

## Pressemitteilung

### **Digitalisierung in der ING-Gruppe: Österreich bei der Nutzung digitaler Kanäle an der Spitze**

„Die Alltagstauglichkeit und Akzeptanz von digitalen Services beeinflussen massiv den Erfolg von Banken“, meinten Martin Krebs, Global Head of Retail Investment Product Solutions und Luc Truyens, CEO ING-DiBa Austria bei einem Pressegespräch am Mittwoch und präsentierten die digitale Strategie in Österreich sowie des ING Investmentbereichs.

Wien, 28. Juni 2017 – Die ING-Gruppe zählt zu den weltweit stärksten Digital Banken Gruppen. Dementsprechend gestaltet sich die digitale Strategie sowie der Anspruch an Services und Tools. Auch die ING-DiBa Austria geht den Weg mit und hat sich mittlerweile von der Direktbank zur digitalen Universalbank entwickelt. Seit dem Vorjahr bietet sie auch das vollkommen digitale Girokonto.

#### **Digitalisierung ist bei den Österreichern längst angekommen**

Die aktuelle ING International Survey zeigt: Digitalisierung und mobile Devices sind aus dem Alltag der Österreicher nicht wegzudenken.

88% der Österreicher besitzen ein Smartphone, 50% ein Tablet (Online-Befragung unter 1.000 Österreichern ab 18 Jahren).

Besonders stark ist die Nutzung digitaler Kanäle bei den ING-DiBa-Kunden ausgeprägt. 87% nutzen ausschließlich den digitalen Zugang, um ihre Bankgeschäfte zu erledigen. Damit sind die Kunden der ING-DiBa Austria die stärksten User innerhalb der ING-Gruppe und liegen bei der Nutzung der digitalen Kanäle an der Spitze.

„Mit der Digitalisierung rücken die Banken an sich in den Hintergrund und gleichzeitig wird das Banking aber immer wichtiger“, schlussfolgert Truyens.

„Bankdienstleistungen werden für Kunden digital bequemer. Kunden erwarten heute ein Angebot, das die technischen Möglichkeiten optimal nutzt. Das Smartphone bietet die Filiale in der Hosentasche“, ergänzt Krebs.

#### **Digitale Strategie muss sich im Banking widerspiegeln**

Höchsten Wert legt die ING-Gruppe auf alltagstaugliche Tools, bei denen der Nutzen für den Kunden im Fokus steht.

Die ING-DiBa Austria z.B. setzt dabei auf die One App Strategie. Hier kann jedes Bankgeschäft mit nur einer einfachen App erledigt werden.

#### **Digitalisierung hilft beim Investieren**

Im Investment-Bereich hat die ING-DiBa Austria kürzlich den Investment-Planer eingeführt – ein Tool, das für Selbstentscheider entwickelt wurde und mit dem Interessierte rasch zu einem Musterportfolio gelangen. Anschließend kann der Kunde aus einer übersichtlichen Auswahl die passenden Fonds je Kategorie auswählen. (Weitere Infos: <https://www.ing-diba.at/depot/investment-planer>)

Hatte sich bis vor Kurzem die Digitalisierung vor allem im Bereich Girokonto und Sparen durchgesetzt, so geht nun der Trend in Richtung Investitionstools. „Die klassische Anlageberatung in der Bankfiliale

ist entweder für die Bank unwirtschaftlich oder für den Kunden mit zu hohen Kosten verbunden. Oder beides“, sagt dazu Krebs.

In der ING-Gruppe wird auf den Trend gesetzt und gibt es mehrere Ansätze beim digitalen Support für Anleger: Beispielsweise Anlageberatung mit „My Money Coach“ oder – noch einen Schritt weiter – mit einer digitalen Vermögensverwaltung.

In jedem Fall sind Qualität und Alltagstauglichkeit der Maßstab. „Die Alltagstauglichkeit und Akzeptanz von digitalen Services beeinflusst massiv den Erfolg von Banken – und zunehmend auch die Weiterentwicklung des Investmentbereichs“, meinen Krebs und Truyens unisono.

„Eines ist aber klar“, schließt Truyens, „die Menschen wollen die Kontrolle über ihre Finanzen behalten – Digibanking öffnet auch hier neue Horizonte.“



Praterstraße 31, 1020 Wien, Österreich  
ING-DiBa Austria Niederlassung der ING-DiBa AG  
Handelsgericht Wien, FN 239433 h  
ING-DiBa AG, Sitz in Frankfurt am Main  
HRB 7727, Amtsgericht Frankfurt am Main  
[ing-diba.at](http://ing-diba.at) | [facebook.com/ingdibaaustria](https://facebook.com/ingdibaaustria)