

ING-DiBa – Schließlich geht's um Ihr Geld.

Wien, 22. März 2010

Direktbanking in Österreich 2011 – Entwicklungslinien

Pressekonferenz zur Studienpräsentation der
ING-DiBa Direktbank Austria und der
Universität Innsbruck - Institut für Banken und Finanzen

ING  **DiBa**

Direktbank Austria

Agenda

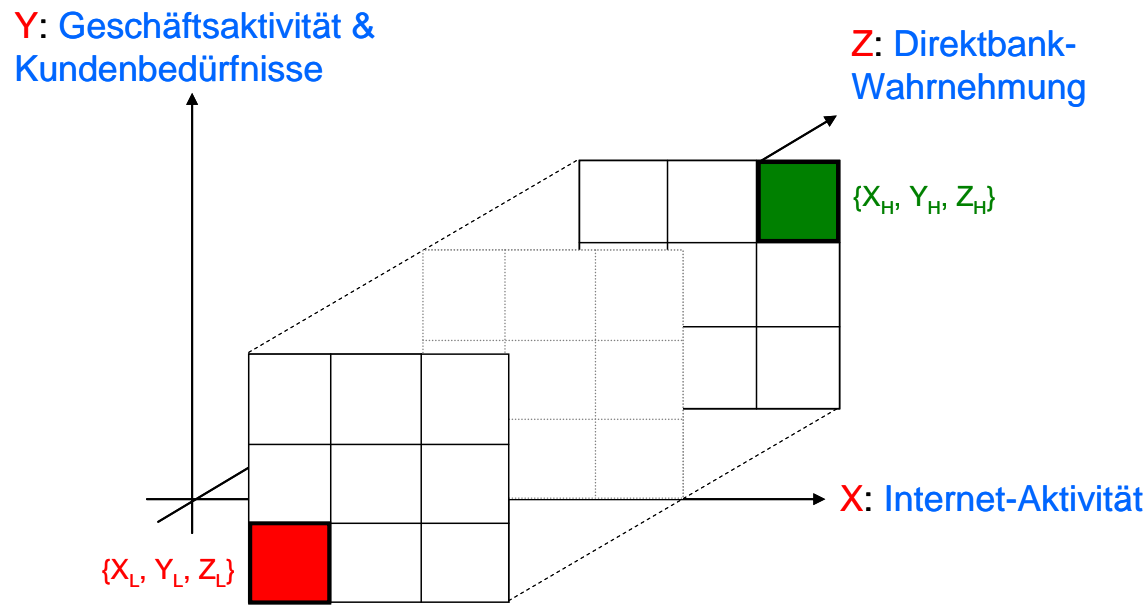
- **Bankenmarkt 2011 – Die Studie (Methodik und Rahmenbedingungen)**
- Potenzial und Potenzialgruppen
- Wahrnehmung der Direktbanken
- Resümee und Ableitungen für die ING-DiBa Austria

Die Studie – wissenschaftlicher Background

- Methodik – Herangehensweise – Eckdaten
 - Repräsentative Telefonbefragung von 1.000 Österreichern ab 16 Jahren durch Karmasin.Motivforschung im Winter 2010/11 als Basis
 - Anwendung des 2007 entwickelten Ansatzes zur Quantifizierung des Neukundenpotenzials und ex post Backtesting
- Mehrdimensionale Kundenpotenzialschätzung
 - Konstruktion eines geeigneten, mehrdimensionalen Kundenprofils als Basis der Schätzung
 - Abgleich nach Dimensionen, dreistufige Bewertung (high, medium, low)

Die Studie – wissenschaftlicher Background

- 3-dimensionale Profilmatrix für Direktbankkunden
 - Internet-Aktivität
 - Direktbank-Wahrnehmung
 - Geschäftsaktivität und Kundenbedürfnisse



