

DIGITALE KUNDENPOSTFÄCHER

UNTERSUCHUNGSDESIGN

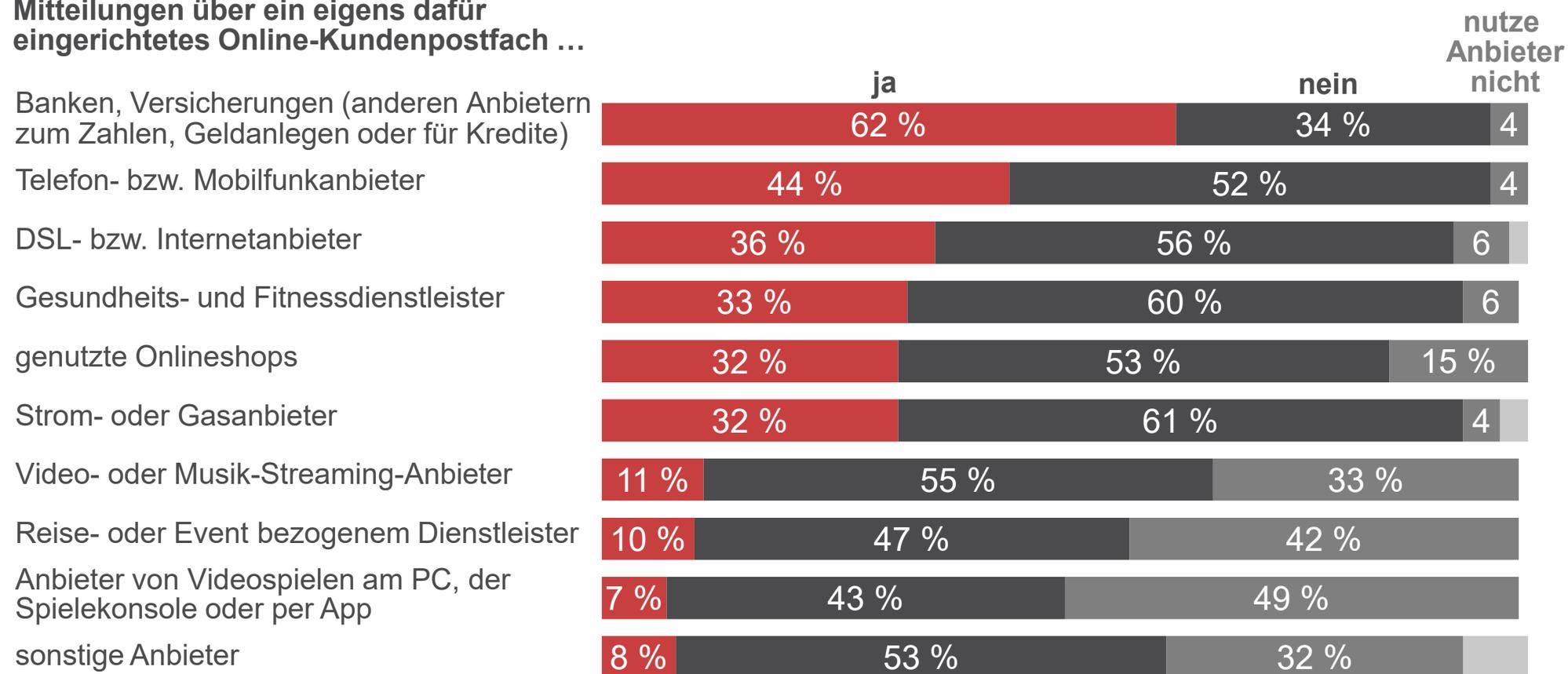
Befragungsmethode:	Telefonbefragung, Dual-Frame Stichprobe (Festnetz + Mobilfunk)
Grundgesamtheit:	Privathaushalte in Deutschland
Zielpersonen:	deutschsprachige Personen ab 18 Jahren, die bei Verträgen des Haushaltes (mit-)entscheiden
Stichprobengröße:	1.000 Haushalte
Gewichtung:	Gewichtung der Haushaltsstichprobe nach Region, Haushaltsgröße, Mieter/Eigentümerverhältnis sowie Dual-Frame Gewicht
Statistische Fehlertoleranz:	max. \pm 3 Prozentpunkte in der Gesamtstichprobe
Befragungszeitraum:	17. Oktober bis 3. November 2023
Institut:	forsa GmbH, Berlin
Hinweis:	Die Summe der einzelnen Prozentwerte kann rundungsbedingt von 100 Prozent abweichen. Ebenso kann die Summe mehrerer Antwortkategorien rundungsbedingt von der Addition der dargestellten Einzelwerte abweichen.

