

ING-DiBa erzielt erneut Rekordergebnis

- Mit 1.234 Mio. Euro höchster Gewinn vor Steuern in der Unternehmensgeschichte
- 370.000 neu eröffnete Girokonten
- Kreditvolumen im Wholesale Banking (Unternehmenskundengeschäft) um 67 Prozent erhöht

Frankfurt am Main, 3. Februar 2017 – Für die ING-DiBa war das Geschäftsjahr 2016 das vierte Mal in Folge das erfolgreichste Jahr in ihrer Unternehmensgeschichte: Die Bank erzielte, trotz des schwierigen Branchenumfelds ein Rekordergebnis von 1.234 Mio. Euro vor Steuern (2015: 1.115 Mio. Euro). Ein Hauptwachstumstreiber war das 2011 eingeführte Wholesale Banking. Mittlerweile ist die ING-DiBa Kernbank für mehr als 110 große, international operierende Unternehmen. Im Wholesale Banking legte die Bank mit einem Kreditvolumen in Höhe von 25,9 Mrd. Euro im Vergleich zum Vorjahr (2015: 15,5 Mrd. Euro) um 67 Prozent zu. „Die ING-DiBa ist mittlerweile eine erfolgreiche Universalbank, ohne Investmentbanking. Dank der Kombination aus Privat- und Unternehmenskundengeschäft konnten wir erneut unseren Gewinn insgesamt steigern“, so Roland Boekhout, Vorstandsvorsitzender der ING-DiBa. Im Geschäftsjahr 2016 konnte die ING-DiBa gut 250.000 Privatkunden netto hinzugewinnen und zählt nunmehr 8,8 Millionen Kunden. Nach Kundenanzahl ist sie die drittgrößte Bank in Deutschland. Insgesamt verwaltet die ING-DiBa nun ein Geschäftsvolumen in Höhe von 269 Mrd. Euro (2015: 241 Mrd. Euro).

Girokonto und Wertpapier

Neben dem Geschäft mit Unternehmenskunden konnten 2016 im Privatkundensegment vor allem Girokonten zum Wachstum beitragen. Das nach wie vor kostenlose Girokonto der ING-DiBa führte im zurückliegenden Geschäftsjahr zu einem Hinzugewinn von 370.000 Neukonten. Insgesamt führt die ING-DiBa nun mehr als 1,7 Mio. Girokonten. Das ist ein Plus von 24 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Auch das Wertpapiergeschäft konnte erneut zulegen: Das gesamte Depotvolumen lag zum Jahresende bei gut 31 Mrd. Euro – und damit rund 14 Prozent höher als im Vorjahr (2015: 27 Mrd. Euro).

Spargelder

Trotz der Niedrigzinsphase konnte die ING-DiBa bei dem Geschäft mit Sparanlagen weiter wachsen. Wie bereits im Vorjahr stieg auch 2016 das Bestandsvolumen um 6 Prozent auf mehr als 123 Mrd. Euro (2015: 116 Mrd. Euro). Hierzu trug mitunter die immer noch über dem Branchendurchschnitt liegende Verzinsung der Sparprodukte bei.

Privatkundenkredite

Mit einem Zuwachs von 14 Prozent konnte das Bestandsvolumen von Verbraucherkrediten auf gut 6,5 Mrd. Euro (2015: 5,7 Mrd. Euro) zulegen. Die Konsumfreude in Deutschland wurde im Berichtsjahr durch die makroökonomischen Begebenheiten befeuert. Das Bestandsvolumen im Bereich Baufinanzierung stieg um 5 Prozent auf nahezu 68 Mrd. Euro (2015: 65 Mrd. Euro).

Wholesale Banking

Das Unternehmenskundengeschäft der ING-DiBa hat sich als starker Wachstumstreiber etabliert. So konnte im Jahr 2016 das Kreditvolumen um 67 Prozent auf nunmehr 25,9 Mrd. Euro ausgebaut werden (2015: 15,5 Mrd. Euro). Die Kunden im Bereich Wholesale Banking profitieren vor allem von der starken Sektoren-Kompetenz, etwa im Bereich strukturierte Projektfinanzierung, sowie von dem globalen ING-Netzwerk.

Wachstumsambitionen

Die ING-DiBa will ihren starken Wachstumskurs fortsetzen. Im Privatkundengeschäft verfolgt die Bank das Ziel, für noch mehr Kunden zur Hausbank zu werden. Analog dazu will die ING-DiBa auch im Wholesale Banking die Anzahl der Unternehmenskunden erhöhen, für die sie aktuell Kernbank ist.

„Wir setzen noch stärker auf Digitalisierung, um unsere Ziele zu erreichen. Dazu haben wir das Programm „Welcome“ ins Leben gerufen“, so Roland Boekhout. „Mit dem Programm wollen wir in Zukunft noch effizienter werden, unsere technische Infrastruktur weiter verbessern und noch innovativere Services anbieten, mit denen Banking Spaß macht.“ Passend zu Innovationen, die Banking noch komfortabler machen, wird die ING-DiBa in Kürze die „Banking to go“-App einführen. Diese wird alle Services, die für Kunden am wichtigsten sind, in einer App bündeln: Kontostand checken, Umsätze ansehen, Überweisungen anlegen und direkt

freigeben. Dabei wird der Datenfluss jederzeit mit höchsten Sicherheitsstandards verschlüsselt.

Medienkontakt

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

Über die ING-DiBa AG

8,8 Mio. Kunden vertrauen der ING-DiBa. Sie ist die Bank mit den drittmeisten Kunden in Deutschland. Die Kerngeschäftsfelder im Privatkundengeschäft sind Baufinanzierungen, Girokonten, Spargelder, Verbraucherkredite und das Wertpapiergeschäft. Das Institut ist jeden Tag 24 Stunden für seine Kunden erreichbar. Im Segment Wholesale Banking ist das Unternehmenskundengeschäft 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 fast 4.000 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.