Zentrale Rahmenbedingungen des Bankenmarkts

- Finanzmarktkrise
 - Rückgang der Leitzinsen
 - Vertrauensverlust in das Bankensystem
 - Schuldenkrise
- „Wiederentdeckung“ des Retail-Geschäfts
 - Starker Wettbewerb im Einlagengeschäft
- Konsolidierungstrends
 - Internationale Fusionen

Agenda

- Bankenmarkt 2011 – Die Studie (Methodik und Rahmenbedingungen)
- **Potenzial und Potenzialgruppen**
- Wahrnehmung der Direktbanken
- Resümee und Ableitungen für die ING-DiBa Austria

Direktbank-Kundenpotenzial in Österreich

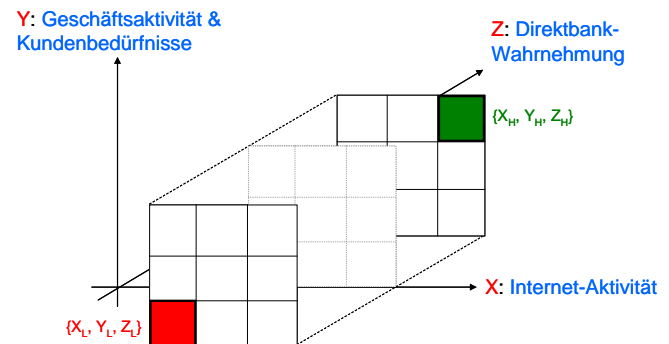
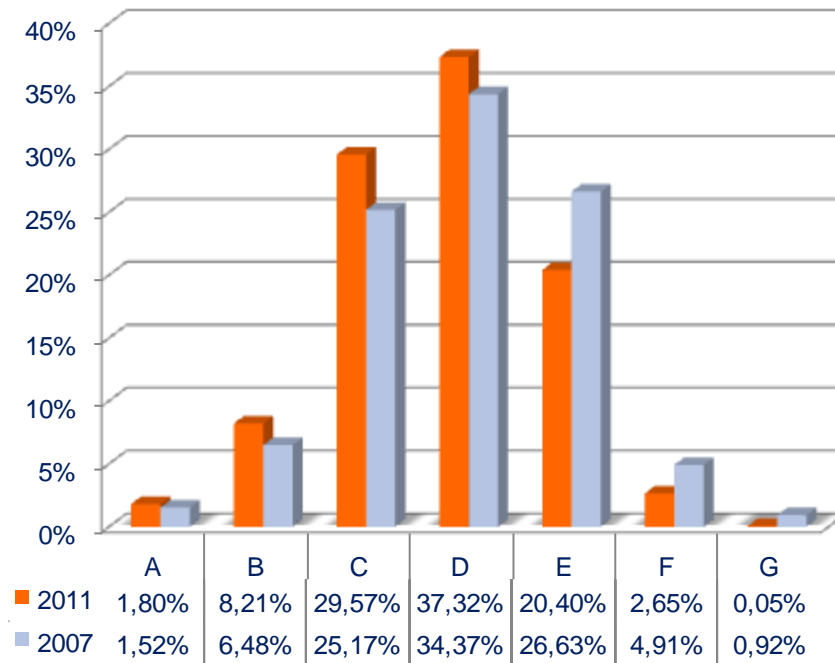
- Ex post Betrachtung der Studie 2007

<u>Potenzialklasse</u>	<u>Prognose 2007</u>	<u>Realisiert bis heute</u>
Kurzfristig realisierbar	415.000	400.000
Mittelfristig realisierbar		

- Aktuelle Direktbankkunden: ca. 1.100.000
(Basis: Umfrageergebnis, OeNB)
- Direktbankkunden 2007: ca. 700.000, Kundenzuwachs: 400.000
- Potenzialschätzung hat sich ex post als sehr erfolgreich bestätigt.
- Wie geht's weiter?

