BANKING AT STUDIE

Mobile Banking in Österreich

Die Gewohnheiten der Österreicher in Bezug auf Mobile-Banking und darin enthaltene Funktionen und Produkte wie die Fotoüberweisung oder Wertpapiertrading.

gini

UMFRAGE

Österreich profitiert von einem dichten Bankennetz, das in den letzten Jahren parallel zu dem Nachbarland Deutschland stark in Sachen Mobile-Banking aufgeholt hat. Viele Österreicher nutzen heutzutage Banking-Apps, um Bankgeschäfte zu erledigen. Wir wollten einen genaueren Einblick in die Gewohnheiten der Österreicher in Bezug auf Mobile-Banking und darin enthaltene Funktionen und Produkte wie die Fotoüberweisung oder Wertpapiertrading erhalten und führten dazu eine repräsentative Studie in Zusammenarbeit mit YouGov Deutschland durch.

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 1.099 Personen zwischen dem 06. und 13.02.2024 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die Bevölkerung in Österreich ab 18 Jahren. In dieser Auswertung gehen wir unter anderem auf die Demografie der befragten Personen, das Nutzerverhalten und die Zusammenhänge zwischen unterschiedlichen Optionen und Faktoren ein.

INHALTSVERZEICHNIS

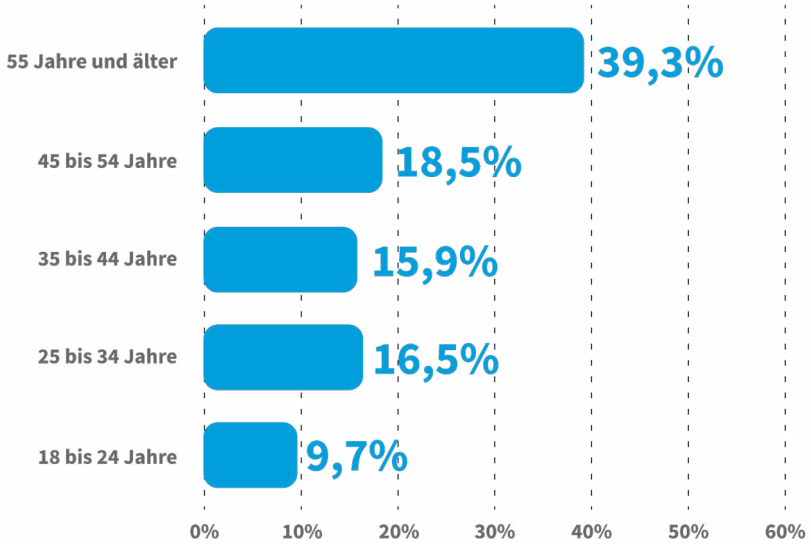
Demografie **4**
- Alter 4
- Geschlecht 4
- Bruttohaushaltseinkommen 5

Ergebnisse der Studie **6**
- Hauptkonto 6
- Wechselwahrscheinlichkeit 7
- Mobile Banking Nutzung 7
- Hauptkonto und Mobile Banking Nutzung 8
- Kenner und Nutzer von App-Funktionen 9
- Zufriedenheit Banking-App 10
- Zufriedenheit Fotoüberweisung/QR-Code Scan 10
- Nutzung Mobile Banking Funktionen 12
- Einkommen und Mobile-Banking Nutzung 13

