

Pressemitteilung

Frankfurt, 22. Juni 2006

Dresdner Bank mit integriertem Geschäftsmodell

Die Dresdner-Bank-Gruppe integriert ihre Geschäftseinheiten stärker und schafft klar differenzierte Unternehmensbereiche für Privat- und Firmenkunden, Investment Banking sowie Business Services. Damit strebt sie einen nachhaltigen Ergebnisbeitrag an, mit dem sie die Weichen für das Erreichen der Zielrendite von zwölf Prozent nach Steuern im Jahr 2008 stellt. „Mit unserem neuen Geschäftsmodell wollen wir wachstumsstärker und kostengünstiger werden“, erläutert Herbert Walter, Vorstandsvorsitzender der Dresdner Bank.

2008 erwartet die Dresdner Bank Synergieeffekte in Höhe von insgesamt 600 Mio. Euro, davon rund 350 Mio. Euro aus Erträgen und rund 250 Mio. Euro aus Kosten. Bei ihrer Marktoffensive plant die Bank, das Cross-Selling durch ein besseres Verbinden der Bereiche zu stärken. Sie fokussiert insbesondere darauf,

- durch volle Konzentration der Kundenberater im Privatkundengeschäft auf den Vertrieb dynamisch zu wachsen,
- das Mittelstandsgeschäft zu bündeln und die starke Position als Nummer zwei im Markt für eine neue Offensive zu nutzen,
- die Wachstumspotenziale aus dem zusammengeführten Angebot für Konzerne und Institutionelle voll auszuschöpfen
- und das Kapitalmarktgeschäft der Bank wieder zu einem Wachstumsmotor zu entwickeln.

Zusätzlich will die Dresdner Bank ihren nachhaltigen Erfolg durch eine Vereinfachung der Hierarchien, Strukturen und Prozesse sichern. Mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket sollen die Qualität für die Kunden verbessert und die Kosten in der Verwaltung gesenkt werden. Bis 2008 sollen 2.480 Stellen eingespart werden – davon je hälftig

- in der Geschäftsabwicklung und in der Kreditbearbeitung
- und in zentralen sowie regionalen Steuerungsfunktionen.

In der Dresdner Bank AG sind 1.980 Stellen betroffen, bei in- und ausländischen Tochtergesellschaften 500 Stellen. Der Restrukturierungsaufwand beträgt bis zu 400 Mio. Euro.

„Um in unserem wettbewerbsintensiven Geschäft zukunftsfähig zu bleiben, wollen wir mit dem Stellenabbau bis 2008 die Kostenbasis per saldo stabil halten und bei den Erträgen über Markt wachsen“, so Vorstandschef Walter. „Die forcierte Integration der Geschäftseinheiten wird den Kundenfokus schärfen und die Zusammenarbeit innerhalb der Dresdner Bank deutlich fördern. Damit stärken wir unsere Position als führende Privat- und Firmenkundenbank in Deutschland mit erfolgreichem europäischen Kapitalmarktgeschäft.“

Dresdner Bank forciert Beratung und Vertriebsstärke bei Privatkunden

Um die hohe Beratungskompetenz der Bank weiter zu forcieren, wird im neuen Geschäftsmodell der Vertrieb gestärkt. In zwei Jahren sollen die Filialmitarbeiter im Privatkundengeschäft 60 bis 70 Prozent (heute 50 Prozent) ihrer Arbeitszeit unmittelbar für Kundenberatung und Service einsetzen. Dazu werden die Kundenbetreuer vor Ort zunehmend von administrativen Tätigkeiten, zum Beispiel in der Bearbeitung von Krediten und sonstigen Geschäftsprozessen, entlastet. Diese werden gestrafft und in Service-Centers überregional noch stärker gebündelt.

Mit der Beratungs- und Vertriebsoffensive will die Dresdner Bank ihren Kundenmarktanteil bis 2008 auf zehn Prozent steigern. Das entspricht 6,5 Mio. Kunden. Im Jahr 2006 sollen weitere 300.000 Neukunden über den Allianz Vertrieb gewonnen werden.

Im breiten Privatkundengeschäft (Personal Banking) ist die Einführung weiterer einfacher und preisattraktiver Bankprodukte geplant. Nach dem Dresdner FlexiGeld und dem im Frühjahr eingeführten Null-Euro-Konto hat die Bank aktuell ein ausgesprochen attraktives Baufinanzierungsangebot zu 4,24 Prozent für zehn Jahre auf den Markt gebracht.

Im Private Banking sollen die Standorte von jetzt 120 auf rund 400 gesteigert werden. „Wir wollen die Nummer eins im Private Banking in Deutschland werden“, unterstreicht Herbert Walter.

Im Private Wealth Management für besonders vermögende Kunden und ihre Familien werden zusätzliche Standorte im In- und Ausland eröffnet. Noch in diesem Jahr kommen neue Offices u. a. in Monaco, Singapur und Großbritannien hinzu.