Direktbank-Kundenpotenzial in Österreich

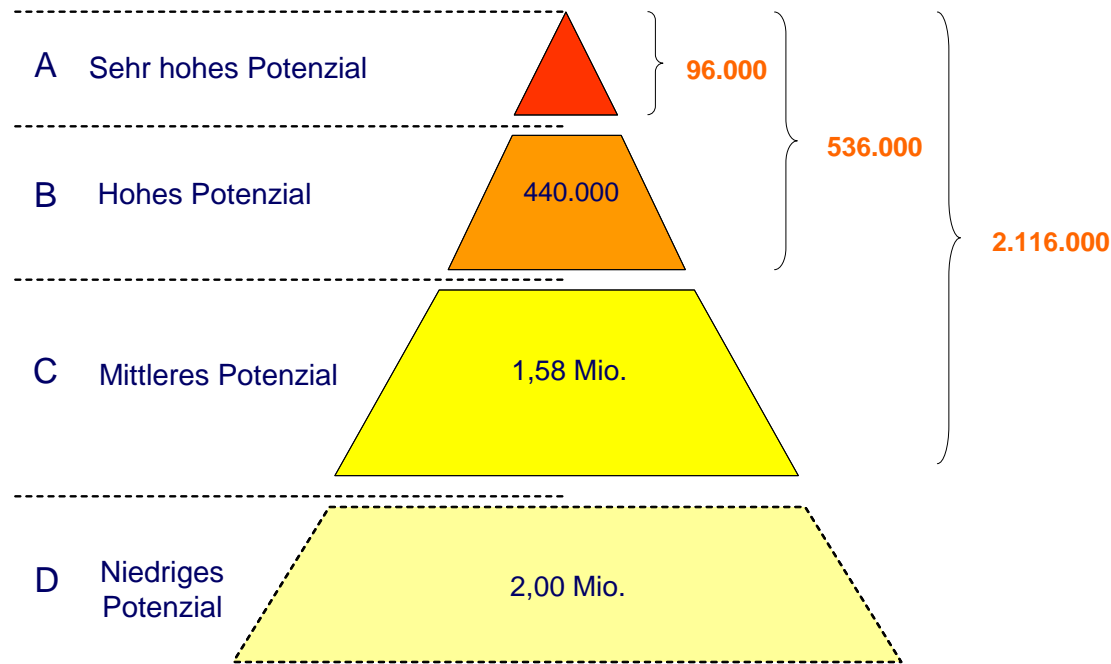
- Hochrechnung aktueller Nicht-Direktbankkunden nach Potenzialklassen



Potenzialklasse	A	B	C	D	E	F	G
Kategorie	HHH	HHM	HHL;HMM	HML;MMM	MML	HLL;MLL	LLL
Anzahl	96.717	439.980	1.585.011	2.000.216	1.093.462	141.955	2.799
kumuliert		536.697	2.121.707	4.121.924	5.215.386	5.357.341	5.360.140