Resümee **15**

Alter

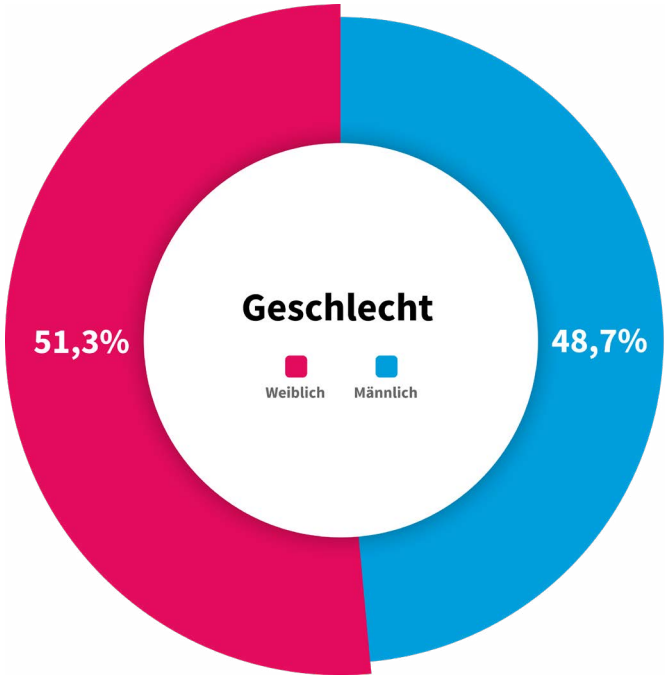
Im Rahmen der Studie wurden insgesamt 1.099 Personen aus Österreich in 5 unterschiedlichen Altersgruppen befragt. Die meisten befragten Personen waren mit einem Anteil von 39,3 % über 55 Jahre alt. Der geringste Anteil der befragten Personen war mit 9,7 % 18–24 Jahre alt. Die restlichen Personen verteilten sich ohne Signifikanz auf die Altersgruppen 25–34 Jahre, 35–44 Jahre und 45–54 Jahre.



© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Geschlecht

Von den 1.099 befragten Personen gaben insgesamt 535 Personen an männlich (48,7 %) zu sein, 564 (51,3 %) gaben an weiblich zu sein.



© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Bruttohaushaltseinkommen

Das Bruttohaushaltseinkommen verteilt sich unter den Befragten relativ regelmäßig zwischen 5.000 € pro Jahr und über 150.000 € pro Jahr. Hier ist kein signifikanter Wert erkennbar. Die höchsten Angaben mit 7,3 % der Befragten und 7,1 % der Befragten liegen bei einem Bruttoeinkommen von 70.000 € bis 99.999 € und 50.000 € und 59.999 € im Jahr.

Wie hoch ist das Bruttohaushaltseinkommen Ihres gesamten Haushaltes pro Jahr?

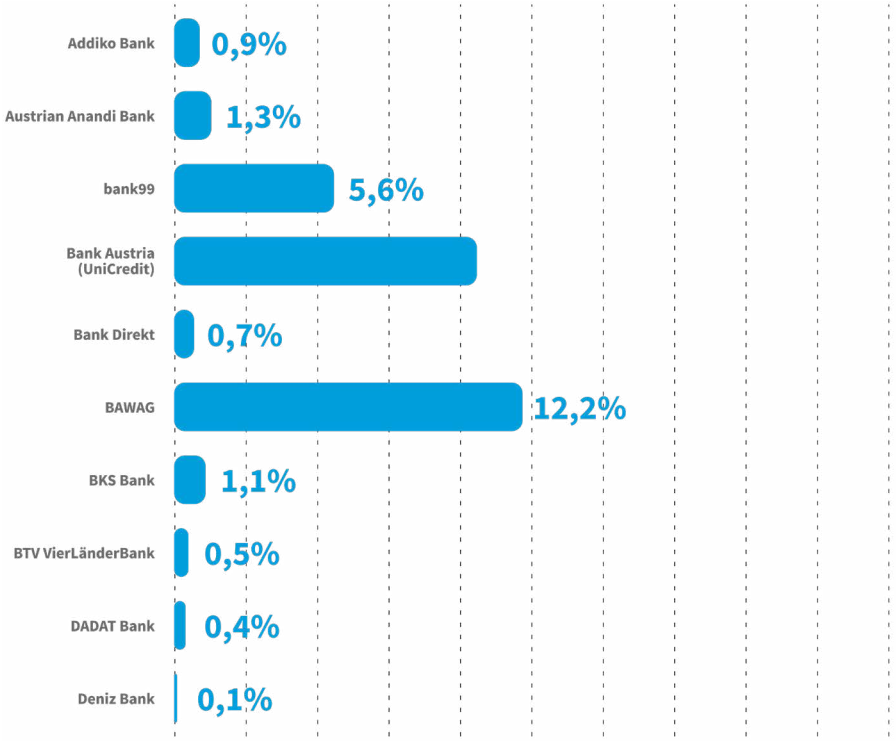
pro Jahr	
unter EUR 5000	3,4%
EUR 5000 bis EUR 9.999	5,1%
EUR 10.000 bis EUR 14.999	5,4%
EUR 15.000 bis EUR 19.999	5,4%
EUR 20.000 bis EUR 24.999	5,6%
EUR 25.000 bis EUR 29.999	4,3%
EUR 30.000 bis EUR 34.9999	5,6%
EUR 35.000 bis EUR 39.999	4,9%
EUR 40.000 bis EUR 44.999	5,2%
EUR 45.000 bis EUR 49.999	4,1%
EUR 50.000 bis EUR 59.999	7,1%
EUR 60.000 bis EUR 69.999	5,8%
EUR 70.000 bis EUR 99.999	7,3%
EUR 100.000 bis EUR 149.999	5,4%
EUR 150.000 und mehr	2,3%
Weiß nicht	14,7%
Keine Angabe	18,5%

