

Jahresabschluss ING-DiBa Austria: Fortsetzung des Erfolgsmodells der ING-DiBa AG am österreichischen Markt

Wien (OTS) -

~

* „First Mover“ bei der Digitalisierung: Erste Kontoeröffnung ohne Medienbruch am österreichischen Markt. Das voll digitale Girokonto brachte starken Anstieg bei den aktiven Privatkunden.

* Gebührenfairness und Transparenz als wesentliche Eckpfeiler. Die ING-DiBa Austria hält am Gratiskonto fest: Keine versteckten Gebühren. Keine Bankomatgebühr.

* Firmenkunden profitierten vom hohen Digitalisierungsgrad und dem internationalen Netzwerk der ING Group.

~

Die Einführung eines Girokontos und die Integration der Wholesale Banking Aktivitäten in das Österreich-Geschäft brachten die ING-DiBa Austria im Vorjahr auf den Weg zur Universalbank. „Wir haben 2016 wesentliche Schritte gesetzt, um uns als Universalbank zu etablieren. Unser Ziel ist klar: Wir werden das Erfolgsmodell der ING-DiBa AG in Deutschland am österreichischen Markt fortsetzen“, so Luc Truyens, CEO der ING-DiBa Austria.

Zwtl.: „Think Forward“-Strategie: Digitalisierung im Fokus

Auf Basis der im Jahr 2014 entwickelten „Think Forward“-Strategie der ING Group galt es besonders im abgelaufenen Geschäftsjahr, wichtige Grundlagen für die Weiterentwicklung zu schaffen.

„Selbstverständlich haben wir aus unserer Historie heraus eine bessere Startposition, was die Digitalisierung anbelangt“, sagt Truyens. Und weiter: „Sowohl unsere IT, als auch unsere Experten und Kunden starten von einem hohen Digitalisierungslevel weg. Der mobile Channel zu uns wird bereits von fast jedem zweiten privaten Kunden genutzt. Unsere Firmenkunden vernetzen sich zusehends mit unserer IT und profitieren vom Digitalisierungsschub. Wir sind auf dem besten Weg, uns rasch zu einer Digitalbank zu entwickeln.“

Zwtl.: Kostenloses Girokonto, vollkommen digital

Die ING-DiBa Austria ist „First Mover“ bei der Digitalisierung:

So hat sie als erste Bank in Österreich einen Kontoeröffnungsprozess ohne Medienbruch eingeführt. Und die Kunden schätzen das digitale Angebot sehr: 66% der ING-DiBa Kunden nutzen die umfassende Banking-App mit ihren wertvollen Features wie Login über Fingerprint, Smartcode oder Konto-Check.

Bei dem im Frühjahr für Bestandskunden sowie im Sommer 2016 für Neukunden eingeführten Girokonto gibt es eine kostenlose Variante. Null Euro kostet es bei regelmäßigem Gehalts- bzw. Pensionseingang. 4,20 Euro ohne regelmäßige Eingänge. „Wir möchten weiterhin mit gutem Beispiel vorangehen – auch beim Thema Gebührenfairness und Transparenz. Solange wir können, werden wir unser Girokonto kostenlos anbieten“, sagt Truyens. Und weiter: „Null Euro müssen auch wirklich null Euro sein. Versteckte Gebühren, die letztendlich zu negativen Überraschungen am Kontoauszug führen, gibt es bei uns nicht.“

Zwtl.: Firmenkunden profitieren vom weltweiten Netzwerk und Digitalisierungsgrad

Mittlerweile hat die Digitalisierung auch den Firmenkundenbereich erfasst. „Der Veränderungs- und Entwicklungsdruck ist bei unseren Firmenkunden deutlich zu merken. Wir unterstützen sie dabei, auch beim Finanzmanagement mithalten zu können“, sagt Truyens. Vor dem Hintergrund des internationalen Netzwerks der ING Group sowie erfolgreicher Kooperationen mit Fintechs eröffnen sich besonders für Firmenkunden neue Perspektiven – das wird auch zunehmend von Unternehmen in Österreich erkannt und geschätzt: So ist der Bereich Wholesale Banking bei der ING-DiBa Austria stark im Wachsen.

„Unsere „Think Forward“-Strategie samt dem Digitalisierungslevel kommt nicht nur den Privat-, sondern in hohem Maße auch unseren Firmenkunden zugute. Als ein Beispiel sei hier die Handelsfinanzierung genannt, bei der sich enorm viel vereinfachen lässt. Damit erscheinen Garantien, die wir erteilen, quasi automatisch in den Büchern des Kunden – ohne Systembruch“, erklärt Truyens im Detail.

