

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

„Onlinevertrieb von Bankdienstleistungen –
Eine kritische Analyse der Top fünf
österreichischen Banken“

Verfasser

Philipp Riedl

angestrebter akademischer Grad

Magister der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften
(Mag. rer. soc. oec.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt:
Studienrichtung lt. Studienblatt:
Betreuer/Betreuerin:

A 157
Diplomstudium Internationale Betriebswirtschaft
o.Univ.-Prof. Dr. Jörg Finsinger

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Abbildungsverzeichnis..... | 5 |
| Abkürzungsverzeichnis..... | 7 |
| 1. Einleitung..... | 8 |
| 1.1. Ausgangssituation und Problemstellung..... | 8 |
| 1.2. Ziel der Arbeit – Fragestellung..... | 9 |
| 2. Grundlagen und Begriffsbestimmung..... | 12 |
| 2.1. Der Begriff des Bankbetriebes..... | 12 |
| 2.2. Bankleistungen..... | 12 |
| 2.2.1. Primäre Bankleistungen - Kundengeschäfte..... | 12 |
| 2.2.2. Sekundäre Bankleistungen – Eigengeschäfte..... | 13 |
| 2.3. Legaldefinition - Bankgeschäft..... | 13 |
| 2.4. Electronic Commerce – elektronischer Geschäftsverkehr..... | 13 |
| 2.4.1. Marktteilnehmer des Electronic Commerce (E-Commerce)..... | 14 |
| 2.5. Electronic Banking..... | 14 |
| 2.6. Internet – Was ist das Internet?..... | 15 |
| 2.6.1. Internetnutzung in Österreich..... | 15 |
| 3. Marktbeschreibung..... | 17 |
| 3.1. Historische Entwicklung..... | 17 |
| 3.2. Kennzahlen..... | 17 |
| 3.3. Strukturierung des österreichischen Bankensektors..... | 20 |
| 3.3.1. Klassifizierung in Universal- und Spezialbanken..... | 21 |
| 3.3.2. Klassifizierung in Bankensektoren..... | 21 |
| 3.4. Die fünf größten Marktteilnehmer..... | 23 |
| 3.4.1. Erste Group Bank AG..... | 23 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 3.4.2. | UniCredit Bank Austria AG | 25 |
| 3.4.3. | Raiffeisen Zentralbank Österreich AG | 27 |
| 3.4.4. | Österreichische Volksbanken AG | 29 |
| 3.4.5. | BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft..... | 31 |
| 4. | Online Banking..... | 34 |
| 4.1. | Geschichte des Online Banking | 35 |
| 4.2. | Vor- und Nachteile des Onlinebanking | 35 |
| 4.2.1. | Vor- und Nachteile aus Sicht des Kunden: | 36 |
| 4.2.2. | Vor- und Nachteile aus Sicht der Bank: | 38 |
| 4.3. | Funktionsweise des Onlinebanking | 40 |
| 4.3.1. | Grundvoraussetzungen | 40 |
| 4.3.2. | Login..... | 41 |
| 4.3.3. | Finanzübersicht, Finanzstatus | 42 |
| 4.3.4. | Zahlungsverkehr | 45 |
| 4.3.5. | Wertpapiere (Vermittlungs- und Verwahrleistungen) | 48 |
| 4.4. | Onlineangebotene Produkte..... | 56 |
| 4.4.1. | Online KFZ-Leasing..... | 56 |
| 4.4.2. | Bausparen online..... | 58 |
| 4.4.3. | Online Sparprodukte..... | 58 |
| 4.4.4. | Online Finanzierung..... | 60 |
| 4.5. | Mobile Banking..... | 63 |
| 4.6. | Sicherheit im Online Banking | 66 |
| 5. | Österreichische Banken und Suchmaschinen..... | 71 |
| 5.1. | Bedeutung von Suchmaschinen im Internet..... | 71 |
| 5.2. | Österreichs Banken und Finanzdienstleister im Ranking Check | 71 |
| 5.2.1. | Tarifrechner und Online-Kalkulatoren | 72 |

| | |
|---|-----------|
| 5.2.2. Tarifrechner und Online-Kalkulatoren | 73 |
| 5.2.3. Banken-Ranking bei Google Suchmaschine | 73 |
| 6. Social Media – neue Medien..... | 79 |
| 7. Zusammenfassung und Fazit..... | 81 |
| 8. Literaturverzeichnis | 84 |
| Anhang 1: Abstract..... | 89 |
| Anhang 2: Lebenslauf | 90 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abbildung 1: Österreichs Top Banken gelistet nach Bilanzsumme | 10 |
| Abbildung 2: Haushalte mit Internetzugang in Österreich | 16 |
| Abbildung 3: Internetnutzerinnen oder Internetnutzer in Österreich | 16 |
| Abbildung 4: Anzahl der Kreditinstitute nach Sektoren und Bundesland | 18 |
| Abbildung 5: Dienstnehmer österreichischer Banken im In- und Ausland | 19 |
| Abbildung 6: Geldvermögen der privaten Haushalte 2010 | 20 |
| Abbildung 7: Der mehrstufige Bankensektor | 23 |
| Abbildung 8: Gruppenstruktur der Erste Groupe | 24 |
| Abbildung 9: Organisation Raiffeisen Bankengruppe | 28 |
| Abbildung 10 : Die Struktur des Volksbanken Verbundes | 31 |
| Abbildung 11: Entwicklung Internet-Banking 2001-2010 | 34 |
| Abbildung 12: Übersicht Anmeldeverfahren Onlinebanking | 41 |
| Abbildung 13: Finanzübersicht, Finanzstatus | 42 |
| Abbildung 14: Zahlungsverkehr | 45 |
| Abbildung 15: Wertpapiergeschäft | 49 |
| Abbildung 16: Depotübersicht Volksbank | 50 |
| Abbildung 17: Orderbuch Raiffeisen | 53 |
| Abbildung 18: Wertpapierkauf BAWAG P.S.K. | 54 |
| Abbildung 19: Depotumsatz Bank Austria | 55 |
| Abbildung 20: Online KFZ-Lesing | 56 |
| Abbildung 21: Online Leasingformular mit Leasingrechner Raiffeisen | 57 |
| Abbildung 22: Online Bausparen | 58 |
| Abbildung 23: Online Sparprodukte | 59 |
| Abbildung 24: Formular Online Sparen Erste Bank | 59 |
| Abbildung 25: Online Finanzierung | 61 |
| Abbildung 26: Online-Kredit Antrag Bank Austria | 63 |
| Abbildung 27: Bank Austria App für Android | 64 |
| Abbildung 28: Raika App für iPhone | 64 |
| Abbildung 29: Mobile Banking | 66 |
| Abbildung 30: Gründe für die Ablehnung von Online-Banking | 67 |
| Abbildung 31: Top 10 – Banken Finanzdienstleister bei google.at | 72 |
| Abbildung 32: Online-Tarifrechner | 73 |

| | |
|--|----|
| Abbildung 33: Online-Abschluss | 73 |
| Abbildung 34: österr. Banken und Finanzdienstleister unter den Top 10 bei Google | 74 |
| Abbildung 35: Google-Ranking zu Keywords Thema „Banken“ | 74 |
| Abbildung 36: Google-Ranking zu Keywords Thema „Sparen“ | 75 |
| Abbildung 37: Google-Ranking zu Keywords Thema „Veranlagen“ | 75 |
| Abbildung 38: Google-Ranking zu Keywords Thema „ethische Veranlagung“ | 76 |
| Abbildung 39: Google-Ranking zu Keywords Thema „Vorsorge“ | 76 |
| Abbildung 40: Google-Ranking zu Keywords Thema „Vorsorge“ | 77 |
| Abbildung 41: Google-Ranking zu Keywords Thema „Online-Banking“ | 77 |
| Abbildung 42: Google-Ranking zum Themenbereich „Service & Support“ | 78 |
| Abbildung 43: österreichische Großunternehmen in sozialen Medien | 79 |

Abkürzungsverzeichnis

| | |
|-------|--|
| BIC | Bank Identifier Code |
| BLZ | Bankleitzahl |
| BWG | Bankwesengesetz |
| bzw. | beziehungsweise |
| HTTPS | Hyper Text Transfer Protocol Secure |
| IBAN | International Bank Account Number |
| ISIN | International Securities Identifications Number |
| OECD | Organisation for Economic Co-operation and Development |
| PDF | Portable Document Format (transportables Dokumentenformat) |
| PIN | Persönliche Identifikationsnummer |
| SEPA | Single Euro Payments Area |
| udgl. | und dergleichen |
| www | World Wide Web |
| zB | Zum Beispiel |

1. Einleitung

1.1. Ausgangssituation und Problemstellung

Das Erledigen der täglichen Bankgeschäfte gehört für die meisten Menschen zum Alltag dazu. Vor einigen Jahren musste man sich für jede Überweisung und die Abfrage des Kontostandes in der Filiale seiner Hausbank einfinden; heute genügt es in vielen Fällen, sich über einen PC oder das Smartphone ins Internet einzuloggen um seinen Bankgeschäften nachzugehen. Alle gängigen Transaktionen (Kontostand abfragen, Überweisung durchführen, etc.) lassen sich mittlerweile bequem online erledigen. Dafür muss sich der Kunde nur von seiner Bank für das Online-Banking freischalten lassen. Doch das Angebot der Banken endet nicht beim Online-Banking bzw. der Kontoführung. Das Internet und somit auch der Onlinevertrieb unterliegen einer ständigen und sehr schnellen Weiterentwicklung, welche auch vor den Banken nicht anhält. Um am Markt bestehen zu können bzw. Marktanteile dazu zu gewinnen ist somit eine laufende Anpassung der (Online-)Angebote notwendig.

Wie sieht es mit der Online-Abschlussmöglichkeit bei der Vielzahl der weiteren Bankprodukte aus? Kann man zB einen Bausparvertrag online abschließen? Oder ist für den Abschluss des Bausparvertrages ein persönlicher Besuch in der Bankfiliale unumgänglich?

Die steigende Bedeutung des Onlinevertriebs spiegelt sich auch in folgenden Zahlen, erhoben von der Statistik Austria wider: im Jänner 2011 bedienten sich in Österreich 82,9 Prozent aller Unternehmen dem Medium der Homepage um Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren¹. Im Wirtschaftszweig Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen war die Durchdringung mit 97,6 Prozent sogar noch höher. Der Gesamtumsatz aller über E-Commerce in Österreich abgewickelten Verkäufe betrug im Jahr 2010 63,3 Milliarden Euro, was 13,6 Prozent der Gesamtleistung entspricht.²

Der Vertrieb von Bankgeschäften online stellt eine einfache Möglichkeit dar um eine Vielzahl von Kunden zu erreichen. Die immer größere Beliebtheit, Verbreitung und

¹ Vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_unternehmen_e-commerce/022199.html, Zugriff am 04.11.2011

² Vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_unternehmen_e-commerce/053932.html, Zugriff am 04.11.2011

auch Bereitschaft zur Nutzung des Internets für Geschäftsabschlüsse, bietet den Anbietern von Bankgeschäften neue Absatzwege und Chancen. Auf der anderen Seite etablieren sich auch neue Mitbewerber in Gestalt der sogenannten „Onlinebanken“, welche nur über das Internet, ohne eigenes Filialnetz, in den Markt drängen.

Aber das Internet ist kein rechtsfreier Raum und es gilt daher die gesetzlichen Rahmenbedingungen einzuhalten. Aus diesem Grund müssen die angebotenen Produkte so gestaltet werden, dass alle gesetzlichen Vorgaben erfüllt werden.

1.2. Ziel der Arbeit – Fragestellung

Diese Arbeit beschäftigt sich mit folgenden Fragestellungen:

Fragestellung: Welche Bankdienstleistungen sind derzeit online für Kunden der österreichischen Top5 Banken überhaupt verfügbar.

→ Das Ziel der Arbeit ist einen aktuellen Überblick über die online angebotenen Bankdienstleistungen zu geben um einen Eindruck zu gewinnen, welche Produkte der Privatkunde, unter welchen Voraussetzungen, online „kaufen“ kann. Geklärt soll die Frage werden ob der Onlinevertrieb von Banken einen ernstzunehmenden Vertriebskanal darstellt, bzw. ob das Onlineangebot der verschiedenen Bankprodukte lediglich Informations- bzw. Marketingzwecken dient.

Verglichen und bewertet werden die Onlineangebote für den Privatkundensektor, der Top fünf österreichischen Banken (nach Bilanzsumme). Die folgende Grafik zeigt die 10 größten österreichischen Banken gelistet nach Bilanzsumme.

| Rang | Bank | Bilanzsumme in Mrd. € | |
|------|--------------------------------|-----------------------|------------|
| | | 31.12.2010 | 31.12.2011 |
| 1 | Erste Group AG | 205,9 | 210,0 |
| 2 | Bank Austria AG | 193,0 | 199,2 |
| 3 | RZB Group AG | 136,5 | 150,1 |
| 4 | Österreichische Volksbanken AG | 46,6 | 41,1 |
| 5 | BAWAG P.S.K. AG | 38,6 | 41,1 |
| 6 | Hypo Group Alpe Adria (HGAA) | 38,7 | 35,1 |
| 7 | Oberbank AG | 16,8 | 17,5 |
| 8 | Hypo Landesbank Vorarlberg AG | 13,6 | 14,2 |
| 9 | Hypo Tirol Bank AG | 11,7 | 11,2 |
| 10 | Schoellerbank AG | 2,0 | 2,4 |

Abbildung 1: Österreichs Top Banken gelistet nach Bilanzsumme³

Die Ergebnisse werden der tatsächlichen Onlinenutzung – wenn bereits in zugänglichen Studien erhoben – gegenübergestellt.

Fragestellung: Wie stellt sich der Wettbewerb im Onlinesektor des Finanzdienstleistungsgeschäft (betrachtet werden die fünf größten Banken) dar? Welche Produkte bietet die Konkurrenz online an?

Fragestellung: Wo sind die Grenzen des Onlinevertriebs von Bankdienstleistungen zu sehen?

→ Wer hat überhaupt Zugang zu diesen Dienstleistungen, wer ist ausgeschlossen, sind alle Bankdienstleistungen online überhaupt anbiet-bar? Gibt es Aussagen zur zukünftigen Entwicklung der Internetnutzung und lässt sich daraus ein Potential in der Gruppe der Nichtnutzer ableiten? Welche Entwicklungsszenarien werden von der Forschung aufgezeigt

Fragestellung: Wie sichtbar sind die Banken im Internet? Sind sie für Kunden im Internet auch leicht auffindbar?

³ Vgl. Geschäfts- bzw. Konzernbericht 2011 der jeweiligen Bank

Die Recherche erfolgt an Hand verfügbarer Literatur und Studien, Fachartikel und Conference papers.

Nach Beantwortung der oben genannten Fragestellungen werden die festgestellten Ergebnisse abschließend zusammengefasst.

2. Grundlagen und Begriffsbestimmung

2.1. Der Begriff des Bankbetriebes

Die Literatur beschreibt Banken als Betriebswirtschaften, welche Kredite geben und nehmen, Geschäfte im Geld- und Kapitalverkehr tätigen sowie geldbezogene Dienstleistungen durchführen.⁴

Im Wirtschaftslexikon Gabler ist folgende Definition zu finden:

„Bankbetrieb, Kreditinstitut; Unternehmen, das als Geschäftsbank durch Verknüpfung der bankbetrieblichen Produktionsfaktoren geld- und kreditbezogene Dienstleistungen erstellt.“⁶

Zur genauen Erklärung folgt nun eine Begriffsbestimmung von Bankdienstleistungen:

2.2. Bankleistungen

„Bankleistungen sind alle von einem Bankbetrieb hervorgebrachten Ergebnisse einer Dienstleistungsproduktion sowohl in Form von absatzfähigen Dienstleistungen (Bankmarktleistungen oder primäre Bankleistungen) als auch in Form von Interbankleistungen (sekundäre Bankleistungen).“⁶

2.2.1. Primäre Bankleistungen - Kundengeschäfte

Folgende Dienstleistungen zählen zu den primären Bankleistungen:

- Kreditleistungen: Kontokorrentkredit, Allzweckdarlehen, Baufinanzierung/Hypothekendarlehen, Bürgschaften, Leasing von Investitionsgütern
- Anlageleistungen: Girokonto, Fest- und Termingelder, Wertpapiere, spekulative Börsengeschäfte
- Zahlungsverkehrsleistungen: Zahlungsverkehr über Girokonto oder Kontokorrentkonto, elektronische Geldmittelübertragung durch E-Commerce/Online-Banking
- Sonstige Bankmarktleistungen: Vermittlung staatlicher Förderung, Immobilienvermittlung, Vermittlung steuersparender Anlagen.

⁴ Eilenberger, G., *Bankbetriebswirtschaftslehre*, 1997, S. 9.

⁵ <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1390/bank-v7.html>, Zugriff am 01.12.2011.

⁶ Eilenberger, G., *Bankbetriebswirtschaftslehre*, 1997, S. 189.

2.2.2. Sekundäre Bankleistungen – Eigengeschäfte

Zu den sekundären Bankleistungen zählen zwei Bereiche:

- Interbankleistungen – Leistungen ausschließlich zwischen Banken
- Eigenleistungen

2.3. Legaldefinition - Bankgeschäft

Per Gesetz werden im § 1 des Bankwesengesetz (BWG) Kredit- und Finanzinstitute definiert welche Bankgeschäfte betreiben. Was unter Bankgeschäften zu verstehen ist, wird im Gesetzestext in einer Liste abschließend aufgezählt. Diese Liste umfasst u.a. die folgenden Geschäftsarten welche in dieser Arbeit behandelt werden:⁷

- **Z 1 – Einlagengeschäft**
Annahme fremder Gelder mit dem Versprechen der späteren Rückzahlung, unabhängig davon, ob Zinsen vergütet werden oder nicht.
- **Z 2 - Girogeschäft**
Durchführung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs
- **Z 3 - Kreditgeschäft**
Gewährung von Darlehen und von Akzeptkrediten
- **Z 5 - Depotgeschäft**
Verwahrung und Verwaltung von Wertpapieren für andere.
- **Z 7 - der Handel auf eigene oder fremde Rechnung**
mit ausländischen Zahlungsmitteln, Geldmarktinstrumenten, Finanz- und Zinsterminkontrakten, sowie Wertpapieren

Bankgeschäfte können persönlich, per Telefon und FAX aber auch elektronisch, über das Internet, abgewickelt werden. Diesen Prozess nennt man Electronic Commerce oder elektronischen Geschäftsverkehr.

2.4. Electronic Commerce – elektronischer Geschäftsverkehr

Der Begriff „Electronic Commerce“ beschreibt den Prozess einer elektronisch abgewickelten Markttransaktion oder des elektronischen Handels über Online-Medien (Internet).

⁷ Vgl. § 1 Bankwesengesetz

Das Betätigungsfeld des Electronic Commerce ist vielfältig. Es umfasst den elektronischen Handel mit Waren und Dienstleistungen, den Vertrieb von Waren digitalen Inhalts, den Onlinevertrieb von Finanzdienstleistungen sowie die Kommunikation zwischen Anbieter, Abnehmer und Behörden. Dh der Electronic Commerce endet nicht beim Vertrieb von physischen Waren sondern dient auch zum Handel mit Dienstleistungen wie zB Informations-, Finanz- und Rechtsdiensten.⁸

2.4.1. Marktteilnehmer des Electronic Commerce (E-Commerce)

Grundlegend können die Marktteilnehmer des Electronic Commerce wie folgt gliedert werden:

- Anbieter
- Mediatoren
- Banken
- Nachfrager

Diese Einteilung, welche sich in der Literatur durchgesetzt hat, weist die Banken explizit als Marktteilnehmer aus da ihnen im Electronic Commerce, wie auch im „realen“ Geschäftsverkehr eine Vielzahl von Funktionen zukommt.⁹ Sie bieten einerseits ihre eigenen Produkte wie zB Online Banking an und erfüllen andererseits sekundäre Leistungen bei der elektronischen Geschäftsabwicklung (zB Zahlungsverkehr).

Nicht nur Bücher, Kleidung, Software oder verschiedenste Dienstleistungen können über das Internet bestellt werden. Ein Teil des Electronic Commerce ist das Electronic Banking.

2.5. Electronic Banking

Electronic Banking ist der Oberbegriff für alle Bankgeschäfte welche mit Hilfe von elektronischen Kommunikations- und Datenverarbeitungssystemen durchgeführt werden.¹⁰ Electronic Banking umfasst somit Selbstbedienungs-Banking (Geldautomaten, Kontoauszugdrucker und Selbstbedienungsterminals), Telebanking (Abwicklung über Telefon oder FAX) und Onlinebanking. All diesen Vorgängen liegt

⁸ Vgl. Wagner, P.-O., *Finanzdienstleister im Electronic Commerce*, 1999, S. 56.

⁹ Vgl. Wagner, P.-O., *Finanzdienstleister im Electronic Commerce*, 1999, S. 60.

¹⁰ Vgl. Krumnov, J./Gramlich, L., *Gabler Bank Lexikon*, 12. Aufl., 2000, S. 434.

zu Grunde, dass sich der Kunde nicht am Standort der Leistungserstellung der Bank aufhält. Die Leistung wird auf elektronischem Weg zwischen Kunden und Bank übertragen. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird sich das Augenmerk auf den Bereich Onlinevertrieb und somit den Bereich des Online Bankings richten.

2.6. Internet – Was ist das Internet?

Laut Definition des Federal Networking Council wird das Internet wie folgt erklärt:

„Internet refers to the global information system that

- 1. is logically linked together by a globally unique address space based on the internet Protocol (IP) or its subsequent extensions/follow-ons;*
- 2. is able to support communications using the Transmission Control Protocol/Internet Protocol (TCPIP) suite or is subsequent extensions/follow-ons, and/or other IPcompatible protocols; and*
- 3. provides, uses or makes accessible, either publicly or privately, high-level services layered on the communications and related infrastructure described herein.”¹¹*

Vereinfacht ausgedrückt verbindet das Internet weltweit Computer und Computernetzwerke. Dadurch entsteht ein weltweites Netzwerk über welches Inhalte wie zB Informationen (WWW – World Wide Web), Daten, Nachrichten (E-Mail), Telefonie, Radio, Video und Fernsehen, etc. übertragen werden können.

2.6.1. Internetnutzung in Österreich

Die beiden folgenden Grafiken unterstreichen den Siegeszug des Mediums Internet.

Im Jahr 2011 besaßen bereits 75,4 Prozent aller Haushalte einen Internetzugang.

Die Anzahl der Internetnutzer im Alter von 16 bis 74 Jahren lag mit 78,7 Prozent noch etwas höher. Auffallend bei der Altersverteilung ist dass die Internetnutzung mit steigendem Alter stark abnimmt. So konnte in der Altersgruppe 16 bis 24 Jahre die höchste Nutzungsrate mit 98,1 Prozent gemessen werden, bei den 55 bis 74 Jährigen waren es jedoch nur mehr 30,3 Prozent. Daraus lässt sich direkt ableiten dass man mittels Online-Vertrieb derzeit maximal ein Drittel der österreichischen Bevölkerung dieser Altersschicht erreichen kann.

¹¹ http://www.nitrd.gov/fnc/Internet_res.html, Zugriff am 13.12.2011

Haushalte mit Internetzugang 2002 bis 2011

| Merkmale | Haushalte ¹⁾ mit Internetzugang | | | | | | | | | |
|--|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| | in % aller Haushalte | | | | | | | | | |
| Insgesamt | 33,5 | 37,4 | 44,6 | 46,7 | 52,3 | 59,6 | 68,9 | 69,8 | 72,9 | 75,4 |
| Haushaltstypen | | | | | | | | | | |
| 1 Erwachsener ²⁾ | 24,4 | 24,5 | 31,0 | 32,7 | 37,6 | 43,3 | 55,3 | 50,7 | 54,0 | 58,5 |
| 2 Erwachsene | 26,0 | 30,2 | 38,2 | 38,4 | 44,6 | 52,9 | 60,9 | 61,6 | 66,3 | 69,3 |
| 3 und mehr Erwachsene | 43,2 | 52,0 | 50,8 | 59,1 | 68,4 | 74,1 | 84,5 | 86,8 | 89,5 | 90,0 |
| 1 Erwachsener und Kind(er) ³⁾ | 33,1 | 32,4 | 51,0 | 49,4 | 48,1 | 63,3 | 72,4 | 83,7 | 84,3 | 90,4 |
| 2 Erwachsene und Kind(er) | 44,8 | 51,3 | 63,3 | 64,6 | 69,0 | 78,3 | 84,6 | 91,6 | 94,1 | 95,9 |
| 3 und mehr Erwachsene und Kind(er) | 46,8 | 55,1 | 61,5 | 66,2 | 71,0 | 77,9 | 86,7 | 94,1 | 96,4 | 97,4 |
| Anzahl der Haushaltsmitglieder | | | | | | | | | | |
| 1 Person | 24,4 | 24,5 | 31,0 | 32,7 | 37,6 | 43,3 | 55,3 | 50,7 | 54,0 | 58,5 |
| 2 Personen | 26,1 | 30,4 | 38,7 | 39,5 | 44,5 | 53,4 | 61,6 | 62,6 | 66,9 | 70,3 |
| 3 Personen | 41,2 | 46,3 | 52,9 | 60,7 | 66,1 | 74,2 | 82,2 | 85,9 | 89,5 | 90,3 |
| 4 Personen | 48,0 | 57,5 | 64,0 | 64,7 | 72,3 | 79,1 | 87,0 | 93,7 | 95,0 | 95,0 |
| 5 und mehr Personen | 45,1 | 52,0 | 59,3 | 62,0 | 68,9 | 76,7 | 86,1 | 92,8 | 95,8 | 98,2 |

Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebungen über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2011. Erstellt am: 18.10.2011.