VERBREITUNG VON ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHERN

VERBREITUNG VON ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHERN

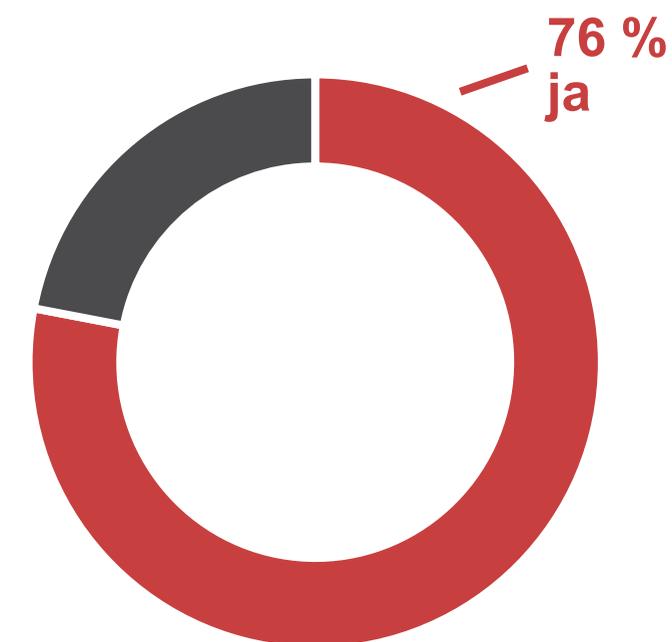
Bei gut drei von vier Befragten (76 Prozent) kommuniziert mindestens ein Anbieter über ein Online-Kundenpostfach. Am häufigsten kommunizieren Finanzdienstleister, Telefon- oder Internetanbieter über solche digitalen Postfächer.

Der jeweilige Anbieter übermittelt Mitteilungen über ein eigens dafür eingerichtetes Online-Kundenpostfach ...



weiß nicht / keine Angabe

Es verwenden mindestens ein Online-Kundenpostfach



Basis: 1.000 Befragte, die bei der Auswahl des Telefon-, Kredit- oder Energieanbieters im Haushalt (mit)entscheiden
 Frage: „[...] Ich lese Ihnen mehrere Bereiche vor. Bitte sagen Sie mir, ob Ihnen in einem dieser Bereiche Ihr Anbieter Mitteilungen über ein eigens dafür eingerichtetes Online-Kundenpostfach übermittelt. Wie ist es bei ...?“

