

5. Grundlagen und Erhebungsmethodik der eigenen empirischen Studie zum IB deutscher Sparkassen

Um die in Kapitel 4.4.6 zusammengefaßten potentiellen IB-Erfolgsfaktoren auf ihre empirische Relevanz hin zu prüfen, wurde eine eigene empirische IB-Untersuchung¹ durchgeführt. Im weiteren wird erläutert, warum diese Untersuchung innerhalb der deutschen Sparkassengruppe realisiert wurde und welche Restriktionen eine Generalisierung der Untersuchungsergebnisse auf den gesamten deutschen IB-Privatkundenmarkt impliziert (Kap. 5.1). Im Anschluß daran werden zunächst die herangezogene Datenerhebungsmethode (Kap. 5.2) sowie dann die Durchführung der Untersuchung selbst (Kap. 5.3) beschrieben.

5.1 Wahl der Sparkassengruppe als Untersuchungsgegenstand

Die Auswahl zu betrachtender Kreditinstitute wird durch die Forschungsziele im Rahmen dieser Arbeit geleitet (siehe Kap. 1.5): Untersuchungsrelevante Grundgesamtheit wären somit grundsätzlich *alle* etablierten Filialbanken im deutschen Retail-Geschäft; Betrachtungsgegenstand wäre ihr zum Zeitpunkt der Befragung bereits realisiertes und geplantes IB-Engagement. Öffentlich zugängliche, wissenschaftlichen Ansprüchen genügende Quellen, die Daten zum IB-Engagement sämtlicher Finanzdienstleistungsinstitute in Deutschland enthalten, existieren m.E. nicht. Daher mußten die für eine IB-Erfolgsanalyse notwendigen Informationen im Rahmen der eigenen Untersuchung selbst erhoben werden. Ende 1997 agierten in Deutschland allerdings 3.208 inländische Filialbanken,² so daß auf Grund des Erfassungsaufwands insbesondere bei schriftlichen Befragungen auf eine Vollerhebung zu Gunsten einer Teilerhebung innerhalb *einer* der deutschen Bankengruppen verzichtet wurde.

¹ An dieser Stelle gilt mein besonderer Dank Herrn Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott für die gemeinsame Durchführung der empirischen Erhebung.

² Zu inländischen Filialbanken zählten Sparkassen (598), Kreditgenossenschaften (2.420) und Großbanken (3), Regionalbanken und sonstige Kreditinstitute (187); vgl. Deutsche Bundesbank 1998: 10, 12 und 14.

Die Abgrenzung der Grundgesamtheit wurde an der Marktanteilsverteilung deutscher Kreditinstitute im Retail-Geschäft für Ende 1997 ausgerichtet, die sich auf Basis der monatlich durch die Deutsche Bundesbank erstellten Bankenstatistik berechnen läßt: Eine Marktanteilsanalyse von öffentlichen Sparkassen, Kreditgenossenschaften, privaten Kreditbanken und sonstigen Kreditinstituten über verschiedene Produkte zeigt, daß von diesen vier Wettbewerbergruppen die Sparkassen im Zeitablauf im Hinblick auf den auf sie entfallenden Spareinlagenanteil eindeutig die Marktführerposition besetzen konnten: In Abbildung 5.1 wird dieser Sachverhalt für Spareinlagen mit dreimonatiger Kündigungsfrist für Ende 1995 bis Ende 2000 dargestellt, bei denen Sparkassen durchgängig einen Anteil von rund 50% auf sich vereinten.

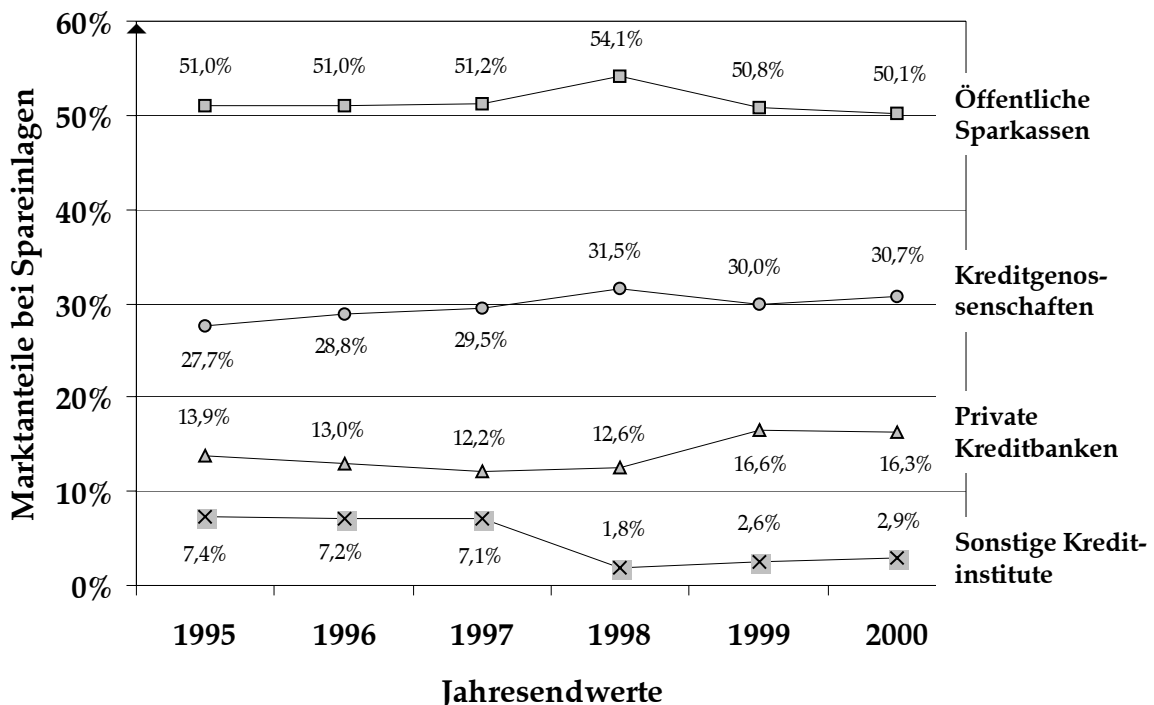
Dieses zinsabhängige Retail-Produkt wurde hierbei gewählt, weil es kundenseitig die Grundlage für provisionsabhängige Wertpapiergeschäfte bei einer Umschichtung von Privatvermögen darstellt und insofern Zins- und (potentielle) Provisionsgeschäftsvolumina der Filialbanken miteinander verbindet.³ Diesbezüglich geht aus Tabelle 5.1 hervor, daß die durchschnittliche Sparkasse in Deutschland, gemessen an dem betreuten Spareinlagenvolumen, deutlich größer ist als die durchschnittliche Kreditgenossenschaft, private Kreditbank oder sonstige Bank. Damit spricht die gruppenorientierte Marktanteilsanalyse für das Heranziehen der Sparkassengruppe als zu befragende Teilgruppe.

