

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Ertragslage der Banken: Die Kluft wird größer**

- **Geschäftsergebnisse 2017 zeigen große Unterschiede in der Profitabilität**
- **Gewinner sind Institute mit klarem Fokus und Kundenzentrierung**
- **Herausforderungen werden weiter wachsen**

**Frankfurt am Main, 8. März 2018. Die bisher veröffentlichten Geschäftsergebnisse 2017 zeigen deutliche Unterschiede in der Ertragslage. Nach einer ersten Analyse der auf Finanzdienstleister spezialisierten Managementberatung Investors Marketing schneiden insbesondere solche Banken gut ab, die einen klaren Kundenfokus haben und sich frühzeitig auf die Herausforderungen der Digitalisierung eingestellt haben. „Die Unterschiede in der Profitabilität werden sich in den nächsten Jahren eher verstärken“, sagt Dr. Oliver Mihm, der CEO von Investors Marketing (IM).**

Die bisher veröffentlichten Jahresergebnisse 2017 zeigen, welche Banken sich angesichts anhaltender Niedrigzinsen, zunehmender Regulierung und fortschreitender Digitalisierung behaupten konnten. „Erfolgreich sind vor allem die Banken, die Kundenzentrierung mit operativer Exzellenz verbinden und ihr Geschäftsmodell kontinuierlich weiterentwickeln“, so Oliver Mihm.

Mit einem erneuten Rekordergebnis in Höhe von 1,3 Milliarden Euro vor Steuern ist die Direktbank ING-DiBa voraussichtlich die profitabelste Bank Deutschlands 2017. Ihr erklärtes Ziel ist es, Erstbank ihrer inzwischen 9 Millionen Privatkunden zu werden. Dafür investiert die ING-DiBa weiterhin stark in die Verbesserung des Kundenerlebnisses und Digitalisierung. Gleichzeitig setzt sie auf der Kostenseite mit einer CIR von 44 Prozent den Maßstab. Zudem entwickelt sie ihr Geschäftsmodell kontinuierlich weiter, durch Kooperationen mit FinTechs und Lendico ebenso wie durch das kräftig wachsende Firmenkundengeschäft. Die anderen führenden Direktbanken, DKB, Consors, comdirect und Volkswagen Bank, liegen 2017 voraussichtlich annähernd auf Vorjahresniveau, jedoch weit hinter der ING-DiBa. So erwirtschaftete die Comdirect 2017 ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von 95 Millionen Euro.

Unter den Geschäftsbanken sticht erneut die TARGOBANK hervor. Das Ergebnis 2017 wird voraussichtlich ähnlich ausfallen wie das Rekordergebnis 2016 (516 Millionen Euro). 2017 wurden Kreditneugeschäft und Kreditvolumen kräftig gesteigert und das Einlagen- und Wertpapiergeschäft ausgebaut. Mit neuen Angeboten für Selbstständige und Geschäftskunden sowie dem von GE Capital übernommenen Leasing- und Factoring-Geschäfts entwickelt auch die TARGOBANK ihr Geschäftsmodell kontinuierlich weiter. Die Cost-Income-Ratio lag zuletzt bei schlanken 55 Prozent und soll weiter sinken.

Im Vergleich dazu fallen die Ergebnisse der Großbanken bescheiden aus. Am besten schnitt 2017 die HypoVereinsbank ab, die ihr Ergebnis vor Steuern in Deutschland auf 656 Millionen Euro gut verdreifachte. Commerzbank und Deutsche Bank lagen im Privat- und Firmenkundengeschäft unter dem

Vorjahr. Statt auf Markt und Kunden liegt der Fokus hier derzeit eher auf internen Umstrukturierungen.

Die Sparkassen haben dagegen auf die herausfordernden Rahmenbedingungen schnell und konsequent reagiert. Sie konnten ihr Jahresergebnis 2017 um 7 Prozent auf 2,2 Milliarden Euro steigern. Verlusten im Zinsgeschäft standen kräftige Zuwächse im Provisionsgeschäft gegenüber. Hierzu trugen nicht nur Preisanpassungen im Zahlungsverkehr, sondern auch ein deutlicher Ausbau des Wertpapiergeschäfts bei. Dazu Dr. Oliver Mihm: „Kunden sind durchaus bereit, für Bankleistungen zu bezahlen, wenn sie einerseits den Mehrwert für sich erkennen und andererseits die Möglichkeit haben, zwischen verschiedenen Varianten zu wählen.“ Auch auf der Kostenseite konnten die Sparkassen durch Personalabbau und Filialschließungen Fortschritte machen. Die erforderlichen Investitionen in die Digitalisierung stellen die Gruppe allerdings weiterhin vor große Herausforderungen.

Aus dem genossenschaftlichen Lager liegen vorerst nur einzelne Ergebnisse aus den größeren Häusern vor. Die Dortmunder Volksbank, die Volksbank Mittelhessen, die Stuttgarter Volksbank und die Hannoversche Volksbank vermelden alle Ergebnisse leicht über dem Niveau des Vorjahrs. Auch sie haben Kreditgeschäft und Provisionsüberschuss gesteigert und Kosten gesenkt. Die Dortmunder Volksbank will ihren Mitgliedern vier Prozent, die Volksbank Mittelhessen sogar 5,5 Prozent Dividende zahlen.

Oliver Mihm dazu: „Die Herausforderungen werden in den nächsten Jahren nicht kleiner werden. Die Institute müssen sich noch intensiver um starke Kundenbeziehungen, konsequente Digitalisierung und effiziente Prozesse kümmern. Das sind die Anforderungen, um zukünftig zu den profitablen Banken im deutschen Markt zu gehören.“

### ***Über Investors Marketing Management Consultants***

*Investors Marketing ist die erste und einzige Managementberatung für Finanzdienstleister mit einem zu 100 Prozent kundenzentrierten Beratungsansatz. Wachstums- und Ertragsstrategien, aber auch Kosten- und Effizienzstrategien entwickelt Investors Marketing immer aus Sicht der relevanten Zielgruppe – des Kunden. Der besondere Beratungsansatz und die ausschließliche Fokussierung auf den Finanzdienstleistungsmarkt haben Investors Marketing zur ersten Wahl in mehr als 500 erfolgreich umgesetzten Projekten gemacht. Zu den Klienten zählen national und international führende Banken, Sparkassen, Versicherungen, Fondsgesellschaften, Bausparkassen und FinTechs.*

Für weitere Informationen sowie Rückfragen wenden Sie sich bitte an

Investors Marketing AG  
Management Consultants  
Thomas Lubert  
An der Welle 3  
60322 Frankfurt am Main  
Telefon: +49 (0)69-963158-0  
Mobil: 0171/8311216  
E-Mail: [tl-beratung@t-online.de](mailto:tl-beratung@t-online.de)