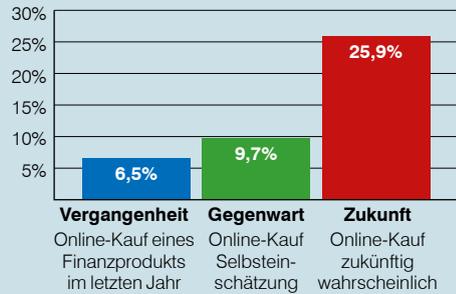


# Identität und Business

Ordnungsgemäße und problemlose Online-Geschäfte sind ohne sichere Identifikationssysteme (fast) nicht mehr denkbar.

## Prognostiziertes Online-Verhalten



# 25,9%

Rund ein Viertel der Online-Konsumenten hält den Online-Kauf eines Finanzprodukts für „wahrscheinlich“.

## 1 Mal pro Monat



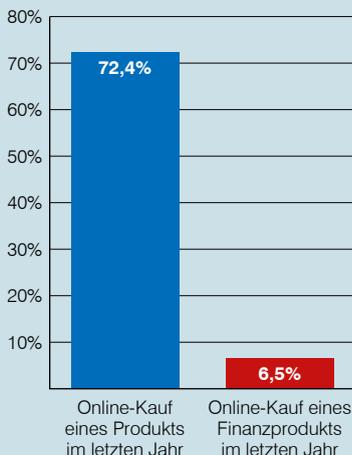
Urbane Konsumenten sind generell online-affiner; höhere Bildungsschichten zeigen ebenfalls ein ausgeprägtes Onlineverhalten. Das Onlineverhalten von Neukunden ist dabei signifikant ausgeprägter. Regelmäßige eCommerce-Nutzer (mindestens 1x monatlich) sind auch bei Finanzprodukten affiner.

## Erkennungsquote:



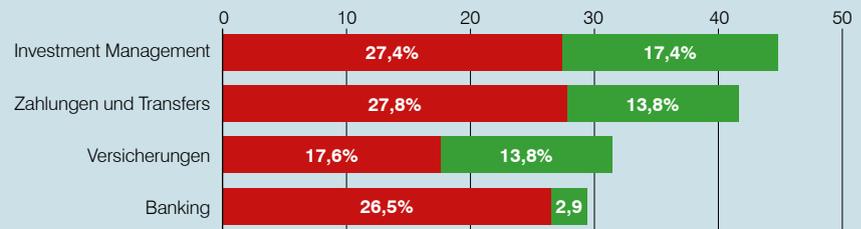
## Online-Finanzprodukte haben großes Potenzial

6,5% der Konsumenten haben im Vorjahr ein Finanzprodukt online gekauft; insgesamt haben 72,4% ein Produkt online erworben.



## FinTech-Lösungen im Aufwind

● Kunden nutzen keine klassischen Strukturen ● Kunden nutzen beide Arten



FinTechs sind junge Unternehmen, die klassische Strukturen aufbrechen – und im Finanzbereich immer beliebter.



## 3.000–6.000 Videocalls pro Tag bei WebID ...

... haben CRIF als Wirtschaftsauskunftei, Marktführer bei Personenauskünften und bei Unternehmensauskünften zu einem der wichtigsten Anbieter in Österreich gemacht.