Sparkassen und Kreditgenossenschaften kennzeichnet im Vergleich zu privaten Kreditbanken vor allem der Betrieb von zentralen Verbundeinrichtungen wie Rechenzentren und Wertpapierabwicklungsbanken. Diese Art der gemeinsamen Nutzung von Infrastruktureinrichtungen durch verschiedene Institute hat zur Folge, daß die jeweiligen Institutsverbände von Sparkassen und Kreditgenossenschaften einen stärkeren Einfluß auf die Beteiligung von Verbandsmitgliedern an schriftlichen Befragungen haben. Folglich ist es bei Sparkassen und Kreditgenossenschaften eher als bei

³ Tabelle 5.1 verdeutlicht weiterhin, daß sich im betrachteten Zeitfenster in Deutschland ein Mittelabfluß um durchschnittlich jährlich 15,5% von DM 1.067,1 Mrd. Ende 1995 auf DM 458,7 Mrd. vollzogen hat. Es läßt sich vermuten (siehe Kap. 1.1), daß ein wesentlicher Teil dieser Spareinlagen in private Wertpapieranlagen umgeschichtet worden ist. Da die Deutsche Bundesbank aber keine entsprechenden Meldungen der Kreditinstitute veröffentlicht, läßt sich diese Hypothese nicht prüfen.

privaten Kreditbanken möglich, die Rücklaufquote von IB-Studien sehr effizient dadurch zu erhöhen, daß die jeweiligen Institutsverbände dazu motiviert werden, eine eigene Erhebung aktiv zu unterstützen. Da es uns gelang, den Deutschen Sparkassen- und Giroverband e.V. als Sponsor einer Befragung zum IB zu gewinnen, konzentriert sich die eigene Studie auf diese Teilgruppe innerhalb der etablierten bzw. filialgestützten Retail-Banking-Anbieter in Deutschland.

Abb. 5.1: Prozentuale Marktanteile deutscher Kreditinstitutsgruppen^a bei Spareinlagen^b deutscher Retail-Kunden Ende 1995 bis Ende 2000



- a) Es gelten folgende Abgrenzungen für die Kreditinstitutsgruppen: Private Kreditbanken = Großbanken, Regionalbanken und sonstige Kreditbanken (ab 1999 einschließlich Privatbankiers). Sonstige Kreditinstitute = Zweigstellen ausländischer Banken, Landesbanken, Genossenschaftliche Zentralbanken, Realkreditinstitute, bis 1997 einschließlich Privatbankiers; ab 1999 einschließlich Bausparkassen und Banken mit Sonderaufgaben. In 1998 Darstellung ohne Privatbankiers (= 56 Institute). Siehe zur jährlichen Institutsanzahl je Gruppe Tabelle 5.1.
- b) Spareinlagen inländischer Privatpersonen (einschließlich Einzelkaufleute) mit dreimonatiger Kündigungsfrist.

Quelle: Deutsche Bundesbank 1996-2001: 10-15, 82-85; eigene Berechnungen.

Tab. 5.1: Marktanteile deutscher Kreditinstitutsgruppen bei Spareinlagen^a von Retail-Kunden in Deutschland Ende 1995 bis Ende 2000

Stand ^b	Öffentliche Sparkassen			Kreditgenossenschaften			Private Kreditbanken			Sonstige Kreditinstitute			Summe		
	Anzahl	abs. ^c	rel. ^d	Anzahl	abs.	rel.	Anzahl ^e	abs.	rel.	Anzahl ^f	abs.	rel.	Anzahl	abs.	rel.
1995	626	545,0 (870,6)	51,0	2.591	295,4 (114,0)	27,7	201	147,7 (735,0)	13,9	204	79,1 (387,5)	7,4	3.622	1.067,1 (294,5)	100
1996	607	594,0 (978,5)	51,0	2.510	336,0 (133,9)	28,8	197	151,6 (769,5)	13,0	203	84,2 (414,6)	7,2	3.517	1.165,8 (331,5)	100
1997	598	616,8 (1.031,4)	51,2	2.420	355,1 (146,7)	29,5	190	147,6 (777,1)	12,2	206	85,5 (415,1)	7,1	3.414	1.205,0 (353,0)	100
1998 ^g	594	632,3 (1.064,5)	54,1	2.256	367,2 (162,8)	31,5	188	147,2 (782,8)	12,6	152	21,4 (141,0)	1,8	3.190	1.168,0 (366,2)	100
1999	578	318,2 (550,6)	50,8	2.035	188,0 (92,4)	30,0	203	104,0 (512,2)	16,6	183	16,4 (189,7)	2,6	2.999	626,6 (208,9)	100
2000	562	232,3 (413,4)	50,1	1.792	141,7 (79,1)	30,7	204	71,7 (351,3)	16,3	182	13,0 (71,6)	2,9	2.740	458,7 (167,4)	100

a) Spareinlagen inländischer Privatpersonen (einschließlich Einzelkaufleute) mit dreimonatiger Kündigungsfrist.

