

## ING Umfrage:

### Drei von vier Österreichern setzen auf Mobile Banking

Die Zeiten der Skepsis bei Mobile Banking sind offenbar vorbei: Die Österreicher machen ihr Smartphone zur Bankfiliale. 75% sind der Meinung, ohnehin alles Notwendige via Online- bzw. Mobile Banking erledigen zu können.

Wien, 9. Juli 2019 – Mit einer Smartphonedichte von 92% (und damit 1% über Europa-Schnitt) kristallisieren sich die Österreicher als Heavy User heraus – das zeigt die aktuelle Studie „IIS New Technologies“ der ING in Österreich ([www.ing.at](http://www.ing.at)).

Nicht nur zum Telefonieren, Chatten oder Surfen wird es genutzt, sondern immer öfter, um damit die persönlichen Finanzdinge zu erledigen. Der Abschied von der Filiale schreitet rasch voran und bereits 75% der Österreicher sind der Meinung, ohnehin alles via Online- bzw. Mobile Banking erledigen können. Damit liegen sie sogar über dem Europa-Schnitt, wo 67% finden, allein mit dem digitalen Banking ihr Auslangen zu finden – ergo: keine Filiale brauchen.

„Banking to go fasst rasch Fuß. Anders als bei anderen Technologien haben die Menschen die Mobilität im Bankgeschäft sehr schnell angenommen. Dank einfacher Apps bzw. Tools können sie nun praktisch alles unterwegs erledigen“, sagt Barbaros Uygun, CEO der ING in Österreich.

Nicht umsonst lag die Nutzung des Smartphones für Bankingzwecke österreichweit 2018 schon bei 63%. 2014 waren es noch 43%.

### Smartphone bringt das Banking näher

Geldangelegenheiten werden durch die Zugangsmöglichkeiten über mobile Endgeräte greifbarer und können unmittelbar erledigt werden. „Das Smartphone macht mir das persönliche Finanzmanagement einfacher“, meinen 57% der Österreicher.

Am häufigsten wird das Endgerät zum Überprüfen des Kontostandes verwendet: 53% der Österreicher nutzen es dafür.

39% verwenden es, um Geld zwischen eigenen Konten zu transferieren, 38% nutzen es für das Erledigen von Zahlungen und 35%, um Geld an Freunde oder Familie zu überweisen.

### Erfolgsfaktor Einfachheit

„Die Rutsche für die digitale Bankenwelt legen eigentlich die Apps“, finden die Mobile Banking Experten der ING in Österreich. Je einfacher und sicherer diese sind, desto besser werden sie angenommen und desto rascher kann die Entwicklung voranschreiten. Bei der App der ING wurde besonders großer Wert auf einen Clean-and-easy-Zugang gelegt. Bei den Sicherheitsfeatures konnten Einfachheit und hohe Anforderungen unter einen Hut gebracht werden. So erfolgt die Identifikation auf bloß einem Gerät, Login ist via TouchID oder FaceID möglich und Zahlungen werden einfach mittels SmartSecure

freigegeben. „Selbst bei Verlust der Bankomatkarte reicht bei uns das Aufrufen einer einfachen Funktion in der App“, ergänzt die ING.

### **Über die Umfrage**

Die Umfrage erfolgte im Rahmen der ING International Survey – einer Studienserie, die im Auftrag der ING Group regelmäßig verschiedene Aspekte rund um die Themen „Sparen, persönliche Finanzen, Digitalisierung/Banking und Wohnen“ 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) sowie den USA und Australien knapp 15.000 Personen ab 18 Jahren befragt. In Österreich wurden über 1.000 Personen befragt.

### **Über die ING**

„Bank. Aber besser.“ lautet das Motto, unter dem die ING in Österreich [www.ing.at](http://www.ing.at) die Services der digitalen Vollbank anbietet. Die ING ist dabei besonders einfach, transparent und günstig.

Über eine halbe Million Kunden nutzen Girokonten, Verbraucherkredite, Immobilienfinanzierungen, Sparkonten und Depots. Firmenkunden bietet die ING Finanzlösungen auf internationalem Niveau unter Einbindung der weltweit tätigen ING Group.

Die ING ist Österreichs erste agil arbeitende Bank. In Wien arbeiten 250 Mitarbeiter für sie – Tendenz stark steigend.

### **Rückfragen:**

Dominik Gries

Pressesprecher

T +43 1 68000 – 50181

E [presse@ing.at](mailto:presse@ing.at)

W [www.ing.at/presse](http://www.ing.at/presse)