

ING-DiBa stellt neue Bestmarken im Jubiläumsjahr auf

- 1.115 Mio. Euro Gewinn vor Steuern
- Jetzt 8,5 Mio. Privatkunden und Geschäftsvolumen von 241 Mrd. Euro
- Kreditvolumen im Wholesale Banking um 78 Prozent gesteigert

Frankfurt am Main, 5. Februar 2016 – Das Jubiläumsjahr 2015 war das erfolgreichste Geschäftsjahr in der Geschichte der ING-DiBa: Im 50. Jahr ihres Bestehens erzielte sie ein Rekordergebnis von 1.115 Mio. Euro vor Steuern und konnte über 450.000 neue Kunden (brutto) begrüßen. „Auch wenn wir bereits die letzten Jahre von Rekord zu Rekord geeilt sind, ist das Erreichen dieser Gewinnmarke nicht selbstverständlich für uns. Es macht uns stolz, den Wachstumskurs mit neuen Bestmarken erfolgreich fortgesetzt zu haben“, so Roland Boekhout, Vorstandsvorsitzender der ING-DiBa. Für die jetzt über 8,5 Millionen Privatkunden und insgesamt 100 deutsche Unternehmenskunden, für die ING Wholesale Banking inzwischen Kernbank ist, verwaltete die Bank zum 31.12.2015 ein Geschäftsvolumen von 241 Mrd. Euro (2014: 220 Mrd. Euro).

Girokonto und Wertpapier

Rund die Hälfte der Neukunden eröffnete 2015 ein ING-DiBa Girokonto, so dass die Gesamtzahl um 16 Prozent auf 1,4 Mio. Girokonten wuchs. Auch Wertpapierdepots und die Möglichkeit, 5.000 Fonds und ETFs im Direkthandel ohne Ausgabeaufschlag oder Orderprovision kaufen zu können, waren stark gefragt: Als erster Onlinebroker in Deutschland erreichte die ING-DiBa 2015 die Marke von einer Million Depots. Die Zahl der ausgeführten Orders stieg um 22 Prozent auf über neun Millionen (Vorjahr: 7,4 Mio.).

Spargelder

Auch im andauernden Niedrigzinsumfeld konnte die ING-DiBa dank überdurchschnittlicher Zinssätze und ihrem bewährten Kundenservice neue Kunden und Einlagen gewinnen. Insgesamt stieg das Bestandsvolumen bei den jetzt über sechs Millionen Extra-Konten sowie den laufzeitgebundenen Spargeldern auf 116 Mrd. Euro (Vorjahr: 110,5 Mrd. Euro).

Privatkundenkredite

Die anhaltend niedrigen Zinsen wirkten sich im Berichtsjahr erneut sehr günstig auf die Verbraucherstimmung und den Immobilienmarkt aus. Das spiegelt sich auch in den Geschäftszahlen der Kredite und Baufinanzierung wider: Das Volumen der Verbraucherkredite legte um knapp eine Milliarde Euro auf insgesamt 5,7 Mrd. Euro zu. Das Baufinanzierungsneugeschäft lag mit 10,4 Mrd. Euro mehr als 80 Prozent über dem Vorjahreswert. Das Bestandsvolumen summierte sich nach geleisteten Tilgungen auf 64,7 Mrd. Euro (Vorjahr: 63,2 Mrd. Euro).

Wholesale Banking

Die Marktposition im Unternehmenskundengeschäft konnte im Jahr 2015 weiter gestärkt und das Segment zu einem starken Wachstumspfeiler ausgebaut werden. Das Volumen der vergebenen Kredite wuchs von 8,7 Mrd. Euro in 2014 auf 15,5 Mrd. Euro im Berichtsjahr 2015. Das entspricht einem Zuwachs von 78 Prozent. ING Wholesale Banking konnte sich bei vielen Großunternehmen als Kernbank etablieren und spielte eine führende Rolle bei der drittgrößten jemals durchgeführten Schuldschein-Transaktion.

Wachstumsambitionen

„Wir haben sehr gute Rahmenbedingungen geschaffen, um unsere Ziele zu erreichen und unsere im deutschen Bankenmarkt einmalige Wachstumsgeschichte weiter fortzuschreiben“, stellt Roland Boekhout fest. „Warum sollten wir daher unsere Marktanteile im Retail Banking innerhalb der nächsten 15 Jahre nicht verdoppeln und die Zahl der Unternehmen, für die Wholesale Banking Kernbank ist, nicht verdreifachen können?“

Ausblick: Einfach digital

Die fortschreitende Digitalisierung bietet der Bank weiterhin Chancen, Bankgeschäfte für ihre Kunden noch komfortabler zu machen. „Der Einsatz von neuen, digitalen Technologien ermöglicht uns, Einstiegshürden für Interessenten zu reduzieren und sie von unseren Angeboten und Services zu überzeugen“, so Roland Boekhout. Nach der Einführung des mobilen Kreditchecks für Privatkunden, ist als nächste Neuerung die Einführung einer digitalen Banking-Lösung „Inside Business“ für Unternehmenskunden geplant. Auch bei der Kosteneffizienz profitiert die Bank von der Digitalisierung: 2015 lag die Cost-Income-Ratio bei 40 Prozent.

Ausgezeichneter Arbeitgeber

Für die Umsetzung der Wachstumsstrategie hat die Bank 2015 mehr als 220 neue Kolleginnen und Kollegen eingestellt und insbesondere den Bereich „Digital Channels“ personell ausgebaut. Für die ING-DiBa, die auch im Jahr 2015 beim Arbeitgeberwettbewerb „Great Place to Work“ zu einem der besten deutschen Arbeitgeber gewählt wurde, arbeiteten zum Jahresende 2015 mehr als 3.700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Medienkontakt

ING-DiBa AG
Dr. Ulrich Ott
Tel.: 069 / 27 222 66233
E-Mail: u.ott@ing-diba.de

Über die ING-DiBa AG

Die ING-DiBa ist mit mehr als 8 Millionen Kunden die drittgrößte Privatkundenbank in Deutschland. Die Kerngeschäftsfelder im Privatkundengeschäft sind Spargelder, Wertpapiergeschäft, Baufinanzierungen, Verbraucherkredite und Girokonten. Das Institut ist jeden Tag 24 Stunden für seine Kunden erreichbar. Im Segment Wholesale Banking ist das Firmenkundengeschäft der Bank zusammengefasst. Zu den Kunden gehören große, international operierende Unternehmen. Für die ING-DiBa arbeiten an den Standorten Frankfurt (Hauptstandort), Hannover, Nürnberg und Wien mehr als 3.700 Mitarbeiter.

Disclaimer: Alle hier gemachten Angaben sind untestiert und basieren auf den Ergebnissen der ING-DiBa AG mit Sitz in Frankfurt am Main. Die Abweichungen zu den von der ING Group N.V. veröffentlichten Angaben zur Region Deutschland und Österreich beruhen auf dem erweiterten Konsolidierungskreis, den die ING Group N.V. für ihre Betrachtung ansetzt, z.B. in Form der Einbeziehung weiterer Geschäftseinheiten der ING Group in Deutschland und Österreich. Die in dieser Publikation enthaltenen Prognosen oder Erwartungen können mit Ungewissheiten verbunden sein. Die Meldung gibt den Stand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wieder. Zukunftsgerichtete Aussagen beziehen sich nur auf den Tag, an dem sie gemacht werden. Wir übernehmen keine Verpflichtung, solche Aussagen angesichts neuer Informationen oder künftiger Ereignisse zu aktualisieren.