Befragungszeitpunkte: Juni 2002, März 2003, Zweites Quartal 2004, Februar bis April 2005, Februar und März 2006 bis 2008, Februar bis April 2009, Mai und Juni 2010 und 2011. - 1) Nur Haushalte mit mindestens einem Haushaltsmitglied im Alter von 16 bis 74 Jahren. - 2) Person ab 16 Jahren. - 3) Person(en) mit 15 Jahren oder jünger.

Abbildung 2: Haushalte mit Internetzugang in Österreich¹²

Internetnutzerinnen oder Internetnutzer 2002 bis 2011

| Merkmale | Personen, die in den letzten drei Monaten das Internet genutzt haben | | | | | | | | | |
|--------------------------|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| | in % aller Personen | | | | | | | | | |
| Insgesamt | 36,6 | 41,0 | 51,9 | 55,0 | 61,1 | 66,9 | 71,2 | 71,6 | 74,2 | 78,7 |
| Alter | | | | | | | | | | |
| 16 bis 24 Jahre | 62,0 | 66,5 | 78,0 | 83,8 | 87,1 | 86,8 | 91,8 | 96,9 | 95,2 | 98,1 |
| 25 bis 34 Jahre | 48,7 | 58,7 | 73,1 | 75,7 | 79,3 | 82,9 | 88,5 | 89,4 | 91,8 | 95,2 |
| 35 bis 44 Jahre | 44,4 | 51,2 | 59,1 | 64,9 | 70,9 | 77,1 | 81,2 | 84,2 | 85,9 | 92,1 |
| 45 bis 54 Jahre | 32,3 | 36,1 | 47,3 | 51,7 | 60,5 | 68,7 | 73,2 | 71,4 | 76,8 | 82,3 |
| 55 bis 64 Jahre | 14,7 | 20,6 | 27,1 | 26,4 | 36,4 | 46,1 | 50,5 | 50,3 | 52,8 | 59,5 |
| 65 bis 74 Jahre | 3,3 | 4,3 | 8,8 | 8,5 | 14,4 | 22,5 | 25,5 | 21,4 | 28,2 | 30,3 |
| Geschlecht, Alter | | | | | | | | | | |
| Männer | 41,4 | 46,7 | 57,8 | 60,2 | 66,7 | 72,9 | 77,2 | 76,4 | 78,8 | 83,8 |
| 16 bis 24 Jahre | 61,4 | 66,7 | 80,7 | 84,8 | 86,8 | 87,5 | 91,6 | 96,9 | 94,1 | 98,0 |
| 25 bis 34 Jahre | 52,9 | 62,7 | 74,4 | 78,8 | 81,9 | 86,3 | 89,1 | 89,5 | 93,2 | 94,7 |
| 35 bis 44 Jahre | 49,8 | 56,0 | 65,7 | 68,3 | 76,2 | 81,4 | 86,6 | 86,5 | 88,1 | 95,0 |
| 45 bis 54 Jahre | 39,0 | 41,9 | 54,9 | 58,3 | 66,8 | 75,8 | 80,5 | 76,7 | 81,4 | 87,3 |
| 55 bis 74 Jahre | 14,7 | 19,0 | 26,8 | 26,2 | 35,4 | 45,4 | 50,3 | 47,5 | 51,5 | 57,8 |
| Frauen | 31,8 | 35,6 | 46,1 | 50,0 | 55,7 | 61,0 | 65,3 | 66,9 | 69,7 | 73,8 |
| 16 bis 24 Jahre | 62,5 | 66,3 | 75,2 | 82,8 | 87,4 | 86,2 | 92,1 | 96,8 | 96,4 | 98,2 |
| 25 bis 34 Jahre | 44,5 | 54,7 | 71,9 | 72,7 | 76,7 | 79,5 | 88,0 | 89,3 | 90,3 | 95,7 |
| 35 bis 44 Jahre | 38,9 | 46,2 | 52,3 | 61,3 | 65,5 | 72,7 | 75,8 | 82,0 | 83,7 | 89,2 |
| 45 bis 54 Jahre | 25,5 | 30,3 | 39,7 | 45,2 | 54,1 | 61,6 | 65,9 | 66,0 | 72,3 | 77,3 |
| 55 bis 74 Jahre | 5,8 | 7,4 | 13,5 | 12,4 | 19,2 | 26,9 | 29,2 | 27,8 | 32,4 | 36,1 |

Q: STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebungen über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2011. Erstellt am: 18.10.2011.

Befragungszeitpunkte: Juni 2002, März 2003, Zweites Quartal 2004, Februar bis April 2005, Februar und März 2006 bis 2008, Februar bis April 2009, Mai und Juni 2010 und 2011.

Abbildung 3: Internetnutzerinnen oder Internetnutzer in Österreich¹³

¹² Vgl. STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebungen über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2011. Erstellt am 18.10.2011

¹³ Vgl. STATISTIK AUSTRIA, Europäische Erhebungen über den IKT-Einsatz in Haushalten 2002 bis 2011. Erstellt am 18.10.2011

3. Marktbeschreibung

3.1. Historische Entwicklung

Mit Beginn des 18. Jahrhunderts wurden die ersten Kreditinstitute in Österreich gegründet. Im 19. Jahrhundert begann die Spezialisierung einzelner Kreditinstitute auf bestimmte Zielgruppen und die daraus folgende Etablierung der einzelnen Sektoren. Die sich ändernde Wettbewerbs- und Gesetzeslage, ab Mitte des 20. Jahrhunderts, förderte das Entstehen von Universalbanken. Diese Banken verbreiteten Ihre Angebote sektorenübergreifend, bis sie alle Geschäftsfelder des Geld- und Kreditgeschäftes abdeckten. In den Jahren ab 1990 führte die Marktentwicklung zur Fusionierung mehrere Großbanken sowie Sektoralinstitute und zur Expansion ins Ausland, allem voran in Zentral- und Osteuropa.¹⁴

3.2. Kennzahlen

Österreich besitzt mit 824 Kreditinstituten und 4.441 Zweigstelle eines der dichtesten Filialnetze Europas. Aus dieser hohen Bankstellendichte resultiert einerseits ein hohes Versorgungsniveau für den Kunden, auf der anderen Seite stehen die Banken in regem Wettbewerb.¹⁵

Die folgende Abbildung zeigt die Anzahl der Kreditinstitute im Jahr 2011 nach Sektoren und Bundesland sowie einen Vergleich zum Jahr 2010.

¹⁴

http://www.oenb.at/de/ueber_die_oenb/wirtschaft/das_handbuch_der_oenb/finanzwesen_und_banken/oesterreichs_kapitalmarkt/wie_hat_sich_oesterreichs_kapitalmarkt_entwickelt_.jsp#tcm:14-176372, Zugriff am: 30.05.2012

¹⁵ <http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=3.1.1>, Zugriff am 29.05.2012

¹⁵ <http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=3.1.2>, Zugriff am 29.05.2012

Anzahl der Kreditinstitute nach Sektoren

| | Aktienbanken und Bankiers | | Sparkassen-sektor | | Landes-Hypothekenbanken | | Raiffeisen-sektor | | Volksbanken-sektor | | Bauspar-kassen | | Sonderbanken | | § 9 BWG-Zweigstellen | | Insgesamt | |
|------------------------------------|---------------------------|-------|-------------------|-----|-------------------------|-----|-------------------|-------|--------------------|-----|----------------|----|--------------|----|----------------------|---|-----------|-------|
| | H | Z | H | Z | H | Z | H | Z | H | Z | H | Z | H | Z | F | Z | H | Z |
| Wien | 33 | 248 | 3 | 81 | 1 | 14 | 8 | 58 | 13 | 36 | 3 | 10 | 68 | 5 | 23 | 1 | 152 | 453 |
| Steiermark | 3 | 132 | 4 | 160 | 1 | 18 | 87 | 246 | 8 | 56 | 0 | 13 | 2 | 0 | 0 | 0 | 105 | 625 |
| Oberösterreich | 2 | 182 | 10 | 210 | 1 | 17 | 99 | 341 | 13 | 83 | 0 | 14 | 7 | 0 | 1 | 0 | 133 | 847 |
| Salzburg | 4 | 72 | 2 | 60 | 1 | 24 | 67 | 78 | 3 | 40 | 1 | 7 | 6 | 1 | 3 | 3 | 87 | 285 |
| Tirol | 2 | 85 | 8 | 120 | 1 | 19 | 83 | 168 | 4 | 45 | 0 | 7 | 1 | 0 | 1 | 0 | 100 | 444 |
| Kärnten | 1 | 84 | 2 | 49 | 2 | 13 | 56 | 119 | 7 | 33 | 0 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 | 68 | 304 |
| Vorarlberg | 0 | 43 | 5 | 49 | 1 | 21 | 25 | 72 | 1 | 21 | 0 | 5 | 0 | 0 | 1 | 1 | 33 | 212 |
| Burgenland | 1 | 46 | 0 | 22 | 1 | 12 | 33 | 118 | 1 | 11 | 0 | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 36 | 217 |
| Niederösterreich | 0 | 147 | 17 | 238 | 2 | 21 | 72 | 480 | 17 | 146 | 0 | 17 | 1 | 5 | 1 | 0 | 110 | 1.054 |
| Österreich 2011 | 46 | 1.039 | 51 | 989 | 11 | 159 | 530 | 1.680 | 67 | 471 | 4 | 87 | 85 | 11 | 30 | 5 | 824 | 4.441 |
| H und Z 2011 | 1.085 | | 1.040 | | 170 | | 2.210 | | 538 | | 91 | | 96 | | 35 | | 5.265 | |
| Österreich 2010 | 47 | 758 | 54 | 990 | 11 | 162 | 539 | 1.679 | 67 | 479 | 4 | 90 | 91 | 11 | 30 | 6 | 843 | 4.175 |
| H und Z 2010 | 805 | | 1.044 | | 173 | | 2.218 | | 546 | | 94 | | 102 | | 36 | | 5.018 | |
| Veränderung Dez. 10 bis Dez. 11 | +280 | | -1 | | -3 | | -8 | | -8 | | -3 | | -6 | | -1 | | +247 | |

Quelle: OeNB.

Anmerkung: Zeitreihenbrüche in allen Sektoren aufgrund von Umreihungen ab Berichtstermin Juni 2004 möglich (eigener Hauptsektor Zweigstellen gemäß § 9 BWG).
H = Hauptanstalt, Z = Zweigstelle, F = Filiale.

Abbildung 4: Anzahl der Kreditinstitute nach Sektoren und Bundesland¹⁶

Die Bilanzsumme der in Österreich meldepflichtigen Kreditinstitute betrug im Jahr 2011 1.014,28 Milliarden Euro. Die Top-Ten-Banken erreichten Ende Dezember 2011 einen Marktanteil von 50,8 Prozent (Steigerung um +0,8 Prozent zu 2010).¹⁷

Etwa 3,5 Prozent des österreichischen Bruttoinlandsproduktes (BIP) werden durch die österreichischen Banken erwirtschaftet. Mit seinem Universalbankenmodell und der hohen regionalen Präsenz gehört Österreich in der OECD zu den Ländern mit der höchsten Bankendichte (gemessen an der Bevölkerung mit Ausnahme von Luxemburg). Rund 9.100 Einwohner kamen 2003 auf eine Hauptanstalt.¹⁸

Weiteres weisen die österreichischen Banken mit ihren Tochterbanken in 19 verschiedenen mittel- und osteuropäischen Ländern einen hohen Internationalisierungsgrad auf.¹⁹

¹⁶ Vgl. Österreichische Nationalbank, *Bankstatistisches Jahrbuch 2011, 2012*, S. 37.

¹⁷ Vgl. Österreichische Nationalbank, *Bankstatistisches Jahrbuch 2011, 2012*, S. 16.

¹⁸ Vgl. Streissler, A., *Factsheets - Bedeutung der Banken für die österreichische Volkswirtschaft*, 2010, S.18.

¹⁹ Vgl. Streissler, A., *Factsheets - Bedeutung der Banken für die österreichische Volkswirtschaft*, 2010, S.12.

Im Jahr 2011 beschäftigte das österreichische Bankwesen rund 79.700 Dienstnehmer in einem Angestelltenverhältnis (inkl. Lehrlinge, Teilzeitarbeitnehmern, Karenzierte und Präsenzdienner, ohne Arbeiter)²⁰. Somit sind in etwa 2,5 Prozent aller unselbständig Erwerbstätigen in Österreich im Bankensektor tätig. Mit diesem sehr hohen Beschäftigungsanteil zählt Österreich gemeinsam mit Dänemark und Deutschland zu den Spitzenreitern. Die unten stehende Abbildung zeigt den Beschäftigungsstand der Banken im In- und Ausland im Verlauf der Jahre 2003 bis 2011.

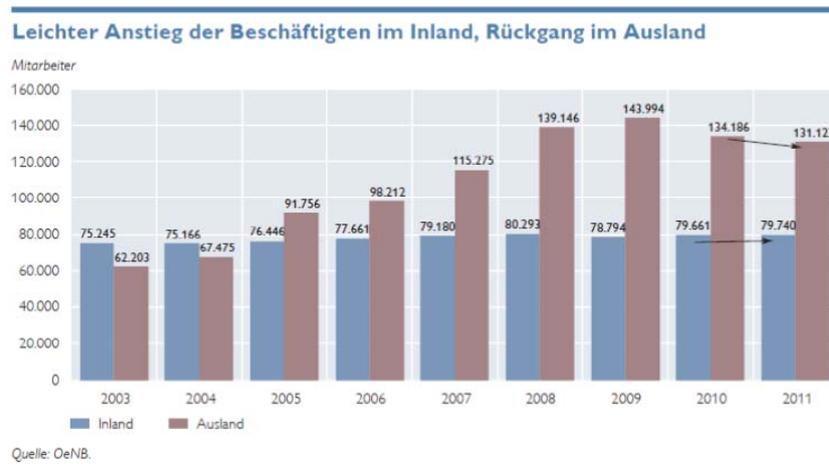


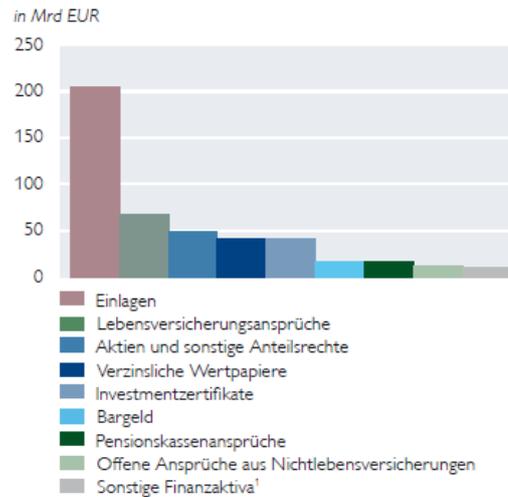
Abbildung 5: Dienstnehmer österreichischer Banken im In- und Ausland²¹

Österreichische Privathaushalte besaßen Ende 2010 ein Geldvermögen von rund 460,8 Milliarden Euro (Bargeld, Einlagen, Wertpapiere, Aktien und sonstige Beteiligungen, Investmentzertifikate, Ansprüche gegenüber Versicherungen, Pensionskassen sowie finanzielle Aktiva aber kein Liegenschaftsbesitz). Die beliebteste Anlageform ist, obwohl rückläufig, mit 45 Prozent immer noch das Spargbuch (oder vergleichbare Sparformen zB Online Sparen), gefolgt von Lebensversicherungen und handelbaren Wertpapieren. Abbildung 6 stellt die Aufteilung des Geldvermögens der österreichischen Haushalte grafisch dar.

²⁰ <http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=3.26>, Zugriff am 29.05.2012

²¹ Vgl. Österreichische Nationalbank, *Bankstatistisches Jahrbuch 2011, 2012*, S. 38.

Geldvermögen der privaten Haushalte zum Jahresultimo 2010



Quelle: OeNB.

¹ Im Wesentlichen ATS-Bargeld, sonstige Forderungen gegenüber Banken, Versicherungen und Staat sowie Ansprüche gegen Betriebliche Vorsorgekassen.

Abbildung 6: Geldvermögen der privaten Haushalte 2010²²

Beim bargeldlosen Bezahlen belegt Österreich ebenfalls einen Spitzenplatz. Im März 2012 gab es 8.148.000 ausgegebene Bankomatkarten und insgesamt 7.723 Geldausgabeautomaten (1.539 Bankomaten und 6.184 Foyer-Bankomaten). Der durchschnittliche Bezug betrug 128 Euro pro Abhebung. Im Jahr 2011 wurden insgesamt rund 295 Milliarden Euro mit Bankomatkarte bezahlt.²³

Im Gegensatz zur Bankomatkarte erfreut sich die Kreditkarte nicht so großer Beliebtheit. Rund ein Viertel der Österreicher besitzen eine Kreditkarte. Im Jahr 2011 belief sich das Transaktionsvolumen bei Kredit-/Chargefunktion (bezahlte Beträge) auf 8,6 Milliarden Euro und die mittels Bargeldfunktion behobenen Beträge lediglich auf knapp eine halbe Milliarde Euro.²⁴

3.3. Strukturierung des österreichischen Bankensektors²⁵

Die Einteilung des Bankensektors erfolgt nach zwei unterschiedlichen Gesichtspunkten. Ein Unterscheidungskriterium besteht darin die Banken

²² Vgl. <http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=5.2.2>, Zugriff am 09.06.2012

²³ Vgl. <http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=5.4.1>, Zugriff am 09.06.2012

²⁴ Vgl. <http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=5.4.2>, Zugriff am 09.06.2012

²⁵ Vgl. http://www.oenb.at/de/ueber_die_oenb/wirtschaft/das_handbuch_der_oenb/finanzwesen_und_banken/unterschiede_von_kreditinstituten/worin_unterscheiden_sich_die_verschiedenen_kreditinstitute.jsp#tcm:14-176370, Zugriff am 30.05.2012

entsprechend ihrer Leistungspalette bzw. Tätigkeit in Universalbanken und Spezialbanken zu unterteilen. Die zweite Klassifizierung teilt die Banken in Sektoren ein.

3.3.1. Klassifizierung in Universal- und Spezialbanken

Bei dieser Art der Einteilung wird die Angebotspalette der Banken verglichen:

Universalbanken

Die Universalbanken bieten das gesamte Spektrum der gängigen Bankgeschäfte (zB Kontoführung, Kreditvergabe, Wertpapiergeschäfte, etc.) an. Die Mehrheit der österreichischen Institute, so auch die fünf in dieser Arbeit behandelten Banken, zählen zu dieser Gruppe.

Spezialbanken

Spezialbanken fokussieren ihren Geschäftsbetrieb auf gewisse Bereiche. Einige Beispiele sind:

- Bausparkassen
- Mitarbeitervorsorgekassen
- Kapitalanlagegesellschaften
- Kreditkartengesellschaften
- Österreichische Kontrollbank
- Factoring-Banken

Der vorwiegende österreichische Bankentyp ist eine Universalbank. Die Kundenorientierung steht gegenüber der Spezialisierung auf einzelne Finanzdienstleistungen im Vordergrund.

3.3.2. Klassifizierung in Bankensektoren

Die Einteilung der Bankinstitute in Sektoren erfolgt in den ein- bzw. zweistufigen Sektor.

3.3.2.1. Einstufiger Sektor

In den einstufigen Sektor fallen die Aktienbanken, die Landes-Hypothekenbanken, Bausparkassen, Sonderbanken und Zweigstellen nach § 9 BWG.

Aktienbanken und Bankiers

Aktienbanken beschäftigen sich mit der Finanzierung von Großprojekten in den Bereichen Industrie und Handel sowie der Finanzierung von Exportgeschäfte der österreichischen Wirtschaft.

Hypothekenbanken

Die Ausgabe von Pfand- und Kommunalbriefen sowie die Gewährung von Hypothekar- sowie Kommunaldarlehen ist das Geschäftsfeld der Hypothekenbanken.

Bausparkassen

Das Hauptgeschäft der Bausparkassen besteht in der Entgegennahme und Veranlagung Bauspareinlagen zum Zweck der Vergabe von Bauspardarlehen zum Erwerb von für wohnungswirtschaftliche Maßnahmen (zB Baugrundstücke, Eigentumswohnung, Wohnraumsanierung, etc.) sowie für Bildungs- und Pflegemaßnahmen.

Sonderbanken

Dieser Kategorie sind dieselben Institutionen wie der Kategorie „Spezialbanken“ zuzuordnen.

§ 9 BWG-Zweigstellen

Unter diesen Punkt fallen ausländische Zweigstellen, von in Österreich tätigen Kreditinstituten aus anderen EU-Ländern, welche im Rahmen der Niederlassungsfreiheit gegründet wurden.

