

Commerzbank im 21. Jahrhundert

CB 21

Februar 2001

COMMERZBANK 

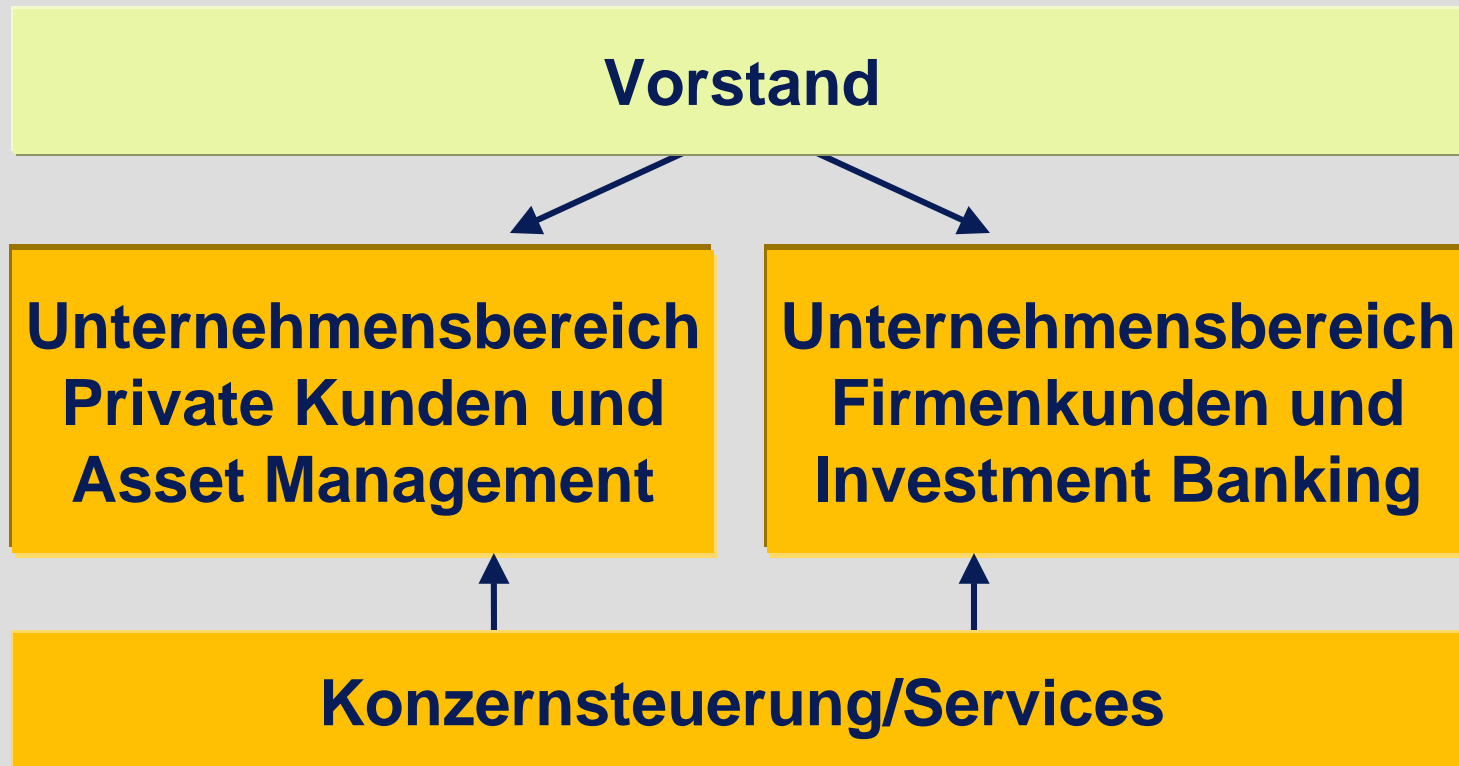
CB 21: Der Weg der Commerzbank zu Beginn des 21. Jahrhunderts

- ① Unsere Strategie: Fokussierung auf Kernkompetenzen
- ② Unsere Organisation: Zwei Säulen
- ③ Unser Maßnahmenkatalog: Teile formen das Ganze
- ④ Fazit: eine erfolgreiche Bank

