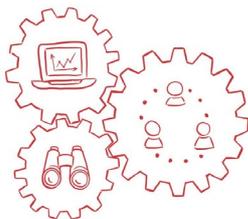
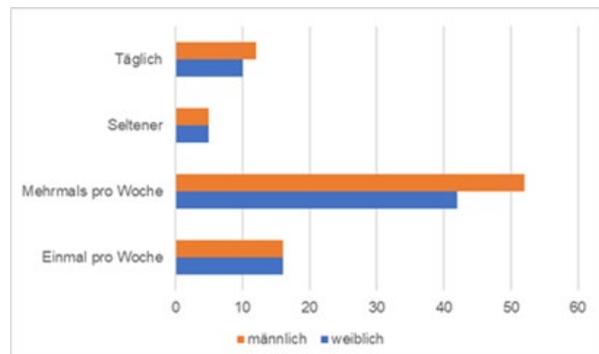


Mobile Banking – Eine Analyse des Nutzungsverhaltens von Mobile Banking User/-innen in der Schweiz

Die zunehmende Digitalisierung beeinflusst den Bankensektor erheblich und führt dazu, dass klassische Modelle angesichts des technologischen Fortschritts zu modernisieren sind. Da technologiegetriebene Start-up- sowie Financial-Technology-Unternehmen die traditionellen Banken verstärkt herausfordern, steht der Bankensektor vor einer Digitalisierungswelle. Während die Banken die Nutzung von Mobile-Banking-Diensten fördern, um ihre Betriebskosten zu senken, stehen sie bei der Gewinnung und Bindung von Kundschaft durch entsprechende Apps in einem intensiven Wettbewerb.

In neueren Studien haben Forscher/-innen das Nutzungsverhalten von Mobile-Banking-Anwendenden analysiert und Faktoren ermittelt, die die Nutzung von Mobile Banking Apps beeinflussen. Hiernach sind insbesondere die Leistungserwartung, der Komfort, die Erschwinglichkeit sowie die System- und die Servicequalität von Relevanz. Als führendes globales Finanzzentrum sieht sich auch die Schweiz mit den durch Financial-Technology-Start-ups und Neobanken aufkommenden Herausforderungen konfrontiert. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die Nutzungsmuster betreffend das Mobile Banking im Land näher zu beleuchten. Vor dem dargestellten Hintergrund ist es das Ziel dieser Arbeit, das Nutzungsverhalten von Mobile-Banking-Anwendenden in der Schweiz zu untersuchen und Faktoren zu identifizieren, die dieses beeinflussen. Zu diesem Zweck wurden Mobile-Banking-Nutzende mittels einem Online-Fragebogen bezüglich ihrem Nutzungsverhalten von Mobile-Banking-Apps befragt.

Ergebnis dieser Studie ist, dass das Mobile Banking primär für Rechnungszahlungen, Überweisungen und Abfragen des Kontostandes genutzt wird. Die bedeutendsten Einflussfaktoren sind dabei der Komfort, die Benutzerfreundlichkeit, die Systemstabilität, die Sicherheit, das Vertrauen in die Bank und die mit der App gebotenen Funktionalitäten. Obwohl die Zufriedenheit der Befragten, bezüglich dem Funktionsumfang bei ihren Mobile-Banking-Apps hoch ist, gibt es Verbesserungsvorschläge. Die Anbieter sollten demnach in neue Funktionen, die Sicherheit und die Benutzerfreundlichkeit investieren. Hinsichtlich des Geschlechts, des Alters und des Bildungsniveaus waren keine signifikanten Korrelationen mit der Nutzungshäufigkeit festzustellen. Dennoch sollten die Anbieter auch diese Faktoren im Blick behalten und auf die Vielfalt der Nutzerpopulation eingehen.



**Bachelor of Science
in Betriebsökonomie**



AutorIn:
Dragan Zivanovic



ReferentIn:
Dr. Armon Pfister