3.3.2.2. Der mehrstufige Bankensektor

Zu diesem zweiten Sektor werden Banken mit einem zwei- oder dreistufigen Aufbau gezählt an deren Spitze ein Zentralinstitut steht. Dieses Zentralinstitut übernimmt für die untergeordneten Institute Koordinierungs- und Ausgleichsfunktionen.²⁶

Die folgende Abbildung zeigt die Zusammensetzung des mehrstufigen Bankensektors:

| | Aufbau | Spitzeninstitut |
|-------------------------|---|---|
| Sparkassen | Zweistufig | Erste Group Bank AG |
| Volksbanken | Zweistufig | Österreichische Volksbanken AG |
| Raiffeisenbanken | Dreistufig Banken-Landesbanken- Spitzeninstitut | Raiffeisen Zentralbank Österreich AG |

Abbildung 7: Der mehrstufige Bankensektor

3.4. Die fünf größten Marktteilnehmer

Nachfolgend wird ein Überblick über die fünf behandelten Institute sowie ihre Online Banking Entwicklung, soweit nachvollziehbar, gegeben:

3.4.1. Erste Group Bank AG

Gegründet wurde die Erste Bank Österreich 1819 als erste österreichische Sparkasse. Sie ist eine 100Prozentige Tochter der Erste Group, beschäftigt mehr als 50.000 Mitarbeiter, betreibt rund 3.200 Filialen in 8 Ländern (Kroatien, Österreich, Rumänien, Serbien, Slowakei, Tschechische, Republik, Ungarn und Ukraine) und betreut rund 17 Millionen Kunden. Die Geschäftsausrichtung kann als zu den Universalbanken gerechnet werden. Es werden Dienstleistungen für Privatpersonen (zB Veranlagungs- und Sparformen, Konsum- und Wohnbaufinanzierung, Privatkonten, Karten für bargeldloses Bezahlen, Finanzmarktprodukte, Privat Banking und Online-Banking-Leistungen), für Klein- und Mittelbetriebe sowie Großunternehmen und Gemeinden, öffentlicher und Non-Profit-Sektor angeboten. In Österreich betreibt die Erste Bank und Sparkassen mehr als 1.000 Filialen und 182

²⁶ Vgl. http://www.oenb.at/de/ueber_die_oenb/wirtschaft/das_handbuch_der_oenb/finanzwesen_und_banken/unterschiede_von_kreditinstituten/worin_unterscheiden_sich_die_verschiedenen_kreditinstitute.jsp#tcm:14-176370, Zugriff am 30.05.2012

„OMV“ Bankstellen (OMV-Tankstellen mit Erste Bank-Automaten), beschäftigt mehr als 14.000 Mitarbeiter und hat rund 3,2 Millionen Kunden.²⁷ Das Organigramm gibt Aufschluss über die Organisationsstruktur:

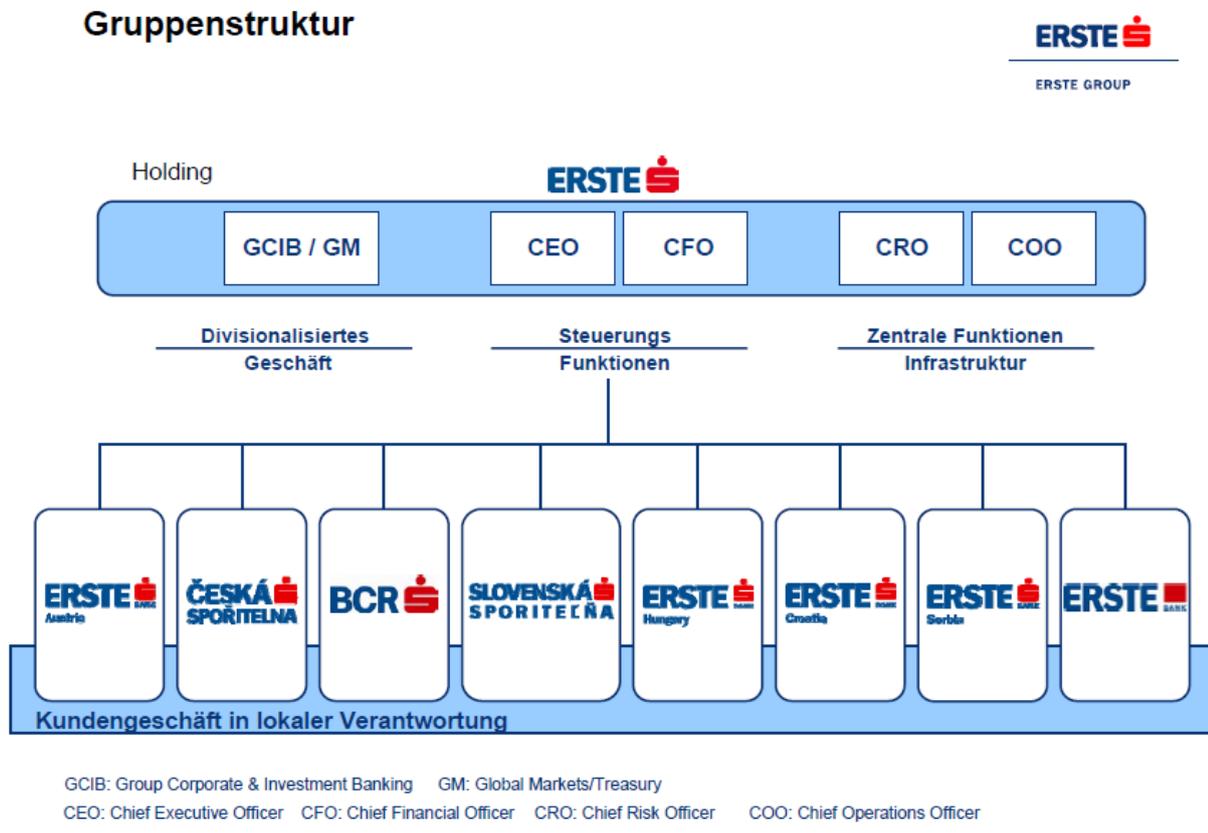


Abbildung 8: Gruppenstruktur der Erste Gruppe²⁸

Online-Banking

Die Erste Bank erkannte frühzeitig das Potential des Online Banking anhand stark ansteigender Zahlen der Internet-User, die sich zu einer neuen Kundengruppe herauskristallisierte. Online Banking wurde deswegen zu einem vollwertigen Vertriebskanal ausgebaut. Seit 1996 können internetaffine Kunden ihre Bankgeschäfte online abwickeln. Sie tätigen Überweisungen, verwalten Daueraufträge und Wertpapiere und sind somit nicht mehr an die Banköffnungszeiten gebunden. Eine Kundenumfrage im Jahr 2004 ergab eine hohe Kundenzufriedenheit mit dieser neuen Möglichkeit Bankgeschäfte selbständig online erledigen zu können. Bei ihrer Umfrage stellte die Erste Bank fest, dass die Kunden

²⁷ Vgl. Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG, *Fact Sheet*, 2012

²⁸ Vgl. <http://www.erstegroup.com/de/Ueber-uns/ErsteGroup/Gruppenstruktur>, Zugriff am 01.08.2012

die Möglichkeit Kontakt mit dem Berater aufzunehmen, Produkte online abzuschließen und genaue Informationen über Produkte und Dienstleistungen online zu finden besonders schätzen. Darauf reagierte die Bank und baute ihr Online-Services weiter aus. Nach und nach wurde das Angebot um Leistungen wie Abschluss eines Online-Sparkontos, Abschluss von Bausparverträgen, Einsicht von verbuchten und nichtverbuchten Kreditkartenumsätzen und Einsicht in Leasingverträge der sAutoversicherung um nur einige Beispiele zu nennen. Für Notfälle wurde eine Online-Kartensperre bei Verlust oder Diebstahl neben der herkömmlichen telefonischen Kartensperre angeboten.²⁹ Die letzte Innovation war die Einführung von speziell für Mobiltelefone und Smartphones entwickelte Applikationen, der sogenannten „Banken-Apps“, im Juni 2011 für iPhones im iTunes-Store³⁰, im Dezember 2011 im Google Marketplace und im April 2012 im Android-Store so dass mittlerweile alle führenden Smartphonemodelle für mobile Banking genutzt werden können.³¹

3.4.2. UniCredit Bank Austria AG

Die Gründung der heutigen Bank Austria erfolgt 1855 unter dem Namen „k.k. privilegierte Oesterreichische Credit-Anstalt für Handel und Gewerbe“ und stellt somit eine der traditionsreichsten Banken Österreichs dar. 1997 übernahm die Bank Austria die Creditanstalt – die damals zweitgrößte Bank Österreichs. Seit 2005 ist die Bank Austria ein Mitglied der UniCredit, welche eine der größten europäischen Bankengruppen ist. In Österreich war die Bank Austria Ende 2011 die kapitalstärkste österreichische Großbank mit einer harten Kernkapitalquote von 10,55Prozent und einer Gesamtkapitalquote von 12,7Prozent. In der jüngsten Geschichte während der zeichnete sich die Bank Austria als einzige Bank Österreichs aus, die keine staatliche Kapitalhilfe in Anspruch nehmen musste.

In Österreich ist die Bank Austria mit 290 Geschäftsstellen und 7.700 Mitarbeitern vertreten und stellt die Drehscheibe der UniCredit für die Region Zentral- und

²⁹ Vgl. <http://www.erstegroup.com/de/Presse/Presseaussendungen/Archiv>, Zugriff am 18.07.2012

³⁰ Vgl. <http://www.erstegroup.com/de/Presse/Presseaussendungen/Archiv/2011/02.12.2011-Erste-Bank-und-Sparkassen-bauen-Smartphone-Banking-aus>, Zugriff am 18.07.2012

³¹ Vgl. <http://www.erstegroup.com/de/Presse/Presseaussendungen/Archiv/2012/20.04.2012>, Zugriff am 18.07.2012

Osteuropa dar. In diesem Markt ist die Bankengruppe in 19 Ländern vertreten und Marktführer mit 3.900 Filialen. Die UniCredit ist ein internationales Finanzinstitut mit insgesamt 9.500 Geschäftsstellen und 160.000 Mitarbeitern. Die Bankengruppe ist in folgenden CEE Ländern vertreten: Aserbaidschan, Bosnien-Herzegowina, Bulgarien, Estland, Kasachstan, Kirgisistan, Kroatien, Lettland, Litauen, Polen, Rumänien, Russland, Serbien, Slowakei, Slowenien, Tschechische, Türkei, Ukraine und Ungarn.³²

Online-Banking (Smart Banking)

Bereits im Jahr 2007 untersuchte die Bank Austria den Wissenstand und das Vertrauen ihrer Kunden zum Thema Internet Banking. Das Ergebnis zeigte, dass Bank Austria Kunden im Vergleich zur österreichischen Bevölkerung das Internet regelmäßiger nutzen und Internet-affiner sind. Diese Kundengruppe stieg 2007 durchschnittlich neun Mal pro Monat in ihr elektronisches Bankkonto ein um Standard-Transaktionen durchzuführen und den Kontostand zu überprüfen. Sie war sich der Risiken des Internets auch mehr bewusst als ihre Landsleute und trug mehr zur Sicherheit des PCs bei (zB Virenschutz, Firewall).³³

Das Potenzial des Internet Bankings wurde von der Bank Austria früh erkannt und führte im Jahr 2011 zum Launch eines neuen innovativen Serviceangebots zur online und mobilen (mittels Smartphone) Abwicklung von Bankgeschäften für Bank Austria Kunden: das SmartBanking. Zusätzlich stehen persönliche Betreuer per OnlineBanking, Telefon, Post und Fax in den Zeiten 8 bis 18 Uhr zur Verfügung – unabhängig davon wo sich der Kunde befindet. Die Betreuungszeiten sind länger als die in den Bankfilialen und die Hotline für Basisdienstleistungen ist für Smartphone Nutzer sogar rund um die Uhr, sieben Tage pro Woche, verfügbar.

Die Bank Austria sieht die Zukunft des Bankgeschäftes in einem rund um die Uhr Service kombiniert mit persönlicher Beratung und weiß, dass viele ihrer Kunden normalerweise gar keine Bankfilialen mehr aufsuchen. Für diese neue Kundengeneration, die eine rasche online Abwicklung ihrer Bankgeschäfte bevorzugt, wurde die neue SmartBanking Lösung implementiert. Die Kommunikation zum individuellen Kundenbetreuer kann elektronisch mittels eigener Microsite (ein Fenster welches am Rechner des Anwenders angezeigt wird und in dem Video-

³² Vgl. <http://www.bankaustria.at/de/Unternehmensportrait.html>, Zugriff am 19.07.2012

³³ Vgl. <http://www.bankaustria.at/de/18802.html>, Zugriff am 19.07.2012

und/oder schriftliche Kommunikation/Chat möglich ist) im Online-Banking erfolgen. Der Unterschied zu einem e-Mail Verkehr ist die hundertprozentige sichere IT-Umgebung, die durch Benutzername und Passwort erfolgt und so eine Fremdnutzung verhindern soll.

SmartBanking soll die klassische Betreuung und das Service in den Filialen nicht ersetzen sondern nur ergänzen – es stellt ein zusätzliches Angebot für eine neue Kundengeneration dar, die ihre Bankgeschäfte gerne mobil und unabhängig von Zeit und Ort erledigt. Noch einfacher gelingt SmartBanking mit der Bank Austria App, die für iPhones und Android Handys kostenlos zur Verfügung steht.³⁴

3.4.3. Raiffeisen Zentralbank Österreich AG

Die 1927 gegründete Raiffeisen Zentralbank Österreich AG (RZB) ist das Spitzen- und Zentralinstitut der österreichischen Raiffeisen Banken Gruppe (RBG). Die RBG beschäftigt in Österreich insgesamt 23.000 Mitarbeiter in mehr als 2.000 selbständigen Banken und deren Filialen. Damit verfügt die RBG über das dichteste Bankstellennetz Österreichs.

Die folgende Grafik zeigt den dreistufigen Aufbau der RBG. Diese besteht aus den 535 lokalen Raiffeisenbanken, den Raiffeisen-Landeszentralen auf Bundesländerebene und der RZB.

³⁴ Vgl. <http://www.bankaustria.at/de/29267.html>, Zugriff am 19.07.2012



Abbildung 9: Organisation Raiffeisen Bankengruppe³⁵

Die Raiffeisenbanken sind als private, genossenschaftliche Kreditinstitute ausgestaltet. In ihrem Bundesland sind sie jeweils Eigentümer der Raiffeisen-Landeszentrale.

Die RBG startete Ihren Internetauftritt 1995 mit der ersten Raiffeisen-Homepage. Diese bot dem Besucher Finanzinformationen und interaktive Berechnungsprogramme. Mit der Einführung von „Saldo-Web“ Ende 1996 wurde der Grundstein zum Online-Banking gelegt indem dem Nutzer eine Kontostandsabfragemöglichkeit geboten wurde. Im Jänner 1998 ging die Bankingplattform ELBA-Internet online und wird seit diesem Zeitpunkt regelmäßig um neue Anwendungen erweitert. Der Onlinevertrieb und die Pflege der Kundebeziehung ist Teil der Kernstrategie der RGB. Im Jahr 2000 wurde aus diesem Grund die e-force GmbH als eigenes Internet-Kompetenzzentrum gegründet. Im Jahr 2009 hatte Raiffeisen mit mehr als einer Million Online-Banking Kunden einen Marktanteil von 41 Prozent und damit die Online-Banking Marktführerschaft in

³⁵ Vgl. http://www.rzb.at/eBusiness/rzb_template2/677043205476211500-677043205476211501_679789700419741890_679797031123616369-679797031123616369-NA-9-DE.html, Zugriff am 17.07.2012

Österreich. Täglich werden auf Raiffeisen ELBA-Internet 400.000 Kundenkontakte verzeichnet.³⁶

3.4.4. Österreichische Volksbanken AG

Die Volksbank Gruppe besteht aus 63 genossenschaftlichen Volksbanken (inklusive ABV), Tochtergesellschaften, Beteiligungen und der Österreichischen Volksbanken-AG (ÖVAG). Die ÖVAG ist das Spitzeninstitut der unabhängigen, regionalen Volksbanken und wurde 1922 gegründet. Ihr Kerngeschäft ist die Funktion als Spitzeninstitut.

Die Österreichische Volksbanken-AG ist als genossenschaftliche Wirtschaftsform aufgebaut und agiert auf Grundlage des Stakeholder-Geschäftsmodells. Die strategische Hauptaufgabe ist die nachhaltige Unterstützung des Genossenschaftswesens und des gesamten Volksbank-Verbundes.

Aufgrund der derzeitigen schwierigen wirtschaftlichen Situation wurde im Februar 2012 gemeinsam mit der Republik Österreich eine Lösung zur Stabilisierung der ÖVAG gefunden. Vorgehend wurde die Volksbank International verkauft. Mit einem Grundsatzbeschluss erfolgte die Veränderung der Volksbanken zu einem Verbund nach §30a BWG. Danach wurde das Kapital der ÖVAG um bis zu 70Prozent herabgesetzt. Gleichzeitig nahmen Bund und Volksbanken eine Kapitalerhöhung von EUR 480 Millionen vor. Als Ziel hat man sich die Sanierung und den Umbau der ÖVAG zu einer Verbundbank nach §30a BWG gesetzt.³⁷

Volksbanken

Jede der 62 rechtlich selbstständigen Volksbanken in Österreich gehört zu dem Volksbanken-Finanzverbund. Unabhängig vom Standort ermöglicht diese Art von Organisation einen Spielraum und gleichzeitig eine gewisse Verbundenheit. Insgesamt blickt der Volksbanken-Sektor österreichweit auf 540 Geschäftsstellen und über 5.000 Mitarbeiter. Die addierte Bilanzsumme beträgt 30 Milliarden Euro.

³⁶ Vgl. http://www.raiffeisenblatt.at/eBusiness/rai_template1/121810312645017022-121809748930559302_243101302481911115-615336820833354505-NA-1-NA.html, Zugriff am 17.05.2012

³⁷ Vgl. https://www.volksbank.at/volksbank_gruppe/unternehmensstruktur/entstehung, Zugriff am 05.06.2012

Österreichische Volksbanken-Aktiengesellschaft (ÖVAG)³⁸

Die Österreichische Volksbanken-Aktiengesellschaft ist nicht nur das Spitzeninstitut des Volksbank-Sektors, sondern auch Geschäftsbank und Finanzdienstleister. Der Besitz ist wie folgt verteilt:

50,1 Prozent Volksbanken Verbund (Volksbank Holding, ÖGV, Gemeinschaft der Kreditgenossenschaften)

43,3 Prozent Bund

3,8 Prozent DZ-Bank-Gruppe

1,5 Prozent ERGO Gruppe

0,9 Prozent RZB

0,4 Prozent Streubesitz

Die Ressorts der Österreichischen Volksbanken AG

Anhand der Ressorts der Österreichischen Volksbanken-AG lässt sich sehr gut das Kerngeschäft erkennen: Unterstützung mit innovativen Produkten und Serviceleistung für die regionalen Volksbanken.

Das Ressort 1 bündelt Stabstellen und Servicebereiche und ist direkt dem Generaldirektor unterstellt. Im Ressort 2 sind die Bereiche Strategisches und Operatives Risikomanagement, Risikosteuerung und VB Managementberatung untergebracht. Ressort 3 beschäftigt sich mit dem „Markt“ und allen neuen Geschäftsbereichen, die das Kerngeschäft der ÖVAG umfassen, zB Group Treasury Leistungen, VB Investments Produkte und Liquiditätssteuerung sowie Konsortialfinanzierungen, Fördermanagement. Alle Bereiche, die nicht mehr zum Kerngeschäft gehören werden im Ressort 4 geregelt und werden „Non Core Business“ genannt. Dazu gehören die ehemaligen Geschäftsbereiche Corporates und Immobilien, die VB Romania, die Volksbank Liesing International und die Volksbank Malta. Diese werden mittelfristig werterhaltend angebaut. Die Fortführung dieser Geschäftsbereiche erfolgt nach Entwicklung des Marktes – sie gehören aber nicht mehr zum Kerngeschäft und sollen in langfristiger Sicht verkauft werden.³⁹

Die folgende Grafik zeigt die Strukturierung des Volksbanken-Verbundes:

³⁸ Vgl. https://www.volksbank.at/volksbank_gruppe/unternehmensstruktur/volksbanken, Zugriff am 05.06.2012

³⁹ Vgl. https://www.volksbank.at/volksbank_gruppe/unternehmensstruktur/volksbank_ag, 05.06.2012



Abbildung 10 : Die Struktur des Volksbanken Verbundes⁴⁰

3.4.5. BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft

Die P.S.K. wurde am 28. Mai 1882 mit einem Gesetzesentwurf vom Reichsrat verabschiedet. 1926 wird die Postsparkasse aus der staatlichen Verwaltung herausgelöst und erwirbt eine eigene Rechtspersönlichkeit.⁴¹

Die BAWAG (Bank für Arbeit und Wirtschaft) wurde im Jahr 1922 durch den damaligen Staatskanzler Dr. Karl Renner mit dem Namen „Arbeiterbank“ gegründet. Die Namensänderung in „Bank für Arbeit und Wirtschaft“ erfolgte 1963, zu dieser Zeit lag der Fokus der Bank auf den Privatkunden. Die BAWAG galt als Bank des „kleinen Mannes“.⁴²

⁴⁰ https://www.volksbank.at/volksbank_gruppe/unternehmensstruktur, 21.07.2012

⁴¹ Vgl. http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Firmengeschichte/12038/Firmengeschichte_1882_-_2000.html, Zugriff am 05.06.2012

⁴² Vgl. http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Firmengeschichte/12036/Firmengeschichte_1922_-_2004.html, Zugriff am 05.06.2012

Die Fusion der beiden Banken BAWAK und P.S.K. erfolgte mit 1. Jänner 2005 und wird seitdem unter dem Namen „BAWAG P.S.K. Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse Aktiengesellschaft“ geführt. Durch die Fusion stellt die BAWAG P.S.K. Gruppe heute eine der größten Bankengruppen für Privat- und Kommerzkunden dar.

Ein Konsortium bestehend aus Cerberus, der heimischen Generali-Versicherung, der Wüstenrot-Gruppe, der Österreichischen Post sowie einem Konsortium rund um den Industriellen Dr. Hannes Androsch kaufte am 15. Mai 2007 die Bank.⁴³

Im Jahr 2009 wurde zwischen der Republik Österreich, den Aktionären und der BAWAG P.S.K. eine Grundsatzvereinbarung über eine Kapitalerhöhung und eine Garantie der Republik Österreich getroffen. Die Republik hat dabei Partizipationskapital in der Höhe von 550 Millionen Euro und eine Garantie für bestimmte Aktiva von maximal 400 Millionen Euro bis Juni 2014 eingebracht. Ein weiterer Zuschuss kam im Jahr 2009 von den Eigentümern in der Höhe von 205 Millionen Euro.⁴⁴

Online Banking (BAWAG P.S.K. eBanking)

Durch die steigende Nachfrage nach der „elektronischen Bankfiliale“ hat die BAWAG P.S.K. im Juli 2011 mit dem Relaunch (Neugestaltung) des eBanking Portals die Grundlage für das eBanking gesetzt. Durch sehr hohe Sicherheitsstandards und die Benutzerfreundlichkeit des neuen eBankings ist die Kundenzufriedenheit hoch. Das Angebot ist übersichtlich, umfangreich und praktisch und bietet den Kunden vielerlei Vorteil. Für die bessere Nachvollziehbarkeit und um absolute Sicherheit zu gewährleisten, werden die letzten 30 Aktionen im eBanking gespeichert und können im Logbuch nachgelesen werden. Einen besonders guten Überblick über die Finanzsituation erhält man im Bereich „meine Finanzen“ wo alle bestehenden Produkte abgebildet sind: alle Konten, Karten und Depots. Bei Überweisungen ins Ausland steht eine Funktion zur Verfügung mit der die günstigste Variante eruiert

⁴³ Vgl. http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Organisation/11414/Eigentuemmer.html, Zugriff am 05.06.2012

⁴⁴ Vgl. http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Firmengeschichte/12032/Firmengeschichte_BAWAG_P.S.K._2005_-_2010.html, Zugriff am 05.06.2012

werden kann. Um Zeit zu sparen können alle Transaktionsaufträge gemeinsam und gleichzeitig mit nur einer TAN freigegeben werden.⁴⁵

Seit 2004 können BAWAG P.S.K. Kunden zusätzlich zu PIN/TAN auch die Digitale Signatur für die Abwicklung Ihrer Bankgeschäfte im Internet nützen. Dafür kann auch die e-card mit Bürgerkartenfunktion (nach entsprechender Freischaltung) verwendet werden. Die Vorteile für den Kunden sind damit die Sicherheit, eine komfortable Anmeldung und Freigabe von Aufträgen, die Anzeige der Auftragsdaten und der Schutz gegen Phishingattacken. Internet Banking mit Digitaler Signatur wird derzeit als sicherste Methode für die Abwicklung der Bankgeschäfte im Internet beurteilt.⁴⁶

App „immer & überall-banking“ - mit der App im modernen Design für iPhones und alle Android-Smartphones können alle Geldgeschäfte mit bei Erfüllung der höchsten Sicherheitsstandards (256 bit SSL) abgeschlossen werden. Eine Besonderheit ist die Verfügbarkeit der App in sieben verschiedenen Sprachen: deutsch, englisch, kroatisch, serbisch, bosnisch, polnisch und türkisch. Damit will die BAWAG P.S.K. ihren Kunden ein spezielles Service in ihrer Muttersprache anbieten. Mit dem Filialfinder können auch Filialen angezeigt werden, in denen diese Sprachen von BAWAG P.S.K. Mitarbeitern gesprochen werden. Neben dem Filialfinder sind weitere Funktionen verfügbar: Bankomatfinder, Geschäftskundencenterfinder, Kartensperre, News, Kontostand, Finanzübersicht, Inlandsüberweisung, Eigenübertrag, Kontrollmappe, Umsätze, Umsatzsuche und Mails.

Die App mit all seinen Funktionen und der Verfügbarkeit in verschiedenen Sprachen wird von der Bankengruppe als enormen Vorteil gegenüber der Konkurrenz beurteilt. Ein Wechsel zur BAWAG P.S.K. im Privatkundenbereich wird erwartet.⁴⁷

⁴⁵ Vgl. http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Presse/48780/intuitives_eBanking.html, Zugriff am 23.05.2012

⁴⁶ Vgl.

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Presse/17206/BAWAG_PSK_bietet_Internet_Banking_mit_Buergerkarte_an.html, Zugriff am 24.05.2012

⁴⁷ Vgl. http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Presse/62964/221211_e_Banking_App.html, Zugriff am 23.05.2012

4. Online Banking

Online Banking ist ein Teilbereich des Electronic Bankings und wird meist als Synonym für Internet Banking oder e-Banking verwendet. Entscheidend ist, dass Geschäfte, welche unter den Begriff Online Banking fallen, Transaktionen über den elektronischen Vertriebsweg, unter Verwendung des Internets darstellen.