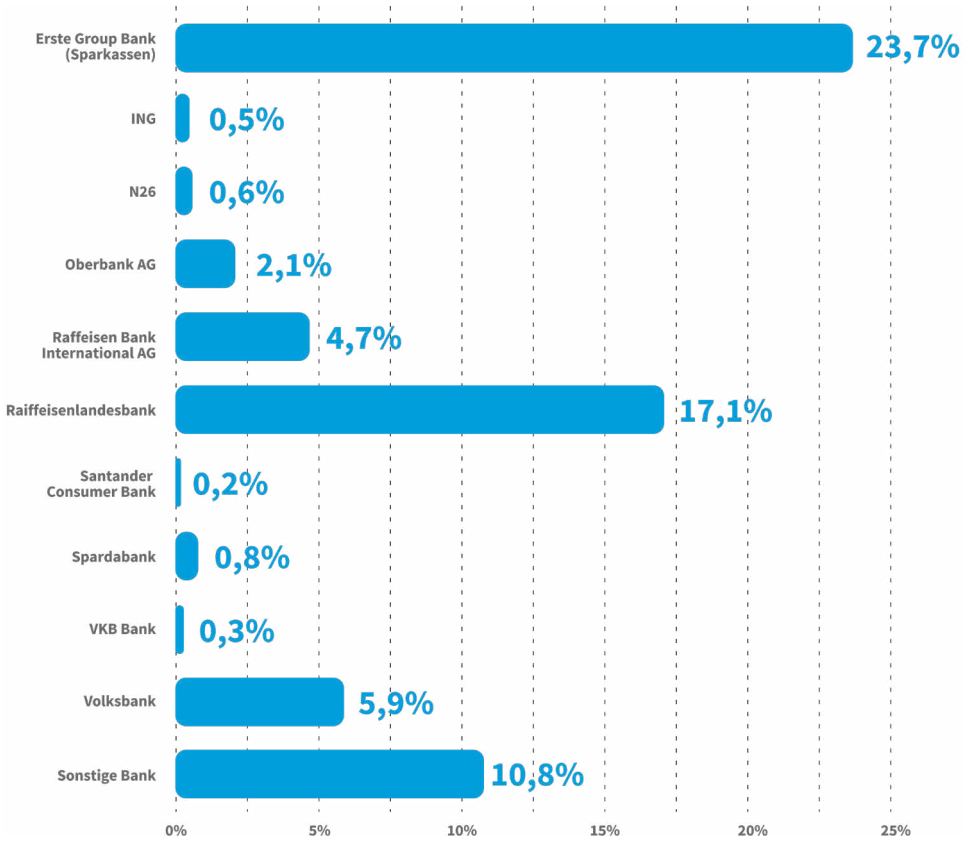
© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Hauptkonto