verbraucherzentrale

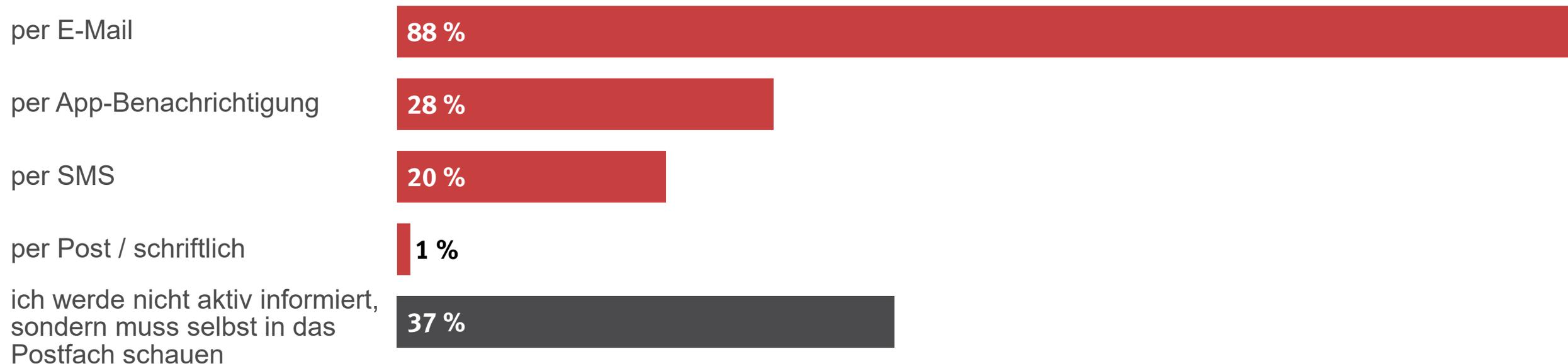
Bundesverband

ERFAHRUNGEN MIT ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHERN

INFORMATION ÜBER NEUE NACHRICHTEN

Nutzer:innen von Online-Kundenpostfächern werden mit Abstand am häufigsten via E-Mail über neue Nachrichten im Postfach informiert.

Nutzer:innen von digitalen Kundenpostfächern erhalten Informationen über neue Nachrichten ...



FREQUENZ VON BENACHRICHTIGUNGEN

Bei Befragten mit mehreren Online-Kundenpostfächern variiert die Frequenz der Benachrichtigungen deutlich.

Nutzer:innen von digitalen Kundenpostfächern erhalten Benachrichtigungen über neue Nachrichten ...

beim Postfach, zu dem sie die meisten Benachrichtigungen erhalten

beim Postfach, zu dem sie die wenigsten Benachrichtigungen erhalten

einmal pro Woche oder häufiger



33 %

1 %

ein- bis dreimal pro Monat



49 %

12 %

ein- bis zweimal pro Vierteljahr/Quartal



13 %

23 %

zwei- bis dreimal pro Jahr



3 %

21 %

einmal pro Jahr



1 %

27 %

seltener als einmal pro Jahr



0 %

6 %

gar nicht



1 %

5 %

weiß nicht / keine Angabe



0 %

4 %

verbraucherzentrale

Bundesverband

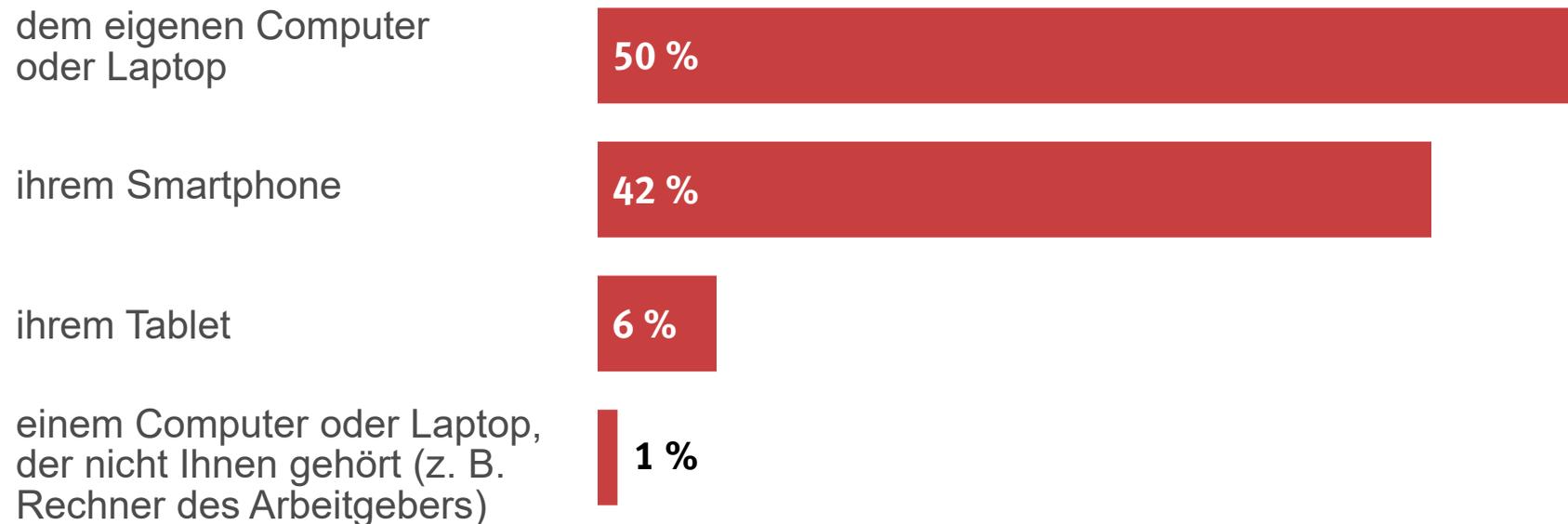
Basis: 633 Befragte, die mehrere digitale Kundenpostfächer nutzen