Vereinfacht gesagt stellt Online Banking das Sortiment elektronisch verfügbarer Bankleistungen dar, welche ortsunabhängig angeboten werden. Der Kunde kann seine Bankgeschäfte mit Hilfe eines Computers, seines Smartphones oder Tablet-PCs, von überall auf der Welt erledigen.⁴⁸ Die Einzige Voraussetzung ist eine bestehende Verbindung mit dem Internet.

Die INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H (Abbildung 2) erhebt seit dem Jahr 2001 den Anteil der österreichischen Bevölkerung ab 14 Jahren, welche über ein Konto mit Internet-Banking verfügen.

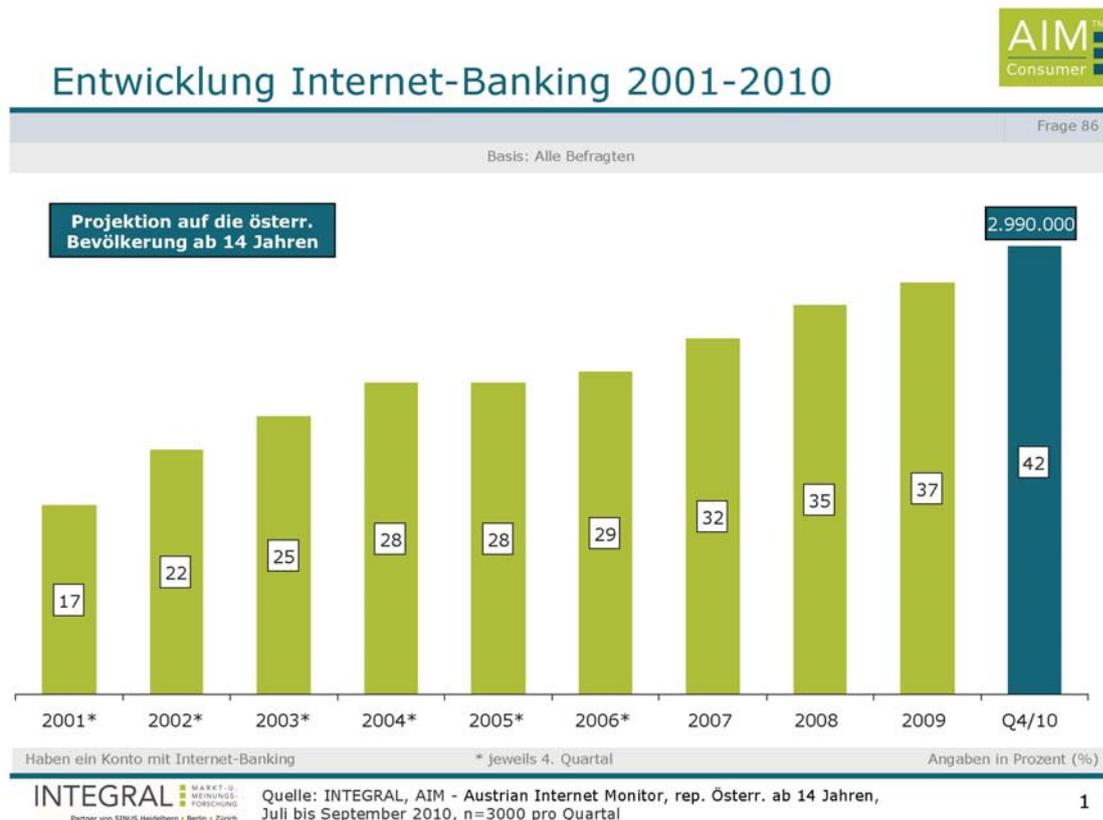


Abbildung 11: Entwicklung Internet-Banking 2001-2010⁴⁹

⁴⁸ Vgl. Janisch, S., Online Banking - Rechtsfragen des elektronischen Überweisungsverkehrs, S. 25, 2001

⁴⁹ Vgl. INTEGRAL Markt- und Meinungsforschungsges.m.b.H, AIM – Austrian Internet Monitor

In der Darstellung ist gut die steigende Bedeutung des Online-Banking zu erkennen. Von 17 Prozent im ersten Jahr der Erhebung sind die Nutzerzahlen bis in das Jahr 2010 auf 42 Prozent gestiegen. So nutzten im 4. Quartal 2010 bereits fast drei Millionen Österreicher das Online-Angebot der Banken.

4.1. Geschichte des Online Banking

In den Wurzeln des Online Banking erfolgten die Bankgeschäfte vor allem mittels Briefverkehr bzw. über FAX. Aufgrund neuer technischer Innovationen wurde zuerst das Telefon und in weiter Folge der Computer zur Abwicklung der Bankgeschäfte eingesetzt.

Der Grundstein für Online Banking wurde in den 60er-Jahren mit der Automatisierung der Bankgeschäfte durch den Einsatz der ersten Computer und der Etablierung des Internets gelegt.⁵⁰

Mit der Einführung des BTX (Bildschirmtext) 1983 eröffnete sich eine neue Kommunikationsmöglichkeit, die vorerst nur Firmenkunden vorbehalten war. Durch weitere technische Errungenschaften in den darauffolgenden Jahren konnten Banken Ihre Informationen und Produkte mehr und mehr ihren Privat online zugänglich machen. Dies geschah vorerst nur in geschlossenen Netzwerken durch die Verwendung eigener kostspieliger Online Banking Software (zB AOL, T-Online). Das Anbieten von Informationen, Einfache Zahlungsverkehrsanwendungen sowie das Tätigen von Börsengeschäften standen zur Verfügung.⁵¹

Die laufende Weiterentwicklung der Online Banking Technologie hat dazu geführt dass der Kunde sich mittlerweile direkt, ohne umständliche und teure Software, mit dem Online Banking System der Bank verbindet.

4.2. Vor- und Nachteile des Onlinebanking

So wie andere Bereichen der Wirtschaft hat das Internet auch im Bankensenktor den Geschäftsalltag in den letzten Jahren maßgeblich mitgestaltet bzw. verändert. Den nicht von der Hand zu weisenden Vorteilen stehen allerdings auch einige Nachteile gegenüber. Bei der folgenden Aufarbeitung werden die Vor- und Nachteile zuerst aus Sicht des Kunden und anschließend vom Standpunkt der Bank betrachtet.

⁵⁰ Vgl. Lange, T. A., *Internet-Banking: der Bankvertrieb im Umbruch*, 1998

⁵¹ Vgl. Svoboda, U., *Direct Bannking: Wie virtuelle Institute das Bankgeschäft revolutionieren*, S. 81 f, 2000

4.2.1. Vor- und Nachteile aus Sicht des Kunden:

Onlinebanking weist für Kunden zahlreiche Vorteile gegenüber der herkömmlichen Abwicklung von Bankgeschäften auf:⁵²

- **Verfügbarkeit rund um die Uhr**

Onlinebanking-Nutzer haben die Möglichkeit, ihre Bankgeschäfte (Überweisungen, Einsicht in Zahlungsvorgänge und Kontostände, Wertpapiergeschäfte, etc.) rund um die Uhr zu erledigen, sieben Tage die Woche. Der Kunde ist unabhängig von den Banköffnungszeiten.

- **Unabhängigkeit von Bankfiliale**

Bankgeschäfte können weltweit über das Internet abgewickelt werden. Dadurch benötigt der Kunde keine Bankfiliale. Der Weg zur Bank und eventuelle Wartezeiten entfallen.

Speziell für in ihrer Mobilität eingeschränkte Personen ist es eine große Erleichterung die Bankgeschäfte von zu Hause erledigen zu können.

- **Zeitersparnis**

Der Weg zum Computer oder der Griff zum Mobiltelefon sind kürzer bzw. schneller als der Weg zur Bank. Wartezeiten am Schalter gibt es keine.

- **günstigere Transaktionskosten**

Die Gebühren für Überweisungen entfallen oder sind günstiger wenn diese online eingegeben/durchgeführt werden. Werden Überweisungen beim Schalter in der Bankfiliale abgegeben und von einem Bankmitarbeiter bearbeitet, berechnet die Bank Bearbeitungsgebühren. Buchungskosten können entfallen oder günstiger als bei einer herkömmlichen Überweisung sein.

Speziell Direktbanken (Banken ohne Filialnetz die rein über das Internet funktionieren) geben diese Kostenersparnis durch geringere Kontoführungs-

⁵² Vgl. Pott, O./Wielage G., *Internet-Banking: schnelles, sicheres und effizientes Konto- und Aktienmanagement*. 1. Auflage, S. 13-15, 2000

bzw. -verwaltungskosten an ihre Kunden weiter.

- **komfortable Anwendungen und Zusatzfunktionen**

Mühsames Ausfüllen von Formularen entfällt. Überweisungen und Kontoauszüge können abgespeichert oder ausgedruckt werden. Der Kunde hat die Möglichkeit sich in Ruhe über die Angebote der Bank zu informieren.

Den genannten Vorteilen stehen auch einige Nachteile gegenüber:⁵³

- **Fehlen der persönlichen Betreuung**

Beim Online-Banking entfällt die persönliche Betreuung und Beratung durch den Kundenbetreuer. Im herkömmlichen Kundengeschäft ist es hingegen üblich, dass ein Kunde immer von demselben Kundenberater betreut wird. Dieser Bankmitarbeiter sollte auf die Bedürfnisse und Anliegen des Kunden eingehen und ihn gezielt beraten.

Im reinen Onlinevertrieb ist diese individuelle Beratung nicht gegeben. Der Kunde ist betreffend der Auswahl seiner Finanzanlagen auf sich alleine gestellt.

- **Technische Probleme**

Bei Problemen mit der Internetverbindung oder mit dem Gerät, mit welchem der Online-Bankingzugang hergestellt werden soll, ist die Nutzung der Online-Anwendungen nicht möglich.

Die einzige Anlaufstelle für den Kunden bei Auftreten technischer Probleme ist das Callcenter.

- **Sicherheit**

Der heikelste Punkt und somit größte Nachteil ist die Sicherheitsproblematik. Obwohl Banken ein sehr großes Augenmerk auf den Schutz Ihrer Systeme und Kunden legen, ist Online-Banking nicht hundert Prozent sicher. Das größte Sicherheitsrisiko ist allerdings der Kunde bzw. dessen Zugriffgerät (zb

⁵³ Vgl. Pott, O./Wielage G., Internet-Banking: schnelles, sicheres und effizientes Konto- und Aktienmanagement. 1. Auflage, S. 13-15, 2000

Computer oder Handy). Die Zugangsdaten müssen vor fremden Zugriff geschützt werden.

Cyber-Kriminelle versuchen auf die verschiedensten Arten an die Zugangsdaten und Codes der Bankkunden zu gelangen. Zwei der häufigsten Varianten, um Beispiele zu nennen, sind:

- Phishing – Ist eine gefälschte Internetseite oder ein E-Mail in dem der Kunde aufgefordert wird sich einzuloggen und einen oder mehrere TANs einzugeben.
- Trojaner – Ein Trojaner ist ein Virusprogramm welches sich beim Einwahlvorgang (Einloggen) dazwischen schaltet und Zugangsdaten heimlich aufzeichnet (mitloggt) oder bei Überweisungen die Kontodaten ändert. Keine oder veraltete Virenprogramme öffnen Trojaner Tür und Tor.

Zu beachten ist, dass bei Schadensfällen die Frage aufgeworfen wird, wen die Verantwortung trifft. Sollten Zugangsdaten oder Codes durch Fahrlässigkeit des Kunden an Dritte gelangt sein, kann diesen sehr wohl Verschulden angelastet werden. Gleiches würde auch für veraltete oder nicht vorhandene Virenschutz-Software gelten.

Die Sicherheitsproblematik wird im Punkt 3.5 im Detail behandelt.

- **Kosteneinsparungen werden nicht weitergegeben**

Traditionelle Banken, zu denen die in dieser Arbeit betrachteten fünf Institute gehören, geben die durch den Einsatz von Online-Banking erzielten Einsparungen nicht oder nur teilweise an Ihre Kunden weiter. Die Nutzung des Online-Banking bietet dem Kunden nur geringes Einsparungspotential, im Gegenteil, bei vielen Transaktionen über den Schalter werden zusätzliche Bearbeitungsgebühren berechnet. Diesen Nachteil erleben vor allem ältere Leute die ihre Bankgeschäfte noch immer persönlich erledigen und für jede Dienstleistung, wie Überweisung udgl., mittlereile extra bezahlen müssen.

4.2.2. Vor- und Nachteile aus Sicht der Bank:

Wie für den Kunden eröffnen sich auch für die Bank durch das online anbieten ihrer Dienstleistungen einige Vorteile:

- **Kostenersparnis**

Durch die immer größere Verbreitung des Online-Banking bieten sich der Bank einige Möglichkeiten einzusparen. Das Filialnetz kann ausgedünnt werden da der Kundenverkehr in den Filialen abnimmt. Dies hat nicht nur zur Folge, dass Standorte zusammengefasst werden können, sondern auch dass nicht mehr soviel Personal benötigt wird, da weniger Kundenverkehr stattfindet.

- **Einfaches Erreichen einer großen Zielgruppe**

Durch den Onlinevertrieb ihrer Dienstleistungen haben die Banken einen günstigen Zugriff auf eine immer größere Zielgruppe (siehe Abbildung 3: Internetnutzerinnen oder Internetnutzer in Österreich). Ist das Angebot auf der Homepage noch allgemein und nicht spezifiziert kann das Angebot in den Log-In geschützten Online-Bankingbereichen direkt auf den Kunden angepasst werden.

Die Bank sieht sich beim Onlineangebot ihrer Dienstleistungen mit folgenden Nachteilen konfrontiert:

- **Hoher Aufwand für Computersystem und Software**

Die Implementierung und laufende Wartung der Onlinesysteme ist mit Kosten verbunden. Die Sicherheitsvorkehrungen müssen immer am letzten Stand der Technik sein. Sicherheitslücken können neben Schadenersatzansprüchen der Kunden auch gravierende Imageschäden zur Folge haben.

- **Nicht für jede Zielgruppe geeignet**

Abbildung 3 Internetnutzerinnen oder Internetnutzer in Österreich zeigt auch, dass nicht jede Zielgruppe mit dem Medium Internet erreichbar ist. Speziell in den älteren Bevölkerungsschichten ist die Durchdringung des Internets nicht so stark gegeben wie beispielsweise bei den 25 bis 34 Jährigen wo der Anteil bei fast 100 Prozent liegt.

Weiteres können Zweifel in die Sicherheit oder in die Technologie einige Kunden von der Nutzung der Onlineangebote abhalten.

- **Nicht jedes Produkt online anbiet bar**

Online können nur standardisierte Produkte angeboten werden. Bei notwendigen, persönlich auf den Kunden zugeschnittenen, Anpassungen eines Angebotes ist der persönliche Kontakt (auch telefonisch möglich) mit dem Berater unumgänglich.

Die wachsende Verlagerung des Bankgeschäftes in den Onlinebetrieb bietet sowohl für die Kunden wie auch die Banken viele positive Effekte wobei die negativen Aspekte, allen voran die Sicherheitsproblematik, nicht außer Acht gelassen werden dürfen.

Der Hauptbereich des Onlinevertriebs von Bankdienstleistungen stellt der Bereich des Online-Banking dar. In den folgenden Kapiteln wird die Funktionsweise des Online-Banking erklärt. Weiteres werden die Unterschiede der Angebote der fünf betrachteten Banken ausgearbeitet.

4.3. Funktionsweise des Onlinebanking

In den nächsten Unterkapiteln werden die Funktionen des Onlinebanking beschrieben:

4.3.1. Grundvoraussetzungen

Um bei einer Bank Onlinebanking nutzen zu können gibt es gewisse Voraussetzungen welche erfüllt werden müssen:

- Onlinezugangsberechtigung der Bank
- Zugangsdaten zum Onlinebanking
- Ein Konto bei der Bank zur Nutzung des Online-Zahlungsverkehrs
- Ein Depot für Online-Wertpapiergeschäfte
- Internetzugang via Computer, Tablet-PC (zB iPad), Smartphone, etc.
- Das Onlinebanking-System der Bank muss den verwendeten Browser (Programm zur Darstellung von www-Inhalten) unterstützen (zb Microsoft Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera oder Safari). Dies bezieht sich hauptsächlich auf einen kompatiblen Verschlüsselungsstandard (zb 128 bit-

Verschlüsselung) der Nachrichten. Eventuell kann auch ein JAVA-Script fähiger Browser notwendig sein.

4.3.2. Login

Um Sich beim Onlinebankingsystem anzumelden bieten die Banken verschiedene Anmeldeverfahren zur Auswahl an.

Anmeldung mit Verfügernummer und PIN

Es ist die Eingabe der Verfügernummer sowie des PIN erforderlich. Diese Zugangsdaten werden mit der Zugangsberechtigung zum Onlinebanking von der Bank, nach Anforderung per Post, übermittelt.

Anmeldung mit Bürgerkarte (Digitale Signatur bzw. Signaturkarte)

Es wird eine Signaturkarte, auf der ein gültiges Zertifikat gespeichert ist benötigt. Dieses Zertifikat muss einmalig von einer berechtigten Registrierungsstelle aktiviert werden. Damit man Signaturkarte zum Login verwenden kann ist die einmalige Registrierung des Zertifikates in der Bank erforderlich. Weiteres ist ein Kartenlesegerät sowie ein Secure Viewer erforderlich. Diese Software dient zur gesicherten Anzeige der Daten welche unterzeichnet werden sollen.

Anmeldung mit Benutzername, Passwort und PIN

Anstatt sich mit der, von der Bank zugewiesenen, Verfügernummer anzumelden besteht auch die Möglichkeit einen Benutzernamen in Kombination mit einem Passwort zu definieren. Nach erfolgreicher Eingabe dieses Benutzernamens und des Passwortes wird wieder der PIN abgefragt.

Die folgende Tabelle zeigt welche Möglichkeiten zur Anmeldung den Kunden von den betrachteten Banken zur Auswahl gestellt werden:

| Anmeldeverfahren | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|--------------------------------|-------|----|-------|----|-----------|
| Verfügernummer und PIN | x | x | x | x | x |
| Digitale Signatur/Bürgerkarte | | | x | x | x |
| Benutzername, Passwort und PIN | | | x | | |

Abbildung 12: Übersicht Anmeldeverfahren Onlinebanking

Das gängigste Verfahren, welches von allen Banken angeboten wird, besteht aus der Kombination von Verfügernummer und PIN. Bereits drei der Top5 Banken (österreichweit 18 Banken) bieten als alternatives Anmeldeverfahren die Digitale Signatur bzw. den Login mittels Bürgerkarte an. Lediglich die Raiffeisen Bank offeriert Ihren Kunden mit der Eingabe eines selbst definierten Benutzernamens und Passwort sowie des PIN eine dritte Variante.

Nach erfolgreichem Login gelangt man in den gesicherten Online-Bankingbereich der Bank. Auch wenn sich die Online-Banking Auftritte der Banken in Ihrer Aufmachung bzw. im Design unterscheiden, ähneln sich die grundlegenden Gliederungen stark. Die erste Bildschirmanzeige stellt dem Benutzer eine Übersicht über seine Finanzen bei dem jeweiligen Institut dar.

4.3.3. Finanzübersicht, Finanzstatus

Die erste Funktion die dem Kunden beim Online-Banking geboten wird und auch zumeist als Startseite nach dem Login erscheint, ist eine Darstellung des persönlichen Finanzstatus bei der Bank.

| Übersicht Finanzen | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|--------------------|-------|----|-------|----|--------------|
| Girokonten | x | x | x | x | x |
| Kapitalkonten | x | x | x | x | x |
| Finanzierungen | x | | x | x | x |
| Kreditkarten | x | x | x | x | x |
| Wertpapierdepots | x | x | x | x | x |
| Bausparverträge | x | x | x | x | |
| Versicherungen | x | | x | x | |
| Geschäftsanteile | | | x | x | |
| Fremdprodukte | | | x | x | |

Abbildung 13: Finanzübersicht, Finanzstatus

Die Aufstellung zeigt die unterschiedlichen Finanzstatusinformationen welche von den Banken dargestellt werden. Dieses Angebot ist auch davon abhängig ob die jeweilige Bank alle Produkte in ihrem Sortiment hat (zB nicht alle Banken bieten Geschäftsanteile an).

Girokonten

Es werden alle Girokonten des Verfügungsberechtigten angezeigt. Teilweise wird die Möglichkeit geboten direkt aus dieser Übersicht durch Auswahl eines Kontos in die Zahlungsverkehrsfunktion (Überweisungen) zu wechseln. Der Online-Zahlungsverkehr wird im Laufe dieser Arbeit noch genauer beschrieben.

Kapitalkonten

Jede Bank bietet unterschiedliche Spar- oder Kapitalkonten an. Eine Übersicht über die aktuellen Kontostände der einzelnen Konten wird unter diesem Punkt angezeigt.

Finanzierungen

Unter Finanzierungen kann der Nutzer seine offenen Kredite (zB Privatkredit, Hypothekendarlehen, etc.) bei dieser Bank abrufen.

Kreditkarten

Die Detailansicht Kreditkarten bietet eine Übersicht über die bei der betreffenden Bank abgerechneten Kreditkarten. Angezeigt werden Informationen wie der aktuell offene Saldo oder das Einkaufslimit. Es können in der Regel die aktuellen Monatsrechnungen als Dokument (PDF) angezeigt werden.

Wertpapierdepots

Enthält eine Aufstellung der verschiedenen Wertpapierdepots und ihrer aktuellen Werte.

Den Wertpapierdepots mit Ihren Funktionen wird ebenso wie dem Zahlungsverkehr in dieser Arbeit noch ein eigenes Kapitel gewidmet wo auf die Funktionen und Möglichkeiten detailliert eingegangen wird.

Bausparverträge

Dieser Punkt zeigt eine Aufstellung aller Bausparverträge mit Kontostand und Laufzeitende.

Versicherungen

Es wird eine Übersicht über alle Versicherungen (zB Lebens-, Unfall-, Haushalt-, Rechtsschutz-, KFZ-Versicherung, ...), welche bei oder über das Bankinstitut abgeschlossen wurden angezeigt. Angezeigt werden die Polizzennummer, das Versicherungsprodukte und die Versicherungssumme. Teilweise können noch weitere Vertragsdetails wie zB die Prämie, Fälligkeiten, Leistungen im Schadensfall, etc. abgerufen werden.

Geschäftsanteile

Einige Banken, in diesem Vergleich die Raiffeisen und die Volksbank, bieten Ihren Kunden die Möglichkeit zur Zeichnung von Geschäftsanteilen. Bei Raiffeisen und Volksbank ist der Erwerb einer geringen Anzahl von Geschäftsanteilen (jeweils mindestens 5 Anteile à Euro 8,00) bei Eröffnung eines Konto verpflichtend. Diese Geschäftsanteile dienen einerseits der Geldanlage andererseits beinhalten sie ein verbrieftes Stimmrecht bei der Mitgliederversammlung. Das heißt je nachdem wie erfolgreich das abgelaufene Geschäftsjahr war, wird eine Dividende ausgeschüttet und als Miteigentümer hat man ein Mitspracherecht und Stimmrecht in der Mitgliederversammlung. Der Möglichkeit einer Dividendenausschüttung steht allerdings auch die anteilige Haftung im Konkursfall gegenüber.

Fremdprodukte

Als Zusatzoption kann die Aufnahme von Fremdprodukten, dh Vermögenswerte welche nicht zur kontoführenden Bank gehören, gesehen werden mit deren Hilfe eine umfassende Gesamtübersicht über die Vermögenssituation geboten werden soll. Um Beispiele zu nennen kann man zB ein Vermögensspargbuch bei einer anderen Bank oder aber auch eine Liegenschaft mit dem derzeitigen Wert eintragen. Für die Aktualisierung des aktuellen Wertes und die Richtigkeit dieser bankfremden Produkte ist in diesen Fällen selbstverständlich der Kunde verantwortlich.

Für die meisten Kunden ist die Möglichkeit Ihre Finanzen rund um die Uhr und an jedem Ort abrufbereit zu haben, das am häufigsten genutzte Onlineangebot der Banken.

Ein weiteres sehr stark genutztes Onlinewerkzeug stellt die Abwicklungen von Zahlungen dar.

4.3.4. Zahlungsverkehr

Neben der einfachen und schnellen Übersicht über Konten, Kredite, Wertpapiere, etc. wird den Kunden die Möglichkeit geboten verschiedenste Überweisungen online abzuwickeln.

| Zahlungsverkehr | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|---------------------------------|-------|----|-------|----|--------------|
| Überweisung Inland | x | x | x | x | x |
| Überweisung SEPA bzw. EU | x | x | x | x | x |
| Überweisung Ausland | x | x | x | x | x |
| Finanzamtzahlung | x | x | x | x | x |
| Bargeldtransfer | | | x | | |
| Auslandsscheck | | x | | | |
| Daueraufträge | x | x | x | x | x |
| Abbuchungs-/Einziehungsaufträge | x | x | x | x | x |
| Abschöpfungsaufträge | x | x | x | x | x |
| Umbuchung | x | x | x | x | x |
| IBAN-Rechner | x | x | x | x | x |

Abbildung 14: Zahlungsverkehr

Die nachfolgende Auflistung zeigt, dass jede Bank alle Arten von Überweisungen anbietet. Eine Ausnahme stellen nur die selten genutzten Zahlungsformen des Bargeldtransfers und Auslandsschecks dar. Aus diesem Grund und der allgemeinen Geläufigkeit des Überweisungsvorganges wird im Folgenden nur kurz auf die einzelnen Zahlungsmöglichkeiten eingegangen:

Überweisung Inland

Ist die Standardüberweisung von einem inländischen Konto auf ein anderes Konto in Inland und die am meisten genutzte Funktion des Zahlungsverkehrs.

Überweisung SEPA bzw. EU

SEPA ist die Abkürzung für Single Euro Payments Area. Mit Jahresbeginn 2008 wurde der einheitliche europäische Zahlungsraum eingeführt durch welchen Überweisungen innerhalb der EU-Mitgliedsstaaten sowie von und nach Island,

Liechtenstein, Norwegen und der Schweiz genauso günstig und vor allem auch schnell wie Inlandsüberweisungen sind. Um dieses System umzusetzen wurde die nationalen Kontonummer und Bankleitzahlen (BLZ) durch die neue internationale Kontonummer, die IBAN (International Bank Account Number), ersetzt. Anstelle der BLZ wird nun der BIC (Bank Identifier Code) als internationale Bankleitzahl verwendet.⁵⁴

Überweisung Ausland

Die Auslandsüberweisung funktioniert wie eine SEPA-Überweisung. Wieder sind IBAN und BIC zu verwenden. Bei Überweisungen außerhalb der SEPA zB nach USA entstehen höhere Kosten.

Finanzamtszahlung

Für Zahlungen an das Finanzamt gibt es eine eigene Überweisungsform. Mit Hilfe einer eigenen Eingabemaske zur Auswahl von Abgabenart, Zeitraum und Betrag können Abgaben online beglichen werden.

Bargeldtransfer

Mittels Bargeldtransfer ist es möglich Bargeld schnell rund um die ganze Welt zu transferieren. Für den Transfer sind weder eine Kreditkarte oder ein Bankkonto notwendig, werden aber teilweise, ebenfalls als alternative Einzahlungsmöglichkeiten angeboten.

Der Sender hat ein Formular auszufüllen, sich zu legitimieren (welches Dokument akzeptiert wird ist von Land zu Land unterschiedlich) und den gewünschten Betrag zu begleichen. Danach erhält er einen Transaktionscode, zusätzlich kann eine Testfrage erforderlich sein. Wenn der Sender dem Empfänger den Transaktionscode und die Antwort auf die Testfrage übermittelt hat, kann dieser kurze Zeit später, weltweit, bei einem Standort des Diensteanbieters, den Betrag beheben. Um den Betrag ausbezahlt zu bekommen muss sich der Empfänger ebenfalls ausweisen und ein Formular mit den Daten des Senders ausfüllen.

Zwei Anbieter des Bargeldtransfers sind beispielsweise die Unternehmen Western Union und MoneyGram.

⁵⁴ Vgl. <http://www.iban.de/sepa-ueberweisung.html> Zugriff am 12.02.2012

Normalerweise – offline - erledigt der Sender den Vorgang des Formularausfüllen, gewünschten Betrag einzahlen und sich Ausweisen am Standort des Diensteanbieters. Die Raiffeisen Bankengruppe Niederösterreich-Wien und Burgenland bietet ihren ELBA-Internet Kontoinhabern als einzige Bank den Bargeldtransfer als integrierte Zahlungsfunktion im Onlinebanking-System an. Über ein Onlineformular kann ein Bargeldtransfer direkt über die gewohnte Eingabemaske durchgeführt werden.

Auslandsscheck

Bei dieser Art der Übermittlung von Geld, welche nur die Bank Austria anbietet, wird an einen Empfänger im Ausland ein Scheck ausgestellt und direkt an die Adresse des Empfängers gesandt. Der Scheck kann in Euro sowie in einer fremden Währung ausgestellt werden.

Daueraufträge

Die Überweisungsform des Dauerauftrages ist für regelmäßig, immer wiederkehrende Zahlungen, gleicher Beträge, an einen Empfänger gedacht. Solche Zahlungen könnten zB Miete, Zahlungen an Bausparkassen, Zahlungen an eine Sparform, etc. sein.

Abbuchungs- bzw. Einziehungsaufträge

Im Gegensatz zum Dauerauftrag wird der Abbuchungsauftrag vom Zahlungsempfänger veranlasst nachdem er vom Schuldner akzeptiert wurde. Die Zahlungen können unregelmäßig sein und der Zeitpunkt der Abbuchung sowie der Betrag müssen nicht gleich sein. Typische Beispiele für Abbuchungsaufträge wären die Zahlung der Strom-, Gas-, Wasser-, Telefonrechnung, Ebay-Gebühren, etc.

Abschöpfungsaufträge

Der Abschöpfungsauftrag ist eine Sonderform des Dauerauftrages. Es wird mit der Bank vereinbart dass, das Konto zu einem bestimmten Zeitpunkt auf einen definierten Betrag „abgeschöpft“ wird und der Überschussbetrag auf ein anderes Konto (zB Sparkonto) überwiesen wird.

Umbuchung

Wird ein Betrag von einem eigenen Konto auf ein anderes eigenes Konto vorgenommen, wird dies mittels Umbuchung durchgeführt. Dies wäre beispielsweise die Umbuchung eines Betrages vom Girokonto auf das Sparkonto.

IBAN-Rechner

Der IBAN-Rechner ist ein Werkzeug zur Umrechnung der nationalen Kontonummer und BLZ in die internationale IBAN und BIC.

Die verschiedenen Online-Zahlungsoptionen sind, nach der jederzeit möglichen Übersicht über den jeweiligen Finanzstatus, die am häufigsten genutzten Onlineangebote.

Ein weitaus weniger angewendetes Angebot im Online-Banking sind die verschiedenen Wertpapieroptionen.

4.3.5. Wertpapiere (Vermittlungs- und Verwahrleistungen)

Die Anlage von Vermögen in Wertpapieren ist neben der Geldanlage bei Banken und Lebensversicherungen eine wesentliche Form der Geldanlage. Unter Wertpapieren versteht man Urkunden welche Vermögensrechte verbriefen. Zur Ausübung dieser Rechte ist der Besitz des Wertpapiers nötig. Bei Vorlage des Wertpapiers ist der Verpflichtete zur verbrieften Leistung verpflichtet. In diesem Kapitel werden ausschließlich Wertpapiere behandelt welche an Wertpapierbörsen gehandelt werden oder jederzeit von ihren Emittenten (Aussteller des Wertpapiers) zurückgenommen werden. Diese können wie folgt aufgliedert werden:

- festverzinsliche Wertpapiere (Anleihen, Genussscheine, etc.)
- Aktien
- Anteile von Kapitalanlagegesellschaften (Investmentzertifikat)

Der Handel von Wertpapieren wurde früher von einer kleinen Gruppe, zum Börsenhandel zugelassener Händler, in ein einem Börsesaal, zu einer vorgegebenen Zeit, durchgeführt.

Durch den elektronischen Handel über vernetzte Computersysteme hat sich der Wertpapierhandel grundlegend geändert. Unabhängig vom Handelssystem stellen sich die Grundzüge wie folgt dar:

- Die Händler sind über das Internet mit dem Zentralrechner der Börse verbunden und treffen nicht mehr physisch zur gleichen Zeit an einem Ort zusammen.
- Alle Informationen über Kurse und vorliegende Kauf- und Verkauforders können aktuell abgerufen werden.
- Aufträge können eigenständig abgewickelt werden.

Kreditinstitute übernehmen für ihre Kunden die Vermittlungs- und Verwahrungsleistung bei der Vermögensanlage in Wertpapieren. Einerseits führen sie die Kundenaufträge im Börsenhandel durch (Wertpapierkundengeschäft) andererseits verwahren und verwalten sie die Wertpapiere für den Kunden (Depotgeschäft).⁵⁵

| Wertpapiergeschäft | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|-----------------------|-------|----|-------|----|--------------|
| Depotübersicht | x | x | x | x | x |
| Orderbuch/ Orderliste | x | x | x | x | x |
| Wertpapierorder | x | x | x | x | x |
| Depotumsätze | x | x | x | x | x |
| Fondssparen | x | | x | | |

Abbildung 15: Wertpapiergeschäft

Depotübersicht

Gibt einen Überblick über alle Wertpapierdepots sowie Verrechnungskonten welche bei der Bank angelegt sind. Gezeigt wird eine Übersicht welche folgende Informationen beinhaltet:

- Wertpapierdepotnummer
- Aktuellen Gesamtwert des Depots
- Gewinn/Verlust in absoluten Zahlen und relativ in Prozent des Depots
- Wertpapiertitel

⁵⁵ Vgl. Bitz M., Stark G., *Finanzdienstleistungen*, 8. Auflage, S. 175 , 2008

- ISIN - International Securities Identifications Number
(alphanumerische Ziffer für die Suche oder den Erwerb von Wertpapieren)
- Handelsplatz (Börse)
- Menge/Stück der Wertpapiere
- Anschaffungszeitpunkte
- Aktuelle Kurswerte der Wertpapiere
- Gewinn/Verlust in absoluten Zahlen und relativ in Prozent der Wertpapiere

Zur Veranschaulichung folgt nun die Depotübersicht der Volksbank:

Depotansicht - Kurz 13.03.2012, 16:30 Uhr

Max Mustermann, Verfügbar: 1

Wertpapierdepot: 1500001, ibrokerage Testverfüger
 Gesamtdepotwert: EUR 17.235,51
 Veränderung gesamt: 40,89 / 0,24% Aktualisieren

alle Bereiche erweitern/komprimieren Druck/Export

Depotpositionen (10) Veränderung zum Einstandswert in EUR Schlusskurs

| Titel/ ISIN/ Börse | Stk./Nom. | Datum | Aktuell | Pos. Wert | +/- | Aktion |
|---|-----------|------------------------|---------|--|------------------|--------|
| 3%,5% Bundessnl. 05-15... AT0000386198 WIEN | | 23 26.05.2009 00:00 | EUR | 100,10 EUR 2.302,30 | -13,80 -0,60% | |
| AXA Eq.A.Tr.-Pa.Ex-J.E... FR0000120628 FRANKFURT | 16 | 26.05.2009 00:00 | EUR | 11,68 EUR 186,88 | 10,56 5,99% | |
| FORTIS L.FD-EQ.ENE.WOR... LU0080608945 FRANKFURT | 19 | 26.05.2009 00:00 | EUR | 443,25 EUR 8.421,75 | 10,07 0,12% | |
| INVESCO PAN.EUR.STR.EQ... LU0119750205 FRANKFURT | 14 | 26.05.2009 00:00 | EUR | 6,67 EUR 93,38 | -0,70 -0,74% | |
| NESTLE NAM. SF 1 ADR CH0038863380 FRANKFURT | 20 | 25.05.2009 00:00 | EUR | 26,81 EUR 536,20 | 10,60 2,02% | |
| OMV AG AT0000743059 WIEN | 23 | 25.05.2009 00:00 | EUR | 26,69 EUR 613,67 | 11,04 1,83% | |
| ROCHE HLDG SP. ADR CH0012032048 FRANKFURT | 15 | 25.05.2009 00:00 | EUR | 23,50 EUR 352,50 | 3,60 1,03% | |
| SAP AG O.N. DE0007164600 FRANKFURT | 11 | 25.05.2009 00:00 | EUR | 30,08 EUR 330,88 | 1,98 0,60% | |
| SPANIEN 05-16 ES00000120G4 FRANKFURT | 29 | 26.05.2009 00:00 | EUR | 96,75 EUR 2.805,75 | 7,54 0,27% | |
| TELEKOM AUSTRIA AKT. O.N. AT0000720008 WIEN | 40 | 24.11.2008 00:00 | EUR | 39,80 EUR 1.592,00 | 0,00 0,00% | |
| Gesamtsumme | | | | EUR 17.235,51 40,89 0,24% | | |

? Hilfe

Verrechnungskonten (1) EUR 278,54

| Kontonummer | Saldo | verfügbarer Betrag |
|--------------|-------------------|----------------------|
| 1100001 | EUR 278,54 | EUR 10.278,54 |
| Summe | EUR 278,54 | EUR 10.278,54 |

? Hilfe

Abbildung 16: Depotübersicht Volksbank⁵⁶

⁵⁶ Vgl. <https://www.banking.co.at/appl/ebp/depot/depotansicht/kurz.html?depotNumber=1500001>, Zugriff am 13.03.2012

Orderbuch/ Orderliste

In diesem Bereich wird eine Übersicht über alle Ordervorgänge auf dem jeweiligen Depot angezeigt. Die Auflistung zeigt sowohl die online selbst erfassten Aufträge als auch die in der Bankfiliale geordneten Aufträge. Folgende Informationen stellt diese Anzeige zur Verfügung:

- Auftragsart (Kauf, Zukauf oder Verkauf)
- Auftragsdatum
- Wertpapiertitel und ISIN
- Menge
- Orderzusatz (Arten von Orderzusätzen werden im Folgenden genau erklärt)
- Gültigkeitsdauer des Auftrages
- Aktuellen Auftragsstatus
- Detailansicht

Wenn der Auftrag bereits ausgeführt ist:

- Ausführungskurs
- Ausführungszeitpunkt
- Teilweise wird die Ansicht bzw. der Ausdruck des Abrechnungsbelegs angeboten

Exkurs - Arten von Orderzusätzen:

Damit man die Wertpapierkurse nicht ständig im Auge behalten muss, gibt es verschiedene Kauf- bzw. Verkauforderzusätze. Mit deren Hilfe werden bei Erreichen von zuvor bestimmten Kursen vordefinierte Aktionen automatisch ausgeführt. Diese Orderzusätze können zB dazu dienen das Verlustrisiko abzusichern oder Gewinne rechtzeitig zu realisieren.

Arten von Kauforders

- Billigst

Die Order ist unlimitiert, dh die Order wird ohne Bedingungen an den Kurs des Wertpapiers ausgeführt. Es ist also möglich, dass die Order zu einem höheren, als dem aktuellen Kurs ausgeführt wird.

- Limitiert
Der Kauf wird ausgeführt wenn der Kurs kleiner oder gleich dem gesetzten Limit ist
- Stop-Buy
Ein Kaufauftrag zum nächsten handelbaren Kurs wird ausgeführt sobald der angegebene Kurs überschritten wird.
- Stop-Buy-Limit
Stop-Buy Order mit zusätzlicher Kurslimitierung (Preisobergrenze)
- Trailing-Stop-Buy
Eine Trailing-Stop-Buy-Order ist eine sich automatisch anpassende Stop-Buy-Order. Das Kauflimit wird abhängig vom aktuellen Tageskurs nachjustiert. Trailing-Stops können mit einem absoluten oder prozentualen Abstand zum Tageskurs festgelegt werden. Steigt der Kurs über den vordefinierten Abstand wird der Buy-Order ausgelöst.

Arten von Verkauforders

- Bestens
Die Order ist unlimitiert, dh die Order wird ohne Bedingungen an den Kurs des Wertpapiers ausgeführt.
- Limitiert
Wenn der Kurs das gesetzte Limit überschreitet wird der Verkauf durchgeführt.
- Stop-Loss
Eine unlimitierte Verkauforder wird ausgeführt sobald der festgelegte Kurs (Preisuntergrenze) unterschritten wird.
- Stop-Loss-Limit
Eine limitierte Verkauforder wird ausgeführt sobald der festgelegte Kurs unterschritten wird.
- Trailing-Stop-Loss
Eine Trailing-Stop-Loss-Order ist eine sich automatisch anpassende Stop-Loss-Order. Das Verkaufslimit wird abhängig vom aktuellen Tageskurs nachjustiert. Trailing-Stops können mit einem absoluten oder prozentualen Abstand zum Tageskurs festgelegt werden. Fällt der Kurs unter den vordefinierten Abstand wird der Stop-Loss-Order ausgelöst.

Folgende Orderzusätze werden ebenfalls angeboten:

- MOO (Market on open)
- MOC (Market on close)
- AON (All or nothing / All or none)
- IOC (Immediate or cancel)
- FOK (Fill or kill)
- OCO (One cancels the other)
- BOC (Book-or-Cancel)
- DAY oder GFD (Good for day)
- GTC (Good till cancelled)
- Ultimo

Orderbuch ← Zurück | ? Hilfe

Verfüger: Philipp Riedl

Depotauswahl:

Datum von:

Kennnummer: Geschäftsart:

ohne Abrechnung für Fondssparen
 inkl. Abrechnung für Fondssparen
 nur Abrechnung für Fondssparen

Status:

Anzeigen

drucken

| Auftrag Datum | Wertpapier | Menge | Limit | gültig bis | Status | Kurs | Zeitpunkt | Beleg |
|------------------|---|-----------------------|-------------------|------------|--|----------------------|-----------------------------|-------|
| Kauf 09.03.12 | LU0318931192 <u>FID.FDS-CHINA</u> <u>FOCUS A AEO</u> | 100,000 STK | BESTENS | 30.04.12 | Auftrag voll ausgeführt | | | |
| | | 100,000 STK | | | Auftrag abgerechnet | 9,4340 EUR | 12.03.12 00:00:01 | |
| Kauf 09.03.12 | AT0000805189 <u>RAIFF-OESTERR.-</u> <u>AKTIEN T R</u> | 5,000 STK | BESTENS | 30.04.12 | Auftrag voll ausgeführt | | | |
| | | 5,000 STK | | | Auftrag abgerechnet | 132,80 EUR | 13.03.12 15:06:54 | |
| Kauf 01.03.12 | AT0000322599 <u>INVEST.ERG.ANL.</u> <u>02-12/5</u> | 1.000,000 EUR | BETRAG 75,00 % | 08.03.12 | Auftrag gelöscht, Weitere Details>> | | | |

Abbildung 17: Orderbuch Raiffeisen⁵⁷

⁵⁷ Vgl.

https://portal.raiffeisen.at/group/private151518028047051880/id200000000/id201000000/id201050000/orderbuch?p_p_id=wp_WAR_wpportlet_INSTANCE_jF60&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=2&_wp_WAR_wpportlet_INSTANCE_jF60_flowid=orderbuch&_wp_WAR_wpportlet_INSTANCE_jF60_execution=e1s1, Zugriff 13.03.2012

Im Orderbuch bzw. der Orderliste sind alle bereits getätigten Aufträge sichtbar und, sofern noch nicht durchgeführt, noch bearbeitbar. Um einen neuen Auftrag zu platzieren gibt es die Wertpapierorder.

Wertpapierorder/Wertpapierkauf

Die folgende Abbildung zeigt beispielsweise die Eingabemaske für den Wertpapierkauf der BAWAG P.S.K.

WERTPAPIERKAUF

Die Risikohinweise für Wertpapiergeschäfte wurden mir ausgehändigt und zur Kenntnis gebracht. Bitte beachten Sie die [Orderannahmezeiten](#) - an Feiertagen erfolgt keine Weiterleitung.

Die mit * gekennzeichneten Felder sind Pflichtfelder.

| | | |
|-------------------------|---|---|
| Depot | <input type="text" value="0121212121 - Wertpapierdepot - Michi Fanin - meine Vorsorge"/> |  |
| Verrechnungskonto | 0123456789 - KontoBox Basis - Michi Fanin - Geld zum Leben | |
| Kontostand | 74,36 EUR (verfügbarer Betrag 74,36 EUR) | |
| | | |
| Wertpapiertitel | Comverge Inc.: Registered Shares DL -,01 | |
| ISIN | US2058591015 | |
| Handelsplatz | <input type="text" value="Deutsche Börse - Frankfurt Xetra"/> |  |
| | Hier finden Sie unsere Konditionen . | |
| Kurs/Datum/Uhrzeit | 4,152 EUR / 09.08.2011 / 16:00:28  | <input type="button" value="neu auswählen"/> |
| Menge* | <input type="text" value="10"/> | Stück |
| Ordertyp* | <input type="text" value="Limit"/> | |
| Ordervolumen | 41,61 EUR  | |
| Limit* | <input type="text" value="4"/> , <input type="text" value="161"/> | EUR |
| gültig bis* | <input type="text" value="21.03.2012"/> |  |
| Kontakt für Rückfragen* | <input type="text" value="+43 664 123331"/> |  |

Abbildung 18: Wertpapierkauf BAWAG P.S.K.⁵⁸

⁵⁸ Vgl. http://demo-ebanking.bawagpsk.com/?template=BR_SECURITY_BUY_ORDER, Zugriff 14.03.2012

Nachdem alle notwendigen Daten eingegeben wurden, wird der Wertpapierkauf von der Bank bearbeitet. In diesem Beispiel würden 10 Stück Aktien der Comverge Inc. bis mit einem Orderlimit bis 4,161 Euro gekauft werden. Diese Order ist bis 21.03.2012 gültig. Der Auftrag wird von der Bank durchgeführt sollte dies mit den angegebenen Kriterien möglich sein.

Depotumsätze

Die Aufstellung der Depotumsätze gibt Auskunft über alle getätigten Wertpapierkäufe und –verkäufe.

Bank Austria OnlineBanking System (Testkonto): 5.4.2012 9.54 Uhr Ortszeit Wien

Max Mustermann
Depotnummer: 12345678911

| Wertpapertitel ISIN | Umsatzart | Kurs Stk/Nom | Abrechnungsbetrag Geschäftsdatum |
|---------------------------|-----------|---------------------|-------------------------------------|
| Muster AG AT0000123459 | Kauf | 25,00 EUR 100,00 | 2.500,00 EUR 03/01/2006 |

Depotumsatz vom bis Kennnummer

Abbildung 19: Depotumsatz Bank Austria⁵⁹

Im abgebildeten Beispieldepot war der letzte Depotumsatz der Kauf von 25 Stück Aktien der Muster AG zum Kurs von Euro 100,00 am 03.01.2006. Sonst sind keine weiteren Umsätze erfolgt.

Fondssparen

Beim Fondssparen handelt es sich um eine spezielle Sparform. Es wird jeden Monat, ein im Vorhinein bestimmter, Betrag investiert um Anteile eines Fonds zu erwerben. Die Besonderheit ist, dass abgesehen von einem Mindestbetrag (zB € 50,00 pro Ansparung), unabhängig von der Stückelung eines Fonds, jeder beliebige Betrag, regelmäßig in den Fonds investiert werden kann. Ebenso wie der Ansparbetrag kann der Ansparrythmus gewählt werden (zB monatlich, vierteljährig, jährlich).

⁵⁹ Vgl. <https://online.bankaustria.at/servlet/MasterFrame>, Zugriff 05.04.2012

Das Fondssparen ermöglicht dem Kunden, mit geringen Beträgen, an der Performance einer Kapitalanlagegesellschaft teilzuhaben. Dies bedeutet allerdings, dass das angesparte Kapital allen Kursschwankungen unterliegt, welche nicht nur positiv ausfallen können. Im Vergleich zum relativ sicheren Sparbuch entscheidet sich der Kunde beim Fondssparen für ein höheres Risiko um höhere Ertragschancen zu erhalten.

4.4. Onlineangebotene Produkte

Im vorangegangenen Punkt wurden die online angebotenen Bankdienstleistungen verglichen. Doch neben diesen werden noch weitere Zusatzdienstleistungen von den Banken angeboten. Damit, welche Bank, welche Produkte neben den normalen Bankdienstleistungen wie beispielsweise Kontoführung oder Sparbuch noch anbietet beschäftigen sich die folgenden Seiten.

4.4.1. Online KFZ-Leasing

Das Produkt Online KFZ-Leasing bieten Ihren Kunden die Bank Austria und die Raiffeisen an.

| Online KFZ-Leasing | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|--------------------|-------|----|-------|----|--------------|
| Online KFZ-Leasing | | x | x | | |

Abbildung 20: Online KFZ-Lesing

Beim Online KFZ-Leasing kann der Kunden selbst die Leasingraten für sein Wunschfahrzeug mit Hilfe des Leasingrechners kalkulieren. Nach Eingabe aller notwendigen Informationen und Auswahl der gewünschten Anzahlung, Laufzeit bzw. Kilometerleistung pro Jahr kann dieses Produkt online bei der Bank bestellt werden. Der Berater erhält und prüft die Anfrage und trifft die Finanzierungsentscheidung. Bei einem positiven Ausfall dieser bereitet der Berater alle Unterlagen zur Unterzeichnung vor.

Wenn die Bank die unterschriebenen Originalunterlagen erhalten hat, sendet diese eine Finanzierungsabsichtserklärung, Objektübernahme und Benützungüberlassung an den Lieferanten.

Danach kann der Kfz-Händler das Fahrzeug bestellen bzw. ausliefern.

Modellauswahl Daten überprüfen Bestätigung

1 Auto auswählen ⓘ

MITSUBISHI Benzin Lancer SST 217kw (72.020,00)

Listenpreis: 72.020,00 EUR
 Mein Preis (Barzahlungspreis): 69.000,00 EUR
 Meine Anzahlung: 20.000,00 EUR

Angebot vom Händler?
 Geben Sie hier den abgebotenen Kaufpreis ein.

2 Meine Leasingrate abhängig von Laufzeit & km-Leistung ⓘ

| km-Leistung pro Jahr | Laufzeit in Monaten | | |
|----------------------|---------------------|----------------|---------|
| | 48 | 60 | 72 |
| 15000 | 734 EUR | 677 EUR | 644 EUR |
| 20000 | 734 EUR | 687 EUR | 644 EUR |
| 25000 | 759 EUR | 706 EUR | 668 EUR |

Andere Rate?
 Klicken Sie einfach auf den Betrag Ihrer Wahl!

3 Meine Leasingrate für den MITSUBISHI Lancer Evolution MR SST 217kw (72.020,0) ⓘ

| | |
|--------------------------------|---------------------|
| Mein Barzahlungspreis | 69.000,00 EUR |
| Anzahlung | 20.000,00 EUR |
| Laufzeit | 60 Monate |
| Kilometerleistung pro Jahr | 20000 km |
| Bearbeitungsgebühren inkl. UST | 90,00 EUR |
| Restwert | 16.865,00 EUR |
| Monatliche fixe Rate | 686,60 EUR * |



Ja, ich möchte bei meinem Beratungsgespräch über eine Fahrzeugversicherung informiert werden.

Abbildung 21: Online Leasingformular mit Leasingrechner Raiffeisen⁶⁰

Die Abbildung zeigt das Online Leasingformular der Raiffeisen. Nach Eingabe aller erforderlichen Daten, sowie der nach Kundenwunsch variablen Einträge kann der Leasingvertrag direkt online beantragt werden.

⁶⁰ Vgl.

<https://portal.raiffeisen.at/group/private151518028047051880/id200000000/id201000000/id20108000/id201084000?portletRefresh=view>, Zugriff am 05.04.2012

4.4.2. Bausparen online

Bausparen ist die beliebteste Anlageform der Österreicher. Die Möglichkeit Bausparverträge online abzuschließen bieten alle fünf Banken Ihren Kunden.

| Bausparen online | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|------------------|-------|----|-------|----|-----------|
| Bausparen online | x | x | x | x | x |

Abbildung 22: Online Bausparen

Bausparen hat seine Wurzeln im gemeinschaftlichen Sparen zum Zweck der Schaffung eines Eigenheimes.

Der Bausparer zahlt monatlich, jährlich oder durch Einmalerlag die gewünschte Bausparsumme bei der Bausparkasse ein und erwirbt gleichzeitig den Anspruch auf ein Bauspardarlehen welches über die eingezahlten Beiträge aller Bausparer finanziert wird.

Bis zu einer Prämienhöhe von 1.200 Euro pro Person und Jahr wird diese Anlageform von Staat mit einer Prämie von 1,5 Prozent bis 4 Prozent der jährlichen Einzahlung gefördert. Diese Prämie ist zusätzlich von der Kapitalertragssteuer befreit.

Die Vergabe von Bauspardarlehen ist begrenzt auf den Kauf von Baugrund, Errichtung und Erwerb einer Eigentumswohnung oder eines Eigenheimes, Zubau, Aufstockung, Ausbau, Renovierung, Sanierung, energiesparende Maßnahmen bei Eigenheimen oder Eigentumswohnung, Ablöse von Hypotheken, Auszahlung von Miterbinnen bzw. Miterben, Miet-, Genossenschafts- und Gemeindewohnungen und die Errichtung und Erwerb von ganzjährig bewohnbaren Kleingartenhäusern.

Der Abschluss eines Bausparvertrages ist bei allen fünf Banken online über das Online-Banking-Portal möglich. Als weitere Services werden Bausparrechner und Bauspardarlehensrechner angeboten um sich vorab von der Entwicklung der Ansparung bzw. den Konditionen eines Bauspardarlehns informieren zu können.

4.4.3. Online Sparprodukte

Beim Online Sparen handelt es sich im Prinzip um die verschiedenen Arten von Sparbüchern. Alle fünf Banken bieten ihre Sparprodukte auch online an.

| Online Sparprodukte | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|-------------------------|-------|----|-------|----|-----------|
| Sparbücher bzw. –konten | X | X | X | X | X |
| Optionale Maestro-Karte | X | X | | X | X |

Abbildung 23: Online Sparprodukte

Der Unterschied bei den Online Sparbüchern bzw. –konten besteht darin, dass Online Sparprodukte nur virtuell vorhanden sind und nicht in physischer Form ausgegeben werden. Die Ein- bzw. Auszahlungen erfolgen in diesem Fall ausschließlich über ein Verrechnungskonto welches via Online-Banking verwaltet wird. Eine Bareinzahlung am Schalter ist auf diese Sparkonten in der Regel nicht möglich. Der gewünschte Betrag müsste auf ein Konto mit Onlinezugang eingezahlt werden und dann von diesem auf das Online-Sparkonto überwiesen werden.

Wie Abbildung 16 zeigt bieten allerdings alle Institute bis auf die Raiffeisen ihren Kunden Sparprodukte an, welche es in Kombination mit einer Maestro-Karte ermöglichen Bankomaten oder Foyerautomaten zur Geldbehebung zu nutzen. So kann die Geldbehebung auch direkt vom Sparkonto erfolgen ohne den Betrag zuvor auf das Verrechnungskonto überwiesen zu haben.

s Komfort Sparen saldo. eröffnen Beratungstermin

Ihr Betreuer: [Katharina Goißer](#) Daten & Kommunikations Center 20.04.2012 16:12:37 Hilfe

| | | | |
|---------------------------|--|-----------------------------------|--|
| Name | Philipp Riedl | | |
| Auftraggeberkonto | 01001025020 | | |
| Starteinlage | <input type="text" value="10,00"/> | EUR | |
| Sparbetrag (Dauerauftrag) | <input type="text" value="10,00"/> | EUR | zu Gunsten Ihres neuen s Komfort Sparen saldo. |
| Beginn | <input type="text" value="5"/> | <input type="text" value="2012"/> | ... |
| Fälligkeit | <input checked="" type="radio"/> | <input type="text" value="1"/> | Tag des Monats <input type="radio"/> am Letzten des Monats |
| Intervall | <input type="text" value="monatlich"/> | | |

Karte mit der über Konto verfügt wird Bank-Card-Null-Limit | PHILIPP RIEDL | 01001025020 | 01

Abbildung 24: Formular Online Sparen Erste Bank⁶¹

⁶¹ Vgl.

https://netbanking.sparkasse.at/sPortal/sportal.portal?_windowLabel=LABEL_NBMAIN&_pageLabel=LABEL_NBMAIN&_urlType=action&LABEL_NBMAIN_action=netbanking.webapp.uebersicht.produktabschluss.profitBonusNB&LABEL_NBMAIN_fromMask=kondi&LABEL_NBMAIN_type=profit&LABEL_NBMAIN_zz=69275.04491698564&LABEL_NBMAIN_event=abschliessen&LABEL_NBMAIN_pc=7, Zugriff am 20.04.2012

Abbildung 17 zeigt die einfache Eröffnung eines Online-Sparkontos am Beispiel der Erste Bank. Der gesamte Prozess kann im Online-Bankingbereich in wenigen Schritten abgewickelt werden. Verschiedene Ansparoptionen stehen dem Kunden zur Auswahl.

Im Gegenzug für die reine online Verfügbarkeit der Sparkonten bieten die Banken ihren Kunden geringfügig bessere Konditionen als bei den konventionellen Sparbüchern. Diese Vergünstigungen stellen sich durch geringere Verwaltungskosten und/oder höheren Zinssätzen dar.

4.4.4. Online Finanzierung

Die Banken bieten ihren Privatkunden die verschiedensten Kreditprodukte an. Die häufigsten Angebote sind:

- **Kontorahmen bzw. Überziehungsrahmen**

Die Banken geben Ihren Kunden die Möglichkeit zu Ihrem Gehalts- bzw. Pensionskonto einen Überziehungsrahmen zu vereinbaren (zB zwei Monatsgehälter) über welchen diese frei verfügen können. Eine Ausnützung und Abdeckung dieses Kontorahmens ist jederzeit möglich. Die Zinsen fallen immer für den in Anspruch genommenen Betrag an. Die Einräumung erfolgt einmalig, ohne Kreditantrag.

- **Konsumkredit**

Diese Finanzierungsform ist unabhängig vom Verwendungszweck. Die Kredithöhe, Kreditraten sowie die Kreditlaufzeit können variabel gestaltet werden und sind mit der Bank zu verhandeln. Maßgeblich beeinflusst werden diese Faktoren jedoch von den finanziellen Möglichkeiten bzw. Gegebenheiten des Kunden.

- **Hypothekarkredit**

Bei Krediten mit langer Laufzeit (meist 15 bis 30 Jahre) oder höheren Kreditrate als beim Konsumkredit verlangen die Banken höhere Sicherheiten von Ihrem Kunden. Diese sind im Falle des Hypothekarkredites ein

Grundstück und/oder Gebäude. Es ist auch möglich die mit dem Kreditbetrag erstandene Immobilie als Sicherheit zu verwenden.

Die Eintragung der Hypothek erfolgt im Grundbuch. Im Notfall, wenn das Darlehen nicht zurückbezahlt werden kann, steht dem Kreditgeber eine Zwangsversteigerung offen.

Durch die Besicherung des Kredites sind Hypothekarkredite meistens auch kostengünstiger als Konsumkredite.

- **Bausparfinanzierung**

Die Vergabe von Bauspardarlehen ist begrenzt auf den Kauf von Baugrund, Errichtung und Erwerb einer Eigentumswohnung oder eines Eigenheimes, Zubau, Aufstockung, Ausbau, Renovierung, Sanierung, energiesparende Maßnahmen bei Eigenheimen oder Eigentumswohnung, Ablöse von Hypotheken, Auszahlung von Miterbinnen bzw. Miterben, Miet-, Genossenschafts- und Gemeindewohnungen und die Errichtung und Erwerb von ganzjährig bewohnbaren Kleingartenhäusern.

Neben diesen Ausgaben für Bauen und Wohnen können auch einige Bildungs- bzw. Pflegeaufwendungen finanziert werden.

Voraussetzung für die Gewährung einer Bausparfinanzierung ist der Bausparvertrag. Das Bauspardarlehen ist in Österreich eine beliebte Form der Eigenheimfinanzierung, da der Zinssatz derzeit gesetzlich auf drei bis sechs Prozent geregelt ist. In diesem Spielraum ist er variabel und meist an den 12-Monats-Euribor gebunden. Doch als 100 prozentig sicher sollte diese Zinsregelung nicht betrachtet werden, da Gesetze jederzeit geändert werden können.

| Online Finanzierung | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|---------------------|-------|----|-------|----|-----------|
| Kontorahmen | | | | | |
| Konsumkredit | | x | | | |
| Hypothekarkredit | | | | | |
| Bausparfinanzierung | | | | | |

Abbildung 25: Online Finanzierung

Da es sich bei Finanzierungsprodukten um sehr speziell auf den Kunden zugeschnittene und umfassende Produkte handelt werden diese kaum online angeboten. Kredite sind nicht standardisiert anbietbar und eignen sich somit auch nicht für den Onlinevertrieb. Um einen Kredit zu erhalten, gilt es für den Kunden einige Voraussetzungen zu erfüllen, welche vor der Kreditvergabe eingehend von den Bankinstituten geprüft werden. Einige Beispiele sind:

- Die Bank prüft die Kreditwürdigkeit des Kunden um abzuklären ob der Kredit zurückgezahlt werden kann.
- Eventuell negative Kreditschutzverbandeinträge werden abgefragt
- Ein regelmäßiges, ausreichendes Einkommen muss gegeben sein.
- In der Regel muss ein seit einem Jahr bestehendes, unbefristetes Dienstverhältnis nachgewiesen werden.
- Erstellen einer Einnahmen-/Ausgabenrechnung und eines Rückzahlungsplans.
- Nachweis von Eigenkapital
- Bereitstellung von Sicherheiten (Bürgschaft, Versicherungen, Sparbücher, Wertpapiere, etc.)
- Eventuell Abwicklung der hypothekarischen Besicherung

Die obere Abbildung zeigt, dass lediglich die Bank Austria das Produkt Konsumkredit im Onlineangebot hat. Hierbei besteht allerdings keine online Abschlussmöglichkeit, sondern es wird dem Kunden nur ermöglicht das Antragformular online auszufüllen und an den Kundenbetreuer vorab zu übermitteln. Ein eingehendes Beratungsgespräch ist auch hier unumgänglich.

Die folgende Abbildung zeigt das Online-Kreditantragsformular der Bank Austria. Viele für die Bewertung der Kreditvergabe durch die Bank notwendigen Daten können vorab eingegeben und dem Kundenbetreuer gesendet werden. Der Vorteil für den Kunden besteht darin, die Angaben in aller Ruhe daheim ausfüllen zu können, sowie seine Einnahmen und Ausgaben zu berechnen.

Auf der anderen Seite hat auch der Bankberater die Gelegenheit sich in Vorhinein besser auf das Beratungsgespräch mit dem Kunden vorzubereiten.

Online-Kreditantrag

Um eine rasche Finanzierungsentscheidung treffen und die richtigen Kreditunterlagen für Sie vorbereiten zu können, benötigen wir folgende Daten. Falls Sie verheiratet sind oder eine Lebensgemeinschaft führen, geben Sie uns bitte auch die Daten Ihrer Partnerin bzw. Ihres Partners bekannt.

Ihre Betreuerin bzw. Ihr Betreuer der Bank Austria wird sich mit Ihnen in Verbindung setzen, um die weiteren Details der Kreditabwicklung mit Ihnen zu besprechen.

Bei Feldern, die mit * gekennzeichnet sind, ist die Eingabe notwendig.

Finanzierungswunsch:

Verwendungszweck:*

Kreditbetrag in EUR:*

Laufzeit (Jahre):*

Gewünschte monatliche Rate in EUR:

Verfügbare Eigenmittel in EUR:

Persönliche Daten:

Anrede:*

Titel:

Vorname:*

Nachname:*

Straße, Nr:*

Postleitzahl:*

Ratenhöhe:

Beginn der Rückzahlung:

Weiteres Darlehen (Kredite, Bürgschaften, Leasing, Versandhauskredite):

Kreditgeber:

Ursprünglicher Kredithöhe in EUR:

Laufzeit (Jahre):

Ratenhöhe:

Beginn der Rückzahlung:

Monatliche Ausgaben in EUR:

Miete (inkl. Betriebskosten)

Heizung, Gas, Strom

Sonstige Verpflichtungen (Alimente, Kostgeld, Versicherungen)

Fernsehen, Radio, Telefon, sonstige Ausgaben

KFZ-Kosten (Benzin, Versicherung, Steuern, Wartung, etc.)

Lebenshaltungskosten (Bekleidung, Ernährung)

Datum:

Abbildung 26: Online-Kreditantrag Bank Austria⁶²

Die Funktion des Online-Kreditantrages kann als Serviceleistung betrachtet werden. Der gesamte Prozess der Kreditvergabe wird dadurch nicht digitalisiert.

4.5. Mobile Banking

Die nächste Mobilitätsstufe des Online Banking stellt das Mobile Banking, auch M-Banking oder mBanking, dar. Hierbei findet die Abwicklung des Bankgeschäftes nicht mehr über einen Computer sondern über ein mobiles Endgerät, in der Regel das Mobiltelefon, statt.

Die rasche Verbreitung von Smartphones, günstigere Datentarife sowie der Umstand, dass das Mobiltelefon zum ständigen Begleiter wird, hat eine steigende Nachfrage nach Mobile Banking Lösungen geschaffen. Darauf haben die Banken bereits reagiert und haben Ihre Angebote weiter „mobilisiert“. Es können die folgenden beiden Arten des mobilen Zugriffs auf das Online Banking unterschieden werden:

- **Mobile-Browser, mobiler (Internet)Browser**

Beim Zugriff auf die Online-Banking Seite wird ein Mobile-Browser, entweder automatisch oder wahlweise, angeboten. Dabei wird eine für mobile

⁶² Vgl. https://tools.bankaustria.at/formulare/de/OnlineKreditantrageShop_de_1.jsp, Zugriff am 08.05.2012

Endgeräte optimierte Anzeige der Online-Banking Seite dargestellt um die Navigation und Bedienung für den Nutzer zu erleichtern.

- **Applikation/Widget (App)**

Für bestimmte Mobiltelefonmodelle werden von den Banken spezielle Programme zum mobilen Online Banking angeboten. Die Kombination aus Mobiltelefon mit eigens programmierter Software soll die Bedienfreundlichkeit gegen über dem Zugriff über den „normalen“ oder Mobile-Browser weiter verbessern. Diese Apps müssen auf das mobile Endgerät heruntergeladen und installiert werden. Bei den angebotenen Applikationen ist zurzeit noch Apple mit seinem iPhone führend. Bei der Verwendung von anderen Mobiltelefonen muss sich der Nutzer meist mit dem Zugriff über den mobilen Browser begnügen. Die Konkurrenz welche die Mobiletelefon-Betriebssysteme Android oder Windows Phone7 verwendet, ist bestrebt diesen Rückstand in naher Zukunft aufzuholen.

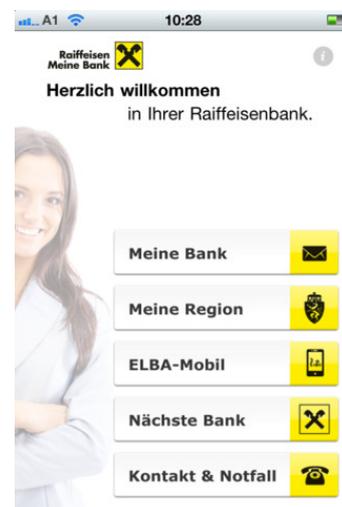


Abbildung 27: Bank Austria App für Android⁶³ Abbildung 28: Raika App für iPhone⁶⁴

Beim Einstieg über die Mobile-Browser- oder App-Funktion werden nur Grundfunktionen, wie zB aktuelle Informationen zu Giro- und Sparkonten, Kreditkarten, Wertpapierdepots, Sperrfunktion von Bankomat- oder Kreditkarten oder

⁶³ Vgl. <http://www.androidlounge.at/lounge/wp-content/uploads/2011/07/bankaustria.jpg>, Zugriff am 09.05.2012

⁶⁴ Vgl. <http://itunes.apple.com/at/app/raiffeisen-steiermark/id510045221?mt=8>, Zugriff am 09.05.2012

Inlandsüberweisungen, angeboten. Komplexere Funktionen wie etwa die Wertpapierfunktion in vollem Umfang hat keine der fünf Banken im Mobile-Banking Repertoire.

Welche Bank dem Kunden welche Funktionen, speziell für mobile Endgeräte ausgelegt anbietet, wird im Folgenden analysiert:

| Mobile Banking | Erste | BA | Raika | VB | BAWAG PSK |
|----------------------------------|--------------|-----------|--------------|-----------|----------------------|
| Mobile-Browser Portal | x | x | x | | x |
| - Übersicht Girokonto | x | x | x | | |
| - Übersicht Sparkonto | x | x | x | | |
| - Übersicht Kreditkarten | x | x | | | |
| - Übersicht Wertpapierdepot | x | x | x | | |
| - Wertpapiere handeln | | x | | | |
| - Stand Wertpapierplan abfragen | | x | | | |
| - Stand Bausparvertrag abfragen | | x | | | |
| - Inlandsüberweisung | x | x | x | | |
| - Auslandsüberweisung | x | x | x | | |
| - Bankomat-/Filialsuche via GPS | x | | x | | |
| - Administration (zB PIN ändern) | x | x | | | |
| Applikation/Widget (App) | x | x | x | | x |
| - Android App | x | x | | | x |
| - iPhone App | x | x | x | | x |
| - Windows Phone 7 App | x | | | | |
| - Übersicht Girokonto | x | x | | | x |
| - Übersicht Sparkonto | x | x | | | x |
| - Übersicht Kreditkarten | x | x | | | |
| - Übersicht Wertpapierdepot | x | x | | | |
| - Wertpapiere handeln | | x | | | |
| - Stand Wertpapierplan abfragen | | x | | | |
| - Stand Bausparvertrag abfragen | | x | | | |
| - Inlandsüberweisung | x | x | | | x |

| | | | | | |
|--|---|---|---|--|---|
| - Auslandsüberweisung | x | x | | | x |
| - Überweisung zwischen zwei iPhone-Usern per Bluetooth | x | | | | |
| - Bankomat-/Filialsuche via GPS | x | | | | x |
| - Aktien-Research-Infos | x | | | | |
| - Aktuelle Wechselkurse | x | | | | |
| - Kontakt-/Notfallservice | x | | | | |
| - Zahlscheine scannen | | | x | | |

Abbildung 29: Mobile Banking

Die Abbildung veranschaulicht, dass nicht alle fünf Banken das Mobile Banking gleich intensiv verfolgen. Erste Bank und Bank Austria stehen sich im Angebot der Mobile Banking Funktionen so gut wie in nichts nach. Sowohl Raika und BAWAG P.S.K. sind ebenfalls daran die Services laufend an die technischen Entwicklungen anzupassen und zu erweitern.

Die Volksbanken sind auf den Zug des Mobile Banking derzeit noch nicht aufgesprungen. Online können die Angebote der Volksbanken derzeit nur über die „gewöhnlichen“ Browser abgerufen werden.

4.6. Sicherheit im Online Banking

Die Sicherheitsproblematik stellt eine große Hürde für die Akzeptanz des Online Banking dar und ist der Hauptgrund für die Nicht-Nutzung wie die folgende Abbildung eindeutig zeigt.



Abbildung 30: Gründe für die Ablehnung von Online-Banking⁶⁵

Da das Online Banking zuerst ein geschlossenes Netzwerk (z. B. über AOL oder T-Online) war, war es weniger anfällig auf Angriffe Dritter. Das heutige Online Banking, welches über das Internet ausgeführt wird, ist demnach einem höheren Sicherheitsrisiko. Bei der überwiegenden Mehrheit der Transaktionsprozesse im Internet erfolgt die Kommunikation über viele Stationen. Solche Stationen stellen Angriffspunkte für Manipulationen dar:

- **Bank**

Die Sicherheitssysteme der Banken sind umfassend, werden laufend den technischen Entwicklungen und den Angriffen der Betrüger angepasst. Eine sichere, verschlüsselte Datenübertragung wird von den Banken gewährleistet. Dazu bedienen sich die Banken der HTTPS-Verschlüsselung. HTTPS steht für Hyper Text Transfer Protocol Secure (sicheres Hypertext-Übertragungsprotokoll). HTTPS sorgt dafür, dass die Daten die zwischen dem Kunden und dem Webserver der Bank ausgetauscht werden für Dritte unzugänglich bzw. unlesbar sind. Für den Nutzer ist die Verschlüsselung der Verbindung durch „https://“ vor dem Domainnamen erkennbar. Die meisten Browser weisen noch durch optische Signale (zB Schlüsselsymbol bei Internet

⁶⁵ Vgl. <http://www.thestrategyweb.com/studie-online-banking-internet-nutzer-noch-aengstlich>, Zugriff am 10.05.2012

Explorer) auf den Aufbau einer verschlüsselten Verbindung hin. Beim Online-Banking gilt immer auf das bestehen HTTPS-Verbindung zu achten.⁶⁶

Den schwächsten Punkt in der Sicherheitskette stellt der Mensch (Kunde) bzw. der von diesem verwendete Zugangspunkt (zB Heim-PC, Mobiltelefon, etc.) dar.

- **Kunde**

Persönlichen Zugriffs- und Autorisierungsdaten, wie die Login-Daten (PIN) und Geldtransferautorisierungsdaten (TAN), dürfen niemals an Dritte weitergegeben werden und nur auf der überprüften Internet-Banking-Seite des Geldinstituts ein, zu dem eine Kontoverbindung besteht eingegeben werden. Diese Bankinformationen sind streng vertraulich zu behandeln und müssen an einem sicheren Ort verwahrt werden. Ein Abspeichern am PC ist nicht sicher. Niemals dürfen diese vertraulichen Daten in E-Mails, Formularen oder unbekanntem Internet-Banking-Systemen eingegeben werden.

Von der Verwendung von Links aus E-Mails oder von Fremdseiten zum Online-Banking Portal muss Abstand genommen werden, da diese gefälscht sein könnten.

Kontoauszüge müssen regelmäßig auf Unregelmäßigkeiten überprüft werden.

- **Internet – Systemsicherheit**

Es sollte nur vertrauenswürdige Personen das Computersystem nutzen bzw. administrieren mit welchem Online-Banking durchgeführt wird.

Nur gepflegte und gewartete Computersysteme verwenden - das Betriebssystem sollte jedenfalls in regelmäßigen Abständen mit den neuesten Erweiterungen der Sicherheitssoftware versorgt werden. Gleiches gilt selbstverständlich für den Browser. Automatischen Updates und der Phishing-Filter im Internet-Browser sollte aktiviert sein.

Die Verwendung einer aktuellen Virenschutzsoftware mit regelmäßigen automatischen Updates gegen Spyware, Viren und Trojaner bzw. Firewall zum Schutz des Computersystems sollte obligatorisch sein.

⁶⁶ Vgl. http://www.kaspersky.com/de/ratgeber/online-banking/https_verschlueselung, Zugriff am 11.05.2012

Sicherheitsverfahren:⁶⁷

Um den Zugriff auf das Konto und die verschiedenen Online-Transaktionen abzusichern gibt es verschiedene Sicherheitsverfahren. An Stelle der Unterschrift bzw. der Dokumentation der Berechtigung über einen Ausweis wird die Identität des Kunden und seine spezielle Berechtigung mit folgenden Verfahren verifiziert:

PIN/TAN

Der Kunde erhält von der Bank eine Identifikationsnummer (PIN) für sein Internetkonto und eine Liste mit Transaktionsnummern (TANs). Zum Bestätigen einer Überweisung ist die Eingabe eines beliebigen TANs notwendig. Diese Nummern sind unbefristet gültig und somit leicht zu missbrauchen.

iTAN-Verfahren

Die Funktionsweise dieses Verfahrens ist mit einem Unterschied gleich dem PIN/TAN-Verfahren: die TANs sind durchnummeriert (indiziert). Zur Bestätigung einer Überweisung oder eines Auftrages, fragt die Bank eine bestimmte TAN aus der Liste ab, die dann nur für diese Überweisung gilt.

mTAN-Verfahren

Bei diesem System erhält er Kunde keine TAN-Liste. Zum Verifizieren schickt die Bank dem Kunden, an die zuvor registrierte Mobiltelefonnummer, eine Kurzmitteilung mit einem befristeten und nur für diesen bestimmten Vorgang gültigen TAN. Erst nach Eingabe dieser TAN wird der Auftragsvorgang bestätigt. Die mTAN-Technik („m“ wie „mobil“) ist sehr sicher und praktisch für das Mobile Banking, da ein Mitführen von TANs entfällt.

cardTAN mit Chipkarte

Beim Chipkarten-Verfahren „unterschreibt“ der Kunde jeden Bankauftrag mit seinem persönlichen digitalen Schlüssel. Der ist auf einer Chipkarte gespeichert und wird erst nach Eingabe einer PIN aktiv. Für diese Variante ist die Installation eines Chipkarten-Lesegerät notwendig.

⁶⁷ Vgl. <http://mobil.computerbild.de/artikel/cb-Ratgeber-Kurse-Internet-Bankgeschaefte-im-Internet-1800656.html>, Zugriff am 23.05.2012

Abschließend bleibt zu sagen, dass trotz aller Bemühungen es nie möglich sein wird die Online-Banking Systeme 100 Prozent sicher zu gestalten. Allein durch das Mitwirken des Menschen können Fehler, welche von Betrügern ausgenützt werden, trotz aller Prüf- und Überwachungsmechanismen nie ausgeschlossen werden.

5. Österreichische Banken und Suchmaschinen⁶⁸

Heutzutage kann es sich kein Unternehmen mehr leisten, nicht im Internet präsent zu sein. Dies würde einen eindeutigen Wettbewerbsnachteil gegenüber der Konkurrenz bedeuten. Iphos IT Solutions hat im Jahr 2011 eine Untersuchung durchgeführt, wie österreichische Banken und Finanzdienstleister bei online Suchanfragen abschneiden. Für diese Analyse wurden mehr als 80 Banken und Finanzdienstleister gereiht. Das Abschneiden war abhängig vom Suchergebnis der Suchmaschine Google nach Eingabe von 250 Stichwörtern und Wort-Kombinationen.

5.1. Bedeutung von Suchmaschinen im Internet

Um sich einen besseren Überblick über alle verfügbaren Informationen im Internet zu machen, verwenden 79 Prozent aller Internetuser Suchmaschinen. Im deutschsprachigen Raum ist Google klarer Marktführer: rund 90 Prozent aller Internetsuchen erfolgen über Google oder Suchmaschinen mit Google-Technologie. Internetuser orientieren sich an den Ergebnissen der Suchmaschinen und somit an der Reputation von Marken und der Positionierung von Unternehmen. Dies führt oftmals dazu, dass die Erstgereihten in den Ergebnislisten von Suchmaschinen als Branchen- und Marktführer gehalten werden und dementsprechend viele Besucher auf ihren Seiten verzeichnen. Scheint eine Mark in den Ergebnislisten nicht auf, schließt ein Drittel der Internetuser, dass dieses Unternehmen das gesuchte Produkt oder die Dienstleistung nicht anbietet. Dies zeigt wie bedeutend eine gute Positionierung in den Ergebnislisten von Suchmaschinen ist!

5.2. Österreichs Banken und Finanzdienstleister im Ranking Check

83 Prozent aller Österreicher über 14 Jahre haben Zugang zum Internet und 76 Prozent nutzen das Internet auch. Online-Banking wird allerdings nur von rund 2,5 Millionen Österreichern in Anspruch genommen.

Folgende Grafik zeigt die Sichtbarkeit von österreichischen Banken im Internet. Die Reihung erfolgte hinsichtlich ihrer Rankings beim Suchmaschinen Anbieter Google.at

⁶⁸ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, 2011

– mit der Einstellung „Seiten auf Deutsch“ und „Seiten aus Österreich“. Es wurde nach 250 Stichworten bzw. Stichwort-Kombinationen aus den Themenbereichen von Banken und Finanzdienstleistern gesucht (zB Online-Banking, Veranlagung, Sparen, Finanzierung etc.).

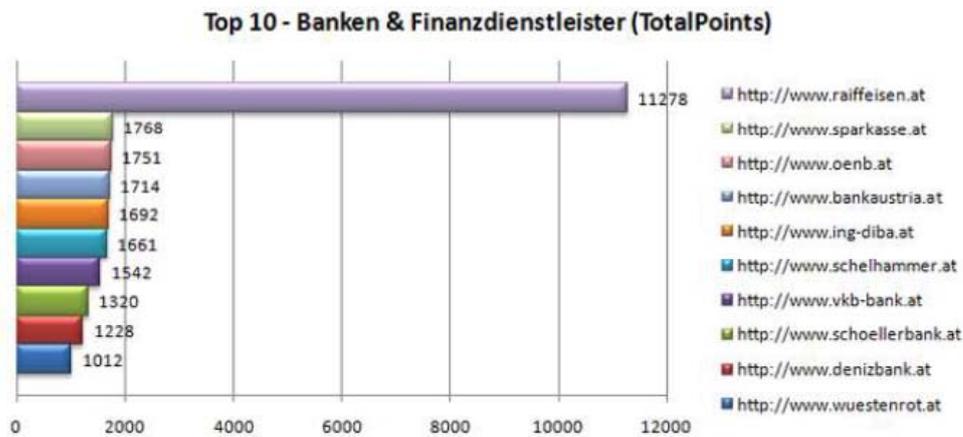


Abbildung 31: Top 10 – Banken Finanzdienstleister bei google.at⁶⁹

Die Raiffeisenbank stellt mit ihrem Internetauftritt www.raiffeisen.at die klare Nummer eins unter den österreichischen Banken und Finanzdienstleistern dar.

5.2.1. Tarifrechner und Online-Kalkulatoren

Für Internetuser spielen Transparenz und Vertrauen – gerade im Bereich Bank- und Finanzsektor – eine sehr wichtige Rolle. Sie suchen nach bestimmten Produkten und deren Kosten im Internet um Vergleiche herzustellen und somit Entscheidungen zu treffen. Eine wichtige Informationsquelle stellen dabei Tarifrechner und Online-Kalkulatoren dar. Iphos IT Solutions hat herausgefunden, dass im ersten Quartal 2011 zwei Drittel aller untersuchten Internetauftritte von österreichischen Banken und Finanzdienstleister keine solchen Rechner oder Kalkulatoren anbieten. 9 Prozent boten ihren Kunden im vergangenen Jahr eine einfache Variante an und 28 Prozent stellten ihren Kunden einen professionellen online Service zu Kalkulationen und Berechnungen zur Verfügung.

⁶⁹ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 5, 2011

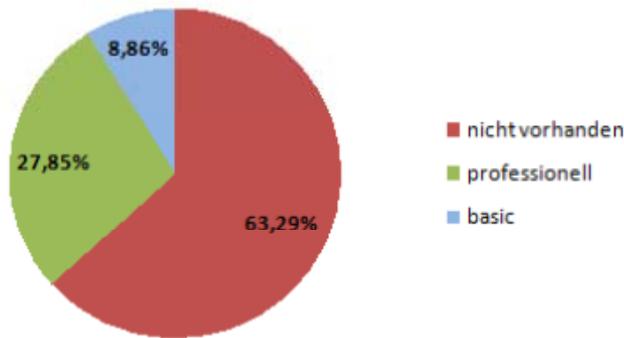


Abbildung 32: Online-Tarifrechner⁷⁰

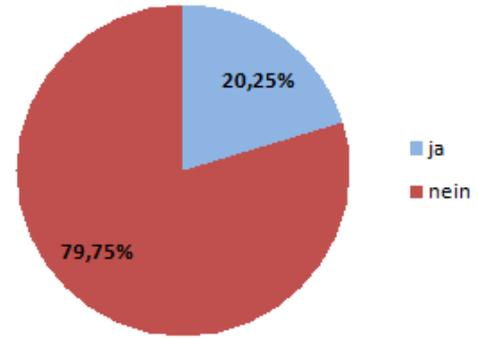


Abbildung 33: Online-Abschluss⁷¹

5.2.2. Tarifrechner und Online-Kalkulatoren

Die Möglichkeit Online-Geschäftsabschlüsse zu tätigen konnte man zum Zeitpunkt der Untersuchung bei lediglich 20 Prozent aller Internetauftritte feststellen. Mit diesem Ergebnis unterstreicht die Studie die Ergebnisse des Vergleichs der online angebotenen Produkte. Einfache, wenig oder gar nicht beratungsintensive Produkte werden bereits mehrheitlich von den Banken online – mit der Option zum direkt Abschluss – angeboten. Bei der Mehrheit der Produkte ist ein persönlicher Kontakt mit dem Berater, in der Bankfiliale, derzeit noch unumgänglich.

5.2.3. Banken-Ranking bei Google Suchmaschine

Nachfolgende Abbildung zeigt das Ergebnis der Auffindbarkeit von österreichischen Banken und Finanzdienstleistern unter den Top 10. Dabei wurden die bereits erwähnten Begriffe aus der Finanzthemenwelt in Google eingegeben und Punkte für die ersten 5 Plätze in der Ergebnisliste vergeben.

Das Ergebnis zeigt die Raiffeisen Bank wieder an erster Stelle. Weitere große österreichische Banken sind mit Platz 4 Bank Austria, Platz 7 Erste Bank und Sparkassen, Platz 26 PSK Bank und Platz 60 BAWAG. Die Volksbank ist in diesem Ranking nur mit der Volksbank Leasing auf Rang 81 vertreten.

⁷⁰ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 7, 2011

⁷¹ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 7, 2011

| Rang | Website | Rang | Website |
|------|---------------------------|------|-------------------------|
| 1 | www.raiffeisen.at | 7 | www.sparkasse.at |
| 2 | www.oenb.at | 8 | www.wuestenrot.at |
| 3 | www.schelhammer.at | 9 | www.vkb-bank.at |
| 4 | www.bankaustria.at | 10 | www.denizbank.at |
| 5 | www.ing-diba.at | 26 | www.pskbank.at |
| 6 | www.schoellerbank.at | 60 | www.bawag.at |

Abbildung 34: österr. Banken und Finanzdienstleister unter den Top 10 bei Google⁷²

Die Stichworte, die in die Suchmaschine Google eingegeben wurden, wurden zum besseren Vergleich nach Themen gruppiert:

- Die Analyse mit allgemeinen Stichworten zum **Thema „Banken“** (zB „Bank Österreich“, „Gehaltskonto“, „Kontokonditionen“, „Girokonto“, „Kreditkarten“, „Sparkasse“, „Konto eröffnen“ etc.) führt die Raiffeisen Bank die Wertung eindeutig an:

| Allgemein | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|---------------------------|-------------|------------|-----------|
| http://www.raiffeisen.at | 1962 | 2084 | ↓ -122 |
| http://www.oenb.at | 831 | 1164 | ↓ -333 |
| http://www.sparkasse.at | 738 | 642 | ↑ 96 |
| http://www.hypovbg.at | 466 | 430 | ↑ 36 |
| http://www.vkb-bank.at | 320 | 294 | ↑ 26 |
| http://www.bankdirekt.at | 285 | 245 | ↑ 40 |
| http://www.bankaustria.at | 266 | 215 | ↑ 51 |
| http://www.easybank.at | 228 | 317 | ↓ -89 |
| http://www.diesparda.at | 134 | 95 | ↑ 39 |
| http://www.vakifbank.at | 133 | 155 | ↓ -22 |

Abbildung 35: Google-Ranking zu Keywords Thema „Banken“⁷³

⁷² Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 10-11, 2011

⁷³ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 14, 2011

- Zum Thema „Sparen“ wurde nach Begriffen wie zB „Sparbuch“, „Kapitalsparbuch“, „Bausparvertrag“ und „hohe Zinsen“ gesucht. An erster Stelle ist wieder die Raiffeisen Bank aufzufinden:

| Sparen | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|---|-------------|------------|-----------|
| http://www.raiffeisen.at | 1514 | 1696 | ↓ -182 |
| http://www.denizbank.at | 833 | 830 | ↑ 3 |
| http://www.wuestenrot.at | 477 | 445 | ↑ 32 |
| http://www.sparkasse.at | 393 | 464 | ↓ -71 |
| http://www.vkb-bank.at | 345 | 529 | ↓ -184 |
| http://www.ing-diba.at | 339 | 11 | ↑ 328 |
| http://www.oenb.at | 219 | 367 | ↓ -148 |
| http://www.btv.at | 159 | 12 | ↑ 147 |
| http://www.rzb.at | 105 | 0 | ↑ 105 |
| http://www.hypolandesbank.at | 103 | 93 | ↑ 10 |

Abbildung 36: Google-Ranking zu Keywords Thema „Sparen“⁷⁴

- Das Ergebnis zur Untersuchung von Stichworten zum Thema „Veranlagen“ (Stichworte „Aktien“, „Fonds“, „mündelsichere Wertpapiere“, „Investmentfonds“, „Aktiendepot“, „Anlageberatung“ spricht ein weiteres Mal für die Raiffeisen Bank, die hier ebenfalls an erster Stelle angeführt wird:

| Veranlagen | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|---|-------------|------------|-----------|
| http://www.raiffeisen.at | 2990 | 3936 | ↓ -946 |
| http://www.schoellerbank.at | 762 | 785 | ↓ -23 |
| http://www.oenb.at | 543 | 730 | ↓ -187 |
| http://www.hypotiro.com | 458 | 371 | ↑ 87 |
| http://www.brokerjet.at | 329 | 0 | ↑ 329 |
| http://www.allianzinvest.at | 270 | 323 | ↓ -53 |
| http://www.securitykag.at | 238 | 253 | ↓ -15 |
| http://www.bankdirekt.at | 229 | 173 | ↑ 56 |
| http://www.hypovbg.at | 141 | 15 | ↑ 126 |
| http://www.direktanlage.at | 139 | 229 | ↓ -90 |

Abbildung 37: Google-Ranking zu Keywords Thema „Veranlagen“⁷⁵

⁷⁴ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 14, 2011

⁷⁵ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 15, 2011

- Bei der Suche nach dem **Thema „ethischer Veranlagung“** wurden Begriffe wie zB „grüne Veranlagung“, „Ethik Fonds“, „Oikocredit“, „sozial verantwortlich investieren“, „ökologische Veranlagung“ eingegeben. Diese Analyse hat Schelhammer für sich entschieden. Die Raiffeisen Bank ist auf Platz 4 anzutreffen – insgesamt enthält das Ranking nur 7 Banken und Finanzdienstleister:

| Ethische Veranlagung | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|-----------------------------|-------------|------------|-----------|
| http://www.schelhammer.at | 1534 | 1755 | ↓ -221 |
| http://www.steyler-bank.at | 146 | 185 | ↓ -39 |
| http://www.allianzinvest.at | 22 | 24 | ↓ -2 |
| http://www.raiffeisen.at | 21 | 198 | ↓ -177 |
| http://www.bankaustria.at | 4 | 0 | ↑ 4 |
| http://www.partnerbank.at | 0 | 1 | ↓ -1 |
| http://www.rzb.at | 0 | 5 | ↓ -5 |

Abbildung 38: Google-Ranking zu Keywords Thema „ethische Veranlagung“⁷⁶

- Zum **Thema „Vorsorge“** wurden die Suchbegriffe „Pensionsvorsorge“, „Kapitalvorsorge“, „Abfertigungsrückstellungsfonds“ und Ähnliche getestet. An erster Stelle dieser Analyse ist wieder die Raiffeisen Bank anzutreffen:

| Vorsorge | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|---------------------------|-------------|------------|-----------|
| http://www.raiffeisen.at | 340 | 327 | ↑ 13 |
| http://www.wuestenrot.at | 297 | 127 | ↑ 170 |
| http://www.easybank.at | 148 | 54 | ↑ 94 |
| http://www.btv.at | 82 | 78 | ↑ 4 |
| http://www.bankaustria.at | 49 | 0 | ↑ 49 |
| http://www.brokerjet.at | 27 | 0 | ↑ 27 |
| http://www.bawag.com | 26 | 37 | ↓ -11 |
| http://www.rzb.at | 14 | 29 | ↓ -15 |
| http://www.pskbank.at | 0 | 165 | ↓ -165 |

Abbildung 39: Google-Ranking zu Keywords Thema „Vorsorge“⁷⁷

⁷⁶ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 15, 2011

⁷⁷ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 16, 2011

- Eine weitere Analyse wurde zum **Thema „Finanzieren“** (Stichworte „Hypothekarkredit“, „Privatkredit“, „Kreditzinsen“, „Fremdwährungskredit“, „Leasing“, „Baufinanzierung“, „Kreditrechner“ etc.) erstellt. Die Raiffeisen Bank konnte auch diese Analyse eindeutig für sich entscheiden:

| Finanzieren | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|---------------------------------|-------------|------------|-----------|
| http://www.raiffeisen.at | 1701 | 1315 | ↑ 386 |
| http://www.porschebank.at | 371 | 479 | ↓ -108 |
| http://www.ing-diba.at | 299 | 78 | ↑ 221 |
| http://www.wuestenrot.at | 238 | 253 | ↓ -15 |
| http://www.santanderconsumer.at | 206 | 339 | ↓ -133 |
| http://www.sparkasse.at | 143 | 103 | ↑ 40 |
| http://www.easybank.at | 135 | 431 | ↓ -296 |
| http://www.hypotiro.com | 112 | 177 | ↓ -65 |
| http://www.bankaustria.at | 101 | 87 | ↑ 14 |
| http://www.vkb-bank.at | 85 | 45 | ↑ 40 |

Abbildung 40: Google-Ranking zu Keywords Thema „Vorsorge“⁷⁸

- Zum **Thema „Online-Banking“** erfolgte die Suche nach Stichworten wie „Direktbank“, „Online Kredit“, „Online Banking“, „Internetbanking“, „Homebanking“, „Ebanking“, „24h Banking“. Das Ergebnis zeigt wieder die Raiffeisen Bank an oberster Stelle, gefolgt von der Bank Austria Creditanstalt:

| Online Banking | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|-----------------------------|-------------|------------|-----------|
| http://www.raiffeisen.at | 1625 | 2206 | ↓ -581 |
| http://www.bankaustria.at | 939 | 829 | ↑ 110 |
| http://www.ing-diba.at | 695 | 733 | ↓ -38 |
| http://www.schoellerbank.at | 365 | 411 | ↓ -46 |
| http://www.easybank.at | 359 | 455 | ↓ -96 |
| http://www.hypovbg.at | 339 | 225 | ↑ 114 |
| http://www.brokerjet.at | 332 | 0 | ↑ 332 |
| http://www.sparkasse.at | 245 | 179 | ↑ 66 |
| http://www.denizbank.at | 177 | 96 | ↑ 81 |
| http://www.vakifbank.at | 176 | 181 | ↓ -5 |

Abbildung 41: Google-Ranking zu Keywords Thema „Online-Banking“⁷⁹

⁷⁸ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 16, 2011

⁷⁹ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich, S. 17, 2011

- Mit den Stichworten zum **Thema Service & Support** wie „Währungsrechner“, „Wechselkursrechner“, „IBAN-Rechner“, „Filialfinder“, „Filialsuche“, „Leasingrechner“ und „Haushaltsrechner“ wurde unter anderen in der Kategorie „Service und Support“ gesucht. An erster Stelle dieser Analyse ist ein weiteres Mal die Raiffeisen Bank zu sehen.

| Service & Support | TotalPoints | PreviousTP | Differenz |
|------------------------------|-------------|------------|-----------|
| http://www.raiffeisen.at | 920 | 837 | ↑ 83 |
| http://www.vkb-bank.at | 677 | 559 | ↑ 118 |
| http://www.hypotiro.com | 174 | 222 | ↓ -48 |
| http://www.bankaustria.at | 162 | 197 | ↓ -35 |
| http://www.sparkasse.at | 120 | 37 | ↑ 83 |
| http://www.btv.at | 79 | 17 | ↑ 62 |
| http://www.bank-bgld.at | 70 | 78 | ↓ -8 |
| http://www.easybank.at | 58 | 18 | ↑ 40 |
| http://www.hypolandesbank.at | 50 | 39 | ↑ 11 |
| http://www.bankdirekt.at | 45 | 0 | ↑ 45 |

Abbildung 42: Google-Ranking zum Themenbereich „Service & Support“⁶⁰

Ergebnis

Das überraschende Ergebnis zeigt, dass sich österreichische Banken und Finanzdienstleister über ihre Internetpräsenz noch zu wenig Gedanken machen. Im Vergleich zu anderen Branchen wird deutlich, dass hier nur wenig Aufmerksamkeit auf die Listung beim Suchmaschinenergebnis und auch auf die Zugänglichkeit der Internetauftritte gelegt wird.

Die Raiffeisen Bank hat bei der Stichwort Suche in der Suchmaschine Google in acht von neun Themenbereichen die meisten Punkte erzielen konnte und somit mit Abstand eindeutig das beste Internet-Ranking aller österreichischen Banken und Finanzdienstleister vorweist.

Eindeutig negativ hervorgestochen sind aus dieser Erhebung die Volksbanken, welche nicht einmal im Gesamtranking vertreten sind. Für eine der Großbanken in Österreich ist dieses Ergebnis vernichtend. Bei der in Österreich meistgenutzten Suchmaschine nicht auf einem der vordersten Plätze gelistet zu sein stellt einen enormen Wettbewerbsnachteil dar. Bei jeder Suchanfrage welche eine Bankdienstleistung bzw. –produkt thematisiert werden nur Treffer der Konkurrenz angezeigt.