Direktbank-Kundenpotenzial in Österreich

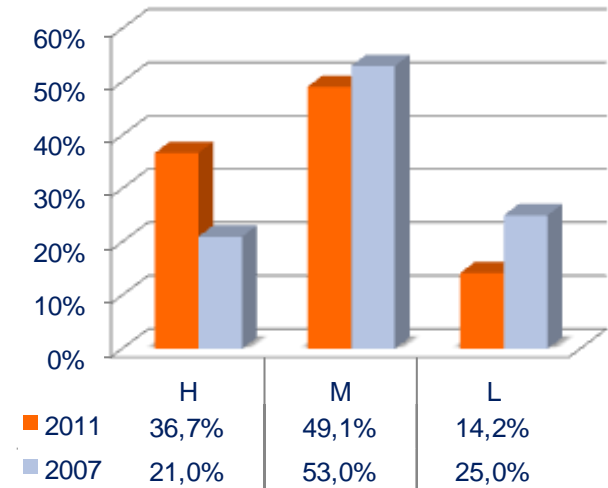
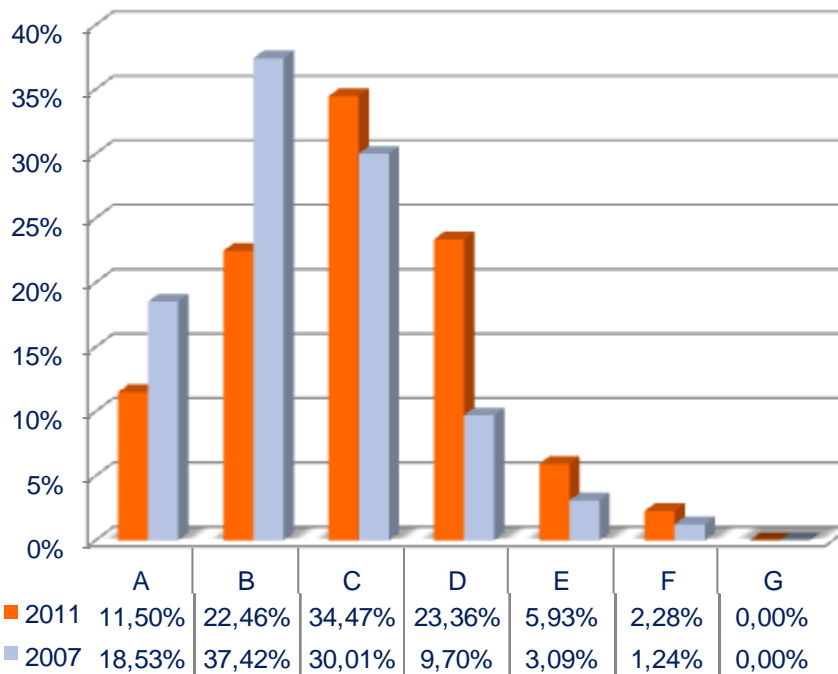
- Die Potenzialpyramide – Direktbankkunden der Zukunft!*



*Grundgesamtheit: 6,46 Millionen (Statistik Austria)
Bereinigt um bereits bestehende Direktbankkunden: 1.100.000
Gesamtzahl aller Nicht-Direktbankkunden: 5,36 Millionen

Direktbank-Kundenpotenzial in Österreich

- Zuwachs in hohen Potenzialklassen ist v.a. auf stärkere Internet-Nutzung zurückzuführen
- Direktbankkunden sind nicht mehr nur „Spezialisten“



Die Merkmale der Direktbankkunden der Zukunft

- Auswertung des Potenzials nach den soziodemografischen Faktoren (I)
 - Alter
 - Potenzial für Direktbanken weiterhin v.a. in der Altersgruppe bis 35 Jahren
 - *Aber:* Deutlicher Anstieg des Potenzials in der Klasse der 36 – 45-Jährigen, sowie merklicher Anstieg bei den Über-45-Jährigen
 - Geschlecht
 - Direktbanken bleiben eher für Männer attraktiv
 - Frauen sind in den geringeren Potenzialklassen stärker vertreten
 - Bildungsniveau
 - Direktbanken sind vor allem für Befragte mit höherem Bildungsniveau von Interesse
 - *Aber:* Anstieg des Potenzials bei Pflichtschulabgängern und Maturanten

Die Merkmale der Direktbankkunden der Zukunft

- Auswertung des Potenzials nach den soziodemografischen Faktoren (II)
 - HH-Nettoeinkommen
 - HH-Nettoeinkommen hat keinen wesentlichen Einfluss auf die Verteilung der Befragten hinsichtlich der Potenzialklassen
 - Wohnlage
 - Bestehendes Ost-West-Gefälle bestätigt sich mit zunehmender Tendenz
 - Potenzial nach Wohnortgröße scheint gleichmäßiger verteilt

