

06.08.2013 – 09:10 Uhr

Erstmalige Veröffentlichung des Corporate-Banking-Index von Bain & Company / