



DEUTSCHE SIND 40 STUNDEN PRO WOCHE IM INTERNET

DEUTSCHE SIND 40 STUNDEN PRO WOCHE IM INTERNET
Großangelegte Studie zeigt wachsende Beliebtheit digitaler Kommunikation
Berliner am längsten im Netz, Bayern eher Online-Muffel
Parallel wächst der Wunsch nach mehr persönlichem Kontakt
Die Deutschen sind aktuell 40 Stunden in der Woche im World Wide Web unterwegs - eine durchschnittliche Arbeitswoche. Besonders online-affine Bundesbürger surfen sogar noch 14 Stunden mehr. Die meiste Zeit verbringen die Berliner im Netz (50,6 Stunden), verhältnismäßig wenig dagegen die Bayern: Sie sind durchschnittlich nur knapp 36 Stunden wöchentlich online. Deutschlandweit ist die Kommunikation über Online-Kanäle in den vergangenen zwölf Monaten gestiegen. Dies sind Ergebnisse der Postbank Studie "Der digitale Deutsche und das Geld". Dafür wurden mehr als 6.000 Bundesbürger befragt; darunter 3.000 Vertreter von besonders digital-affinen Zielgruppen.
Mit knapp 52 Stunden surfen die 18- bis 24-Jährigen am längsten im Netz. Doch auch die Altersgruppe 60plus kommt auf fast 30 Stunden. Männer und Frauen verbringen dabei etwa gleich viel Zeit online. Das meistgenutzte Gerät zum Surfen ist der Laptop, den 68 Prozent der Befragten verwenden. Der Siegeszug des Smartphones scheint jedoch unauffällig: 57 Prozent aller Deutschen gehen damit bereits mobil online, insgesamt 18 Stunden pro Woche. Bei den besonders technik-affinen Deutschen, den so genannten Digital Natives und den Early Adopters, ist das Smartphone mit 84 Prozent Nutzung bereits die erste Wahl. Auch Tablet-PCs sind auf dem Vormarsch: 32 Prozent der Deutschen und 44 Prozent der digitalen Trendsetter nutzen sie regelmäßig, so die Studie. "Die Untersuchung von digitalen Trends hat für die Postbank als führende Online-Bank Deutschlands große Bedeutung", sagt Philip Laucks, Bereichsvorstand Direktbank der Postbank. "Wir beobachten eine stetige Veränderung bei den Bedürfnissen unserer Kunden, speziell hinsichtlich digitaler Kommunikation und Dienstleistungen."
Auch privat kommunizieren die Deutschen über mehrere digitale Kanäle. Überraschendes Ergebnis der Studie: Die klassische SMS ist als privater Kommunikationskanal weiter beliebt, fast zwei Drittel der digitalen Deutschen nutzen sie zum Austausch mit Familie und Freunden. Am häufigsten wird aber per Instant Messenger wie z.B. WhatsApp (73 Prozent) kommuniziert, gefolgt von E-Mail (67 Prozent) und Social Media (65 Prozent).
Digitale Kommunikation auf dem Vormarsch - gleichzeitig wächst der Wunsch nach persönlichem Kontakt
34 Prozent aller Bundesbürger geben an, heute öfter online zu kommunizieren als noch vor einem Jahr. Bei den digitalen Trendsettern ist das sogar bei jedem Zweiten der Fall. "Ein Ende dieser Entwicklung ist hier noch nicht in Sicht, aber der Trend wird sich wahrscheinlich verlangsamen", sagt Laucks. Die Postbank Studie zeigt nämlich noch eine andere Entwicklung: Bei vielen Deutschen steigt der Wunsch nach persönlichem Kontakt. So sind 64 Prozent der Meinung, dass durch die steigende Onlinekommunikation die Qualität persönlicher Beziehungen leidet. 53 Prozent lehnen es ab, ständig erreichbar zu sein. Auch die technik-affinen Bundesbürger sehen nicht nur Vorteile in der digitalen Kommunikation: 61 Prozent von ihnen befürchten, dass persönliche Beziehungen beeinträchtigt werden könnten.
Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass die Menschen in Deutschland noch dabei sind, das für sie subjektiv passende Maß an digitaler Kommunikation zu definieren. In Bezug auf ihre Bankgeschäfte ist aber heute schon klar, dass Menschen ein durchdachtes Multikanal-Angebot erwarten. Dieser Trend wird sich fortsetzen, so Laucks.
Hintergrundinformationen zur Postbank Studie "Der digitale Deutsche und das Geld"
Mit der Studie "Der digitale Deutsche und das Geld" untersucht die Postbank, wie sich die Bedürfnisse und das Verhalten moderner Bankkunden verändern und was die Bank der Zukunft leisten muss. Das zugrunde liegende Studiensetting ist einzigartig: Insgesamt wurden über 6.000 Bundesbürger befragt, die in zwei Gruppen aufgeteilt sind: 1. Digitale Vorreiter, die für den Bankkunden der Zukunft stehen; 2. die Gesamtbevölkerung, die den Bundesdurchschnitt repräsentiert.
1. Die digitalen Vorreiter: Sie bestehen aus 3.000 Menschen, die besonders onlineaffin sind. 2.000 Personen dieser Zielgruppe gehören den so genannten Digital Natives an. Das sind die heute 18 bis 34-Jährigen, die mit dem Internet und Handys aufgewachsen sind. Dazu wurden 1.000 sogenannte Early Adopters gefragt, die altersunabhängig besonders technikaffin sind und sich immer die neueste Technik anschaffen.
2. Der Bundesdurchschnitt: Um die Ergebnisse der digitalen Zielgruppe bewerten zu können, wurde eine Vergleichsbefragung unter über 3.000 Bundesbürgern ab 18 Jahren durchgeführt, die den Bundesdurchschnitt repräsentieren. Diese Gruppe ist nach statistischen Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Bundesland, Familienstand, Haushaltsnettoeinkommen etc. repräsentativ.
Die Postbank ist in Deutschland Vorreiter bei digitalen Bankgeschäften. Die Webseite www.postbank.de ist hierzulande die meistbesuchte Finanz-Website. Fünf Millionen Kunden nutzen das Online-Angebot der Postbank. Sie eröffnen Girokonten oder schließen mobil einen Kreditvertrag ab. Überweisungen sind via Sprachsteuerung ausföhrbar, die Freigabe des Auftrags funktioniert mit modernstem Signaturverfahren und Fingerprint-Technologie. Diesen Service bietet die Postbank als einzige Bank in Deutschland an. Die Postbank ist zudem vielfach für die Sicherheit im Online-Banking ausgezeichnet worden.

Pressekontakt

Deutsche Postbank AG

53113 Bonn

Firmenkontakt

Deutsche Postbank AG

53113 Bonn

Die Postbank ist mit über zwölf Millionen Kunden, einer Bilanzsumme von 134 Milliarden Euro und 9.300 Mitarbeitern eine der größten Privatkundenbanken Deutschlands. Ihre Leistungen bietet sie in rund 9.000 Filialen der Deutschen Post an. Damit verfügt sie über weit mehr Geschäftsstellen als jedes andere deutsche Einzelinstitut. Herzstück dabei: rund 780 Postbank Center, in denen den Kunden speziell geschulte Finanzdienstleistungsberater zur Verfügung stehen. Gleichzeitig ist die Postbank einer der Marktföhrer im Online- und Telefonbanking. Über zwei Millionen Girokonten und 430.000 Depots föhren die Kunden der Postbank inzwischen online und mehr als drei Millionen nutzen die Möglichkeiten des Telefon-Banking. Tendenz: weiter steigend.