Frage: „Wie häufig erhalten Sie Benachrichtigungen über Mitteilungen, die in einem separaten Kundenpostfach abgerufen werden können?“

ENDGERÄTE, UM ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHER EINZUSEHEN (1/2)

Am häufigsten werden Online-Kundenpostfächer mit dem eigenen Computer/Laptop oder dem Smartphone eingesehen.

Nutzer:innen von digitalen Kundenpostfächern schauen in Online-Kundenpostfächer mit ...



verbraucherzentrale

Bundesverband

ENDGERÄTE, UM ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHER EINZUSEHEN (2/2)

In der Altersgruppe der 18- bis 64-Jährigen ist das Verhältnis zwischen Computer / Laptop und Smartphone ausgeglichen. Die Über-64-Jährigen benutzen das Smartphone deutlich seltener.

Nutzer:innen von digitalen Kundenpostfächern schauen in Online-Kundenpostfächer mit ...

dem eigenen Computer oder Laptop

Gesamt (775 Befragte)

50 %

18- bis 64-Jährige (532 Befragte)

46 %

65 Jahre und älter (241 Befragte)

66 %

ihrem Smartphone

Gesamt (775 Befragte)

42 %

18- bis 64-Jährige (532 Befragte)

46 %

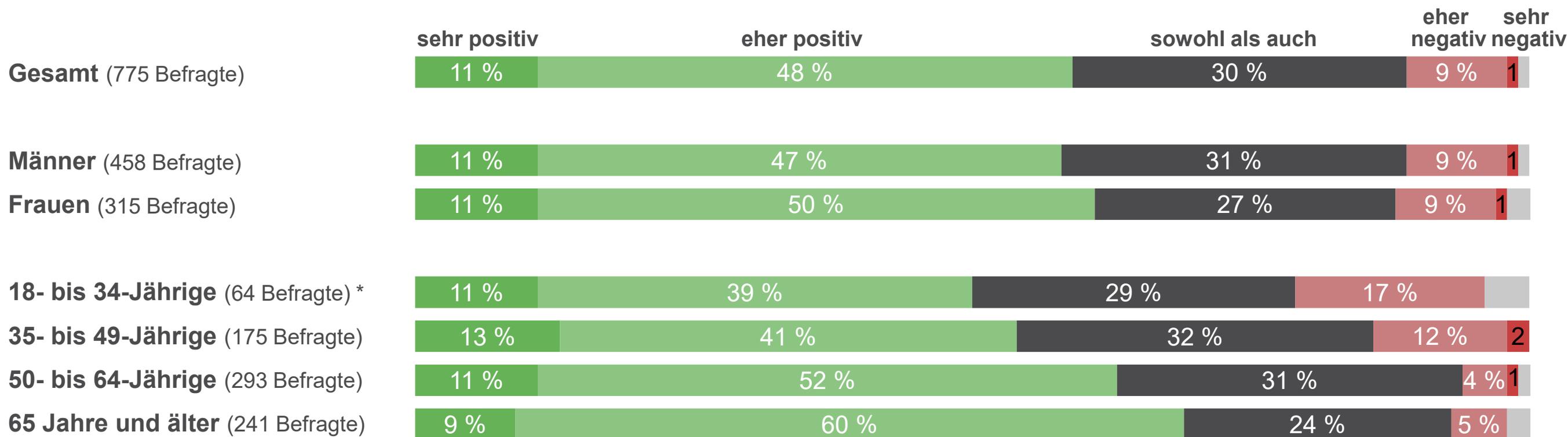
65 Jahre und älter (241 Befragte)

24 %

ERFAHRUNGEN MIT ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHERN

Die Mehrheit der Nutzer:innen (59 Prozent) hat mit Online-Kundenpostfächern insgesamt (eher oder sehr) positive Erfahrungen gemacht. Zehn Prozent geben jedoch auch eher oder sehr negative Erfahrungen an, weitere 30 Prozent haben sowohl positive als auch negative Erfahrungen gemacht.