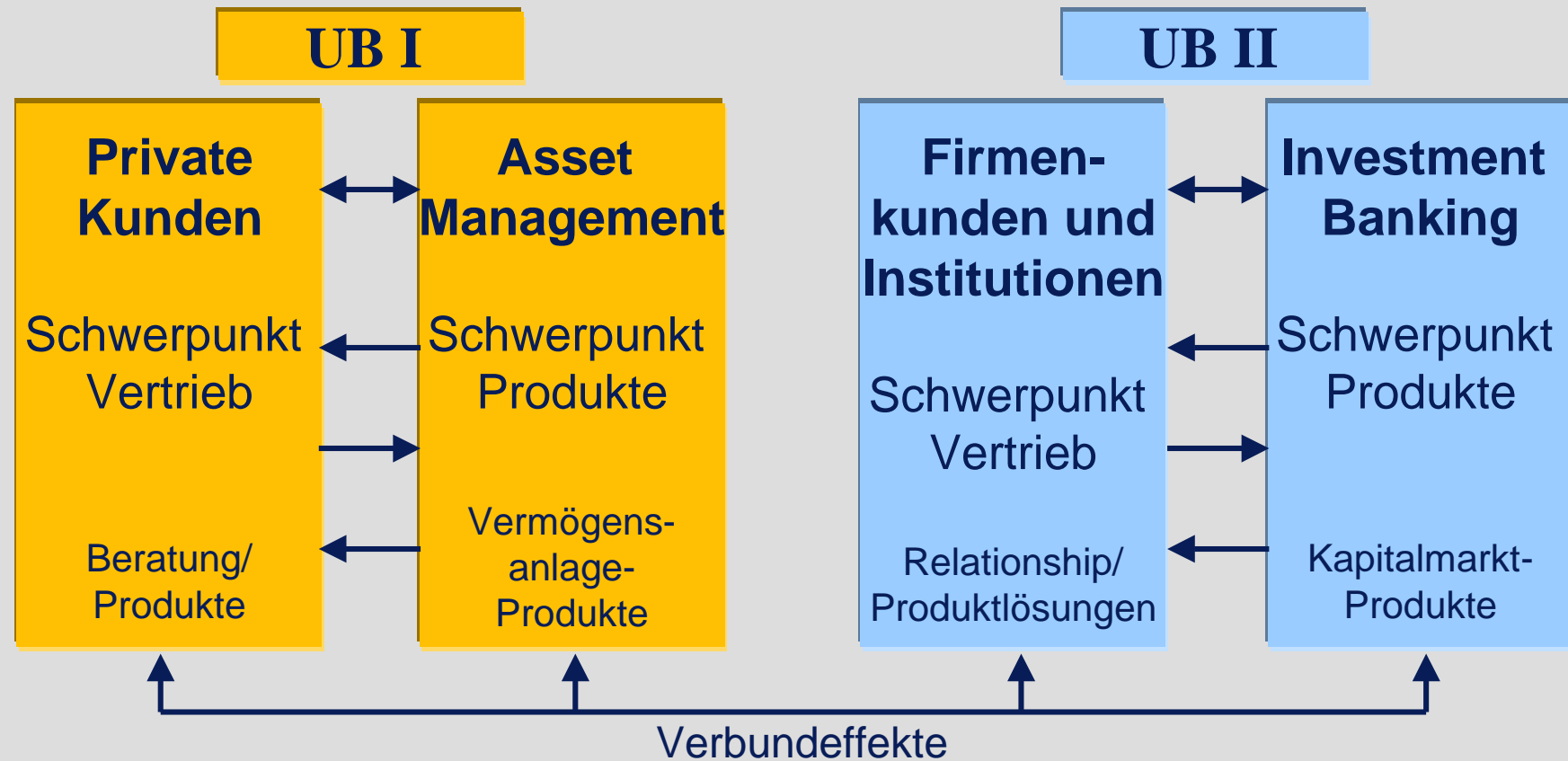
CB 21: Unsere Strategie

- Unser Ziel:
Marktorientierte Ausrichtung aller Geschäftsfelder; nachhaltige Steigerung der Rentabilität als Grundlage für die Erhöhung des Shareholder Value
- Unser Weg:
 1. Konzentration auf Kernkompetenzen, d.h. das, was wir am besten können
 2. Ausschöpfung der Geschäftspotenziale durch Kundennähe und Integration
 3. Erreichen der kritischen Größe in allen Teilmärkten
 4. Investitionen in neue Technologien, um Kundenwünsche zeitunabhängig, qualitativ hoch und kostengünstig zu erfüllen