Zwtl.: Top bei Konsumentenkrediten

Bei den Konsumentenkrediten punktet die ING-DiBa Austria nach wie vor mit den günstigsten Angeboten. Auch hier gilt: keine Gebühren und höchste Transparenz. Dies wissen auch die Kunden zu schätzen – so entwickelte sich auch hier das Bestandsvolumen mit zweistelligen

Zuwachsraten. Insgesamt wurden 2016 neue Konsumkredite in Höhe von über 88 Millionen Euro an Kunden herausgelegt.

Zwtl.: Sparen und Vermögensaufbau

Sparen – noch immer das Kernprodukt der ING-DiBa Austria – entwickelte sich trotz der Niedrigzinsen stabil. Sowohl bei der Anzahl der Kunden, als auch bei der Höhe der Einlagen kam es kaum zu Verschiebungen. Die Retail Balances stiegen nur leicht auf ca. 8,1 Mrd. Euro, was einen Anstieg von 2,0% gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Gleichzeitig stieg das Interesse an alternativen Anlageformen. Das bei der ING-DiBa Austria verwaltete Fondsvolumen (160 ausgewählte Fonds mit gutem Rating) stieg um knapp 16%.

Zwtl.: 2016 in Zahlen

Die ING-DiBa Austria betreute zum Ultimo 2016 insgesamt 527.000 Kunden (2015: 525.000 Kunden). Das Geschäftsvolumen belief sich auf 8,5 Mrd. Euro (2015: 7,9 Mrd. Euro). Die Mitarbeiterzahl stieg auf 220 (zuvor: 180).

Zwtl.: Ausblick 2017

„Niedrigzinsphase, Regulierungsdruck und Digitalisierung – auch 2017 werden dies die zentralen Herausforderungen für uns sein. Wir sind für die genannten Anforderungen aufgrund unserer Erfahrungen und der „Think Forward“-Strategie gut gerüstet. Wir wissen sehr genau, was der digitale Kunde will, egal ob privat oder Firma: Einfache Produkte und simple Anwendungen, Gebührenfairness sowie Transparenz. Ich bin zuversichtlich, das hohe Kundenvertrauen in uns sogar noch ausbauen zu können“, so Truyens abschließend.

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.

Zwtl.: Über die ING-DiBa Austria

Die ING-DiBa Austria gehört mit über 527.000 Privatkunden zu den größten Privatkundenbanken in Österreich. Sie verwaltet ein Geschäftsvolumen von insgesamt 8,5 Mrd. Euro (das Geschäftsvolumen setzt sich zusammen aus dem Bilanzvolumen des Retail-Kundenvermögens zuzüglich des Depotvolumens aus dem Wertpapierdienstleistungsgeschäft, den Retail-Kundenkrediten und des Wholesale Bankings – Stand 12/2016).

Geboten wird ein konzentriertes Portfolio an Online-Produkten aus den Bereichen

- Konto [<https://www.ing-diba.at/girokonto>] (<https://www.ing-diba.at/girokonto>)
- Sparen [<https://www.ing-diba.at/sparen/direkt-sparen>] (<https://www.ing-diba.at/sparen/direkt-sparen>)
- Kredit [<https://www.ing-diba.at/kredit/autokredit>] (<https://www.ing-diba.at/kredit/autokredit>) und
- Fonds [<https://www.ing-diba.at/depot>] (<https://www.ing-diba.at/depot>).

Die ING-DiBa treibt die Digitalisierung voran und führte die erste Kontoeröffnung ohne Medienbruch am österreichischen Markt ein. Weitere Eckpfeiler der Unternehmensstrategie sind Gebührenfairness und Transparenz.

Mit 220 Mitarbeitern am Standort Wien Galaxy Tower ist die ING-DiBa rund um die Uhr über Telefon, Post, Internet sowie via allen mobilen Devices erreichbar. Zudem ermöglicht ein Servicepoint in der Wiener Innenstadt den direkten und persönlichen Kontakt.

Im Bereich Wholesale Banking serviziert ein erfahrenes Team die Firmenkunden, darunter österreichische Großunternehmen, die in den Top 300 Unternehmen Österreichs vertreten sind, sowie österreichische Niederlassungen internationaler Großkonzerne mit umfangreichen Finanzierungslösungen und Bankdienstleistungen aller Art.

~

Rückfragehinweis:

Corporate Communications

presse@ing-diba.at | www.ing-diba.at

Tel.: +43 1 68000-50148

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/3717/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0075 2017-02-03/11:00

031100 Feb 17

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170203_OTS0075