Bisherige Erfahrungen mit Online-Kundenpostfächern waren ...

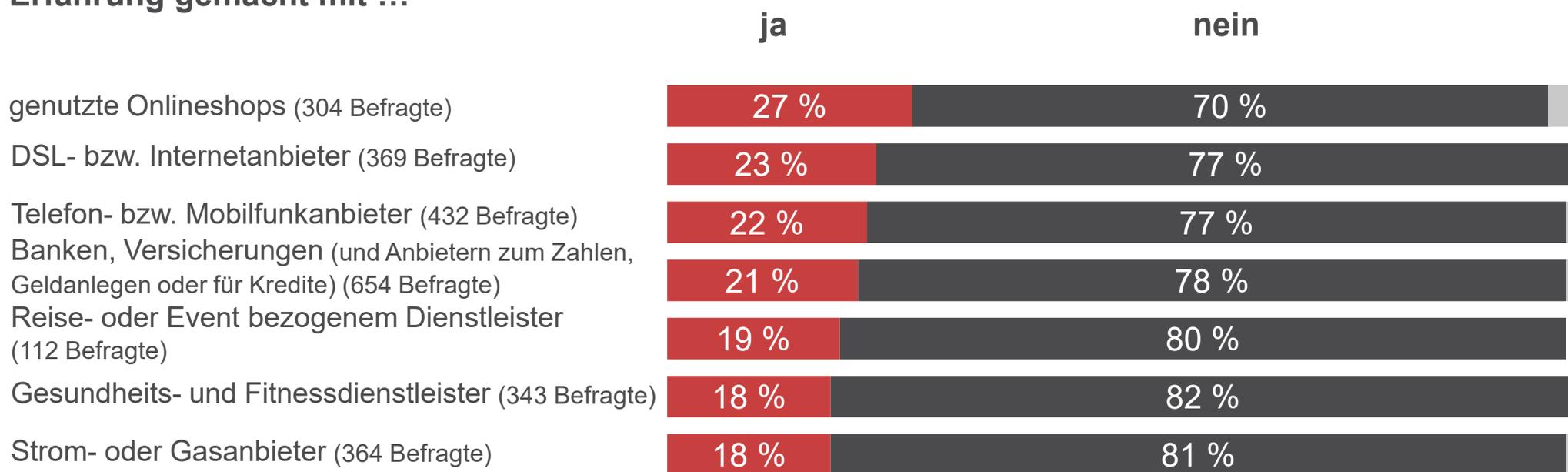


weiß nicht / keine Angabe

NEGATIVE ERFAHRUNGEN

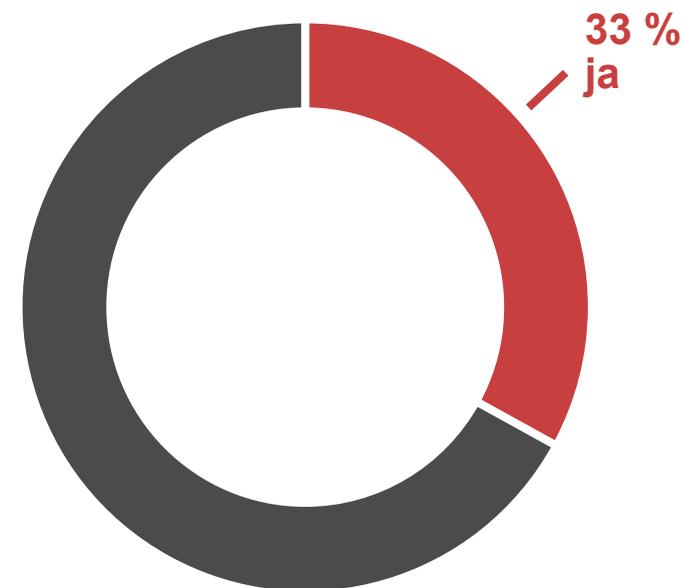
Ein Drittel aller Befragten hat nach eigenen Angaben auch schon mal negative Erfahrungen mit Online-Kundenpostfächern gemacht.

