

Pressemitteilung – SPERRFRIST 14.6.2016 – 9:00 Uhr

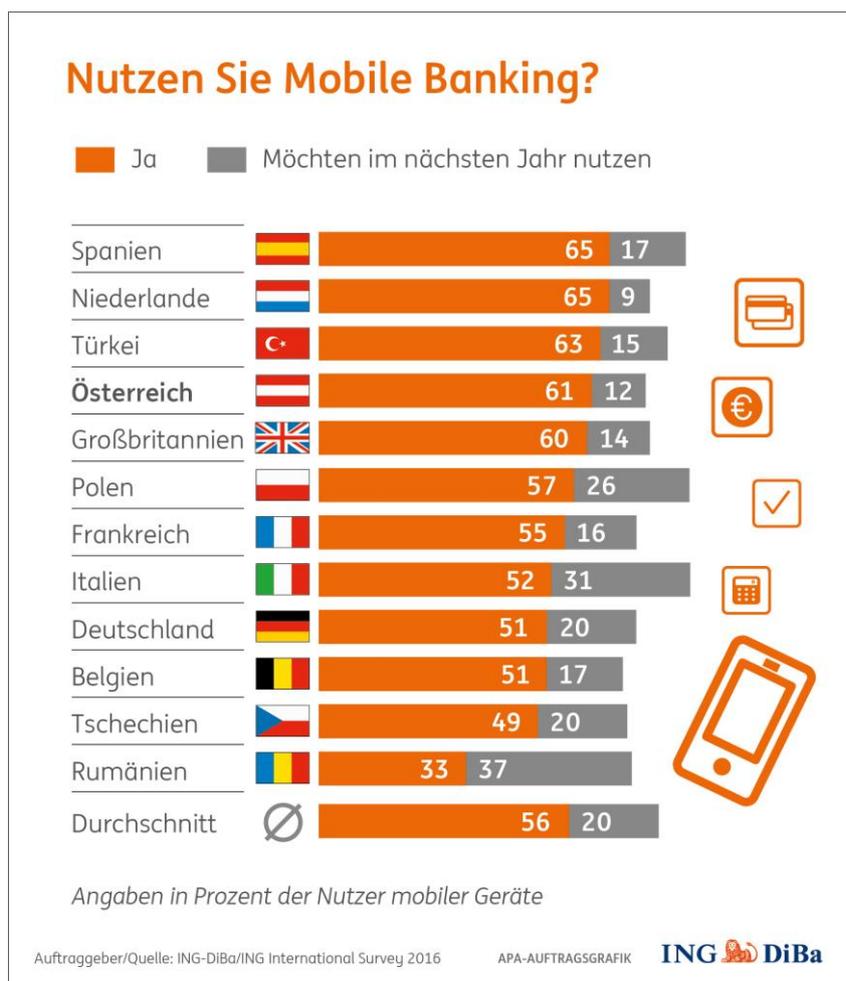
Umfrage im Auftrag der ING-DiBa:

Beachtlicher Sprung beim Mobile Banking

Beim Mobile Banking sind die Österreicher auf den Geschmack gekommen. Die Zahl der Nutzer ist von 48% auf ganze 61% angesprungen – eine Entwicklung, so beachtlich wie in keinem anderen der 13 untersuchten europäischen Länder.

Wien, 14. Juni 2016 – Laut Online-Umfrage der ING-DiBa, die im Rahmen der ING International Survey in 13 Ländern Europas durchgeführt wurde, haben österreichische Mobile Banking-User im Vorjahr zum Weitsprung angesetzt. Was ihnen auch tatsächlich gelungen ist, denn in keinem anderen Land gab es einen derart bemerkenswerten Entwicklungsschub: Die Zahl der Nutzer stieg von 48% auf 61%. Im Europadurchschnitt gab es bloß einen Anstieg um 3 Prozentpunkten von 53% auf 56%. Spitzenreiter sind – wie bereits im Vorjahr – Spanien, Niederlande und die Türkei.