CB 21: Unsere Organisationsstruktur



CB 21: Zwei Doppelsäulen aus Vertrieb und Produktion



CB 21: Unsere Maßnahmen

1. Strukturmaßnahmen im In- und Ausland
2. Projekte im UB I
3. Projekte im UB II
4. Sonstige Maßnahmen

CB 21: Strukturmaßnahmen im In- und Ausland

1. Kundennähe durch optimierte Zugangswege
2. Filialstruktur der Commerzbank AG gestrafft
3. Integrierte Investment Banking-Aktivitäten
4. Filialdichte in Europa bleibt erhalten
5. Bündelung der außereuropäischen Aktivitäten
6. Straffung bei sonstigen Auslandsfilialen und Bankbeteiligungen

CB 21: Kundennähe durch optimierte Zugangswege

Durch den Einsatz neuer Technologien (Virtuelle Filiale/WAP/Multi-Bank Handelsplattform/Firmenkunden-Direktbank) verbessern wir die Erreichbarkeit/Vertriebskraft der Bank.

Die verschiedenen Zugangswege werden von Kunden parallel und verstärkt genutzt.

- ▶ Unser Ziel:
Stetige Verbesserung der Beratungs- und Servicequalität sowie Erhöhung unserer Marktanteile bei steigender Vertriebskapazität
- ▶ Unsere Folgerung:
Damit alle Filialen dauerhaft erfolgreich sein können (Vertriebssicherheit, Potenzialausschöpfung, Spezialisierung) konzentrieren wir das inländische Filialnetz – vor allem in den Ballungsräumen – auf 781 Standorte bei Erhaltung der Präsenz in der Fläche.

CB 21: Filialstruktur der Commerzbank AG gestrafft

gegenwärtig: 933 Standorte

künftig: 781 Standorte²⁾



1) davon 26 Commerzbank-Shops

2) Firmenkunden werden an 204 Standorten betreut

CB 21: Integrierte Investment Banking Aktivitäten

- Die Commerzbank präsentiert sich im Bereich Firmenkunden und Investment Banking als voll integrierte Bank mit einem klaren Fokus auf Europa.
- In Bezug auf Produktexpertise soll unsere traditionell starke Position im Devisenhandel und der erfolgreiche Aufbau des Equity-Geschäfts ergänzt werden durch weiteren Ausbau der Fixed-Income-Aktivitäten und den Neuaufbau von M&A/Advisory-Kompetenz.
- Außerhalb Europas konzentrieren sich die Investment Banking-Aktivitäten auf New York und Tokio sowie auf ausgewählte Produktbereiche, in denen eine gezielte Präsenz an diesen Standorten zur Erfüllung des europäischen Anspruchs zwingend erforderlich ist (Research, Distribution, 24-Stunden-Handel) bzw. in denen die Commerzbank eine anerkannte Kompetenz in ausgewählten, klar definierten Produkten besitzt (Derivative und Retail Produkte).

CB 21: Filialdichte in Europa bleibt erhalten

Die einheitliche europäische Währung ermöglicht:

- ◆ Treasury zusammenzufassen
- ◆ Marktauftritt und Produktpalette zu vereinheitlichen
- ◆ Back Office-Funktionen zu zentralisieren
 - ➔ Fokussierung auf den Vertrieb

CB 21: Bündelung der außereuropäischen Aktivitäten

Regionalzentren in:

- **New York**
für Nordamerika
- **Singapur**
für Asien (*ex Japan*)

Kostensynergien durch Konzentration

- der Back Office-Funktionen
- der Support-Funktionen
- der Spezialisten-Funktionen