Nutzer:innen von digitalen Kundenpostfächern haben negative Erfahrung gemacht mit ...



weiß nicht / keine Angabe

Nutzer:innen von digitalen Kundenpostfächern haben in mindestens einer Branche negative Erfahrung mit diesen gemacht
(1.000 Befragte)



Basis: jeweils Befragte, die ein digitales Kundenpostfach in diesem Bereich nutzen / * geringe Basis unter 80 Befragte
Frage: „Haben Sie schon mindestens einmal eine negative Erfahrung mit Online-Kundenpostfächern gemacht? Bitte sagen Sie es mir für jede der Branchen, in denen Sie Online-Kundenpostfächer haben. Wie ist es bei ...?“

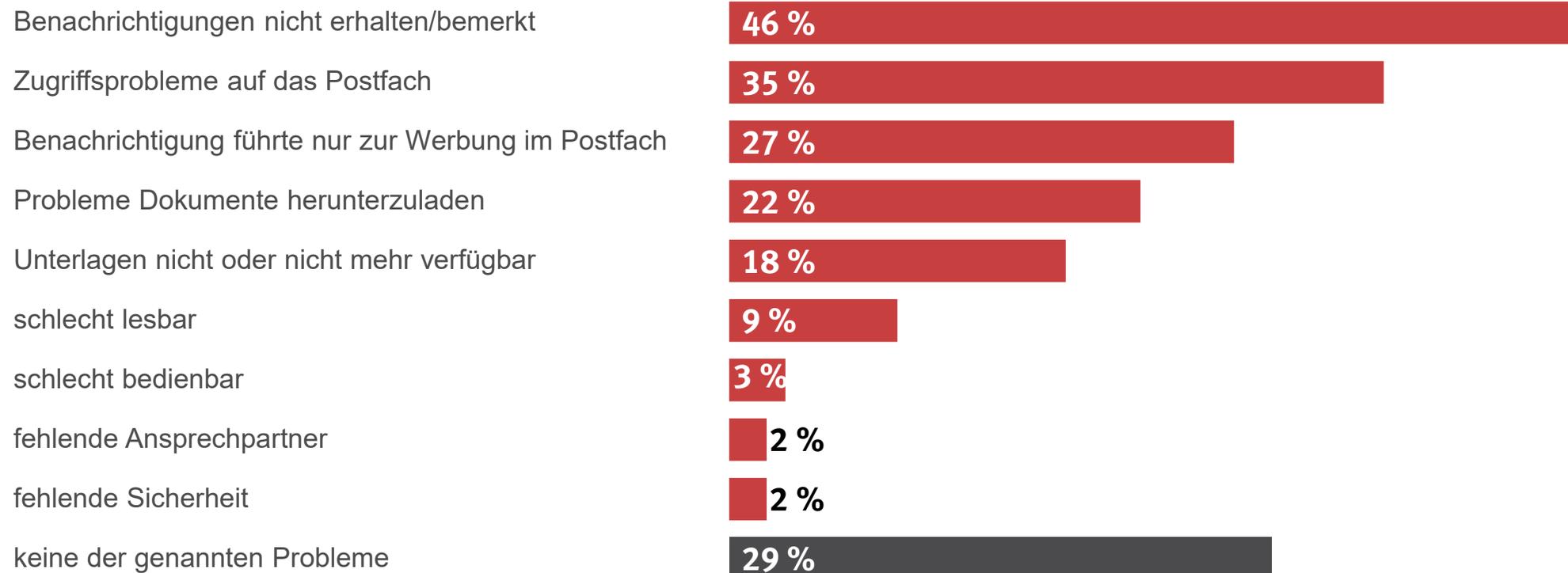
verbraucherzentrale

Bundesverband

PROBLEME MIT ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHERN

46 Prozent der Nutzer:innen von Online-Postfächern haben schon mal Nachrichten über neue Dokumente im Postfach nicht erhalten oder nicht bemerkt.