Direktbank-Kundenpotenzial in Österreich

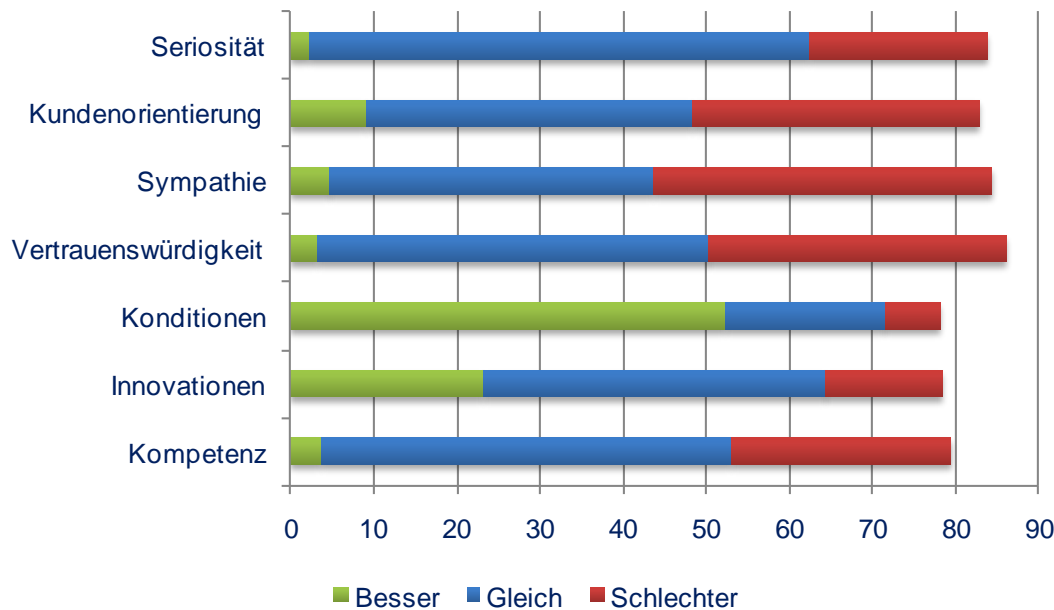
- Zusammenfassung
 - Ex post erfolgreiche Schätzung des Kundenpotenzials
 - Aktuelle Prognose des Neukundenpotenzials zeigt weitere gute Wachstumschancen bei direktbankaffinen Österreichern
 - Haupteinflussfaktoren sind insbesondere:
 - Deutlich gestiegene Internetnutzung
 - Direktbankkunden sind nicht mehr nur Spezialisten
 - „Verbreiterungshypothese“
 - Direktbankkundenpotenzial verteilt sich gleichmäßiger auf Altersklassen, Bildungsniveau und Wohnortgröße

Agenda

- Bankenmarkt 2011 – Die Studie (Methodik und Rahmenbedingungen)
- Potenzial und Potenzialgruppen
- **Wahrnehmung der Direktbanken**
- Resümee und Ableitungen für die ING-DiBa Austria