Die Beraterbank geht beim Mittelstand in die Offensive

Die Dresdner Bank wird künftig an rund 400 Standorten (bisher 120) mittelständische Geschäfts- und Firmenkunden beraten und geht damit im Wettbewerb um den Mittelstand in die Offensive. Zusätzliche Wachstumsimpulse verspricht sich die Dresdner Bank durch ihren ganzheitlichen Beratungsansatz, der private und geschäftliche Kundeninteressen zusammenführt. Die bislang in zwei Unternehmensbereichen betreuten Kunden werden künftig im neu aufgestellten Unternehmensbereich Privat- und Firmenkunden aus einer Hand schnell, flexibel und bedarfsorientiert beraten. Damit will die Dresdner Bank, die derzeit mit mehr als 250.000 Mittelstandskunden Nummer zwei im Wettbewerb ist, ihre Position ausbauen. Die mittelständischen Geschäfts- und Firmenkunden erhalten durch die gesteigerte Flächenpräsenz und die Verzahnung mit der Kapitalmarkt- und Versicherungskompetenz in der Gruppe

einen echten Mehrwert – mehr Produkte und bessere Beratung. „Mit unserem integrierten Beratungsansatz sind wir im Wettbewerb um den Kunden bereits gut aufgestellt“, so Vorstandschef Walter. „Wir werden diese Erfolgsstory jetzt auf das gesamte Mittelstandsangebot ausweiten.“

Konzerne und Institutionelle aus einer Hand betreut

Ein weiterer Wachstumshebel im Gesamtprogramm ist die Integration des Investment Banking in die Dresdner Bank. Das gibt der Bank eine kundenfokussierte Aufstellung. Hier werden künftig kapitalmarktaffine deutsche und internationale Konzerne sowie Institutionen aus einer Hand betreut. Das integrierte Angebot soll dazu beitragen, die Stärke der Dresdner Bank bei strukturierten Produkten und Finanzierungen zu nutzen, um Kundenpotenziale zu heben. Die Kundenbetreuung wird dabei vor allem nach Branchen ausgerichtet. Dies verbessert den strategischen Dialog mit dem Kunden und erlaubt maßgeschneiderte Lösungen. Ein entscheidender Impuls für Wachstum kommt darüber hinaus aus der Schaffung einer einzigen Kreditplattform für Konzerne und Institutionelle sowie aus der Modernisierung des Kreditgeschäfts in Richtung eines aktiven Kreditportfolio-Managements.

Konzernweite Produktschmiede für das Kapitalmarktgeschäft

Die Kapitalmarktaktivitäten sollen wieder zu einem Wachstumsmotor der Bank entwickelt werden. Die nicht zufrieden stellende Ausgangslage bei Dresdner Kleinwort Wasserstein (DrKW) mit einer Cost-Income-Ratio von mehr als 90 Prozent im Jahr 2005 wird durch eine Fokussierung auf Kernkompetenzfelder sowie eine klare Ausrichtung auf das Kundengeschäft verbessert. Beispiele: die Erweiterung des Angebots an strukturierten Produkten sowie die Zusammenlegung von Währungs- und Zinsprodukten. Das Kapitalmarktgeschäft spielt darüber hinaus eine zentrale Rolle als Produktschmiede für die Gesamtbank, u. a. mit strukturierten Anlageprodukten für private Investoren sowie Risikoabsicherungsinstrumenten für den Mittelstand und für Konzerne. „Im Kapitalmarktgeschäft gehen wir wieder in die

Offensive. Mit unserem neuen Geschäftsmodell verzahnen wir unsere Kapitalmarktkompetenz noch besser mit den Kundenbereichen“, so Herbert Walter.

Schlanke Strukturen und Prozesse bringen weitere Effizienzen

Die Dresdner Bank arbeitet weiter konsequent an ihrer Effizienz. Sie baut Redundanzen ab und verringert Komplexität. So werden u. a. die Geschäftsverarbeitung sowie interne Dienstleistungen in einem neuen Unternehmensbereich Business Services gebündelt. Dadurch wird höchste Qualität geboten. Durch die Standardisierung und Automatisierung von Prozessen sowie die Optimierung der IT-Infrastruktur kann hier ein hohes Maß an Kostensynergien gehoben werden. Vorteile für die Kunden: Sie profitieren von günstigen Produkten einer schnellen Bank. Zusätzlich vereinfachen diese Strukturen die tägliche Zusammenarbeit mit den Verwaltungsstandorten der Allianz.

Neues Geschäftsmodell erhöht Schlagkraft

Die Unternehmensbereiche werden neu aufgestellt. Private & Corporate Clients und Investment Banking konzentrieren sich künftig voll auf den Kunden, während der Unternehmensbereich Business Services die notwendigen Dienstleistungen und die Abwicklung anbietet. Im Unternehmensbereich Private & Corporate Clients werden Privatkunden, besonders vermögende Kunden und Mittelstandskunden aus einer Hand betreut. Mit diesen Kunden wurden in 2005 etwa 3,5 Mrd. Euro Erträge erwirtschaftet. Der Unternehmensbereich Investment Banking wird künftig unter dem Namen Dresdner Kleinwort geführt. Er untergliedert sich in die Einheiten Global Banking und Capital Markets. In 2005 wurden Erträge in Höhe von ca. 2,6 Mrd. Euro erzielt.

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir hierin Prognosen oder Erwartungen äußern oder unsere Aussagen die Zukunft betreffen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und

Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen ergeben sich eventuell Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Kerngeschäftsfeldern und -märkten, und aus Restrukturierungsmaßnahmen. Abweichungen können ferner aus dem Ausfall von Kreditnehmern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können einen Einfluss ausüben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen.

Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, die hierin enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.