

Noch mehr Tempo aufnehmen: Deutsche Kreditbank AG (DKB) setzt mit neuer Konzernstrategie auf starkes Wachstum – umfangreiche Investitionen auf dem Weg zur TechBank geplant

- Zukunftsfähigkeit langfristig stärken: Zusätzliche Investitionen in Höhe von rund 400 Millionen Euro
- Digitalisierung beschleunigen: Technologie wird noch stärkerer Treiber in der Produkt- und Prozessentwicklung
- Kunden überzeugen und begeistern: Verdopplung der Kundenzahl auf 8 Millionen
- Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit: Mehr Differenzierung am Markt und Position als Nachhaltigkeits-Champion unter den großen Banken in Deutschland ausbauen

Berlin, 19. Dezember 2019 – Die Deutsche Kreditbank AG (DKB) investiert in den nächsten Jahren rund 400 Millionen Euro zusätzlich, um ihr Wachstum und die Transformation zur TechBank zu beschleunigen. Innerhalb der neuen Gesamtkonzernstrategie der Bayerischen Landesbank, die auf fünf Jahre ausgelegt ist, soll die DKB weiterhin ein wesentlicher Wachstumstreiber im Gesamtkonzern sein und ihre Marktposition in Deutschland deutlich ausbauen. Dabei setzt die DKB sich zum Ziel, ihre Kundenzahl zu verdoppeln und einhergehend in die dafür notwendigen Weiterentwicklungen auf Markt- und Organisationsebene zu investieren.

Stefan Unterlandstätter, CEO der DKB: „Wir wollen am deutschen Bankenmarkt zu den Gewinnern der digitalen Transformation gehören und müssen dafür jetzt weiter das Tempo erhöhen, um auch in Zukunft den Anforderungen unserer Kunden und des sich radikal wandelnden Marktes gerecht zu werden. Wir haben uns ambitionierte Ziele gesetzt und handeln wirtschaftlich aus einer Position der Stärke heraus. Ich freue mich, dass die Bayerische Landesbank dem gesamten DKB-Team ihr Vertrauen ausspricht und uns auf diesem Weg langfristig unterstützt. Damit bleiben wir weiterhin eine tragende Säule innerhalb des Gesamtkonzerns. Sowohl im Privat- als auch Geschäftskundenbereich investieren wir ab sofort noch stärker in das digitale Kunden- und Markenerlebnis, unsere Prozessqualität und die Agilität innerhalb unserer Organisation.“

Privatkundengeschäft – Wachstum durch skalierbare Produkte/Services und ein verbessertes digitales Kundenerlebnis

Im Privatkundengeschäft wird die DKB vor allem in ihre Kernprodukte investieren und auf Skalierbarkeit, Kundenorientierung sowie Automatisierung setzen. In den Produktbereichen Privatarlehen und der Baufinanzierung soll zum Beispiel der Antragsprozess deutlich vereinfacht und noch intensiver auf die Kundenbedürfnisse angepasst und digital beschleunigt werden. Auch das Wertpapiergeschäft soll ausgebaut, das nachhaltige Portfolio erweitert und der Broker-Prozess noch umfangreicher digitalisiert werden. In Kombination mit dem beliebten DKB-Konto, werden alle Produkte und Services durch die Investition in Technologie auf den Weg zur

TechBank einzahlen und noch attraktiver für DKB Kunden werden.

Mit gezielten Investitionen in das Mobile Banking sowie eine zukunftsorientierte IT, sollen die Kunden vor allem von einer modernen, flexiblen Nutzeroberfläche und einer intuitiven Benutzerführung in allen Produkt- und Servicebereichen profitieren. Hierbei bindet die DKB bereits heute Kundengruppen in die Entwicklungsphase mit ein und setzt auf einen Innovations-Dialog. Um den 24/7 Kundenservice der DKB auf sämtlichen Kanälen noch schneller und flexibler zu gestalten, wird auch das Kunden-Center analog zum angestrebten Wachstum fit für die Zukunft gemacht und vor allem im Bereich der Prozessqualität und Infrastruktur weiter verbessert.

Innovation und Open Banking: Kooperationen stärken und Technologiepartner schneller andocken

Die DKB setzt bereits seit vielen Jahren auf die Kooperation mit Fintechs bzw. Technologiepartnern. Um innovative Produkte für DKB-Kunden in Zukunft noch schneller verfügbar zu machen, wird eine zentrale technische Schnittstelle (API) für Services Dritter integriert, um das „andocken“ von Drittanbietern deutlich zu vereinfachen und Kunden einen klaren Mehrwert durch ein vielseitiges Produkterlebnis zu schaffen – ein klares Bekenntnis der DKB für Open Banking und ein Innovations-Ökosystem im Kontext der Wachstumsstrategie. Aktuell arbeitet die DKB mit führenden [Fintechs](#) zusammen und wird ihr Partnernetzwerk schrittweise je nach Kundenbedarf erweitern.