Um die befragten Personen besser einordnen zu können und auch nachfolgend einen besseren Einblick in die Studienergebnisse zu haben, wurden die Studienteilnehmer gefragt, bei welcher österreichischen Bank diese ihr Hauptkonto/Gehaltskonto haben, also das Girokonto, auf dem die wichtigsten Transfers wie monatliche Gehaltseingänge verzeichnet werden. Ein großer Anteil der Befragten hat ihr Hauptkonto bei der Erste Group Bank (Sparkassen), gefolgt von den Raiffeisenlandesbanken und der BAWAG.

Bei welcher Bank / welchen Banken haben Sie Ihr Hauptkonto / Gehaltskonto?





© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Wechselwahrscheinlichkeit

Die Studienteilnehmer wurden daraufhin gefragt, wie wahrscheinlich es ist, dass sie ihr Konto in den nächsten 12 Monaten wechseln würden. Hier haben 81 % angegeben, dass das weniger wahrscheinlich oder sogar unwahrscheinlich ist.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten Ihr Hauptkonto / Gehaltskonto wechseln?

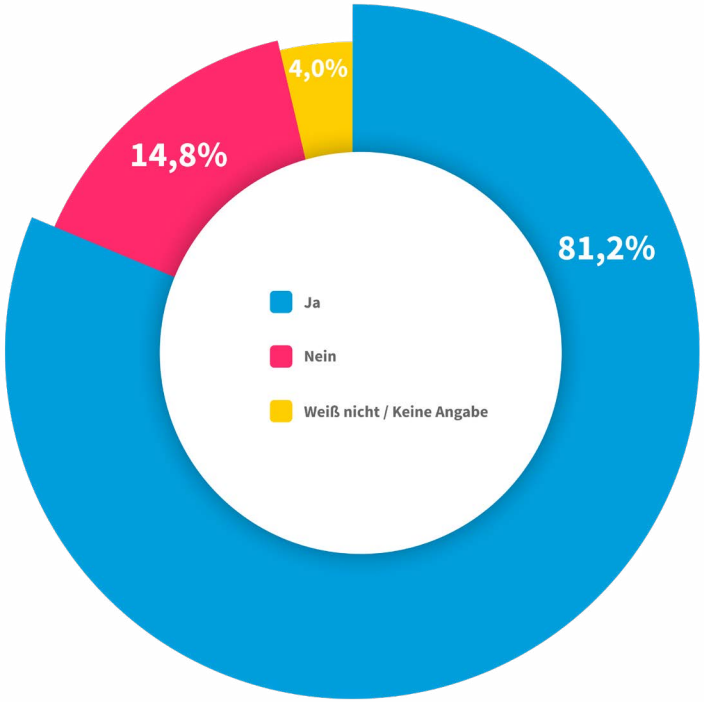
Sehr wahrscheinlich	5,0%
Wahrscheinlich	9,3%
Weniger Wahrscheinlich	15,5%
Unwahrscheinlich	65,4%
Weiß nicht / Keine Angabe	4,7%
T2B (4,3)	14,3%
B2B (1,2)	81,0%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Mobile-Banking-Nutzung

Besonders relevant sind die Zahlen der Mobile-Banking-Nutzer. Hier zeigt sich sehr deutlich, dass Mobile-Banking ein fester und wichtiger Teil des Bankgeschäfts ist. Über 80 % der Befragten haben hier angegeben, mit ihrem Hauptkonto auch Mobile-Banking zu nutzen, also eine App auf dem Smartphone oder Tablet. Weniger als 15 % nutzen diese Option nicht.

Nutzen Sie mit Ihrem Hauptkonto / Gehaltskonto das mobile Banking?



© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Hauptkonto und Mobile-Banking-Nutzung

Parallel zu den Personen, die bei der Erste Group (Sparkassen) ihr Hauptkonto haben, sind auch die meisten Mobile-Banking-Nutzer mit über 26 % bei der Erste Group.
Auffällig ist, dass signifikant weniger Kunden der BAWAG Mobile Banking nutzen.

Nutzen Sie mit Ihrem Hauptkonto / Gehaltskonto das mobile Banking?

	Ja	Nein	Weiß nicht / Keine Angabe	All
Addiko Bank	0,8%	1,2%	2,2%	0,9%
Austrian Anandi Bank	1,2%	1,9%	2,3%	1,3%
bank99	5,4%	8,0%	2,3%	5,6%
Bank Austria (UniCredit)	11,2%	6,8%	11,5%	10,6%
Bank Direkt	0,4%	1,8%	2,2%	0,7%
BAWAG	11,2%	17,9%	11,3%	12,2%
BKS Bank	0,9%	1,8%	2,3%	1,1%
BTV VierLänderBank	0,3%	1,3%	0,0%	0,5%
DADAT Bank	0,4%	0,6%	0,0%	0,4%
Deniz Bank	0,0%	0,6%	0,0%	0,1%
Erste Group Bank (Sparkassen)	26,1%	13,7%	13,6%	23,7%
ING	0,4%	0,6%	0,0%	0,5%

	Ja	Nein	Weiß nicht / Keine Angabe	All
N26	0,8%	0,0%	0,0%	0,6%
Oberbank AG	1,9%	2,5%	4,5%	2,1%
Raffeisen Bank International AG	4,8%	3,1%	9,1%	4,7%
Raiffeisenlandesbank	17,9%	14,8%	9,2%	17,1%
Santander Consumer Bank	0,2%	0,0%	0,0%	0,2%
Spardabank	0,8%	1,2%	0,0%	0,8%
VKB Bank	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%
Volksbank	5,7%	6,2%	6,9%	5,9%
Sonstige Bank	9,2%	16,1%	22,7%	10,8%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Kenner und Nutzer von App-Funktionen

QR-Code

Bei dem Scan eines QR-Codes, der dann anschließend Zahlungsdaten in der Banking-App bereitstellt, haben 76,5 % der Befragten angegeben, diese Funktion zu kennen und zu nutzen. 23,5 % haben angegeben, die Funktion zwar zu kennen, allerdings nicht zu nutzen.

Kenner / Nutzer	76,5%
Kenner / Nicht-Nutzer (gar nicht, kein Angebot, keine Angabe)	23,5%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Fotoüberweisung/Rechnungsscan

Bei der Fotoüberweisung beziehungsweise der Rechnungsscan-Funktionalität zeigt sich ein ähnliches BIld: 83,4 % der Befragten haben hier angegeben, die Funktion zu kennen und zu nutzen. 16,6 % kennen die Funktion in der Banking-App zwar, aber nutzen diese nicht.

Kenner / Nutzer	83,4%
Kenner / Nicht-Nutzer (gar nicht, kein Angebot, keine Angabe)	16,6%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Insgesamt zeigt sich bei beiden Funktionen, dass Funktionen zu einem Großteil auch genutzt werden, wenn sie bekannt sind. Das lässt darauf schließen, dass diese Funktionen den Nutzern einen Mehrwert bieten können, der auch als ein solcher erkannt wird.

Zufriedenheit Banking-App

Da viele Befragte angegeben haben, die Banking-App und Mobile-Banking-Funktionen zu nutzen, stellt sich in einem nächsten Schritt die Frage, wie zufrieden die Nutzer mit der Banking–App sind. Hier haben über 93,3 % angegeben, sehr zufrieden oder eher zufrieden mit ihrer Banking-App zu sein, nur 6,2 % sind sehr oder eher unzufrieden.

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Banking-App?

