

Zum Privatkunden- und

Das Filialgeschäft der deutschen Großbanken, respektive das Privatkundengeschäft auf breiter wie gehobener Basis gilt derzeit als Manövergebiet. Zweigstellenstrukturierung, Segmentdefinitionen, Umstellung auf Direktverbindungen, Outsourcing – alles wird nicht nur diskutiert, sondern auch versucht.

Geringe Vergleichbarkeit

Seit nun die Bilanzdarbietungen nach IAS-Grundlinien die Segmentberichterstattung als einen wichtigen Bestandteil des Rechnungswerks ansehen, könnte man gerade auch für das so unterschiedlich gepflegte Feld „Privat- und Geschäftskunden“ wach-

sende Vergleichbarkeit und Transparenz vermuten.

Dem ist aber nicht so! Das beginnt schon bei den Zusammenfassungen. Deutsche Bank und HVB gliedern nach „Privat- und Geschäftskunden“, die Dresdner beschränkt sich auf „Privatkunden“, die Commerzbank addiert „Private Kunden und Immobilien“. Da ist nichts mehr vergleichbar, zumal auch noch innerhalb der Segmente unterschiedliche Abgrenzungen vorgenommen werden, beispielsweise zum Wertpapiergeschäft und Privaten.

Derartige Einschränkungen vorweg, bleiben nur einige Randnotizen. So sieht man zum Beispiel in der Übersicht der Deutschen

Bank, dass die Erträge des Segments im Jahr 1999 sehr deutlich langsamer gestiegen sind, als die des Konzerns insgesamt. Aber immerhin ist auch der Verwaltungsaufwand „Privater und Geschäftskunden“ weniger gewachsen als der des Gesamthauses. Und während das Ergebnis aus gewöhnlicher Geschäftstätigkeit bei der Deutschen 1998/99 in etwa gleich blieb, hat es sich im Segment halbiert.

Der Geschäftsbericht erinnert an die Ausgliederung von 6,8 Millionen Kunden, 17 500 Mitarbeitern und 43 Milliarden Euro Bilanzsumme in die Bank 24 am 01.09.1999. Bis Mitte 2001 werde die Retail-Tochter 250 Millionen Euro investieren.

Deutsche Bank: Neukundenzahl verdoppelt

Bis zum Jahresende 1999 konnten 100 000 und damit doppelt so viele Neukunden gewonnen werden wie im Vorjahr. Im Direct Brokerage habe die Deutsche Bank 24 die Kontenzahl in vier Monaten um ein Viertel gesteigert.

Ein Drittel der Neukunden sind Online-Kunden. Insgesamt werden im Retail-Geschäft 650 000 Online-Kunden gezählt.

Im Private Banking zählte das Mutterhaus zuletzt 330 000 Kunden, 2 000 Berater, 450 Center und 15 Prozent in Deutschland. 54 Prozent der befragten Klientel seien mit dem Start der „24“ sehr zufrieden gewesen, weniger zufrieden nur acht Prozent.

In München zeigen sich allein schon die operativen Erträge des Segments „Privat- und Geschäftskunden“ im Konzernbild sehr viel wichtiger als bei der Deutschen. Nahezu die

Hypovereinsbank: Bereich Privat- und Geschäftskunden

in Mill. 7	Privat- und Geschäftskunden	Konzern
Operative Erträge		
1999	3 172	7 413
1998	3 001	7 244
Kreditrisikovorsorge		
1999	245	2 472
1998	299	1 659
Verwaltungsaufwand		
1999	2 389	4 570
1998	2 349	4 324
Betriebsergebnis		
1999	538	371
1998	353	1 261
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit		
1999	519	1 048
1998	383	1 515
Ergebnis vor Steuern		
1999	519	754

Hälfte zum operativen Gesamtertrag steuert die zusammengefasste Zielgruppe bei. Das gilt allerdings auch für den Verwaltungsaufwand. Das HVB-Betriebsergebnis des Segments ist sogar höher als dasjenige der Gesamtbank, die noch Folgekosten der Fusion zu verbuchen hatte. Das Filialgeschäft im weiten Sinne hat also für die Bayern ohne Zweifel eine deutlich höhere Bedeutung als bei der Deutschen Bank – sie lebt zum guten Teil davon.

Hypovereinsbank: Jeder dritte Wertpapierauftrag telefonisch

Der Geschäftsbericht freut sich über Erfolge im Internet- und Online Banking, wo man 1999 konzernweit 350 000 Nutzer und 461 000 Konten registrierte.

Das sind 30 beziehungsweise 23 Prozent mehr als im Vorjahr. Das Telefonbanking wird von konzernweit 470 000 Kunden genutzt, davon 145 000 im Wertpapiergeschäft. Rund ein Drittel der Wertpapierorders wurde 1999 telefonisch erteilt.

Das Filialnetz wurde um 139 Standorte gestrafft. Seit dem Start der Fusion wurde das Zweigstellennetz in Deutschland damit um insgesamt rund 230 Vertriebsstellen reduziert. Dem Ziel, die Zahl der Standorte bis Ende 2000 um rund ein Viertel zu reduzieren, sei man damit bereits sehr nahe gekommen.

Im Zuge der Restrukturierung im Unternehmensbereich Firmenkunden sollen bis Mitte 2000 und 7 000 kleinere und mittlere Unternehmen auf den Bereich Privat- und Geschäftskunden übertragen werden. Um die betriebliche wie auch private Betreuung aus einer Hand zu gewährleisten und mit standardisierten Prozessabläufen die Effizienz zu erhöhen, soll dieser Geschäftsbereich künftig alle Freiberufler sowie Firmen mit einem Jahresumsatz bis zu 15 Millionen Euro betreuen. Die Zahl der betreuten Geschäftskunden ist mit 500 000 genannt. Die Belegschaft des Bereiches „PUG“ stieg von 16 740 (1998) auf 19 462.

