

## Branchenreport MOBILE BANKING

15.10.2014, 18:08 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *BBE media GmbH & Co. KG*

---

Neuer Branchenreport:  
MOBILE BANKING vor dem Durchbruch

Neuwied, 15. Oktober 2014. – Die rasante Verbreitung von Smartphones und Tablet PC revolutioniert das Nutzungsverhalten der Bankkunden. Mobile Banking wird zu einer Selbstverständlichkeit. Hierdurch verändert sich das Bank-Kunden-Verhältnis radikal und erzeugt unter den Anbietern von Mobile Banking einen enormen Konkurrenzdruck. Vielen Banken und Sparkassen stellt sich hier die Existenzfrage, weil sie sich im Kampf um Marktanteile gegen Direktbanken und Anbieter elektronischer Geldbörsen oder In-App-Bezahlungsmöglichkeiten behaupten müssen. Mobile Banking als zusätzlicher Distributionskanal wird für traditionelle Geldinstitute überlebenswichtig, um neue Kunden zu gewinnen und bestehende Kundenbeziehungen zu erhalten. Das geht aus dem jetzt im Verlag BBE media veröffentlichten Branchenreport MOBILE BANKING hervor. Basis der Studie ist eine repräsentative Verbraucherbefragung durch das Marktforschungsunternehmen Innofact.

Die technische Ausstattung für eine schnelle Verbreitung des Mobile Bankings ist seitens der Verbraucher längst gegeben: In diesem Jahr werden in Deutschland voraussichtlich rund 30 Millionen Smartphones verkauft. Folglich geben fast 70 Prozent der Konsumenten im Alter von 16 bis 65 Jahren an, bereits ein Smartphone zu besitzen, das für Mobile Banking geeignet ist. Am zweithäufigsten verbreitet für die Nutzung von Mobile Banking sind Notebooks bzw. Netbooks mit Datenkarte oder Surf-Sticks (65 Prozent), gefolgt von Tablet PC (51 Prozent).

Bei der Abwicklung von Bankgeschäften via Mobiltelefon sind deutsche Verbraucher im weltweiten Vergleich jedoch noch etwas zögerlich. Sicherheitsbedenken im Zuge der NSA-Spähaffäre hemmen derzeit noch den ganz großen Durchbruch von Banking-Applikationen. Etablierte Banking-Apps punkten zwar mit hoher Sicherheit, jedoch nutzen die Kreditinstitute hier längst noch nicht das volle Potenzial ihrer Apps für Marketing und Vertrieb. Insbesondere für die Gewinnung und Bindung junger Potenzialkunden wird Mobile Banking als zusätzlicher Distributionskanal immer wichtiger.

Zu den wichtigsten Kriterien bei der Wahl einer Bankverbindung gehören für 85 Prozent der Verbraucher günstige Zinsen und Konditionen. Fast genauso wichtig (81 Prozent) ist den Befragten eine Garantie oder Entschädigung, sollte es im Rahmen des Online- bzw. Mobile Bankings zu einem Betrugsschaden kommen. 74 Prozent der Verbraucher erwarten von ihrer Bank die Möglichkeit des Online-Bankings, und immerhin bereits 41 Prozent der Befragten wünschen sich von ihrem Geldinstitut die Option des Mobile Bankings.

Aus dem Branchenreport MOBILE BANKING geht weiterhin klar hervor, dass Bankkunden bereit sind, mobil nicht nur Informationen abzurufen, sondern tatsächlich Transaktionen durchzuführen. Die Handy-Nutzer fragen mobil primär Kontostände und Kontoumsätze ab (86 Prozent bzw. 72 Prozent) und tätigen auf diesem Wege Inlandsüberweisungen (70 Prozent). Weitere 46 Prozent nutzen mobile Endgeräte zur direkten Kontaktaufnahme mit der Bank und 40 Prozent der Handy-Nutzer bearbeiten mobil Daueraufträge. Und jeder fünfte Nutzer hat bereits mobil Börsenkurse abgefragt.

Mobile Banking, so das Fazit der Studien-Autoren, wird in Zukunft selbstverständlicher Teil im Multikanalbanking sein. Die Ansprüche hinsichtlich der einfachen Nutzbarkeit von Mobile-Banking-Anwendungen sind jedoch hoch. Das gilt primär für einkommensstarke Kunden, die in besonders großem Umfang mobile Endgeräte für Banking-Transaktionen einsetzen. Dabei sollten Geldinstitute beachten, dass höhere Sicherheitsstandards nicht zu Lasten der Bequemlichkeit von Mobile Banking führen dürfen.

Der Branchenreport MOBILE BANKING (Jahrgang 2014) enthält auf rund 400 Seiten (DIN A4) mehr als 270 Tabellen und Übersichten u. a. zu den Themen: Internetnutzung, Zahlen zum Mobilfunkmarkt, Verbreitung und Nutzung mobiler

Endgeräte; Nutzung, Nutzungsbereitschaft, Motive, Erwartungen, Zufriedenheit mit Mobile Banking; Nutzerprofile, Sicherheitsverfahren, Marktstrukturen Anbieter von Mobile Banking, genutzte Bankdienstleistungen (je nach Fragestellung differenziert nach Altersgruppe, Haushaltsgröße, Berufstätigkeit, Geschlecht, Region, Einkommen, Bankengruppe etc.); Basis des Reports ist eine repräsentative Verbraucherbefragung durch das Marktforschungsunternehmen Innofact.

Autor der Studie ist der Finanzexperte Dr. Jörg Sieweck, von dem im Verlag BBE media verschiedene Reports zu Themen aus der Konsum-, Finanz- und Versicherungswirtschaft erschienen sind.

## **Portrait**

BBE media ist als Verlag spezialisiert auf praktische Problemlösungen für Unternehmer. Zum Leistungsspektrum gehört die Betriebsvereinbarung von mittelständischen Unternehmen über Publikationen (Beratungsbriefe, Bücher, Praxis-Leitfäden) und die Herausgabe von Studien über Vergütungen (z. B. GmbH-Geschäftsführer, Hotellerie), Marktforschungsangebote sowie Branchen- und Marktstudien.

---

News-ID: 821171 • Views: 618 (Stand: 28.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/821171/Branchenreport-MOBILE-BANKING.html>