

Pressemitteilung

Umfrage im Auftrag der ING-DiBa: **Jeder Zweite shoppt mobil**

Fast die Hälfte der Österreicher mit einem mobilen Endgerät nutzt dieses bereits für Bankgeschäfte und zum Einkaufen. Modeartikel und Elektronik wandern am häufigsten in den digitalen Warenkorb. CEO Roel Huisman sieht ein Auseinanderdriften von digitaler und realer Unternehmenswelt als große Herausforderung.

Wien, 24. Juni 2015 – Telefonieren und SMSen ist bei den Nutzern mobiler Endgeräte wohl nur mehr ein Verwendungszweck von vielen. Immer mehr nutzen Smartphone, Tablet und Co., um den Alltag einfacher und angenehmer zu gestalten. So verwenden bereits 47% der österreichischen Mobilnutzer ihre Geräte zum Einkaufen, 48% erledigen damit ihre Bankgeschäfte.

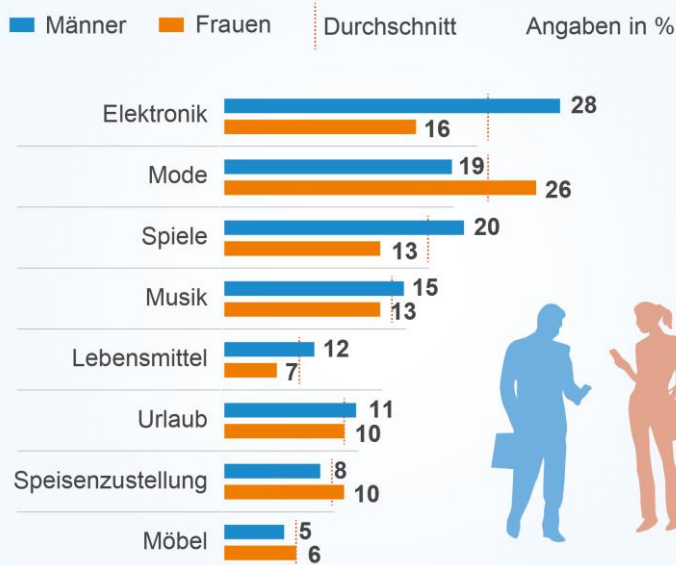
„Nicht mehr Schlange stehen, Notwendiges nebenbei erledigen, in Ruhe vergleichen und entscheiden, Unabhängigkeit von Öffnungszeiten, aber auch einfach der Spaß am Umgang mit den neuen Geräten sind die Gründe, weshalb Mobile Banking und Mobile Shopping längst den Siegeszug angetreten haben“, meint Roel Huisman, CEO der ING-DiBa Direktbank Austria zu den Ergebnissen der aktuellsten Umfrage.

Elektronik und Mode gehen am häufigsten über den digitalen Ladentisch

Mit 47% ist die Anzahl der mobilen Shopper in Österreich jedoch unterdurchschnittlich vertreten. Der europäische Durchschnitt liegt bei 58%. Die Türkei, auch hierbei wieder ein „Future Hotspot“ mit 84% und Polen mit 64% führen die Hitliste an. Weniger vom Mobile Shoppen halten die Belgier mit 37% und Niederländer mit 42%.

Allen Befragten in den 13 Ländern ist gemein, dass Mode und Elektronik am häufigsten mobil gekauft werden. Der europäische Durchschnitt: 35% kaufen auf diese Weise Mode, 32% Elektronik, 19% Spiele und 16% Musik. In Österreich kaufen je 22% Mode und Elektronik, 17% Spiele und 14% Musik mobil ein.

Was die Österreicher mobil einkaufen



ING DiBa

Auftraggeber/Quelle: ING-DiBa / ING International Survey 2015

APA-AUFTRAGSGRAFIK Direktbank Austria

49% der österreichischen Männer und 44% der österreichischen Frauen kaufen mobil ein. Je jünger, desto mehr mobile Shopper gibt es:

- 18 bis 24 Jahre: 71%
- 25 bis 34 Jahre: 65%
- 35 bis 44 Jahre: 48%
- 45 bis 54 Jahre: 36%
- ab 55 Jahren: 28%

Entwicklung fordert intelligente Konzepte

„Die rasend schnelle Entwicklung im digitalen Bereich fordert Handel und Banken gleichermaßen“, so Huisman. „Moderne Lösungen müssen hier wie da multi-device-kompatibel und so gestaltet sein, dass sich Kunden on- wie offline in der gleichen Unternehmenswelt bewegen können. Wir müssen darauf achten, dass die digitale und reale Seite von Unternehmen nicht auseinanderdriften“, bricht Huisman eine Lanze für ein integriertes Vorgehen.

Auch wenn es noch so bequem ist, betont Huisman einen kritischen Aspekt: die einfach gestalteten, „schnellen Käufe zwischendurch“, die entsprechendes Finanzmanagement und Disziplin der User erfordern. „Hier sehe ich es auch als Aufgabe der Banken im Sinne ihres Financial Education-Auftrages, über Shopping und bewussten Umgang mit Geld entsprechend aufzuklären und den Konsumenten auch entsprechende Tools zur Verfügung zu stellen“, so Huisman, der ebenso bekennender Online-Shopper ist.

Über die Umfrage

Die Umfrage der ING-DiBa Direktbank Austria ist Teil der ING International Survey - einer Studienserie, die im Auftrag der ING Group regelmäßig verschiedene Aspekte rund um Finanzthemen und entsprechende gesellschaftliche Trends beleuchtet. Für die aktuelle Umfrage wurden vom Institut Ipsos online in 13 Ländern (Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Polen, Rumänien, Spanien, Türkei und Tschechien) knapp 13.000 Personen ab 18 Jahren befragt. In Österreich wurden 1.000 Personen befragt.

Über die ING-DiBa Austria

Die ING-DiBa Direktbank Austria www.ing-diba.at ist mit über 524.000 Kunden und Retail Balances (Summe aus Einlagen von Privatkunden, Krediten an Privatkunden sowie verwaltetem Depotvolumen – Stand 12/2014) von 7,8 Mrd. Euro die 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 über 150 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.