b) Stand zum Jahresende.

c) abs. = Angaben in DM Mrd.; Zahlenangaben in Klammern: Durchschnittliches Einlagenvolumen pro Kreditinstitut in DM Mio.

d) rel. = Angaben in Prozent, auf 100% gerundet.

e) Private Kreditbanken = Großbanken, Regionalbanken und sonstige Kreditbanken (ab 1999 einschließlich Privatbankiers).

f) Sonstige Kreditinstitute = Zweigstellen ausländischer Banken, Landesbanken, Genossenschaftliche Zentralbanken, Realkreditinstitute, bis 1997 einschließlich Privatbankiers; ab 1999 einschließlich Bausparkassen und Banken mit Sonderaufgaben.

g) In 1998 ohne Privatbankiers (= 56 Institute).

Quelle: Deutsche Bundesbank 1996-2001: 10-15, 82-85; eigene Berechnungen.

Zum Zeitpunkt der eigenen Befragung, Ende Juli 1998 (Ende Januar 2001), gehörten 595 (547) öffentliche Sparkassen zur deutschen Sparkassengruppe; mit Ausnahme von acht (sieben) privatrechtlich organisierten (auch: freien) Sparkassen waren alle 587 (540) Sparkassen rechtsfähige Anstalten des öffentlichen Rechts.⁴ Derzeit kennzeichnen *Anstaltslast* und *Gewährträgerhaftung* als staatliche Haftungsgarantien diese Rechtsform; sie sollen allerdings bis zum 18. Juli 2005 in eine gewöhnliche Eigentümerbeziehung umgewandelt (*Anstaltslast*) bzw. abgeschafft (*Gewährträgerhaftung*) werden.⁵ Allen Sparkassen gemeinsam ist ihre von der öffentlichen Rechtsform abgeleitete kommunale Bindung in Form gemeinnütziger Geschäftszielsetzungen zum Zwecke der Erfüllung eines gesetzlich fixierten öffentlichen Sparkassenauftrags.⁶ Die somit *nicht primär* gewinnorientierte Geschäftstätigkeit öffentlich-rechtlicher Sparkassen ist darüber hinaus nach länderspezifischen Sparkassengesetzen/-verordnungen auf die jeweiligen Territorialbereiche ihrer regionalen, kommunal-institutionellen Eigentümer (*Anstaltslast*-/*Gewährträger*) beschränkt (= Regionalprinzip).⁷ Da das Regionalprinzip an der Eigentümerfrage und nicht an der rechtlichen Haftungsstruktur ausgerichtet ist, wird es auch nach Einführung modifizierter Haftungsstrukturen zur Mitte des Jahres 2005 nicht an Gültigkeit verlieren. Insofern stehen Sparkassen als rechtlich-selbständige Unternehmen zwar im Gruppenwettbewerb mit Kreditgenossenschaften und privaten Kreditbanken; der gruppeninterne Wettbewerb ist dagegen stark eingeschränkt. Lediglich einzelne, zumeist privatrechtliche Sparkassen durchbrechen das Regionalprinzip, indem sie ihre Geschäftstätigkeit über ihre verbundorganisatorische Geschäftsregion auf Gebiete anderer Sparkassenregionen ausweiten (z.B. die Frankfurter Sparkasse).⁸ Eine *aggressive* räumliche Ausdehnung der Geschäftstätigkeit insbesondere hinsichtlich des IB-Engagements ist mit dem Regionalprinzip dennoch nur schwer vereinbar.⁹

Dagegen unterliegt die kleine Zahl privatrechtlich organisierter Sparkassen nicht länderspezifischem Sparkassenrecht und ist auch nicht rechtlich an das Regio-

⁴ Vgl. Deutsche Bundesbank 1998: 12 und 2001: 12; o.V. 2000w: 29.

⁵ Vgl. VÖB 2001, URL: „www.voeb.de“.

⁶ Vgl. Brümmerhoff/Lehmann 2000: 133-142; Knüfermann 1996: 279; Mühlenkamp 1994: 25f.

⁷ Vgl. ausführlich Knüfermann 1996: 279-283; siehe auch Cox 1994: 254f.; Hedrich 1993: 54f.

⁸ Siehe dazu Güde 1998: 399f.; Gondring 1997: 121f. und 125-127.

⁹ Vgl. Gerpott/Knüfermann 2000a: 40.

nalprinzip gebunden; dennoch unterwerfen sie sich teilweise diesem Prinzip ebenso wie der Gemeinnützigkeit.¹⁰ Ein prominentes Beispiel ist hier die Frankfurter Sparkasse, die ausschließlich innerhalb Frankfurts stationäres Filial-Banking betreibt: Im Jahr 1996 gründete sie die 1822direkt GmbH als bundesweit geschäftstätige Direktvertriebsgesellschaft. Insgesamt akquirierte die 1822direkt GmbH bis Anfang 2000 rund 80% ihrer Neukunden außerhalb des regionalgebundenen Geschäftsgebiets der Frankfurter Sparkasse.¹¹ Ebenfalls ein Kundenanteil in Höhe von 80% nutzt im Vertriebswegemix des Tele-Banking der 1822direkt GmbH primär das IB.¹² Dieser hohe IB-Kundenanteil läßt im Umkehrschluß die Vermutung zu, daß eine regionale Begrenzung der Geschäftstätigkeit über alle MCD-Vertriebswege hinweg zu einer Einschränkung des volumenmäßigen IB-Geschäftserfolgs öffentlich-rechtlicher Sparkassen führen kann. Rückschlüsse eigener Befunde auf die Grundgesamtheit aller etablierten Filialbanken in Deutschland außerhalb der Sparkassengruppe sind somit nur unter Beachtung institutioneller Sparkassenmerkmale möglich.