Nutzer:innen von digitalen Kundenpostfächern haben folgende Probleme mit diesen erlebt:



Basis: 775 Befragte, die ein digitales Kundenpostfach nutzen / Mehrfachnennungen möglich
Frage: „Welche der folgenden Erfahrungen beziehungsweise Probleme haben Sie mit Ihren Online-Kundenpostfächern auf den Kundenportalen erlebt?“

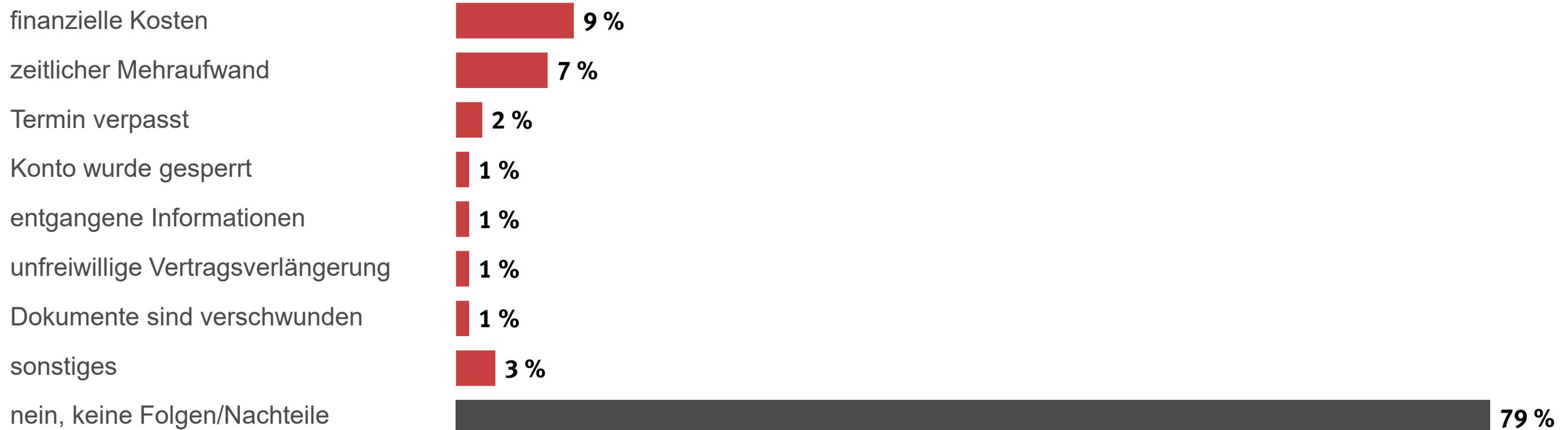
verbraucherzentrale

Bundesverband

FOLGEN BZW. ENTSTANDENE NACHTEILE

Der großen Mehrheit der Befragten sind keine Nachteile aus Negativerfahrungen entstanden. Immerhin knapp jede:r Zehnte berichtet aber von finanziellen Kosten als Folge der Probleme mit dem Online-Kundenpostfach.

Folgen bzw. Nachteile, die aufgrund von Problemen mit Online-Kundenpostfächern entstanden:



verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 544 Befragte, die negative Erfahrungen mit einem digitalen Kundenpostfach gemacht haben
Frage: „Hatte eine oder mehrere dieser Erfahrungen Folgen für Sie bzw. sind Ihnen hierdurch Nachteile entstanden?“ (offene Frage)
Mehrfachnennungen möglich

NICHTNUTZER DIGITALES KUNDENPOSTFACH

NICHTNUTZUNGSGRÜNDE

Gegen die Nutzung von Online-Kundenpostfächern sprechen aus Sicht der Befragten am häufigsten die Präferenz für schriftliche Belege, geringe Internetaffinität und die Sorge, wichtige Nachrichten zu übersehen.

Gründe, nicht mit einem Anbieter über ein Online-Kundenpostfach zu kommunizieren:

Bevorzuge es, die Unterlagen als schriftliche Belege per E-Mail oder Post zu erhalten

87 %

Kennen mich zu wenig mit Computern / mit dem Internet aus

52 %

Befürchte, elektronische Nachrichten zu übersehen oder nicht rechtzeitig zu sehen