Nach wie vor ist auch noch zusätzliches Potenzial gegeben, möchten doch weitere 12% Österreicher bzw. 20% der Europäer innerhalb der nächsten 12 Monate ins Mobile Banking „einsteigen“.



Mehr Offenheit für neue Technologien

Auf mehr Offenheit für neue Technologien deutet auch der starke Rückgang bei den Verweigerern hin. So waren es im Vorjahr noch 39%, die in Österreich das Mobile Banking ablehnten. Der Anteil ist nun auf 27% gesunken.

Der Hauptgrund für Ablehnung ist übrigens mangelndes Vertrauen in die Sicherheit (61%) gefolgt von einem von den Kunden nicht gesehenen Mehrwert der mobilen Applikation (25%). Für 13% der Befragten scheint es schlichtweg zu kompliziert zu sein.

Deutliche Vorteile im Vordergrund

Mehr als jeder Zweite (54%) sieht deutliche Vorteile durch Mobile Banking. So behaupten ganze 39%, dass sie so ihre Finanzen besser im Griff haben. 18% haben verraten, dass sich ihre Zahlungsmoral verbessert hat und sie damit ihre Rechnungen öfter rechtzeitig begleichen. Und 10% sparen sogar mehr.

Apps am Vormarsch

Jederzeit den Überblick über seine Finanzen zu bewahren ist in Anbetracht der zunehmenden Mobilität und schnellen Finanzentscheidungen von großer Bedeutung geworden.

Ganze 94% der Österreicher geben an, praktisch jederzeit über ihren Kontostand Bescheid zu wissen. Aber nur 22% holen sich deshalb ihren Kontoauszug von der Bank. Alle anderen nutzen den digitalen Weg.

Bereits 53% steigen über eine App in ihr Mobile Banking ein. Im Vorjahr waren es noch 41%.

„Insgesamt haben die österreichischen Banken zuletzt mit ihrem digitalen Angebot wohl sehr viel richtig gemacht“, kommentiert Luc Truyens, CEO der ING-DiBa Direktbank Austria die insgesamt starke Entwicklung im Mobile Banking.

ING-DiBa-Banking mit Fokus auf wachsende Mobilität

Mit der Einführung des neuen Girokontos bietet nun auch die ING-DiBa Direktbank Austria ein komplettes Banking an. Herzstück ist die App – und damit setzt die ING-DiBa deutlich auf die Bedürfnisse der mobilen Gesellschaft.

„Wir hatten bei der Entwicklung klar den mobilen, agilen Kunden vor Augen, der sein Banking nebenbei, einfach und rasch und dennoch mit größter Sicherheit erledigen will. Was wir nun bieten, ist ein Banking praktisch für die Hosentasche – mit schnellem, einfachen Login, Sofort-Kontocheck jederzeit und überall, und das bereits ab 0 Euro“, so Truyens.

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 die Themen „Umgang mit und Wissen über Geld“ beleuchtet. Für die aktuelle Umfrage wurden vom Institut Ipsos online in 13 Ländern Europas (Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Polen, Rumänien, Spanien, Türkei, 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 verwaltet in Österreich für über 525.000 Kunden insgesamt 7,9 Mrd. Euro an Retail Balances (Summe aus Einlagen von Privatkunden, Krediten an Privatkunden sowie verwaltetem Depotvolumen – Stand 12/2015). Mit ihrer Produktstrategie setzt sie auf ein

konzentriertes Portfolio an einfachen Produkten aus den Bereichen Konto, Sparen, Kredit und Fonds. Mit über 180 Mitarbeitern am Standort Wien Galaxy Tower ist die Direktbank rund um die Uhr über Telefon, Post und Internet erreichbar. Zudem ermöglicht ein Servicepoint in der Wiener Innenstadt den direkten Face-to-Face-Kontakt.