

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 Folgelasten 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 |