

Notizen:

puls Finanzmonitor

SICHERHEITSBEDENKEN BREMSEN MOBILE BANKING

Nürnberg, den 25. April 2013

Online-Finanztransaktionen werden heute noch zu 2/3 über den PC oder Laptop von zu Hause bzw. zu 20% (!) am Arbeitsplatz durchgeführt. Aktuell nutzen erst 11% der deutschen Bankkunden die mobile Abwicklung von Finanztransaktionen. Die höchsten mobilen Nutzungsraten gibt es bei 30-40-Jährigen (18%). Bei über 50-Jährigen lässt die mobile Abwicklung stark nach (4%). Je höher das Einkommen, desto verbreiteter ist auch bereits die mobile Nutzung. Dies ist das Ergebnis des aktuellen puls Finanzmonitors im April 2013 bei 1135 Bankkunden in Deutschland. Im letzten halben Jahr hat sich die Nutzung damit nicht verändert. „Mobile Abwicklung von Finanzgeschäften ist derzeit für viele noch kein Thema. Dies kann sich aber schnell ändern, wie wir aus anderen Branchen wissen“, so Dr. Konrad Weißner, Geschäftsführer der puls Marktforschung.

So ist der Anteil derjenigen, die an Mobile Payment und Mobile Banking (sehr) interessiert sind seit Ende 2012 in beiden Bereichen auf je knapp 1/3 gestiegen. Allerdings sind die Sicherheitsbedenken hoch: Nicht mal 20% der Deutschen stufen die mobile Abwicklung als (sehr) sicher ein. Weitere Bedenken sind der fehlende Umgang mit Bargeld und das daraus resultierende Risiko der Verschuldung speziell bei Jugendlichen (78%) sowie die Gefahr zum gläsernen Bürger zu werden, bei dem jeder Schritt und jeder Einkauf registriert wird (71%). Die Vorteile Vereinfachung (46%) und Transparenz (42%) sind dagegen aktuell noch weniger bewusst.

„Mobile Banking steht trotz verbreiteter Skepsis vermutlich kurz vor dem Durchbruch. Wenn es den Anbietern gelingt, die Bedenken der Deutschen in Richtung Sicherheit und Datenschutz plausibel auszuräumen, werden Mobile Banking und Payment als nächste Schritte in der Digitalisierung unserer Gesellschaft nicht aufzuhalten sein.“ resümiert Weißner.

-ENDE-

Anzahl Zeilen: 27
Anzahl Anschläge: 1.814 (Text ohne Überschriften mit Leerzeichen)
Datum: 25. April 2013
Ansprechpartner: Dr. Konrad Weißner +49 (0) 911-9535-400
Abdruck honorarfrei

Über *puls* Marktforschung

Seit über 20 Jahren konzentriert sich die *puls* Marktforschung darauf, den Markterfolg von Unternehmen durch umsetzungsorientierte Marktforschung abzusichern.

An der Durchführung von kundenindividuellen Marktforschungsstudien arbeiten 20 hochqualifizierte Mitarbeiter. Bei *puls* gibt es kein Marktforschungsprojekt ohne Maßnahmenempfehlungen für bessere Entscheidungen und Strategien.

Leitlinie der Arbeit bei *puls* ist das Leistungsversprechen „For Better Decisions“. Eine stetig wachsende Anzahl nationaler und internationaler Unternehmen sind von dem von *puls* entwickelten Konzept der Markennavigation überzeugt. Global Player wie AXA, Siemens, Volkswagen, GORE-TEX oder BASF sichern ihr weiteres Wachstum durch maßgeschneiderte Marktforschung von *puls* ebenso ab wie mittelständische Unternehmen.

Mehr Informationen über *puls* Marktforschung finden Sie unter www.puls-marktforschung.de.