

Internet-Kunden: männlich, jung und besser verdienend

Während andere Banken den Sicherheitsstandards der neuen Technik lange Zeit skeptisch gegenüber standen, bot die Sparda-Bank Hamburg Transactionbanking im Internet schon vergleichsweise frühzeitig an. Die Kundenstruktur, so zeigen es die ersten Auswertungen, ist mit der anderer Internetange-

bote vergleichbar. Den Neukundenanteil siedelt der Autor jedoch über dem Bundesdurchschnitt an. Darüber hinaus stellt er eine hohe Kreditlastigkeit bei den Sparda-Netbanking-Kunden fest. Stolze Anmerkung zur Ergebnisrechnung: Die Break-even-Schwelle wurde allerdings bereits nach dem ersten Jahr erreicht.

Von Heinz Wings ■ Am 30. Mai 1996 kündigte die Sparda-Bank Hamburg voll-elektronisch betriebenes, sicheres Transactionbanking im Internet an. Auf der CeBIT HOME 1996 erfolgte dann am 27. August 1996 der Startschuß für den Echtbetrieb innerhalb einer ausgewählten Benutzergruppe. Die Bank setzt eine hardwarebezogene Sicherheitslösung ein, und zwar den MeChip des Technologieentwicklers ESD aus Leipzig.

Am 31. Dezember 1997 – gut ein Jahr nach dem breiten Echteinsatz – hatte die Sparda-Bank Hamburg 3 291 Internetbanking-Kunden. Damit zog das Sparda-Netbanking – so nennt die Bank ihr Internetbanking-Angebot – erstmals mit dem Btx-Banking der Sparda-Bank gleich. In den 3 291 Internetkunden enthalten waren 868 (26,4 Prozent) Neukunden. Vor dem Hintergrund von gut 80 000 Girokonten insgesamt beträgt die PC-Banking-Quote bei der Sparda-Bank Hamburg damit etwa 8 Prozent (vergleichbarer Bundesdurchschnitt: knapp 4,4 Prozent).

Die bankeigenen Marketingaktivitäten hinsichtlich der Gewinnung von Internetbanking-Kunden zielten zunächst eher auf Personen, die bereits Kunden waren.

Von den durchschnittlich etwa 150 Kunden pro Monat entfielen daher anfangs nur etwa 25 Prozent auf Neukunden. Im Zeitablauf erhöhte sich jedoch der Neukundenanteil auf ein Drittel der neu hinzugekommenen Sparda-Netbanking-Kunden insgesamt.

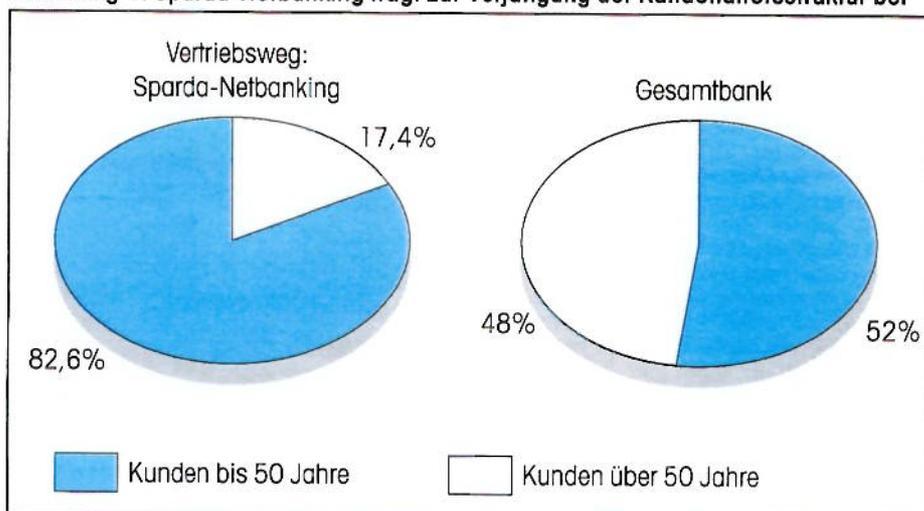
Mit durchschnittlich 50 Neukunden pro Monat liegt der Kundenzuwachs der elektronischen Filiale der Sparda-Bank Hamburg vom absoluten Niveau her fast doppelt so hoch wie der einer durchschnittlich

großen Filiale. Und dies, obwohl die Sparda-Bank Hamburg das Sparda-Netbanking nach außen nicht sonderlich beworben hat.

Übliche Kundenstruktur

Die Sparda-Netbanking-Kunden sind zu 82 Prozent männlich, und 82,6 Prozent sind unter 50 Jahre alt. Der Anteil der männlichen Teilnehmer ist mit 61,3 Prozent im Vergleich zur Gesamtbank noch

Abbildung 1: Sparda-Netbanking trägt zur Verjüngung der Kundenaltersstruktur bei





Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH
Theodor-Hauss-Allee 106, 60486 Frankfurt,
Postfach 11 11 51, 60046 Frankfurt,
Telefon 0 69/97 08 33-0,
Telefax 0 69/7 07 84 00,
eMail: Kreditwesen@t-online.de

Chefredaktion: Klaus-Friedrich Otto, Dr. Berthold Morschhäuser. **Redaktion:** Swantje Benkelberg, Martin Dünzendorfer, Roland Rischer, Frankfurt am Main.