Die Wahrnehmung der Direktbanken 2011

- Einschätzung von Direktbanken im Vergleich zu Filialbanken*

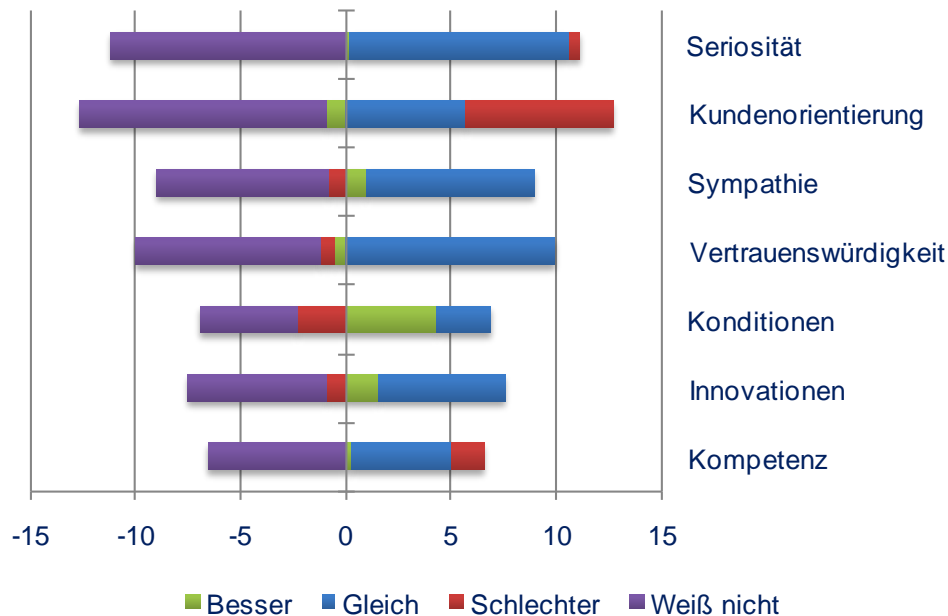


- Direktbanken punkten bei Konditionen und Innovationsgrad
- Ausbaubedarf bei Sympathie und Vertrauen
- Reputation braucht Zeit
- Großer Erfolg – bei Seriosität und Kompetenz bereits mit Filialbanken gleichgezogen

*Die Differenz zu 100% entfällt auf die Antwortmöglichkeit „Weiß nicht“.

Die Wahrnehmung der Direktbanken 2011

● Einschätzung von Direktbanken im Vergleich zu Filialbanken

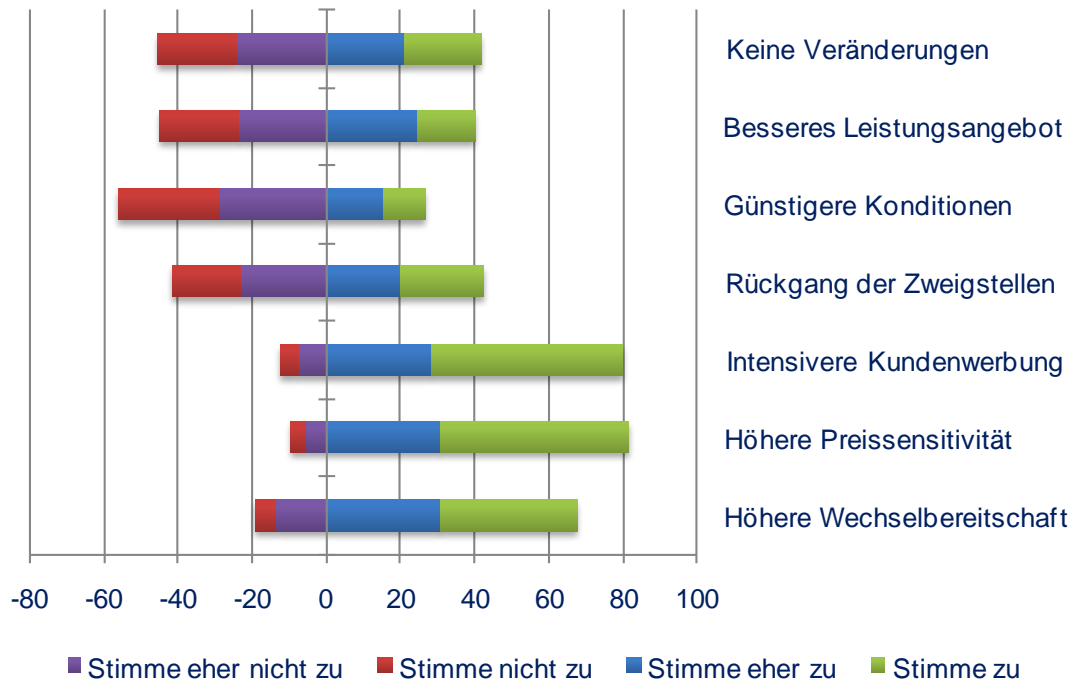


Veränderungen 2007 – 2011:

- Klarere Meinung zu Direktbanken (Rückgang der Antwort „Weiß nicht“)
- Direktbanken werden häufiger mit Filialbanken auf Augenhöhe gesehen
- Weitere Verbesserung in Konditionen, Innovationen und Sympathie
- Ausbaubedarf bei Kundenorientierung, Kompetenz

So sehen die Österreicher Direktbanken

- Was hat sich seit dem Eintritt von Direktbanken am österreichischen Bankenmarkt verändert?