32 %

Hatte bislang keine Zeit sich mit dem Thema zu beschäftigen

30 %

Kein Internetzugang

20 %

Brauche es nicht / kein Interesse*

10 %

Ist zu unsicher*

3

Sonstiges

2 %

Weiß nicht

1 %

verbraucherzentrale

Bundesverband

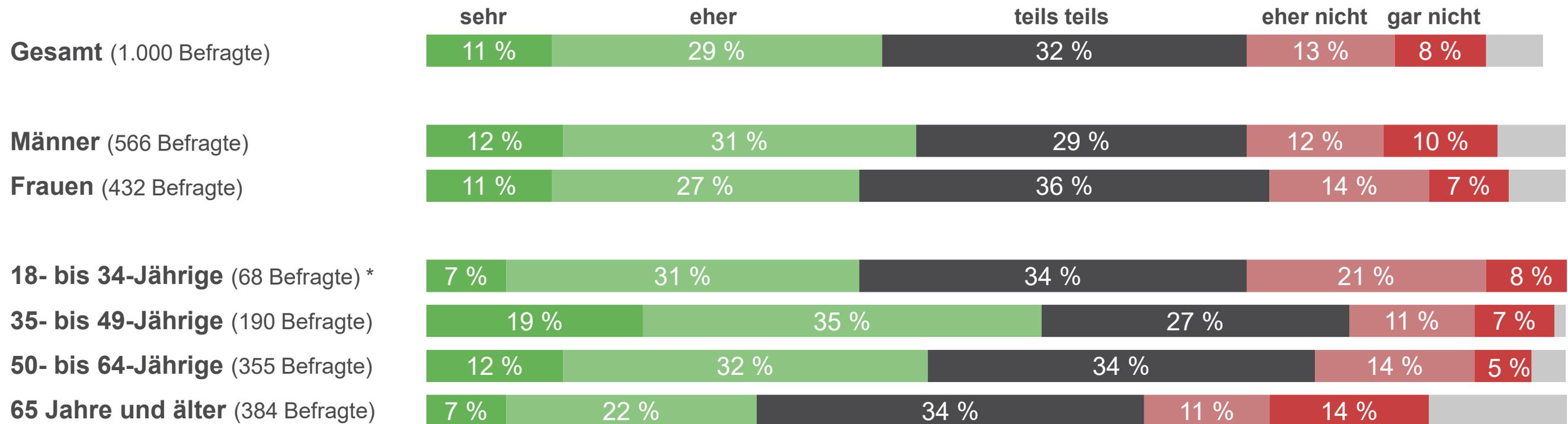
Basis: 225 Befragte, die kein digitales Kundenpostfach nutzen / Mehrfachnennung möglich /*(Spontan-Nennung)
Frage: „Sie haben angegeben, dass Sie keinen Vertrag besitzen, bei dem Sie mit einem Anbieter über ein Online-Kundenpostfach kommunizieren. Welche der folgenden Gründe treffen dafür zu?“

ERWARTUNGEN UND WÜNSCHE IN BEZUG AUF ONLINE-KUNDENPOSTFÄCHER

BEWERTUNG POSTFÄCHER AUF ONLINE-KUNDENPORTALEN

Online-Kundenpostfächer werden von allen befragten Haushaltsentscheider:innen differenziert bewertet: 40 Prozent empfinden sie als (eher) hilfreich, 21 Prozent als (eher) nicht hilfreich.

Die Idee von Postfächern auf Online-Kundenportalen ist generell hilfreich ...



weiß nicht / keine Angabe

verbraucherzentrale

Bundesverband

Basis: 1.000 Befragte, die bei der Auswahl des Telefon-, Kredit- oder Energieanbieters im Haushalt (mit)entscheiden / * geringe Basis unter 100 Befragte

Frage: „Wie bewerten Sie Postfächer auf Online-Kundenportalen als Idee generell, auch losgelöst von Ihren Erfahrungen?“

IDEALE KOMMUNIKATION ÜBER EIN ONLINE-KUNDENPOSTFACH

Am wichtigsten ist den Haushaltsentscheider:innen auch nach Vertragsende auf die Dokumente zugreifen zu können und die aktive und rechtzeitige Information über wichtige Nachrichten.

Für eine ideale Kommunikation über ein Online-Kundenpostfach ist der Aspekt ...

Man kann auch über einen längeren Zeitraum nach Vertragsende auf die Dokumente zugreifen.

Bei Nachrichten, die man rechtzeitig zur Kenntnis nehmen muss, erhält man immer eine Benachrichtigung und muss nicht selbst sein Postfach prüfen.

Man kann entscheiden, bei welchen Anbietern man ein digitales Kundenpostfach nutzt und bei welchen nicht.

In der Benachrichtigung über die neuen Dokumente ist sofort ersichtlich, welche Art von Dokumenten abgelegt sind.