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist oder war. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Verlagsleitung: Claus Wonneberger (Gesamtleitung)

Für Anzeigen verantwortlich:

Werner Scholz (Verlagsleiter Verkauf, Anzeigen, Kongresse); sämtl. Frankfurt am Main, Theodor-Hauss-Allee 106.
Zur Zeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 26 vom 1. 1. 1998.

Erscheinungsweise: Am 1. jeden Monats.

Bezugsbedingungen: Abonnementspreise inkl. MWST. und Versandkosten: jährlich DM 326,88, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/3jährlich DM 171,18, Ausland: jährlich DM 337,20. Preis des Einzelheftes DM 28,- (zuzügl. Porto).

Verbindungsbanner: mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich DM 662,16, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/3jährlich DM 346,08, Ausland: jährlich DM 681,36.

Studentenabonnent 35% Ermäßigung (nur auf Grundpreis).

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt.

Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter Tel.-Nr. 0 69/97 08 33-25, Frau Monteodorisio.

Beilage der Zeitschrift „cards Karten cartes“ jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November als Supplement.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

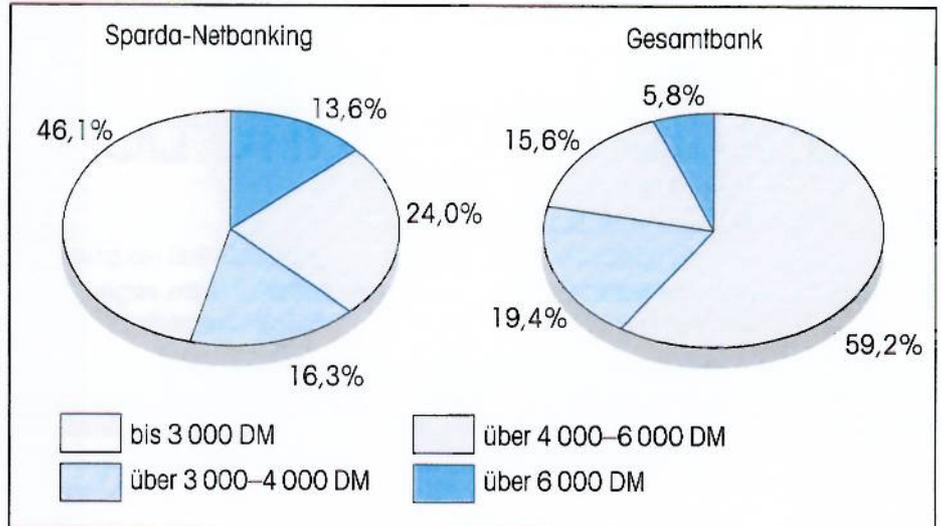
Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 604 82-609 (BLZ 500 100 60), Landesbank Hessen-Thüringen-Girozentrale 1 0555 001 (BLZ 500 500 00), Deutsche Bank AG 096/63 90 (BLZ 500 700 10), sämtliche in Frankfurt am Main.

Gesamtherstellung: Hassmueller KG Graphische Betriebe, Berner Straße 12, 60437 Frankfurt.

ISSN 1433-5204



Abbildung 2: Netto-Monatseinkommen – Sparda-Netbanking-Kunden im Vergleich zur Gesamtbank



sehr hoch, spiegelt aber tendenziell die heutige Nutzerstruktur im Internet wider. Mit Bezug auf die Altersstruktur trägt der neue Vertriebsweg zur Verjüngung bei (vergleiche Abbildung 1).

Bei den Sparda-Netbanking-Kunden handelt es sich zudem tendenziell um die Besserverdienenden: 37,6 Prozent (Gesamtbank: 21,4 Prozent) haben ein Haushalts-Nettoeinkommen von über 4 000 DM pro Monat (vergleiche Abbildung 2).

Die 3 291 Netbanking-Kunden der Sparda-Bank Hamburg unterhielten per 31. Dezember 1997 ein Aktiv-/Passivvolumen von insgesamt 125,4 Millionen DM. Davon entfielen 62,4 Prozent auf das Kreditgeschäft. Es ist somit eine starke Kreditlastigkeit. Bei 1 838 Kreditkonten belief sich die Summe des Aktivvolumens auf 78,2 Millionen DM. Damit valutierte das einzelne Konto im statistischen Durchschnitt mit 42 500 DM.

Break-even-Punkt erreicht

Auf 10 429 Einlagenkonten unterhielten die Sparda-Netbanking-Kunden Gelder in Höhe von 47,2 Millionen DM. Auf das einzelne Konto entfiel im Durchschnitt ein Betrag von rund 4 500 Mark. Neben dem

Girokonto führten die Sparda-Netbanking-Kunden noch zusätzlich durchschnittlich 2,7 Konten.

Die Investitions-Kosten für das Sparda-Netbanking beliefen sich auf insgesamt knapp 2 Millionen DM, also etwa auf den Betrag, der auch bei einer größeren Filial-Neugründung angefallen wäre. Die laufenden Kosten liegen jedoch auf einem Niveau, das lange nicht die entsprechenden Kosten einer Filiale erreicht.

Auf Basis von Wirtschaftlichkeitsrechnungen wurde der Break-even-Punkt bei etwa 3 000 Sparda-Netbanking-Kunden ermittelt. Die Gewinnschwelle konnte somit schon nach dem ersten Jahr des breiten Echteinsatzes der Sparda-Netbanking-Lösung erreicht werden.

Sprüche

Computer

„Elektronische Datenverarbeitungsanlage zur wirksamen Verzögerung von Buchhaltungs-, Abschluß- und Planungsarbeiten.“

Hakelmachers ABC