5.2 Design der Datenerhebung

5.2.1 Erhebungsmethode

Ausgangspunkt für die Wahl der eigenen Erhebungsmethode war das Ziel, konkrete Informationen über das IB von (potentiellen) IB-Anbietern der deutschen Sparkassengruppe zu erfassen. Die eigene Untersuchung zielte nicht nur auf deskriptive Expertenantworten zur IB-Gestaltung, sondern ebenfalls explizit auf komplexe Beurteilungen von bestimmten IB-Erfolgskriterien. Hier war mittels Plausibilitätsüberlegungen nicht zu erwarten, daß beliebige einzelne Sparkassenmitarbeiter zu solchen Beurteilungen in der Lage waren. Vielmehr war davon auszugehen, daß zum IB als noch jungem Themengebiet zum Zeitpunkt der Befragung im Juli 1998 nur einzelne Experten innerhalb einer Sparkasse Auskunft geben konnten.

¹⁰ Vgl. Hedrich 1993: 90; siehe z.B. für die Frankfurter Sparkasse Wächter 2000: 13.

¹¹ Siehe dazu ausführlich Wächter 2000: 16.

¹² Vgl. o.V. 2000q: 28.

Vor diesem Hintergrund wurde für die eigene Untersuchung eine *schriftliche, standardisierte Befragung* von Experten als Erhebungsmethode eingesetzt. Sie ermöglicht aus vier Gründen die ökonomische Erfassung eines großen Daten-/Informationsvolumens:

1. Im Vergleich zu anderen Erhebungsmethoden wie der mündlichen Befragung zeichnet sie sich durch geringere Erhebungskosten aus. Daher wurde mit der Entscheidung zu Gunsten der schriftlichen Befragung gleichzeitig auch angestrebt, *alle* 595 im Juli 1998 existierenden deutschen Sparkassen zu befragen.
2. Der Fragebogen läßt sich durch vorformulierte Antwortalternativen so gestalten, daß eine hohe institutsübergreifende Vergleichbarkeit der Antworten erreicht werden kann.
3. Ein schriftlicher Fragebogen bietet den Befragten die Chance der internen Weitergabe des Bogens, um eine eventuell notwendige abteilungsübergreifende Beantwortung der Fragen zu gewährleisten.
4. Die Antwortmöglichkeit der Respondenten innerhalb eines längeren durch die Forscher vorgegebenen Zeitfensters gibt den Befragten die Gelegenheit, Datenmaterial zu sichten, um die Qualität ihrer Antworten zu erhöhen.

Vor allem um über einzelne Fachabteilungen hinausgehende IB-Daten zu gewinnen, wurde der Fragebogen an Vorstände der deutschen Sparkassen mit der Bitte um persönliche Bearbeitung durch ein Vorstandsmitglied und/oder weitere relevante IB-Experten der jeweiligen Sparkassen geschickt. Die Bitte, den Fragebogen entweder durch ein Vorstandsmitglied und/oder weitere IB-Experten beantworten zu lassen, ergibt sich aus der erheblichen Größenvarianz der Institute innerhalb der Sparkassengruppe: So lagen Ende 1997 (Ende 2000) die Bilanzsummen der 598 (562) deutschen Sparkassen zwischen DM 51,3 Mrd. (DM 61,8 Mrd.) und DM 0,089 Mrd. (DM 0,114 Mrd.) sowie Mitarbeiterzahlen zwischen 5.042 (4993) und 14 (14).¹³ Bei kleineren Instituten war daher lediglich der Sparkassenvorstand Ansprechpartner für Fragen zur Distributionspolitik, während bei größeren Häusern eine durch einen Vorstand veranlaßte Beteiligung mehrerer Experten aus verschiedenen Abteilungen an der Fragebogenbeantwortung sinnvoll erschien.

¹³ Vgl. DSGVO 2001b-c, URL: „www.dsgv.de“; o.V. 1998: 21; siehe für Ende 1999 o.V. 2000l: 25.

5.2.2 Erhebungsinstrument

Zentrales Erhebungsinstrument der eigenen Untersuchung war ein Fragebogen, der neben Fragen auch Antwortvorgaben in *standardisierter* Form beinhaltete. Die Fragebogenentwicklung fand zwischen März und Juli 1998 statt (siehe Kap. 5.3.1, Abb. 5.2). Der Fragebogaufbau sowie die inhaltliche Gestaltung ergaben sich aus den in Kapitel 4.1 formulierten Untersuchungsleitfragen. Zudem wurden aus früheren wissenschaftlich-empirischen Erhebungen des Leiters des projektdurchführenden Lehrstuhls (Univ.-Prof. Dr. Torsten J. Gerpott) wichtige Orientierungshilfen gewonnen. Literaturrecherchen ergaben allerdings nur wenige konkrete Anhaltspunkte zur Variablenoperationalisierung/-präzisierung. Daher wurde zur Operationalisierung relevanter Fragen auf allgemeine bankwirtschaftliche Standardliteratur,¹⁴ normativ-deskriptive IB-Beiträge¹⁵ sowie Analysen der generellen Erfolgsfaktorenforschung¹⁶ zurückgegriffen. Der erste Fragebogenentwurf wurde mit verschiedenen Mitarbeitern der Sparkassen-Finanzgruppe in Form eines Pretests ausführlich diskutiert sowie dann modifiziert. Hierbei wurden vor allem offene Fragestellungen durch geschlossene ersetzt, um die in den Pretests identifizierten Unklarheiten zu reduzieren. Die überarbeitete Version des Fragebogens wurde dann zur Datenerhebung eingesetzt.