CB 21: Straffung bei sonstigen Auslandsfilialen und Bankbeteiligungen

- ▶ Aufgabe von Stützpunkten, die für uns als auf Europa fokussierte Bank strategisch nicht erforderlich sind
- ▶ Abbau strategisch nicht notwendiger Bankbeteiligungen

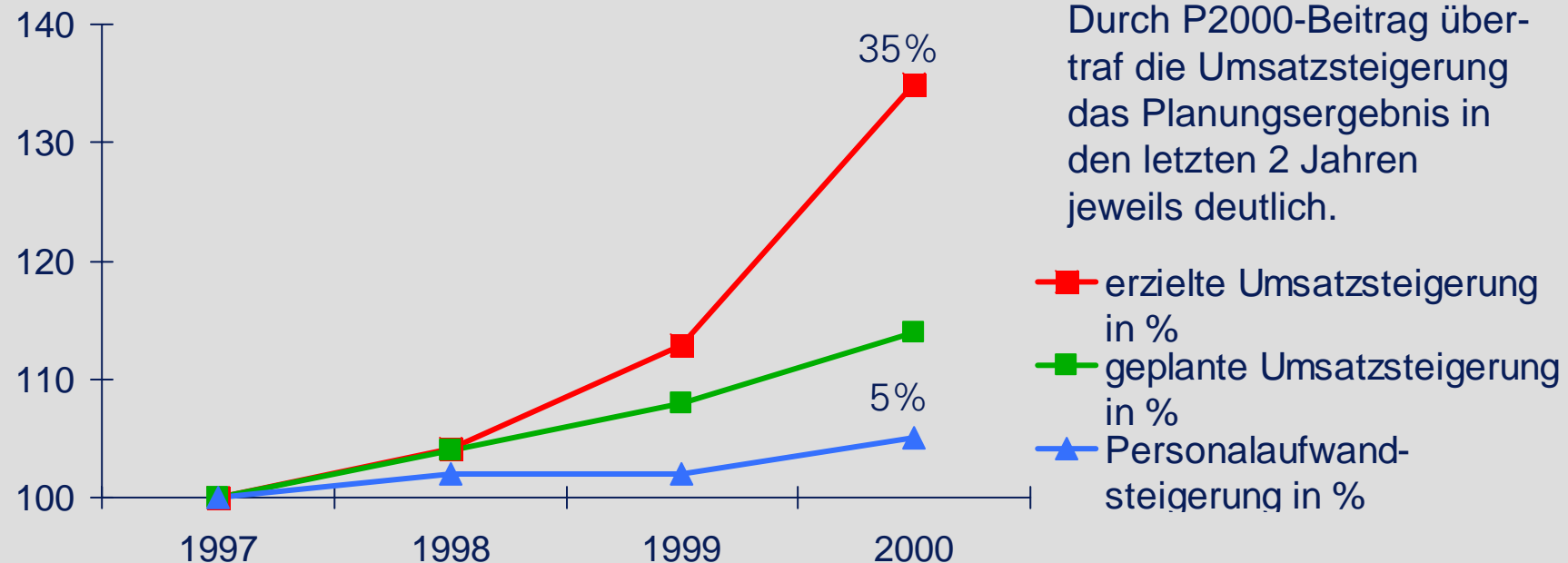
CB 21: Projekte im UB I

Private Kunden und Asset Management

- 1** Data-based Marketing als wesentlicher Erfolgsfaktor
- 2** Zusammenarbeit mit Generali: Allfinanz in neuer Dimension
- 3** Asset Management bleibt weltweit Wachstumssegment
- 4** Private Banking – ein Wachstumsfeld

CB 21: Data-based Marketing als wesentlicher Erfolgsfaktor

Nur die Commerzbank verfügt in Deutschland über einen voll integrierten und geschlossenen Marketing- und Vertriebskreislauf



Die positiven Erfahrungen aus dem Privatkundengeschäft (P2000) werden auf das Individualkundengeschäft (I-Plus) übertragen. Die Produktvielfalt wird gestrafft.