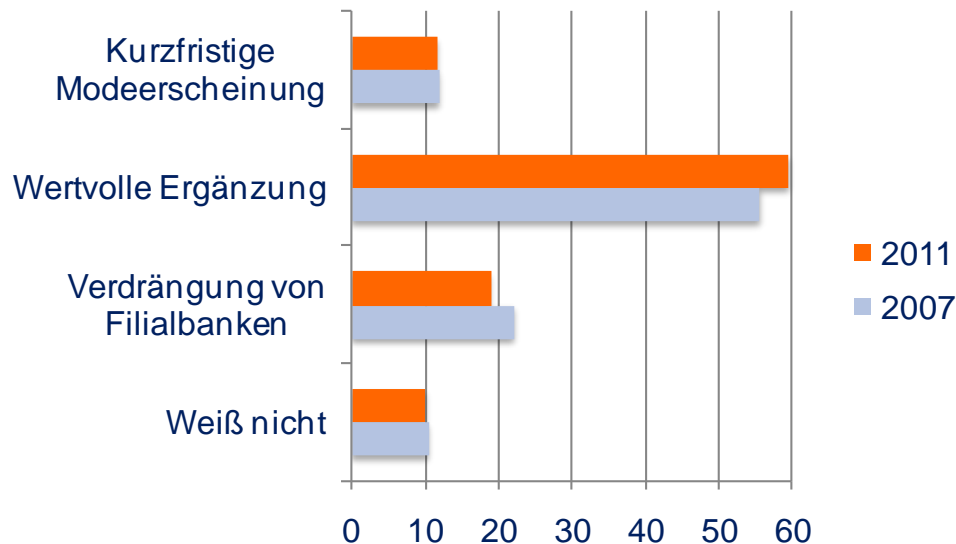


Überwiegende Zustimmung zu den Aussagen:

- Wechselbereitschaft hat sich erhöht
- Kunden sind preissensitiver geworden
- Kunden werden stärker umworben

So sehen die Österreicher Direktbanken

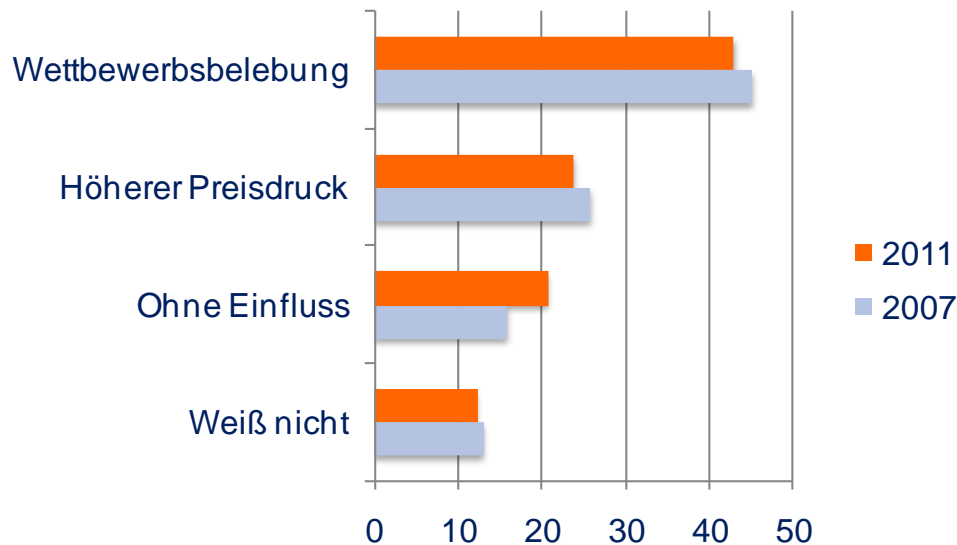
- Welche Rolle wird Direktbanken in Österreich beigemessen?



