



Nick Jue: Der ING-Diba-Chef will das Geschäft mit Unternehmenskunden stärken.

Firmenkundengeschäft

ING Diba übernimmt Fintech

Die Bank kauft den Online-Kreditmarktplatz Lendico. Der Fall könnte Nachahmer finden.

F. Drost, K. Slodczyk
Berlin, Frankfurt

Knapp drei Wochen ist es her, dass Nick Jue ein ehrgeiziges Ziel ausgegeben hat: „Wir wollen zu den fünf größten Firmenkundenbanken gehören“, sagte der Chef der ING Diba bei der Jahresbilanz Anfang Februar. Derzeit bewege sich das Institut in dem Segment „zwischen den Rängen acht bis zehn“.

Jetzt hat Jue einen Deal angekündigt, der ihn im Geschäft mit Unternehmenskunden deutlich voranbringen dürfte: Die Direktbank will den Online-Kreditmarktplatz Lendico kaufen, wie das Institut am Montag bestätigte. Noch fehle allerdings die Zustimmung des Bundeskartellamts, das die Pläne derzeit prüfe, so die niederländische Bank.

Lendico hat sich auf Darlehen für kleinere und mittelgroße Firmen spezialisiert. Die von den Samwer-Brüdern betriebene Internetholding Rocket Internet hat den Kreditmarktplatz 2013 gegründet. 2017 wurde das Unternehmen mehrheitlich an den britischen Hedgefonds Arrowgrass verkauft. Als ING Diba Interesse an Lendico signalisierte, fiel Arrowgrass die Entscheidung zum Verkauf offensichtlich nicht schwer, heißt es in Finanzkreisen. Zuerst hatte Finanz-Szene.de über die Akquisition berichtet.

Lendico ist der erste große Kauf eines Fintechs, einer jungen Digitalfir-

ma im Finanzsektor, durch eine große Bank in Deutschland. Bisher dominierten Kooperationen zwischen Banken und Fintechs, die darauf abzielten, den Service der Geldhäuser zu verbessern oder ihre Angebotspalette zu erweitern.

Technologie gab Ausschlag Finanzkreisen zufolge hat die technologische Lösung von Lendico den Ausschlag für den Kauf gegeben. Es wäre deutlich langwieriger gewesen, ein solches Angebot selbst zu entwickeln.

Experten zufolge könnte es künftig aber mehr Komplettkäufe geben: „Weil die Geschäftsmodelle der Fintechs inzwischen in ihrer Geschäftsentwicklung gereift sind“, sagt Christopher Schmitz von der Beratungsgesellschaft EY. „Einige Fintechs haben sich zu Dienstleistern für Banken entwickelt, das vereinfacht eine Komplettübernahme und Integration“, so der EY-Experte, „andere Fintechs haben Geschäftsmodelle, mit denen Banken eine strategische Lücke schließen können - wie im Fall von ING Diba.“

Andere Fachleute sind etwas skeptischer. Sie gehen noch nicht davon aus, dass Banken im größeren Stile Fintechs komplett kaufen werden und dadurch das bisherige Kooperations- und Beteiligungsmodell in den Hintergrund tritt. Der vollständige Kauf von Lendico sei eher ein Spezialfall: „Die Bank übernimmt kein Unternehmen mit einem Kunden-

stamm, sondern kauft Technologie, die schnell andockfähig ist, und kann damit eine Aufgabenlücke schließen“, sagt Nils Beier, Geschäftsführer bei Accenture Strategy.

In einigen Bereichen kooperiert die Bank bereits mit Fintechs - etwa mit dem Online-Vermögensverwalter Scalable Capital. Seit September haben 14000 Kunden das Angebot angenommen und 330 Millionen Euro investiert. Man wolle Scalable zum größten Vermögensverwalter machen, so ein weiteres Ziel von ING-Diba-Chef Jue. Die Bank arbeitet auch mit dem Versicherungsmakler Clark zusammen.

Die deutsche Tochter der niederländischen Großbank ING hat mehr als neun Millionen Kunden und ist gemessen daran die Nummer drei hierzulande. Der Schwerpunkt liegt bisher allerdings auf dem Privatkundengeschäft.

Wachstum im Geschäft mit Wertpapieren und bei Girokonten hat der Bank im vergangenen Jahr zu einem erneuten Rekordergebnis verholfen - dem fünften in Folge. Der Vorsteuergewinn stieg leicht auf 1,27 Milliarden Euro - nach 1,23 Milliarden Euro im Vorjahr. Der Überschuss erhöhte sich von 859 auf 877 Millionen Euro.

Das Geschäft mit Firmenkunden hatte einen Anteil von einem Drittel am Ergebnis. Jue, der seit Sommer vergangenen Jahres an der Spitze der ING Diba steht, machte allerdings schon frühzeitig deutlich, dass er mehr will. Das Institut soll sich von einer Spar- und Direktbank zu einer

Universalbank wandeln. Dabei will Jue das bisherige Tempo beim Kundenwachstum noch massiv beschleunigen: Bis Sommer 2019 soll die Bank zehn Millionen Kunden haben.

Im vergangenen Jahr kamen netto 300 000 Kunden hinzu. Um das Ziel zu erreichen, müsste es in eineinhalb Jahren eine Million werden. Dieses Ziel lasse sich möglicherweise nur mit Zukäufen erfüllen, deutete Jue bei der Bilanzvorlage im Februar an.

Ein eher kleinerer Spieler

Lendico hat zuletzt monatlich Kredite in Höhe von fünf Millionen Euro vermittelt und zählt zu den kleineren Anbietern. Plattformen wie Funding Circle oder Creditshef sind größer.

Gemessen an den vermittelten Unternehmenskrediten fristen die Kreditmarktplätze in Deutschland anders als beispielsweise in Großbritannien noch ein Nischendasein. Doch nahezu alle Anbieter verzeichneten zuletzt eine wachsende Nachfrage. Die Plattform Kapilendo will ihr Kreditvolumen 2018 beispielsweise auf 60 Millionen Euro vervierfachen.

Der durchschnittliche Lendico-Kunde kommt auf einen Umsatz von 2,6 Millionen Euro, nimmt einen Kredit über 120 000 Euro auf und beschäftigt fünf bis zehn Mitarbeiter, so das Unternehmen. Während in Deutschland die Kreditgrenze derzeit bei 250 000 Euro liegt, liegt sie in der Schweiz bei 500 000 Franken.

Kommentar Seite 27

„
**ING Diba
schließt mit
der
Übernahme
von Lendico
eine
strategische
Lücke.**

Christopher Schmitz
Beratungsfirma EY