Der Fragebogen umfaßt 15 Inhaltsseiten (siehe Anhang); die Bogenrückseite beinhaltet ausschließlich den Firmennamen der Druckerei und blieb ansonsten der Optik wegen frei. Auf 10 Seiten (S. 3-12) wurden insgesamt 41 Fragen zu fünf Gruppen zusammengefaßt. Der Titelseiteninhalt informiert unter der Überschrift „Internet-Banking (IB) deutscher Kreditinstitute im Privatkundengeschäft“ kurz über Thema, Ziele und Organisation des Forschungsprojekts. Seite 2 des Fragebogens beinhaltet allgemeine Bearbeitungshinweise (z.B. Definitionen). Ein Fragebogen-Code auf Seite 14 diente ausschließlich der eindeutigen Zuordnung bearbeitet zurückgesendeter Fragebögen, um im Rahmen der Nachfaßaktion nur gezielt noch Institute anzu-

¹⁴ Siehe hierzu für viele vor allem Schierenbeck 1997.

¹⁵ Hilfreich waren Bartmann/Wörner 1997; Eichhorn et al. 1997; Hall/Cain 1997; Heitmüller 1997 sowie auch Breiter/Zoche 1997.

¹⁶ Hierzu vor allem Grünig et al. 1996; Steinle et al. 1995; Szallies 1995; Hoffmann 1986; Leidecker/Bruno 1984.

schreiben, die den Fragebogen noch nicht ausgefüllt hatten. Ein Feedback-Gutschein ermöglichte es den teilnehmenden Sparkassen, kostenlos (1) eine Zusammenfassung entsprechender Studienergebnisse und/oder (2) einen individuellen Bericht über die Position der eigenen Sparkasse innerhalb des IB der gesamten Sparkassengruppe anzufordern.

5.3 Durchführung der Untersuchung

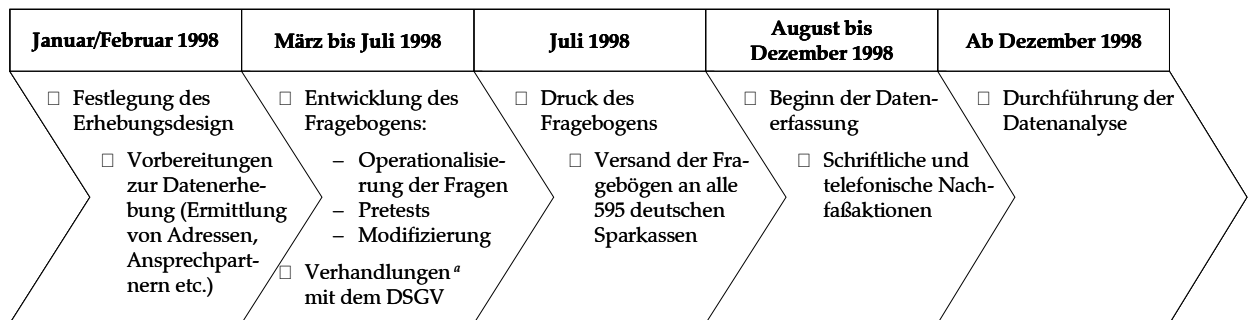
5.3.1 Projektstruktur

Die eigene Datenerhebung wurde im Jahr 1998 durchgeführt. Abbildung 5.2 visualisiert die zeitliche Struktur der Untersuchung. Die schriftliche Befragung der Sparkassen wurde durch eine finanzielle Projektunterstützung durch den Deutschen Sparkassen- und Giroverband e.V. (DSGV) ermöglicht. Dazu nahm der Verfasser im April 1998 Kontakt zum DSGV auf. Die Bewilligung dieser Unterstützung¹⁷ ermöglichte vor allem eine professionelle Drucklegung des Fragebogens im Juli 1998. Am 20. Juli 1998 wurden die Bögen mit einem Anschreiben der Forscher an die jeweiligen Vorstände aller 595 deutschen Sparkassen mit der Bitte um persönliche Bearbeitung des Fragebogens durch ein Vorstandsmitglied selbst oder (einen) weitere(n) IB-Experten des jeweiligen Hauses versendet. Um die Vollständigkeit der Sparkassenadressen zu gewährleisten, basierten die Zusendungen auf einer Adreßdatei, die in elektronischer Form über den Deutschen Sparkassen Verlag GmbH bezogen wurde.

Dem Fragebogen mit eigenem Anschreiben wurde zusätzlich ein Begleitschreiben des DSGV beigelegt, aus dem die Unterstützung des eigenen Projekts bzw. die Bitte um Teilnahme an der Befragung hervorging. Darüber hinaus wurde auf der themen- und projektbeschreibenden ersten Fragebogenseite über schriftlich zur Verfügung gestellte Referenzen informiert.¹⁸

¹⁷ An dieser Stelle möchte ich mich stellvertretend für den DSGV herzlich bei den Herren Prof. Dr. Gerd Bordemann und Klaus Krummrich für ihr Engagement bzw. die diesbezüglich sehr unbürokratischen Verhandlungen bedanken.