- Mehrheit der heimischen Bankkunden sehen in den Direktbanken eine wertvolle Ergänzung
- Nur etwas über ein Fünftel sieht die Gefahr einer Verdrängung von Filialbanken
- Ergebnisse 2011 bestätigen die Einschätzung. Dauerhafte Etablierung von Direktbanken neben Filialbanken

So sehen die Österreicher Direktbanken

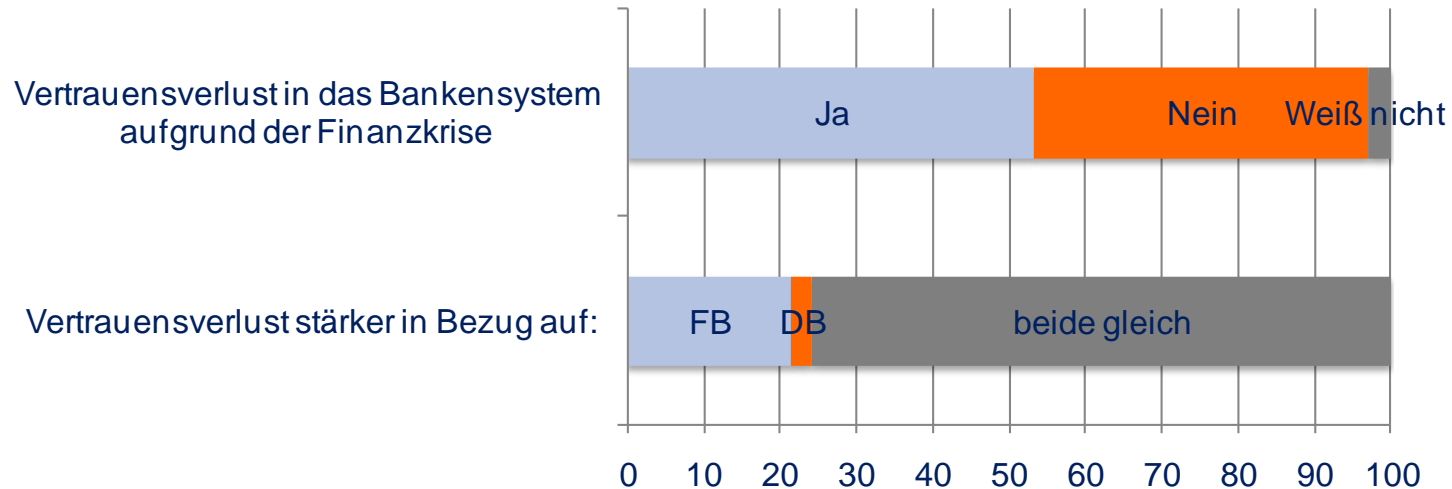
- Welchen Einfluss haben Direktbanken auf den Wettbewerb?



- Knappe Mehrheit der Befragten sieht eine Belebung des Wettbewerbs durch Direktbanken
- Höherer Preisdruck auf die Filialen wird von einem Viertel gesehen
- Minimale Veränderung der Wettbewerbseffekte im Jahresvergleich

So sehen die Österreicher Direktbanken

- Auswirkungen der Finanzkrise auf Direktbanken?



- Eine knappe Mehrheit hat Vertrauen in das Bankensystem aufgrund der Finanzkrise verloren
- Vertrauensverlust betrifft Direktbanken im Vergleich zu Filialbanken in geringerem Ausmaß

Zusammenfassung

- *Deutliche Veränderung der Bankenlandschaft*
- *Direktbanken haben sich endgültig etabliert*
- *Direktbanken sind für alle etwas*
- *Etablierung als clevere Ergänzung zur Hausbank gelungen*
- *Kommunikation greift – Konsumenten wissen, was eine Direktbank ist und kennen die Vorteile*
- *Weitere Wachstumschancen sind gegeben*

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

www.ing-diba.at