone

Eine gute Ausgangsposition haben die Banken beim Wettbewerb rund um den Wertpapierhandel. Zwar gibt eine Mehrheit (57 Prozent) an, überhaupt keine Wertpapiergeschäfte zu tätigen, die übrigen nutzen aber überwiegend Angebote ihrer Hausbank. Jeder Fünfte (20 Prozent) spricht mit dem Berater in der Filiale, 14 Prozent nutzen das Online-Depot der eigenen Bank und 11 Prozent wickeln Aufträge telefonisch bei ihrer Bank ab. Nur 8 Prozent nutzen einen Online-Broker, der nicht zur eigenen Bank gehört, und 5 Prozent setzen auf zunehmend App-basierte Neo-Broker wie Trade Republic, Smart Broker oder Just Trade. Insgesamt üben diejenigen, die auf irgendeine dieser Arten Aktien oder andere Wertpapiere kaufen und verkaufen, auch Kritik an dem Angebot. So geben nur 47 Prozent an, dass die Gebühren übersichtlich sind. „Finanzexperten beklagen seit vielen Jahren, dass die Deutschen zu wenig auf Aktien und andere Wertpapiere setzen und so ein zu geringer Teil der Bevölkerung an der wirtschaftlichen Entwicklung teilhat“, sagte Rohleder. „Ein Grund dafür ist sicherlich auch, dass die Angebote zu kompliziert und womöglich auch zu teuer waren. Neue Online-Broker bringen eine bislang nicht gekannte Transparenz in den Markt und machen den Zugang extrem einfach und komfortabel. Die Chancen stehen gut, dass so auch mehr Menschen Zugang zu Anlagen in Aktien und anderen Wertpapieren finden.“

Aktuell scheiden sich an Neo-Brokern noch die Geister. So sagen zwei Drittel (69 Prozent), dass bei Aktien- und Wertpapiergeschäften ein Berater notwendig sei, um gute Entscheidungen zu treffen. Und 46 Prozent vermuten, dass Smartphone-Apps, die den Handel mit Aktien einfacher machen, zum unvorsichtigen Zocken verleiten. Allerdings sagen auch 40 Prozent, dass durch die einfache Benutzbarkeit solcher Apps mehr Menschen von der Wertentwicklung der Unternehmen profitieren könnten. Und jeder dritte Bundesbürger (32 Prozent) kann sich vorstellen, Geldanlagen in Wertpapieren und Aktien ausschließlich per Smartphone-App zu verwalten.

Auch Crowdinvesting oder Peer-to-Peer-Kredite sind keine Exoten mehr

Künftig könnten sich auch digitale Finanzangebote jenseits des klassischen Bankings weiter verbreiten. Fast zwei Drittel (62 Prozent) haben bereits Finanz-Apps für einen besseren Überblick

über die eigenen Einnahmen und Ausgaben genutzt oder können sich das vorstellen. Jeder Dritte (33 Prozent) hat Interesse an Crowdinvesting, jeder Fünfte (23 Prozent) an der Nutzung von Robo-Advisorn, bei denen Künstliche Intelligenz individuelle Anlageempfehlungen gibt oder sogar Anlageentscheidungen für den Kunden trifft. Ähnlich viele (22 Prozent) sind offen für die Nutzung von Online-Portalen zur Geldanlage bei ausländischen Banken, um von höheren Zinsen im Ausland zu profitieren. Und 16 Prozent zeigen sich offen für die Kreditaufnahme über Peer-to-Peer-Angebote, bei denen die benötigte Kreditsumme nicht von der Bank kommt, sondern von einer Vielzahl einzelner privater Kreditgeber. 8 Prozent können sich zudem vorstellen, auf diese Weise selbst Kredite zu vergeben und Zinsen zu erhalten. Rohleder: „Die Finanzwelt wird sich in den kommenden Jahren weiter rasant digitalisieren, vom Aktienhandel bis zum Bezahlen an der Supermarktkasse. Die etablierten Institute werden sich ganz neu erfinden müssen."

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverband Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.004 Personen in Deutschland ab 16 Jahren telefonisch befragt. Die Umfrage ist repräsentativ.

Kontakt

Andreas Streim
Pressesprecher
Telefon: +49 30 27576-112
E-Mail: a.streim@bitkom.org
Download Pressefoto

Alina Stephanie Bone-Winkel
Bereichsleiterin Digital Banking & Financial Services
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Bankgeschaefte-finden-zunehmend-online-statt***