¹⁸ Hierzu gilt mein herzlicher Dank den Herren Klaus Breuer (Verbands-Sparkasse Wesel), Dr. Jürgen Jakfeld (Stadtsparkasse Oberhausen) und Joachim Krämer (Westdeutsche Landesbank Girozentrale).

Abb. 5.2: Zeitliche Struktur der eigenen Datenerhebung

a) Die Verhandlungen bezogen sich auf die finanzielle Unterstützung des eigenen IB-Forschungsprojekts.

Dieser Verweis auf bekundete Referenzen sollte einen Beitrag zur Steigerung der hohen Rücklaufquote bei der Befragung leisten. Das eigene Forschungsprojekt konnte somit auf eine finanzielle und/oder inhaltlich-werbende Unterstützung aller Organisationsebenen der Sparkassen-Finanzgruppe, d.h. Sparkassen, Landesbank/Girozentrale und Sparkassenverband, zurückgreifen.

Um den Rücklauf weiterhin zu steigern, wurde im August 1998 eine Nachfassaktion gestartet und 90 bis dahin nicht antwortende Sparkassen (mit einer Bilanzsumme Ende 1997 von über DM 3 Mrd.) wiederholt um Beantwortung und Rücksendung des Fragebogens gebeten. Darüber hinaus wurden im September 1998 vom Verfasser einzelne Sparkassen telefonisch angesprochen, um zur Ausfüllung und Rücksendung des Fragebogens zu motivieren.

5.3.2 Statistische Datenauswertung

Die Daten wurden ab Dezember 1998 PC-gestützt unter Verwendung der PC-Softwaresysteme „Microsoft Office 97“ der Microsoft GmbH sowie „SPSS für Win-

dows: Release 9.0.1“ der SPSS GmbH statistisch ausgewertet.¹⁹ Bei der anschließenden Ergebnisdarstellung werden im Text die jeweils relevanten Themenblöcke des Fragebogens kursiv gesetzt (z.B. *Frage A1*), um eine Zuordnung zum Fragebogen bei gleichzeitig vereinfachtem Sprachgebrauch sicherzustellen.

Zur deskriptiven Datenanalyse *innerhalb* einzelner Variablenblöcke wurden univariate Analysekenzahlen der angewandten Statistik berechnet. Hierzu zählen neben Häufigkeitsmaßen bei nicht metrischen Variablenausprägungen vor allem das arithmetische Mittel (M) als Lageparameter und die Standardabweichung (S) als Streuungsparameter bei metrisch skalierbaren Daten.²⁰ Um die Beziehungen *zwischen* potentiellen IB-Erfolgsdeterminanten und IB-Erfolgskriterien zu analysieren, wurden Korrelationskoeffizienten (r) nach Bravais-Pearson berechnet.²¹

Hypothesen zu möglichen Erfolgswirkungen zwischen potentiellen Erfolgsfaktoren und verschiedenen Erfolgskriterien des IB wurden mittels inferenzstatistischer Verfahren getestet. Hierzu wurden Mittelwertvergleiche unter Rückgriff auf die Varianzanalyse als multivariates Dependenzanalyseverfahren durchgeführt.²² Auf Grund der spezifischen Datenbeschaffenheit der eigenen Untersuchung handelte es sich lediglich um einfaktorielle Varianzanalysen. Dazu wurden empirische Faktorwerte (F-Werte) und notwendige Irrtumswahrscheinlichkeiten (p) berechnet. Von Wirkungseinflüssen der Ausprägungen unabhängiger Variablen ist auszugehen, wenn die berechneten F-Werte mit p-Werten einhergehen, die innerhalb vordefinierter Wertefenster liegen bzw. in den Tabellendarstellungen durch markierte p-Wertezuordnungen gekennzeichnet sind.

¹⁹ Ursprünglich kürzte SPSS in der Großrechnerversion den Ausdruck „Statistical Package for the Social Sciences“ ab, während es hinsichtlich der heute verbreitet gebräuchlichen PC-Version als „Superior Performing Software Systems“ verstanden wird; vgl. Kähler 1998: 3; Lehnert 1996: 35.

²⁰ Siehe zu Kennzahlen der univariaten Datenanalysen Kamenz 1997: 171-175; Reiter/Matthäus 1996: 133-141.

²¹ Siehe zur Darstellung der Korrelationsanalyse Kähler 1998: 162f.; Kamenz 1997: 177f.; Reiter/Matthäus 1996: 201-204.

²² Siehe ausführlich Backhaus et al. 1996: 56-89 und die dort angegebene Literatur sowie weiterhin Kamenz 1997: 182f.; Backhaus/Weiber 1984: 458.

5.3.3 Rücklaufquote und Repräsentativität der Stichprobe

Insgesamt ergab sich bis Mitte Dezember 1998 ein Rücklauf in Höhe von 291 Sparkassen (siehe Tab. 5.2). Weitere 6 Sparkassen begründeten ihre Nicht-Teilnahme explizit schriftlich mit Arbeitsüberlastung. Damit führte die aufwendige Gestaltung der Datenerhebung zu einer Rücklaufquote in Höhe von 48,9%. Von den 291 antwortenden Sparkassen gaben 121 (= 20,3% der Grundgesamtheit) auf Grund ihrer zum Zeitpunkt der Befragung bereits realisierten bzw. geplanten IB-Aktivitäten detaillierte Auskünfte zu ihrem IB-Engagement. Diese Gruppe von Sparkassen bildet als *IB-Stichprobe* die primäre Basis der weiteren Datenanalyse.

Die Datenanalyse zur *Frage E1* verdeutlicht, daß 14 (= 8,6%) von 162 zu Teil E des Fragebogens Angaben machende Sparkassen eine IB-Implementierung für ihr Haus ausgeschlossen hatten. Demnach waren zum Zeitpunkt der Befragung noch 148 (= 91,4%) Sparkassen bezüglich einer IB-Implementierung unentschlossen.