Sehr zufrieden	60,5%
Eher zufrieden	32,8%
Eher unzufrieden	4,3%
Sehr unzufrieden	1,9%
Weiß nicht / Keine Angabe	0,6%
T2B (4,3)	93,3%
B2B (1,2)	6,2%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Zufriedenheit Fotoüberweisung/QR-Code Scan

Bei der Funktion der Fotoüberweisung bzw. des Scans eines QR-Codes, haben fast 90 % der Befragten angegeben, dass sie mit der Funktion zufrieden sind. Hier ist klar erkennbar, dass Funktionen wie die Fotoüberweisung oder der QR-Code Scan gut von Nutzern angenommen werden und hier auch einen Mehrwert bieten können.

Wie zufrieden sind Sie mit der Überweisungsfunktion per QR-Code / Fotoüberweisung?

Sehr zufrieden	59,0%
Eher zufrieden	29,4%
Eher unzufrieden	4,4%
Sehr unzufrieden	0,7%
Weiß nicht / Keine Angabe	6,4%
T2B (4,3)	88,5%
B2B (1,2)	5,1%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Zufriedenheit Fotoüberweisung/QR-Code Scan

Wie zufrieden sind Sie mit Ihrer Banking-App?	Wie zufrieden sind Sie mit der Überweisungsfunktion per QR-Code / Fotoüberweisung?						
	Sehr zufrieden	Eher zufrieden	Eher unzufrieden	Sehr unzufrieden	Weiß nicht / Keine Angabe	T2B (4,3)	B2B (1,2)
Sehr zufrieden	80,5%	36,8%	10,0%	66,6%	51,8%	66,0%	17,4%
Eher zufrieden	18,0%	54,9%	65,0%	0,0%	38,0%	30,3%	56,6%
Eher unzufrieden	1,1%	6,0%	24,9%	0,0%	6,9%	2,7%	21,7%
Sehr unzufrieden	0,4%	2,3%	0,0%	33,4%	0,0%	1,0%	4,3%
Weiß nicht / Keine Angabe	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	0,0%
T2B (4,3)	98,5%	91,7%	75,1%	66,6%	89,8%	96,2%	74,0%
B2B (1,2)	1,5%	8,3%	24,9%	33,4%	6,9%	3,8%	26,0%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Nutzung Mobile Banking Funktionen

Neben der generellen Nutzung von Mobile-Banking, ist auch interessant zu betrachten, welche Funktionen im Besonderen die Nutzer wie oft nutzen. Mit Abstand am häufigsten wird das Abfragen des Kontostands und der Ein- und Abgänge genutzt. Am seltensten wiederum werden über Mobile-Banking Daueraufträge eingerichtet oder storniert. Ebenfalls häufig werden Überweisungen getätigt (auch Fotoüberweisungen), Kreditkartenumsätze eingesehen und Überträge getätigt.
Insgesamt wird Mobile-Banking also eher für alltägliche Aktionen genutzt. Seltene Anfragen, wie Kreditanträge oder das Einrichten von Daueraufträgen, werden tendenziell eher über einen persönlichen Kontakt zur Bank geregelt.

Wie häufig nutzen Sie folgende Banking-App Funktionen?

	Mehrmals pro Woche	Ca. einmal pro Woche	Mehrmals pro Monat	Ca. einmal pro Monat	Seltener als einmal pro Monat	Nutze ich nicht	Weiß nicht / Keine Angabe
Kontostände sowie Ein- und Ausgänge abfragen	49,5%	20,6%	17,0%	6,8%	3,4%	1,2%	1,5%
Kreditkartenumsätze einsehen	13,8%	13,2%	12,4%	11,6%	7,5%	38,0%	3,5%
Terminüberweisungen einrichten	2,0%	5,0%	13,1%	13,5%	27,9%	35,4%	3,0%
Daueraufträge einrichten und stornieren	1,8%	2,9%	6,6%	8,8%	54,3%	22,4%	3,1%
EC- und Kreditkarten sperren	1,3%	1,7%	2,6%	0,9%	23,9%	58,7%	11,0%
Überträge tätigen, also Geld innerhalb der eigenen Konten transferieren	5,5%	8,1%	17,4%	26,0%	22,2%	18,5%	2,5%
Wertpapier-Trading	2,1%	2,8%	4,5%	5,7%	7,2%	74,8%	2,9%
Kreditantrag	1,5%	1,3%	2,6%	1,9%	8,5%	80,6%	3,6%
Überweisung tätigen	15,9%	19,0%	43,2%	15,2%	3,9%	1,5%	1,2%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Einkommen und Mobile-Banking Nutzung