CB 21: Allfinanz in neuer Dimension

Gegenseitige Öffnung der Kundenbestände von Generali-Gruppe und Commerzbank

AMB hat 13,5 Millionen Versicherungskunden,
Commerzbank AG hat 3,7 Millionen Bankkunden

- Einrichtung von Banking Centern in Versicherungsagenturen
 - Einsatz von Versicherungs- und Bausparspezialisten in Commerzbank-Filialen
- ➔ Ziel: Eine Million neue Kunden

CB 21: Asset Management bleibt weltweit Wachstumssegment

- Übertragung der starken Position in Deutschland auf Europa. Aktuell im Fokus: Italien, Spanien, Tschechien, Polen. Kooperation mit comdirect und Akquisition von Vertriebspartnern
- Ziel ist europaweite Marktpräsenz mit bedeutenden Produktlinien; in den Kernmärkten (Ausnahme Deutschland) mindestens Platz 5 der ausländischen Gesellschaften
- Zielgerichtete Straffung und Bündelung entlang der Wertschöpfungskette zwischen allen Tochtergesellschaften und Kooperationspartnern
- In Asien verstärktes Cross-Selling; in den USA Akquisition einer Asset Management-Gesellschaft mit hoher Vertriebskapazität im Retailbereich
- Benchmarking bei der Cost/Income-Ratio. Ziel: weltweit unter den besten zehn Gesellschaften

CB 21: Private Banking – ein Wachstumsfeld

- **Im Inland:** Weiterer Ausbau der 20 Private Banking Center bei Leistungen rund um Wertpapieranlage und Immobilien (Produkte, Beratung, Verwaltung)
- **Weltweit:** International Private Banking wird zügig neu strukturiert und gestärkt.

Die Dienstleistungs- und Produktpalette wird erweitert.

CB 21: Projekte in UB II: Maßnahmenkatalog Firmenkunden und Investment Banking (a)

Multinationale Unternehmen (MNC) werden umfassend von Relationship Managern mit Branchen-Kompetenz betreut

Investment Banking-Research wird an den Vertriebs-erfordernissen im Firmenkundengeschäft ausgerichtet; Kreditabteilung und Relationship Management stellen sich nach Branchen auf.

CB 21: Projekte in UB II: Maßnahmenkatalog Firmenkunden und Investment Banking (b)

Gezielte Kundenansprache auf Investment Banking-Produkte unter Einbeziehung der Spezialistenteams

Entsprechend unserem Anspruch, in Deutschland die führende Bank für den erfolgreichen Mittelstand zu sein, bauen wir gleichzeitig in den Filialen gezielt den Vertrieb für Investment Banking- und Asset Management-Produkte aus

Wir entsprechen damit flächendeckend dem schnell wachsenden Bedarf an treasury- und kapitalmarktorientierten Produkten

▶ Ziel:

Erhöhung der Profitabilität durch bessere Ausnutzung des bestehenden Firmenkundenpotenzials und Neukundengewinnung

CB 21: Sonstige Maßnahmen

Kaufen-Halten-Verkaufen von Industriebeteiligungen bleibt eine Kernkompetenz der Commerzbank

Zusätzliche Ertrags- und Eigenkapitalpotenziale sehen wir in der Reduzierung des Beteiligungsportfolios (Industrie- und Finanzwerte)

Beteiligungen der Commerzbank (Ende 1999)