Tab. 5.2: Rücklaufstruktur der Sparkassenbefragung

Antworten	Anzahl absolut	Anteil an der Grundgesamtheit ^a
Rückläufe insgesamt	297	49,9%
<i>davon:</i>		
• schriftliche Absagen	6	1,0%
• teilnehmende Sparkassen	291	48,9%
<i>davon:</i>		
• Teil A/E des Fragebogens	170	28,6%
• Detailangaben (= IB-Stichprobe)	121	20,3%
<i>davon:</i>		
• IB-Anbieter (Teil A bis D)	81	13,6%
• IB-Planer (diverse Teile)	40	6,7%

a) 100% = 595 deutsche Sparkassen im Juli 1998.

Im Hinblick auf die Repräsentativität der erfaßten Einzelinstitute ist zu überprüfen, inwieweit sie die gesamte Sparkassengruppe abbilden. Hierzu stellt Tabelle 5.3 einen Größenvergleich zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe zum Erhebungszeitpunkt dar: Die 291 antwortenden/teilnehmenden Sparkassen (= DM 0,9 Billionen) vereinten einen Anteil in Höhe von 55,8% am kumulierten Geschäftsvolumen der gesamten Sparkassengruppe (= DM 1,6 Billionen) auf sich.

Das mittlere Geschäftsvolumen der einzelnen Sparkassen lag in der IB-Stichprobe bei DM 4,5 Mrd. und in der Sparkassengruppe bei lediglich DM 2,7 Mrd. Damit hatten IB-Anbieter im Durchschnitt ein um den Faktor 1,7 größeres Geschäftsvolumen als die Gruppendurchschnittssparkasse. Bereits an dieser Stelle wird deutlich, daß bis Ende 1998 primär volumengrößere Sparkassen IB anboten (siehe Kap. 6.1).

Tab. 5.3: Institutsgrößenvergleich zwischen der gesamten Sparkassengruppe und der eigenen Stichprobe Ende des ersten Halbjahres 1997^a

Größenindikatoren	Sparkassen- gruppe ^b	Teilnehmende Sparkassen	IB-Stichprobe ^c
1. Fallzahl (N)	598	291	121
2. Mittleres GV ^d	2.723	3.121	4.486
3. Kumuliertes GV	1.628.189	908.077	542.742
4. GV-Gruppenanteil	100%	55,8%	33,4%
5. Anteil der Institute ^e	100%	48,9%	20,3%
6. GV-Minimum	86	111	283
7. GV-Maximum	44.970	44.970	44.970

a) Der Institutsgrößenvergleich wurde für diese Tabelle nicht aktualisiert, weil die angegebenen Daten eine originäre Grundlage der Befragungsdurchführung darstellten. Eine Aktualisierung verfälschte an dieser Stelle die tatsächliche Rücklaufstatistik.

b) Sparkassengruppe ohne Berliner Sparkasse.

c) Sparkassen, die IB anboten oder in naher Zukunft zu realisieren beabsichtigten.

d) GV = Geschäftsvolumen; Angaben der Variablen 2, 3 und 4, 5 zum Geschäftsvolumen DM Mio.

e) Anteile der Rückläufe/teilnehmenden Sparkassen und IB-Stichprobe beziehen sich auf die Anzahl der Institute innerhalb der Sparkassengruppe (N = 595) zum Zeitpunkt der Befragung im Juli 1998.

Quelle: Deutscher Sparkassen Verlag 1998: Diskettendatei; eigene Berechnungen.

Die IB-Stichprobe deckt insofern primär die größeren Sparkassen ab. Dafür spricht auch, daß in der eigenen Stichprobe sieben der zehn größten Sparkassen an der Befragung teilgenommen haben. Mitte 1997 vereinten diese Institute (1,7% der Gesamtinstitutsanzahl) 15,4% des Gruppengeschäftsvolumens auf sich.²³ Es ist zu vermuten, daß die eigene IB-Stichprobe ein innovativeres Sparkassenbild skizziert als die gesamte Gruppe tatsächlich repräsentiert.

Zur regionalen Verteilung der an der Befragung teilnehmenden Sparkassen gibt Tabelle 5.4 einen Überblick und stellt die Rücklaufquote der eigenen Befragung innerhalb der deutschen regionalen Sparkassenverbände dar.²⁴ Im Ergebnis ist die Verteilung wenig homogen. Sie skizziert mit zwei Ausnahmen über die regionalen Sparkassen- und Giroverbände hinweg eine Teilnahme von 32,1% bis 62,1% aller jeweils regional verbandszugehörigen Sparkassen an der eigenen Befragung. Die beiden Ausnahmen bzw. Extremwerte in Höhe von 0% beim Sparkassenverband Berlin und 100% beim Hanseatischen Sparkassen- und Giroverband sind durch die wenigen Verbandsmitglieder (eine bzw. drei Sparkassen) bedingt.