Wir haben anhand der Daten untersucht, ob die Mobile-Banking-Nutzung in einer Verbindung mit dem Bruttohaushaltseinkommen steht. Insgesamt ist hier eine leichte Tendenz dahingehend zu erkennen, dass Personen mit einem höheren Einkommen häufiger Mobile-Banking nutzen, als Personen mit einem niedrigeren Einkommen. Das wiederum bietet Banken die **Möglichkeit für Up- und Crossselling**. Die Personen, die ein höheres Einkommen haben, nutzen tendenziell häufiger Produkte wie Wertpapiertrading oder Kreditanträge. Auch hier gaben – parallel zur Mobile-Banking-Nutzung – Personen mit einem höheren Einkommen häufiger an, diese Produkte zu nutzen als Personen mit einem geringeren Einkommen.

Eine weitere Auswertung zeigt noch einmal genauer auf, dass nicht nur Mobile-Banking hier eine Rolle spielt, sondern auch, ob speziell die Fotoüberweisung gekannt und genutzt wird. Entsprechend weisen User, die die Fotoüberweisung nutzen, auch eine höhere Bereitschaft auf, andere Finanzprodukte zu nutzen. Der Customer Lifetime Value wird durch positive Erlebnisse mit innovativen Features gesteigert.

Nutzen Sie mit Ihrem Hauptkonto Mobile Banking?
(sortiert nach Haushaltseinkommen)

pro Jahr	Ja	Nein	Weiß nicht / Keine Angabe	All
unter EUR 5000	3,5%	3,0%	4,5%	3,4%
EUR 5000 bis EUR 9.999	4,7%	6,9%	6,9%	5,1%
EUR 10.000 bis EUR 14.999	5,2%	6,8%	4,5%	5,4%
EUR 15.000 bis EUR 19.999	4,6%	8,6%	9,0%	5,4%
EUR 20.000 bis EUR 24.999	4,9%	9,2%	7,0%	5,6%
EUR 25.000 bis EUR 29.999	4,5%	4,4%	0,0%	4,3%
EUR 30.000 bis EUR 34.9999	6,1%	3,1%	4,5%	5,6%
EUR 35.000 bis EUR 39.999	5,0%	5,0%	2,3%	4,9%
EUR 40.000 bis EUR 44.999	5,4%	4,3%	4,5%	5,2%
EUR 45.000 bis EUR 49.999	4,8%	1,2%	0,0%	4,1%
EUR 50.000 bis EUR 59.999	7,6%	5,5%	2,3%	7,1%
EUR 60.000 bis EUR 69.999	6,5%	3,7%	0,0%	5,8%
EUR 70.000 bis EUR 99.999	8,0%	3,6%	4,6%	7,3%
EUR 100.000 bis EUR 149.999	6,1%	2,5%	0,0%	5,4%
EUR 150.000 und mehr	2,6%	1,2%	0,0%	2,3%
Weiß nicht	4,7%	4,3%	6,8%	4,7%
Keine Angabe	15,8%	26,5%	43,1%	18,5%