Buchwert: 4.055 Mio Euro

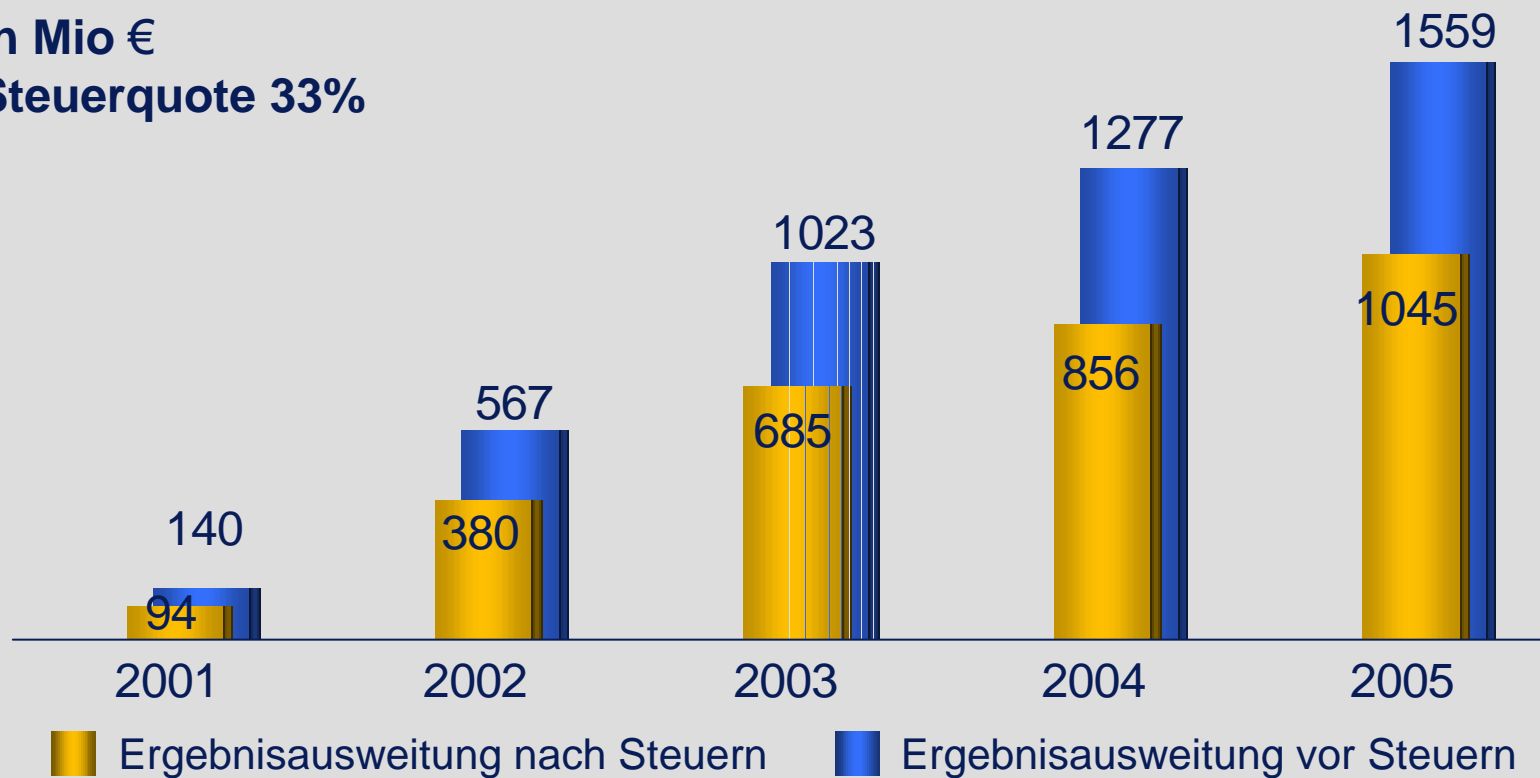
Marktwert: 5.434 Mio Euro

CB 21: Fazit

- ◆ Die Commerzbank befindet sich auf einem erfolgreichen Weg.
- ◆ Sie wird ihre Stellung als großer europäischer Finanzkonzern weiter festigen.
- ◆ Durch strikt kundenorientierte Ausrichtung bei gleichzeitiger Konzentration auf Kernkompetenzen und Beachtung der Skaleneffekte dienen wir den Interessen unserer Kunden, werden als Arbeitgeber geschätzt und erhöhen den Shareholder Value.
- ◆ Unser Ziel bleibt unverändert eine nachhaltige Eigenkapital-Rendite von mindestens 15% nach Steuern.

CB 21: Kalkulierte Ergebnisauswirkungen aus dem Gesamtprojekt

in Mio €
Steuerquote 33%





Commerzbank AG
Zentraler Stab Kommunikation
60261 Frankfurt am Main
IR@commerzbank.com
☎ +49-69-136 22255