

## Pressemitteilung

### **ING-DiBa Austria startet Herbstkampagne: „100 Fonds, 0 Spesen“ – ING-DiBa setzt auf Fonds**

**Österreichs führende Direktbank setzt im Herbst Vermarktungsschwerpunkt auf Fonds – Kombination aus kompetitivem Angebot und Informationstools rückt das Thema Fonds als Anlagevariante in den Vordergrund**

Wien, 9. Oktober 2015 – Die ING-DiBa Austria setzt im „klassischen Sparmonat“ Oktober deutliche Akzente im Bereich kostengünstige Veranlagungsmöglichkeiten. Unter dem Motto „100 Fonds, 0 Spesen“ rückt die bislang vor allem im Tagesgeld- und Konsumentkreditbereich aktive Direktbank nun erstmals auch Fonds als Anlagevariante aktiv in den Vordergrund.

Die Highlights sind dabei 0% Aufgabelaufschlag (AGA) auf alle bis 29. Dezember 2015 getätigten Fondskäufe, das auf mittlerweile 100 Fonds deutlich erweiterte Portfolio, die kostenlose Depotführung sowie eine Reihe an zusätzlichen Features zum Wissensaufbau rund um das Thema Fonds.

#### **Erweitertes Portfolio und Zusatzfeatures**

Die vergangenen Wochen und Monaten hat die ING-DiBa Austria dazu genutzt, das Angebot im Bereich Fonds deutlich aus- und aufzubauen. So haben interessierte Anleger – und solche, die es jetzt werden möchten – derzeit rund 100 Fonds verschiedenster Kategorien und Risikoklassen zur Wahl. Dabei gibt es überall die Möglichkeit der Einmaleinlage ab 1.000 Euro bzw. des Einstiegs mittels Fondssparen bereits ab 30 Euro pro Monat.

„Neben klaren Produktvorteilen wie 0% Kaufspesen bei allen angebotenen Fonds oder kostenlosem Depot wollen wir mit unserer ersten Veranlagungskampagne vor allem zeigen, dass der Einstieg in den Bereich Fonds nicht schwierig ist. Wir wissen, dass sich die heimischen Sparer immer mehr um Alternativen umsehen und Angebote aktiv einfordern. Daher wollen wir ihnen mit „Fonds verstehen“, einer einfachen Fondssuche oder unserem Fondsrechner zusätzlich noch hilfreiche und informative Tools geben, die sie bei ihrer Entscheidung unterstützen“, so Christine Helmelt, Marketingverantwortliche der ING-DiBa Austria.

Umgesetzt wird die Werbekampagne mit Testimonial Niki Lauda, der sich erneut mit „Übergepäck, Spesen und Zusatzkosten“ konfrontiert sieht. Entsprechende Werbemittel werden im gesamten Kampagnenzeitraum im Bereich TV, Print, Online sowie Out-of-Home platziert.

#### **Über die ING-DiBa Austria**

Die ING-DiBa Direktbank Austria [www.ing-diba.at](http://www.ing-diba.at) ist mit über 524.000 Kunden und Retail Balances (Summe aus Einlagen von Privatkunden, Krediten an Privatkunden sowie verwaltetem Depotvolumen – Stand 12/2014) von 7,8 Mrd. Euro die Nummer 1 unter den Direktbanken. Mit ihrer Produktstrategie setzt sie auf ein konzentriertes Portfolio an einfachen Produkten aus den Bereichen Sparen, Kredit und Fonds. Mit über 150 Mitarbeitern am Standort Wien Galaxy Tower ist die Direktbank rund um die Uhr über Telefon, Post und Internet erreichbar. Außerdem ermöglicht seit Mai 2014 ein eigener Servicepoint in der Wiener Rotenturmstraße den direkten Face-to-Face-Kontakt.