

Pressemitteilung

Umfrage im Auftrag der ING-DiBa:

Multi Channel Konzepte für Banken immer wichtiger

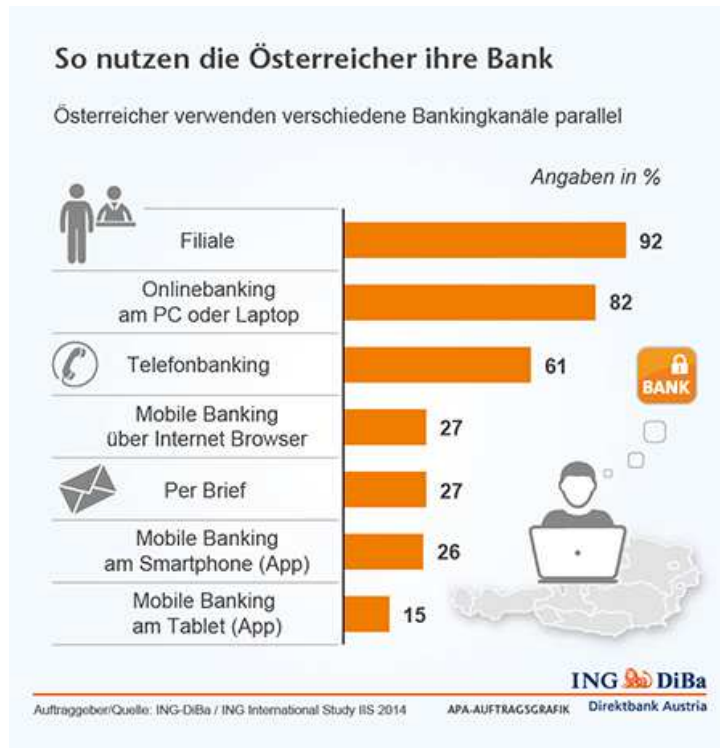
Kein Weg führt vorbei: Multi Channel Konzepte, also die parallele und integrative Nutzung aller zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle, werden auch für Banken ein unumgängliches Muss. Darauf weisen die Daten der aktuellen ING International Study IIS deutlich hin.

Wien, 14. August 2014 – „Die Österreicher sind auf dem besten Weg Multi Channel Banking ganz selbstverständlich in ihren Alltag zu integrieren“, meint Roel Huisman, CEO der ING-DiBa Direktbank Austria.

Seine Prognose beruht auf der Beobachtung internationaler Trends ebenso wie auf der Auswertung der aktuellen Daten der IIS. Im Rahmen der Umfrage wurde erhoben, welche Kontaktmöglichkeiten die Österreicher zu ihrer Bank nutzen.

Zwar gehen hierzulande noch immer 92% persönlich in die Filiale, die meisten von ihnen freilich nur noch wenige Male pro Jahr. 82% erledigen ihre Bankgeschäfte zuhause online und 61% über das Telefon. Mobile Banking über den Internet Browser betreiben 27% und über eigene Banking Apps 26%.

Diese Ergebnisse zeigen deutlich, dass die verschiedenen Bankingmöglichkeiten parallel genutzt werden.



„Hierbei wird klar, dass eine Bank alle Kommunikationskanäle bedienen muss. Auch wir haben auf die Entwicklungen bezüglich Multi Channel Banking reagiert und deshalb zusätzlich unseren Servicepoint eröffnet, der auch den Face-to-Face-Kontakt ermöglicht. Ebenso sind wir bereits vor einem Jahr mit einer modernen Multidevice-Lösung online gegangen.

Aber das allein reicht noch nicht für ein umfassendes Multi Channel Banking. Wichtig ist, dass das Kundenerlebnis auf allen Kanälen gleich gut ist und den Bedürfnissen der Kunden entspricht. Unter diese Prämisse stellen wir jedenfalls unsere Maßnahmen“, erzählt Huisman.

Rasend schnelle Entwicklung durch neue Medien

Waren es im Vorjahr noch 40% der Österreicher, die Mobile Banking genutzt haben, so sind es heuer bereits 43%.

„Die Entwicklungen am Kommunikationssektor fordern uns als Bank sehr. Hat es beim Online Banking noch zehn Jahre gedauert, bis es sich wirklich durchgesetzt hat, so akzeptierten die Kunden das Mobile Banking binnen drei Jahren. Haben wir im Vorjahr noch von Digital Banking gesprochen, so sprechen wir nun von Mult Channel Banking“, erläutert Huisman die beeindruckenden Entwicklungen.

Beim Mobile Banking ist Österreich europaweit vorne dabei, wie ein Vergleich zeigt:



Jeder zweite Mobile Banker in Österreich (49%) nutzt das Tool allerdings ganz einfach zuhause und nicht unterwegs. Damit zeigt die Studie ebenso deutlich die modernen Nutzungsmuster der Bankkunden von heute auf.

„Die Kunden haben die festgefahrenen Schienen verlassen und nutzen Kommunikationswege mannigfaltig. Zu Zeiten, die am besten in ihren Alltag passen, auf Devices, die sich gerade anbieten, an allen möglichen Orten“, weiß Roel Huisman.

Übrigens: Nur 6% nutzen das Mobile Banking im Urlaub, ebenso viele erledigen Bankgeschäfte mobil am Arbeitsplatz und 3% von unterwegs.

Neue Entwicklungen verbessern Finanzgewohnheiten

Die IIS brachte auch deutlich zutage, dass Mobile Banking die Finanzgewohnheiten positiv beeinflusst. So gaben 27% an, Rechnungen öfter pünktlich zu zahlen, seit sie Mobile Banking anwenden. 41% sagen, damit einen besseren Überblick zu haben und ein Drittel der Österreicher haben damit ihre Einnahmen/Ausgaben besser im Griff.

„Auch darin sehe ich einen wichtigen Grund die Entwicklung des Multi Channel Bankings voranzutreiben. Als Bank haben wir die Pflicht, unsere Kunden dabei zu unterstützen ihre Finanzangelegenheiten einfach und clever abzuwickeln“, schließt Huisman.

Über die Umfrage

Die Umfragedaten sind Teil der ING International Survey (IIS), einer Studienserie, die im Auftrag der ING Group regelmäßig verschiedene Aspekte rund um die Themen „Umgang mit und Wissen über Geld“ beleuchtet. Für die Umfrage wurden vom Institut Ipsos online in 13 Ländern (Belgien,

Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Polen, Rumänien, Spanien, Türkei, Tschechien) knapp 13.000 Personen ab 18 Jahren befragt.

Über die ING-DiBa Austria

Die ING-DiBa Direktbank Austria www.ing-diba.at ist mit 521.000 Kunden und Retail Balances (Summe aus Einlagen von Privatkunden, Krediten an Privatkunden sowie verwaltetem Depotvolumen – Stand 12/2013) von 7,6 Mrd. Euro die klare Nummer 1 unter den Direktbanken. Mit ihrer Produktstrategie setzt sie auf ein konzentriertes Portfolio an einfachen Produkten aus den Bereichen Sparen, Kredit und Fonds. Mit insgesamt 147 Mitarbeitern am Standort Wien Galaxy Tower ist die Direktbank rund um die Uhr über Telefon, Post und Internet erreichbar. Außerdem ermöglicht seit Mai 2014 ein eigener Servicepoint in der Wiener Rotenturmstraße den direkten Face-to-Face-Kontakt.