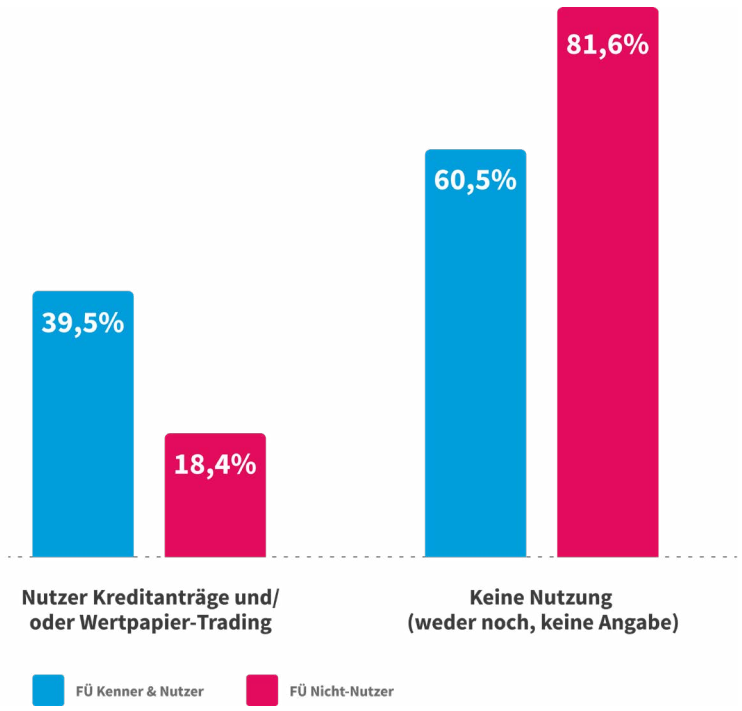
© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

Einkommen und Mobile-Banking Nutzung

Nutzen Sie die Funktion Wertpapier-Trading und/oder Kreditanträge?
(sortiert nach Haushaltseinkommen)

pro Jahr	Nutzer	Keine Nutzung	All
unter EUR 5000	3,9%	3,3%	3,5%
EUR 5000 bis EUR 9.999	4,8%	4,7%	4,7%
EUR 10.000 bis EUR 14.999	4,7%	5,3%	5,2%
EUR 15.000 bis EUR 19.999	5,1%	4,4%	4,6%
EUR 20.000 bis EUR 24.999	3,1%	5,6%	4,9%
EUR 25.000 bis EUR 29.999	2,3%	5,3%	4,5%
EUR 30.000 bis EUR 34.9999	5,9%	6,1%	6,1%
EUR 35.000 bis EUR 39.999	5,5%	4,8%	5,0%
EUR 40.000 bis EUR 44.999	6,3%	5,0%	5,4%
EUR 45.000 bis EUR 49.999	3,1%	5,5%	4,8%
EUR 50.000 bis EUR 59.999	9,1%	7,0%	7,6%
EUR 60.000 bis EUR 69.999	6,7%	6,4%	6,5%
EUR 70.000 bis EUR 99.999	9,8%	7,4%	8,0%
EUR 100.000 bis EUR 149.999	9,0%	5,0%	6,1%
EUR 150.000 und mehr	6,3%	1,1%	2,6%
Weiß nicht	3,1%	5,3%	4,7%
Keine Angabe	11,1%	17,7%	15,8%

© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024



© Gini; Quelle: Auftragsstudie durchgeführt von YouGov im Februar 2024

RESÜMEE

Insgesamt ist festzustellen, dass Funktionen wie die Fotoüberweisung oder Rechnungsscan gut bis sehr gut von Mobile-Banking Nutzern angenommen werden und hier auch ein Mehrwert für Nutzer geboten werden kann. Die Tatsache, dass Mobile-Banking über eine Banking-App so gut von Bankkunden in Österreich angenommen wird, zeigt, dass hier viel Potenzial darin liegt das Kundenerlebnis und die Kundenbindung zu verbessern und Kunden über diesen Kanal zu erreichen. Banken sollten sich entsprechend ausführlich damit beschäftigen, wie Banking-Apps so optimal wie möglich gestaltet werden, um mit deren Hilfe langfristig den Customer-Lifetime-Value zu erhöhen.

Gini GmbH
Ridlerstraße 57
80339 München
www.gini.net