Deutsche Bank: Bereich Privat-/Geschäftskunden 1999

in Mill. 7	Privat- und Geschäftskunden	Insgesamt Konzern
Erträge		
1999	4 807	21 856
1998	4 303	14 142
Risikovorsorge		
1999	-94	-616
1998	-142	-835
Verwaltungsaufwand		
1999	-4 082	-15 746
1998	-3 479	-10 121
Saldo der Sonstigen Erträge/Aufwendungen		
1999	-149	-523
1998	-106	846
darin: Abschreibung auf Goodwill		
1999	-45	-473
1998	-22	-176
Restrukturierungsaufwand		
1999	-281	-884
1998	0	0
Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit vor Steuern		
1999	201	4 087
1998	576	4 032
Kapital in Mill. 5		
1999	2 030	19 264
1998	2 169	15 943
RoE in % (ohne Goodwill-Abschreibung)		
1999	12	23
1998	28	26
RoE in % (inklusive Goodwill-Abschreibung)		
1999	10	21
1998	27	25
Wertbeitrag in Mill. 5		
1999	-59	1 669
1998	273	1 817
Aufwand/Ertrag-Relation in % (ohne Goodwill-Abschreibung)		
1999	87	74
1998	83	69
Aufwand/Ertrag-Relation in % (inklusive Goodwill-Abschreibung)		
1999	88	76
1998	84	70
Risikopositionen in Mill. 5		
31. 12. 1999	44 058	292 621
31. 12. 1998	37 863	254 192
Segmentvermögen in Mill. 5		
31. 12. 1999	69 170	763 180
Segmentverbindlichkeiten in Mill. 5		
31. 12. 1999	74 391	768 529

Dresdner Bank: Bereich Privatkundengeschäft 1999

Mill. 7	Privat- Kunden 1999	Konzern insgesamt 1999
Zinsüberschuss	1 557	4 007
Risikovorsorge im Kreditgeschäft	298	1 284
Zinsüberschuss nach Risikovorsorge	1 259	2 723
Provisionsberschuss	1 417	3 437
Handelsergebnis	43	1 274
Verwaltungsaufwand	2 404	6 528
davon: Laufende Abschreibungen auf Sachanlagen	232	544
Übrige Erträge	41	1 620
Übrige Aufwendungen	31	396
Gewinn vor Steuern	325	2 130
Veränderungen in %	+3,8%	+59,2%
Segmentvermögen	62 300	396 800
Segmentschulden	40 500	396 800
Risikoaktiva	44 300	188 600

Comerzbank seit Ende 1999 mit HBCI

Das von der Commerzbank gebildete Segment Private und Immobilien liefert etwa ein Drittel des Zinsüberschusses, verlangt etwas mehr als ein Drittel des Verwaltungsaufwandes und zeigt ebenfalls eine sehr viel höhere Aufwandsquote als die Gesamtbank. Der Geschäftsbericht zählt 2 793 300 Privatkunden, 803 400 Individualkunden sowie 1 200 000 Kundendepots auf. Die Direktbank-Tochter Comdirect führte Ende 1999 277 000 Kunden, davon 245 000 im Brokerage.

Bei der Mutter hat sich die Zahl der Internet-Kunden auf 150 000 mehr als verdoppelt. Zum Jahresende wurde der Sicherheitsstandard HBCI eingeführt.



nutzt.

Dresdner Bank: Teilbereich mit hoher Aufwandsquote

Bei der Dresdner, die das Segment wie gesagt auf „Privatkunden“ einengt, kommt der entsprechende Zinsüberschuss auf knapp 30 Prozent der Konzernzahl. Die Verwaltungskosten des Teilbereiches machen 37 Prozent des Gesamthauses aus. Die Cost-Income-Ratio des Segments ist folgerichtig um volle 13 Prozentpunkte höher als die der Dresdner insgesamt. Der Geschäftsbericht nennt für das Geschäftsfeld Privatkunden eine Basis von 5,9 Millionen, für die Vermögensberatung 550 000 und für Private Banking International 65 000 Kunden.

Die Zahl der Geschäftsstellen hat sich 1999 durch Zusammenlegungen um 53 auf 1358 verringert. Parallel seien die „ergänzenden Vertriebskanäle“ weiter ausgebaut worden. Die Zahl der telefonisch erteilten Wertpapieraufträge steigerte sich um 80 Prozent auf 735 000. Das im September 1999 gestartete Internethanking wird von 23 000 Kunden ge-

Commerzbank: Retailbanking 1999

Mill. 7	Private Kunden und Immobilien	Gesamt
Zinsüberschuss	1 024	3 207
Risikovorsorge im Kreditgeschäft	-150	-689
Zinsüberschuss nach Risikovorsorge	874	2 518
Provisionsberschuss	954	2 193
Handelsergebnis	0	592
Finanzanlageergebnis	0	595
Verwaltungsaufwendungen	1 672	4 476
Sonstiges betriebliches Ergbnis	54	-51
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit	210	1 371
Ertragsteuern	63	396
Ergebnis nach Steuern	147	975
Konzernfremden Gesellschaften zustehende Gewinne/Verluste	-1	-64
Jahresüberschuss	146	911
Steuerergebnis	146	911
Durchschnittlich gebundenes Eigenkapital	1 671	9 778