Geschäftskunden – Marktdurchdringung erhöhen und Kreditgeschäft digitaler gestalten

Für ein weiteres Wachstum soll die etablierte Beratungskompetenz an den aktuell 26 Standorten für Geschäftskunden in Deutschland mit innovativen digitalen Vertriebskanälen und neuen Produkten sowie einfacheren Prozessen kombiniert werden. Ziel ist es, noch mehr wettbewerbsfähige Angebote am Markt zu platzieren, das Marktpotential besser auszuschöpfen und die Geschwindigkeit im Kreditantragsprozess für bestehende und potentielle Geschäftskunden deutlich zu erhöhen. Auch hier kooperiert die DKB schon heute mit Fintechs, um im B2B-Geschäft frühzeitig relevante Technologien zu antizipieren. Ein Beispiel ist die Zusammenarbeit mit der digitalen Finanzierungsplattform [Loanboox](#) im Bereich der Kommunalfinanzierung oder der [digitale Betriebsvergleich für Landwirte](#).

Mit der Gründung von zehn neuen Standorten in den letzten drei Jahren und der Neustrukturierung der Vertriebsregionen hat die DKB und ihr Vertriebsteam einen wichtigen Grundstein für das weitere angestrebte Wachstum im Geschäftskundenbereich gelegt. Mit dem Standortnetzwerk in ganz Deutschland gibt es bereits eine enge Schnittstelle zu den Geschäftskunden aus unterschiedlichsten Zukunftsbranchen - wie u.a. Erneuerbare Energien, Energie und Versorgung, Ernährung/Landwirtschaft, Wohnen, Kommunen oder Bildung. Die Standorte sind ein wichtiger Anker für das zukünftige Vertriebsgeschäft der DKB, wo in Zukunft auf noch mehr Eigenvertrieb, strategische Vertriebspartnerschaften und eine Entlastung durch Digitalisierung in administrativen Prozessen gesetzt wird.

Sustainable Finance gewinnt stark an Bedeutung: Nachhaltiges Banking aus Überzeugung

„Als [#geldverbesserer](#) ist es unser Anspruch, die DKB am Markt noch stärker über das Thema Nachhaltigkeit zu differenzieren und damit auch neue Maßstäbe im Bereich Sustainable Finance zu setzen. Wir brauchen Lösungen für eine nachhaltig orientierte Wirtschaft und Gesellschaft – hier steigt die Nachfrage der Kunden kontinuierlich. In Kombination mit unserer Digitalisierungsoffensive betrachten wir Fortschritt als bewusstes unternehmerisches Handeln im Einklang mit einem smarten Technologieeinsatz“, betont Stefan Unterlandstätter.

Bereits heute ist die DKB der größte Finanzierer der erneuerbaren Energien in Deutschland und 78 Prozent der DKB-Kredite tragen signifikant zur Erreichung der globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen bei. Sowohl im Privat- als auch Geschäftskundenbereich soll der [#geldverbesserer](#) im Markenkern der DKB eine noch wesentlichere Rolle spielen und das nachhaltig ausgerichtete Geschäftsmodell der DKB in sämtlichen Kontaktpunkten mit dem Kunden in den Vordergrund rücken. Nachhaltigkeit ist einer der fünf Zukunftssektoren der Deutschen Wirtschaft und damit innerhalb der neuen Gesamtkonzernstrategie eine Haltung, für die die Marke DKB heute und in Zukunft steht.

Über die DKB

Die Deutsche Kreditbank AG (DKB) mit Hauptsitz in Berlin ist Teil der BayernLB-Gruppe und betreut mit ihren über 4.000 Mitarbeitenden Geschäfts- und Privatkunden. Die Bilanzsumme der DKB beläuft sich auf 80,1 Milliarden Euro, rund 84 Prozent davon setzt sie in Form von Krediten ein. Als Partner von Unternehmen und Kommunen hat sich die Bank frühzeitig auf zukunftssträchtige Branchen in Deutschland spezialisiert: Wohnen, Gesundheit, Pflege, Bildung, Landwirtschaft und Erneuerbare Energien. In vielen dieser Wirtschaftszweige gehört die DKB zu den Marktführern. Im Privatkundengeschäft ist die DKB die zweitgrößte Direktbank Deutschlands. Sie bietet ihren über 4,2 Millionen Privatkunden seit mehr als 15 Jahren die Möglichkeit, die täglichen Bankgeschäfte online abzuwickeln.

Folgen Sie unserem Presse-Account auf Twitter: www.twitter.com/dkb_press

www.DKB.de · [XING](#) · [LinkedIn](#) · [Facebook](#) · [Twitter](#) · [Instagram](#) · [YouTube](#)

Pressekontakt:

DKB AG

Tobias Campino-Spaeing
Leiter Pressestelle / Pressesprecher
Tel.: 030 120 30 81 3605
E-Mail: presse@dkb.de

Wenn Sie unseren Presseservice nicht mehr nutzen und keine Pressemitteilungen oder Unternehmensinformationen mehr erhalten möchten, kontaktieren Sie uns bitte, z. B. unter presse@dkb.de. Wir haben Ihre E-Mail-Adresse, Ihren Namen und ggf. Telefonnummer und Redaktion in unserem Presseverteiler gespeichert und verarbeiten diese Daten nur zum Zwecke Ihrer Information als Journalist/in. Unsere allgemeinen Informationen zum Datenschutz finden Sie [hier](#).