

24.01.2013 - 20:50 Uhr

Nur Verlierer, Kommentar zur Commerzbank von Stefanie Schulte

Frankfurt (ots) -

Die Mitarbeiter sind schockiert, und die Aktionäre jubeln. So läuft es häufig, wenn Unternehmen einen Kahlschlag ankündigen - doch nicht im Fall der Commerzbank. Nachdem bekannt geworden ist, dass bis 2016 konzernweit 4000 bis 6000 Stellen wegfallen sollen, bricht der Aktienkurs um fast 3% ein. Auch wenn die Notierung später klar im Plus schließt, wird deutlich: Der Befreiungsschlag ist das nicht. Womöglich hätte die Bank ihre Investoren kurzfristig mehr überzeugt, wenn sie in rascherem Tempo mehr Stellen gestrichen hätte. Schon nach der Übernahme der Dresdner Bank 2008 hat sie rund 9000 Jobs abgebaut. Die jetzige relative Zurückhaltung mag damit zusammenhängen, dass der Staat ein Viertel der Anteile hält. Gemäß der Ankündigung dürften pro Jahr rund 3% der Stellen entfallen; das könnte zum Teil durch normale Fluktuation realisiert werden. Offenbar hofft man, damit die Mitarbeiter, die schon durch frühere Kahlschläge und Strategieschwenks schwer verunsichert worden sind, nicht noch weiter zu traumatisieren.

Fest steht jedoch: Wenn das Geschäftsmodell zu wünschen übrig lässt, helfen weder vorsichtige noch aggressive Sparmaßnahmen. Aus einst lukrativen, inzwischen aber verlustreichen Aktivitäten wie der Schiffsfinanzierung steigt die Commerzbank aus. Im Mittelstandsgeschäft kämpft sie gegen die dort gut etablierten Sparkassen und Genossenschaftsbanken, aber auch andere große Institute, die diesen Kundenkreis mangels Alternativen für sich entdeckt haben.

Im Privatkundengeschäft schließlich - wo ein Großteil des Stellenabbaus stattfinden dürfte - leidet die Commerzbank unter dem Imageverlust der vergangenen Jahre, unter stark geschwächter Mitarbeitermotivation und dem aktuellen Niedrigzinsniveau. Wenn man Kundeneinlagen fast nirgends mehr renditebringend anlegen kann, hilft es wenig, wenn diese auf Girokonten ruhen und mit 0% verzinst werden.

Auch den Trend zum Online- und Direktbanking haben andere Institute bislang besser genutzt. Bei der Commerzbank profitiert zwar der Onlinebroker Comdirect, doch mit dem Geschäft der Filialen ist dieser kaum verzahnt. Bisher hat die Commerzbank wenige überzeugende Argumente dafür geliefert, wie sie im Privatkundengeschäft nach solchen Versäumnissen binnen vier Jahren 1 Million neuer Kunden gewinnen und mit diesen Geld verdienen will.

Solange die Bank nicht beweist, dass sie all diese Probleme lösen kann, werden die Mitarbeiter verlieren und die Aktionäre kaum gewinnen - so wie gestern.

Kontakt:

Börsen-Zeitung
Redaktion

Telefon: 069--2732-0
www.boersen-zeitung.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014783/100731783> abgerufen werden.