

Tabellenverzeichnis

Tab 1.1: Aufzählung von Finanzgeschäften nach dem Gesetz über das Kreditwesen	5
Tab. 2.1: Differenzierung zwischen Internet-Banking und Online-Banking	27
Tab. 2.2: Schlagworte zum Evolutionspfad des Electronic-Banking in Deutschland	29
Tab. 2.3: Pro und Kontra einer Differenzierung von IB und OB	30
Tab. 3.1: Deutschlandweit günstigste festnetzbasierete Internet-by-call-Angebote zur Internet-Nutzung einschließlich Telefonverbindungskosten Mitte 2001	42
Tab. 3.2: Beschreibung exemplarisch ausgewählter IB-Sicherheitskonzepte	63
Tab. 4.1: Beschreibung ausgewählter empirischer Studien zum Internet-Banking im Privatkundengeschäft	77-79
Tab. 4.2: Institutsinterne Gestaltungsfaktoren nach Wings (1999) zur erfolgreichen Erschließung verschiedener Nutzenpotentiale des IB/OB	82
Tab. 4.3: Ansätze für potentielle IB-Gestaltungsfaktoren auf Basis der Sekundärforschung	96
Tab. 4.4: Ausprägungen von Systematisierungsmerkmalen für Kriterien zur Messung des IB-Erfolgs	98
Tab. 4.5: Wesentliche quantitative Kriterien zur Messung des IB-Erfolgs	101
Tab. 4.6: Ausgewählte allgemeine Kennzahlen zur Messung der WWW-Nutzung	103
Tab. 4.7: Wesentliche semi-quantitative Kriterien zur Messung des IB-Erfolgs auf Basis qualitativ-subjektiver Einschätzungen	107
Tab. 5.1: Marktanteile deutscher Kreditinstitutsgruppen bei Spareinlagen von Retail-Kunden in Deutschland Ende 1995 bis Ende 2000	112
Tab. 5.2: Rücklaufstruktur der Sparkassenbefragung	120
Tab. 5.3: Institutsgrößenvergleich zwischen der gesamten Sparkassengruppe und der eigenen Stichprobe Ende des ersten Halbjahres 1997	121
Tab. 5.4: Geographische Verteilung teilnehmender Sparkassen gemessen an Hand ihrer jeweiligen regionalen Verbandszugehörigkeiten	123

Tab. 5.5: Organisatorische und hierarchische Einordnung sowie Unternehmenszugehörigkeitsdauer der Respondenten in der eigenen Erhebung	124
Tab. 6.1: IB-Implementierungszeitpunkte in Abhängigkeit von Sparkassenmerkmalen Ende 1997	127
Tab. 6.2: IB-Initiativezeitpunkte in Abhängigkeit von Sparkassenmerkmalen Ende 1997.....	129
Tab. 7.1: Einführungszeitphase des IB-Angebots als Bestimmungsgröße ausgewählter Erfolgskriterien	160
Tab. 7.2: IB-Angebot von Geldanlagen als Einflußgröße auf ausgewählte Erfolgskriterien	162
Tab. 7.3: IB-Angebot von Wertpapierdienstleistungen als Einflußgröße auf ausgewählte Erfolgskriterien.....	164
Tab. 7.4: Subventionierung der TK-Kundenkosten der IB-Kundennutzung durch Sparkassen als Einflußgröße auf ausgewählte Erfolgskriterien ...	166
Tab. 7.5 Gegenüberstellung von erwarteten Wirkungen potentieller IB-Gestaltungsfaktoren auf den IB-Erfolg und identifizierten IB-Erfolgswirkungen.....	168