⁶⁰ Vgl. Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H., *Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich*, S. 17, 2011

6. Social Media – neue Medien

Ein sehr breites Publikum kann in kurzer Zeit mit Social Media Kampagnen via Facebook, Twitter, YouTube oder Blogs erreicht werden. Diese Art der Kommunikation bietet dem Unternehmen den Vorteil direkt mit den einzelnen Zielgruppen in Kontakt zu treten, ihre Vorlieben und Beschwerden kennenzulernen und darauf schnell reagieren zu können. Dies führt zu zufriedenen Kunden, die damit stärker an das Unternehmen gebunden werden. Einige wichtige Punkte müssen bei Social Media Marketing Kampagnen beachtet werden: eine genaue Planung und Erstellung einer Strategie im Vorfeld, das Vorhandensein von Social Media Accounts, professionelles Design, Erstellung von Applikationen und Landingpages, sowie eine genaue Beobachtung der Social Media Seiten um auf Reaktionen der Kunden informiert zu sein.

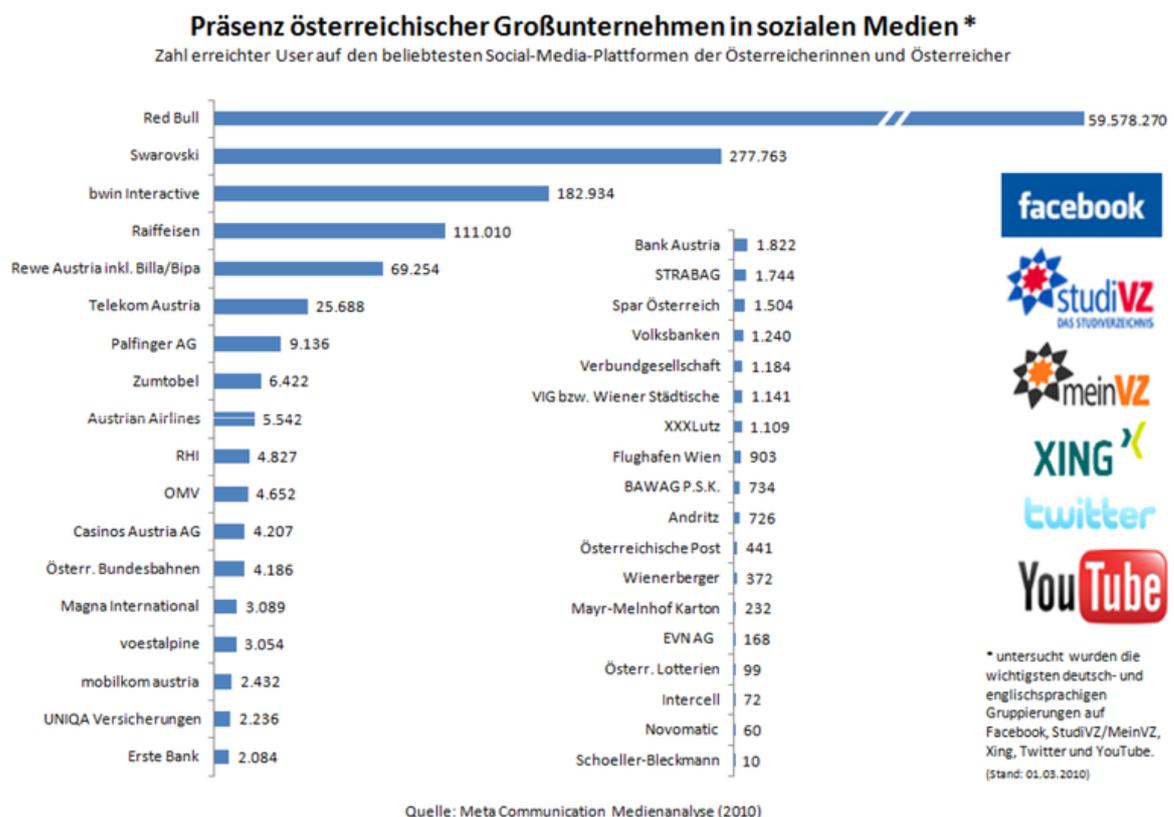


Abbildung 43: österreichische Großunternehmen in sozialen Medien⁸¹

Unangefochtener Spitzenreiter in dieser Disziplin seine Kunden zu erreichen ist mit enormem Vorsprung Red Bull (59.578.270 erreichte User). Doch bereits an vierter Position findet sich mit Raiffeisen und 111.010 erreichten Usern die erste Bank unter

⁸¹ Vgl. Meta Communication International GmbH, *Medienanalyse*, 2010

den Spitzenplätzen in dieser Analyse. Weiter hinten gereiht, mit erheblich weniger erreichten Usern, aber immerhin noch mit Top Platzierungen unter den österreichischen Unternehmen folgen die vier weiteren Top-Banken:

- Rang 18: Erste Bank, 2.084 erreichte User
- Rang 19: Bank Austria, 1.822 erreichte User
- Rang 22: Volksbanken, 1.240 erreichte User
- Rang 27: BAWAG P.S.K., 734 erreichte User

Die aktuellen Zahlen bezüglich der erreichten User haben sich zweifellos seit der Studie stark gesteigert (eine aktuellere Studie war mir zum Zeitpunkt der Arbeit nicht zugänglich).

Vergleichbar mit dem Suchmaschinen-Ranking ist auch hier die Raiffeisen an erster Stelle der österreichischen Banken zu finden. Sie versteht es am besten, mit ihren Kunden auch über die neuen Vertriebswege zu kommunizieren.

Für die Zukunft gilt für Banken, die Entwicklung dieser neuen Medien (Social Media, Web 2.0) nicht zu verpassen sondern mit ihr Schritt zu halten. Mögliche Potenziale stellen neue Kunden, speziell junges Klientel, dar. Sie müssen in einer neuartigen Weise angesprochen und/oder an das Unternehmen gebunden werden. Gleichzeitig muss sorgsam mit den neu entstehenden Kommunikationsmitteln umgegangen werden, da gegenüber den Vorteilen auch gewisse Risiken bestehen. Schlechte Nachrichten oder Meinungen verbreiten sich blitzartig und sind nur schwer kontrollierbar.

7. Zusammenfassung und Fazit

Die rasante Entwicklung der Internettechnologie legte den Grundstein für die Etablierung des neuen Vertriebsweges von Bankdienstleistungen über das Internet. Davon profitierte auch das Bankenwesen durch neue Möglichkeiten für den Vertrieb von Bankdienstleistungen. Seit den ersten Anwendungen in den frühen neunziger Jahren hat auch der Bankensektor den online Vertriebskanal stetig ausgebaut und weiterentwickelt. 1997 war Österreich bereits Nummer 10 eines internationalen Rankings zum Thema Inanspruchnahme des Online Bankings⁸². Diese Platzierung zeigt, dass österreichische Banken diesen Trend bereits sehr früh erkannt haben. Die derzeit letzte Ausbaustufe stellt das Mobile Banking dar. Es bietet Kunden die Möglichkeit, ihre Bankgeschäfte jederzeit und ortsunabhängig – Netzeempfang und internetfähiges Endgerät vorausgesetzt – abzuwickeln.

Die Betrachtung der fünf größten Banken Österreichs (Erste Group AG, Bank Austria AG, RZB Group AG, Österreichische Volksbanken AG, BAWAG P.S.K. AG; laut Bilanzstichtag 2011) und deren online Angebot, welches auf den vorherigen Seiten detailliert aufgeschlüsselt wurde, ergibt folgendes Bild: alle fünf Institute stellen den Kunden auf ihren Internetseiten ausführliche Informationen über ihre angebotenen Produkte zur Verfügung. Sollte ein Produkt online abschließbar sein, ist dies ausschließlich über den online Banking Bereich möglich. Das online Banking System der einzelnen Banken ist durchwegs ähnlich aufgebaut und miteinander vergleichbar. Alle Kunden finden einen ausführlichen Überblick über ihre Finanzsituation (Kontostände, Wertpapierdepots, Bausparverträge) vor. Standardprodukte und Funktionen, wie Zahlungsverkehr, Wertpapiergeschäft, Bausparen und online Sparprodukte werden angeboten und sind auch bei allen oben erwähnten Instituten online abschließbar. Aus Kundensicht zählen die Standardtransaktionen, allem voran Kontenübersicht und Überweisungen, gefolgt von Tagesgeld oder Sparprodukten, zu den meistgenutzten Aktivitäten. Weitaus seltener werden die Wertpapierfunktionen genutzt (was auch daran liegt das die Anlageform direkt in Wertpapieren nicht so verbreitet ist wie beispielsweise in Sparbüchern). Online Banking erfreut sich vor allem aufgrund der schnellen, einfachen, zeit- und ortsunabhängigen Verfügbarkeit großer Beliebtheit. Mit zunehmendem Alter nimmt die Anzahl der Internetnutzer jedoch ab

⁸² Vgl. The Nielsen Company, *Nielsen Global Banking Survey*, 2007

und ein geringer Teil der Bevölkerung verfügt über keinen Zugang zu PC und Internet.

Beratungsintensivere oder umfangreichere Leistungen werden weiterhin nicht online angeboten. Dafür ist weiterhin ein persönliches Beratungsgespräch notwendig. So ist ein online Abschluss von Finanzierungen (zB Konsumkredit, Bausparfinanzierung), KFZ-Leasingverträgen, Versicherungsverträge etc. nicht möglich. Einzig das Antragsformular kann in gewissen Fällen (zB Konsumkredit bei Bank Austria und KFZ-Leasing bei Bank Austria und Raika) online ausgefüllt und direkt dem Bankberater übermittelt werden.

Das Ergebnis meiner Arbeit deckt sich mit den Resultaten einer aktuellen Studie der Deutschen Bank Research aus dem Jahr 2010.⁸³ Bei Neugeschäften wurde festgestellt, dass mehr als die Hälfte der Deutsche Bank Kunden online über Bankprodukte und –Dienstleistungen recherchiert. Der Abschluss erfolgte jedoch zu 85 Prozent offline über einen Bankberater im persönlichen Gespräch. Mir war keine vergleichbare Studie des österreichischen Marktes zugänglich. Meine ausführliche Analyse der in Österreich online angebotenen Bankprodukte zeigt, dass derzeit nur ein geringer Teil von standardisierten Produkten online abgeschlossen wird. Im Rückschluss kann damit behauptet werden, dass der Hauptanteil der Onlineaktivitäten von Banken heute noch in der reinen Kundeninformation und -akquise besteht.

Da online Information heute hauptsächlich über Suchmaschinen läuft (im deutschsprachigen Raum zu 90 Prozent über die Suchmaschine Google), widmet sich ein weiterer Teil meiner Arbeit der Präsenz der fünf österreichischen Großbanken im Google Ranking. Das eindeutige Ergebnis zeigt, dass die Raika das beste Suchmaschinen Ranking aller österreichischer Banken und Finanzdienstleister vorweist. Aufholbedarf hat die Volksbanken AG, welche nicht in der Liste der 80 bestgelisteten Institute aufscheint.

Bankgeschäfte über mobile Endgeräte (zB Smartphone, iPad, etc.) – mobile Banking – ist der jüngste Ableger des online Banking. Aus diesem Grund sind die Angebote der Banken sehr unterschiedlich und werden laufend erweitert und ausgebaut. Für den Kunden bedeutet dies eine Vielzahl der Bankgeschäfte per Applikation durchzuführen. Durch den Mobilitätsvorteil werden vor allem junge Leute

⁸³ Vgl. Deutsche Bank Research, *Mehrheit der Bankkunden recherchiert online*, 2010

angesprochen. In diesem Bereich sind die Erste Bank und Bank Austria die Vorreiter mit den meisten mobilen Anwendungen. Die Volksbanken sind derzeit noch komplett untätig und somit nicht am letzten Stand der Technik bzw. auch nicht konkurrenzfähig.

Aus heutiger Sicht kann ich zu dem Fazit kommen, dass der Onlinevertrieb von Banken einen ernstzunehmenden Vertriebskanal darstellt, der in Zukunft noch weiter ausbaufähig ist. Jedoch ersetzt dieser weder Bankfiliale noch das persönliche Gespräch, sondern dient als zusätzliche Serviceleistung und Marketingzwecken. Um am Markt als Universalbank konkurrenzfähig zu bleiben, ist eine online Präsenz nicht wegzudenken, genauso wenig wie der persönliche Kundenkontakt.

8. Literaturverzeichnis

- Bitz, M., & Stark, G. (2008). *Finanzdienstleistungen*. München: Oldenbourg.
- Eilenberger, G. (1997). *Bankbetriebswirtschaftslehre*. München: Oldenbourg.
- Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG. (2012). *Fact Sheet*. Wien.
- Iphos Gesellschaft für Informationstechnologieges.m.b.H. (2011). *Suchmaschinen Ranking Check - Banken in Österreich*. Wien.
- Janisch, S. (2001). *Online Banking - Rechtsfragen des elektronischen Überweisungsverkehrs*. Wien: Bankverlag.
- Krumnow, J., & Gramlic, L. (2000). *Gabler Bank-Lexikon*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Lange, T. A. (1998). *Internet-Banking: der Bankvertrieb im Umbruch*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Meta Communication International GmbH. (2010). *Medienanalyse 2010*. Wien.
- Nationalbank, Ö. (Mai 2012). *Bankstatistisches Jahrbuch 2011*. Wien: Österreichische Nationalbank.
- Pott, O., & Wielage, G. (2000). *Internet Banking: Schnelles, sicheres und effizientes Konto- und Aktienmanagement*. Kilchberg: SmartBooks.
- Streissler, A. (2010). *Factsheets - Bedeutung der Banken für die österreichische Volkswirtschaft*. Wien.
- Swoboda, U. (2000). *Direct Banking: Wie virtuelle Institute das Bankgeschäft revolutionieren*. Wiesbaden: Gabler Verlag.
- The Nielson Company. (2007). *Nielsen Global Banking Survey*. Wien.
- Wagner, P.-O. (1999). *Finanzdienstleister im Electronic Business, Erfolgsfaktoren und Marktstrategien*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Jahresberichte 2010 und 2011

Erste Group AG
Bank Austria AG
RZB Group AG
Österreichische Volksbanken AG
BAWAG P.S.K. AG
Hypo Group Alpe Adria (HGAA)
Oberbank AG
Hypo Landesbank Vorarlberg AG

Hypo Tirol Bank AG
Schoellerbank AG

Internetquellen

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_unternehmen_e-commerce/022199.html, Zugriff am 04.11.2011

http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_unternehmen_e-commerce/053932.html, Zugriff am 04.11.2011

<http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/1390/bank-v7.html>, Zugriff am 01.12.2011

http://www.nitrd.gov/fnc/Internet_res.html, Zugriff am 13.12.2011

<http://www.iban.de/sepa-ueberweisung.html> Zugriff am 12.02.2012

https://tools.bankaustria.at/formulare/de/OnlineKreditantrageShop_de_1.jsp, Zugriff am 08.05.2012

<http://www.thestrategyweb.com/studie-online-banking-internet-nutzer-noch-aengstlich>, Zugriff am 10.05.2012

http://www.kaspersky.com/de/ratgeber/online-banking/https_verschlueselung, Zugriff am 11.05.2012

<http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=3.1.1>, Zugriff am 29.05.2012

<http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=3.1.2>, Zugriff am 29.05.2012

<http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=3.26>, Zugriff am 29.05.2012

http://www.oenb.at/de/ueber_die_oenb/wirtschaft/das_handbuch_der_oenb/finanzwesen_und_banken/oesterreichs_kapitalmarkt/wie_hat_sich_oesterreichs_kapitalmarkt_entwickelt_.jsp#tcm:14-176372, Zugriff am 30.05.2012

http://www.oenb.at/de/ueber_die_oenb/wirtschaft/das_handbuch_der_oenb/finanzwesen_und_banken/unterschiede_von_kreditinstituten/worin_unterscheiden_sich_die_verschiedenen_kreditinstitute_.jsp#tcm:14-176370, Zugriff am 30.05.2012

<http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=5.4.1>, Zugriff am 09.06.2012

<http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=5.4.2>, Zugriff am 09.06.2012

http://www.raiffeisenblatt.at/eBusiness/rai_template1/121810312645017022-121809748930559302_243101302481911115-615336820833354505-NA-1-NA.html, Zugriff am 17.05.2012

http://www.rzb.at/eBusiness/rzb_template2/677043205476211500-677043205476211501_679789700419741890_679797031123616369-679797031123616369-NA-9-DE.html, Zugriff am 17.07.2012

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Firmengeschichte/12038/Firmengeschichte_1882_-_2000.html, Zugriff am 05.06.2012

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Firmengeschichte/12036/Firmengeschichte_1922_-_2004.html, Zugriff am 05.06.2012

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Firmengeschichte/12032/Firmengeschichte_BAWAG_P.S.K._2005_-_2010.html, 05.06.2012

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Unsere_Bank/Organisation/11414/Eigentuemmer.html, Zugriff am 05.06.2012

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Presse/48780/intuitives_eBanking.html, Zugriff am 23.05.2012

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Presse/17206/BAWAG_PSK_bietet_Internet_Banking_mit_Buergerkarte_an.html, Zugriff am 24.05.2012

http://www.bawagpsk.com/BAWAG/Ueber_uns/Presse/62964/221211_e_Banking_App.html, Zugriff am 23.05.2012

https://www.volksbank.at/volksbank_gruppe/unternehmensstruktur/entstehung, Zugriff am 05.06.2012

https://www.volksbank.at/volksbank_gruppe/unternehmensstruktur/volksbanken, Zugriff am 05.06.2012

https://www.volksbank.at/volksbank_gruppe/unternehmensstruktur/volksbank_ag, Zugriff am 05.06.2012

<http://www.erstegroup.com/de/Ueber-uns/ErsteGroup/Gruppenstruktur>, Zugriff am 01.08.2012

<http://www.erstegroup.com/de/Presse/Presseaussendungen/Archiv/2011/02.12.2011-Erste-Bank-und-Sparkassen-bauen-Smartphone-Banking-aus>, Zugriff am 18.07.2012

<http://www.erstegroup.com/de/Presse/Presseaussendungen/Archiv/2012/20.04.2012>, Zugriff am 18.07.2012

<http://www.erstegroup.com/de/Presse/Presseaussendungen/Archiv>, Zugriff am 18.07.2012

<http://www.bankaustria.at/de/Unternehmensportrait.html>, Zugriff am 19.07.2012

<http://www.bankaustria.at/de/18802.html>, Zugriff am 19.07.2012

<http://www.bankaustria.at/de/29267.html>, Zugriff am 19.07.2012

<https://www.banking.co.at/appl/ebp/depot/depotansicht/kurz.html?depotNumber=1500001>, Zugriff am 13.03.2012

<http://www.androidlounge.at/lounge/wp-content/uploads/2011/07/bankaustria.jpg>,
Zugriff am 09.05.2012

<http://itunes.apple.com/at/app/raiffeisen-steiermark/id510045221?mt=8>, Zugriff am
09.05.2012

https://portal.raiffeisen.at/group/private151518028047051880/id200000000/id201000000/id201050000/orderbuch?p_p_id=wp_WAR_wpportlet_INSTANCE_jF60&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=2&_wp_WAR_wpportlet_INSTANCE_jF60_flowid=orderbuch&_wp_WAR_wpportlet_INSTANCE_jF60_execution=e1s1, Zugriff am
13.03.2012

<https://portal.raiffeisen.at/group/private151518028047051880/id200000000/id201000000/id201080000/id201084000?portletRefresh=view>, Zugriff am 05.04.2012

http://demo-ebanking.bawagpsk.com/?template=BR_SECURITY_BUY_ORDER,
Zugriff am 14.03.2012

<https://online.bankaustria.at/servlet/MasterFrame>, Zugriff 05.04.2012

https://netbanking.sparkasse.at/sPortal/sportal.portal?_windowLabel=LABEL_NBMAIN&_pageLabel=LABEL_NBMAIN&_urlType=action&LABEL_NBMAIN_action=netbanking.webapp.uebersicht.produktabschluss.profitBonusNB&LABEL_NBMAIN_fromMask=kondi&LABEL_NBMAIN_type=profit&LABEL_NBMAIN_zz=69275.04491698564&LABEL_NBMAIN_event=abschliessen&LABEL_NBMAIN_pc=7,
Zugriff am 20.04.2012

Anhang 1: Abstract

Die Arbeit betrachtet die online angebotenen Bankdienstleistungen der fünf größten Banken Österreichs (Erste Group AG, Bank Austria AG, RZB Group AG, Österreichische Volksbanken AG, BAWAG P.S.K. AG; laut Bilanzstichtag 2011) und die Möglichkeit diese Produkte auch online abzuschließen.

Standardprodukte und Funktionen, wie Zahlungsverkehr, Wertpapiergeschäft, Bausparen und online Sparprodukte werden angeboten und sind auch bei allen oben erwähnten Instituten online abschließbar. Beratungsintensivere oder umfangreichere Leistungen werden weiterhin nicht online angeboten. Dafür ist weiterhin ein persönliches Beratungsgespräch notwendig.

Als weitere Bereiche wurden Mobile Banking, Auffindbarkeit der Banken bei Suchmaschinen und Verwendung von Social Media betrachtet. Bei diesen Punkten konnten sehr stark voneinander abweichende Ergebnisse bei den verschiedenen Instituten festgestellt werden.

Aus heutiger Sicht wird zu dem Fazit gekommen, dass der Onlinevertrieb von Banken einen ernstzunehmenden Vertriebskanal darstellt, der in Zukunft noch weiter ausbaufähig ist. Jedoch ersetzt dieser weder Bankfiliale noch das persönliche Gespräch, sondern dient als zusätzliche Serviceleistung und Marketingzwecken. Um am Markt als Universalbank konkurrenzfähig zu bleiben, ist eine online Präsenz nicht wegzudenken, genauso wenig wie der persönliche Kundenkontakt.

Anhang 2: Lebenslauf

ANGABEN ZUR PERSON

Name: Philipp Riedl
Geburtsdaten: 09.07.1980; Wien
Staatsbürgerschaft: Österreich

SCHUL- UND BERUFSAUSBILDUNG/PRÄSENZDIENST

03/2000-dato Studium der Internationalen Betriebswirtschaftslehre
Universität Wien – Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

07/1999-03/2000 Präsenzdienst, Artillerieschule – Hauptreferat 2, 2500 Baden

1994-1999 Vienna Business School – Handelsakademie, 2340 Mödling
Reifeprüfung am 11.06.1999

1990-1994 Bundesgymnasium und Bundesrealgymnasium Franz Keimgasse,
2340 Mödling

1986-1990 Volksschule, 2352 Gumpoldskirchen

BERUFSERFAHRUNG

02/2004-dato **Ramskogler WEG KG, 2201 Gerasdorf bei Wien**
Betriebsleiter für die Firmen Ramskogler Immobilienverwaltung KG
und Ramskogler Liegenschaftsverwaltung KG

- Verkauf (Objektbesichtigungen, Angebote, Marketing, ...)
- Einkauf
- Projektplanung und -leitung
- Personal
- Internetauftritt (www.ghipark.at, www.ramskogler.co.at)
- EDV-Verantwortung

| | |
|-----------------|---|
| 06/2003-01/2004 | Intersport Eybl GmbH, 2331 Vösendorf Angestellter in der Radsportabteilung |
| 07/2003-09/2003 | McLeod Russel Filter GmbH, 2331 Vösendorf Assistent - Urlaubsvertretung |
| 05/2002-11/2002 | Kalle ReproMedia, 2345 Brunn/Gebirge Telefonmarketing |
| 04/2000-02/2002 | Trenkwalder Personaldienste AG, 1210 Wien Assistent in der Personalverwaltung |
| 2001-2004 | Ski- und Snowboardschule Oberschneider, 5710 Kaprun Snowboardlehrer |

PERSÖNLICHE FÄHIGKEITEN UND KOMPETENZEN

| | |
|----------------------|--|
| Sprachen: | Deutsch (Muttersprache) Englisch (Sehr gut in Wort und Schrift) Französisch (Grundkenntnisse in Wort und Schrift) |
| EDV-Kenntnisse: | Windows 3.x - 7, Office, MySQL, Photoshop, CorelDraw, Dreamweaver, Webdesign und –programmierung, Netzwerk |
| Soziale Kompetenzen: | Sektionsleiter der Tennissektion des ATUS Gumpoldskirchen, Obmann Shuttlecockshooters - Badmintonverein Gumpoldskirchen, Snowboardlehrer |
| Führerschein: | Gruppe B |
| Hobbies: | Sport (Tennis, Skifahren, Snowboarden, Windsurfen, Radsport, Badminton, ...), Vereinsarbeit, Computer, Musik, Reisen |