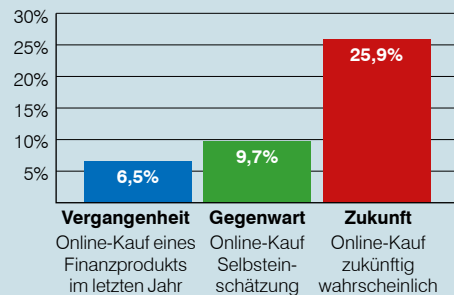


Identität und Business

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



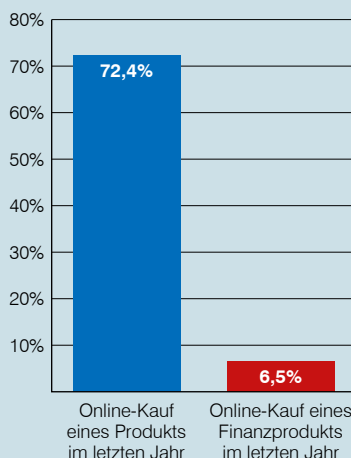
Urbane Konsumenten sind generell online-affiner; höhere Bildungsschichten zeigen ebenfalls ein ausgeprägtes Onlineverhalten. Das Onlineverhalten von Neukunden ist dabei signifikant ausgeprägter. Regelmäßige eCommerce-Nutzer (mindestens 1x monatlich) sind auch bei Finanzprodukten affiner.

Erkennungsquote:

3.500 Dokumente aus
200 Ländern

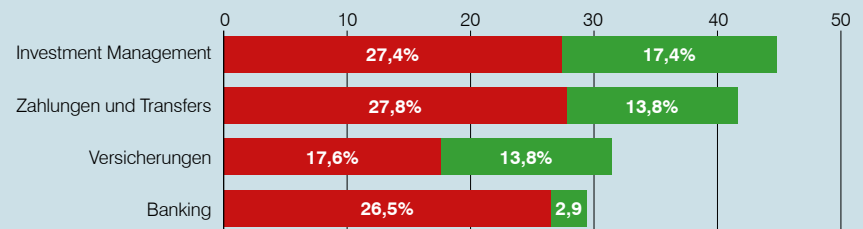
Online-Finanzprodukte haben großes Potenzial

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.