Um die Qualität der erhobenen Daten einschätzen zu können, wurden in *Frage D6* (Teil D) des Fragebogens jeweils Organisationsbereiche, hierarchische Ebenen und zeitliche Unternehmenszugehörigkeiten der Respondenten erfragt. Tabelle 5.5 informiert über entsprechende Auswertungsergebnisse:

- *Organisationsbereich:* Eine eindeutige Bereichszugehörigkeit der antwortenden Sparkassenmitarbeiter ist für die IB-Stichprobe nicht erkennbar. Teilweise wurden die Antworten wie erwartet (siehe Kap. 5.2.1) abteilungsübergreifend erstellt; die meisten direkt einzuordnenden Respondenten rekrutierten sich aus dem Bereich Marketing/Kommunikation (23,6%). Mit jeweils 11,3%igem Anteil folgten die Bereiche Organisation, Vorstand/Vorstandssekretariat.
- *Hierarchieebene:* Die Hälfte der antwortenden Sparkassenmitarbeiter gehörte der oberen (= Vorstand, Bereichsleiter) und mittleren (= Hauptabteilungsleiter, Abteilungsleiter) Führungsebene an; während rund ein weiteres Drittel der Antworten sonstigen Hierarchieebenen (= Gruppenleiter, Sachbearbeiter) direkt zuzuordnen war, ist ein Achtel der Antworten hierarchisch übergreifend erstellt worden.

²³ Eigene Berechnung auf Basis der Daten in Deutscher Sparkassen Verlag 1998: Diskettendatei.

²⁴ Siehe zur Organisation und den zu Aufgabengebieten der Sparkassenverbände DSGVO 2001a, URL: „www.dsgv.de“; Hedrich 1993: 41-44.

Tab. 5.4: Geographische Verteilung teilnehmender Sparkassen gemessen an Hand ihrer jeweiligen regionalen Verbandszugehörigkeiten

Sparkassenverband ^a	Sparkassenanzahl ^b	Teilnehmende Sparkassen	
		absolut	relativ
Sparkassenverband Baden-Württemberg	81	26	32,1%
Sparkassenverband Berlin	1	0	0,0%
Hanseatischer Sparkassen- und Giroverband	3	3	100,0%
Niedersächsischer Sparkassen- und Giroverband	65	39	60,0%
Ostdeutscher Sparkassen- und Giroverband	76	41	53,9%
Rheinischer Sparkassen- und Giroverband	50	31	62,0%
Sparkassen- und Giroverband Hessen-Thüringen	56	26	46,4%
Sparkassen- und Giroverband Rheinland-Pfalz	36	17	47,2%
Sparkassen- und Giroverband Saar	7	3	42,9%
Sparkassen- und Giroverband für Schleswig-Holstein	29	18	62,1%
Sparkassenverband Bayern	102	40	39,2%
Westfälisch-Lippischer Sparkassen- und Giroverband	92	47	51,1%
Summe	598	291	48,7%^c

a) Einteilung der Verbände gemäß DSGVO 2001a, URL: „www.dsgv.de“.

b) Die Sparkassenanzahl bezieht sich auf die Anzahl angeschriebener Sparkassen bzw. versandter Fragebögen. Auf Grund von Fusionen gab es zum Befragungszeitpunkt in Deutschland jedoch nur 595 Institute (siehe Deutsche Bundesbank 1998: 12), so daß über alle Sparkassenverbände hinweg drei Institute zu viel eingerechnet werden. Weil die Fusionen den einzelnen Verbänden nicht zuzuordnen sind, ergeben sich bei den Prozentangaben zu den teilnehmenden Sparkassen nicht signifikante Ungenauigkeiten.

c) Der korrekte Anteil der an der Befragung teilnehmenden Sparkassen bezüglich der Grundgesamtheit in Höhe von 595 Instituten beträgt 48,9% (siehe Tabelle 5.3).

- *Unternehmenszugehörigkeitsdauer*: Insgesamt waren 82,9% der antwortenden Sparkassenmitarbeiter der IB-Stichprobe über vier Jahre in ihren Sparkassen tätig; mehr als die Hälfte verfügten sogar über eine größere als zehnjährige Institutszugehörigkeit.

Die Verteilung der Variablenausprägungen zur Hierarchieebene und Unternehmenszugehörigkeitsdauer läßt vermuten, daß vor allem praxiserfahrene Sparkas-

senexperten die einzelnen IB-Fragen beantwortet haben, die auch tatsächlich mit der operativen Umsetzung der einzelnen IB-Sparkassenstrategien beschäftigt waren.

Weiterhin dürfte sich positiv auf die Antwortenqualität auswirken, daß rund ein Viertel der Respondenten dem Bereich Marketing/Kommunikation zugehörig waren. Insgesamt ist somit davon auszugehen, daß innerhalb der einzelnen Sparkassen die jeweils relevanten IB-Experten zur Beantwortung des eigenen Fragebogens motiviert werden konnten.

Tab. 5.5: Organisatorische und hierarchische Einordnung sowie Unternehmenszugehörigkeitsdauer der Respondenten in der eigenen Erhebung

Merkmalsvariable (n = Fallzahl)^a	Variablenausprägung	Anzahl absolut	Anteil an der Fallzahl
Organisationsbereich (n = 106)	• Marketing/ Kommunikation	25	23,6%
	• Organisation	12	11,3%
	• Vorstand/Vorstands- sekretariat	12	11,3%
	• Electronic-Banking	11	10,4%
	• EDV/Datenservice	9	8,5%
	• Vertrieb allgemein	5	4,7%
	• Unternehmens- entwicklung	3	2,8%
	• <i>Bereichsübergrei- fend/Sonstige</i>	29	27,4%
Hierarchieebene (n = 114)	• Obere Ebene	10	8,8%
	• Mittlere Ebene	48	42,1%
	• Sonstige Ebene	42	36,8%
	• <i>Ebenenübergreifend</i>	14	12,3%
Unternehmenszugehörig- keitsdauer (n = 111)	• Über 10 Jahre	61	55,0%
	• 4 bis 10 Jahre	31	27,9%
	• 0 bis 3 Jahre	14	12,6%
	• <i>Periodenübergreifend</i>	5	4,5%

^a Es gilt für die IB-Stichprobe als Grundgesamtheit der herangezogenen Fallzahlen (n): N = 121.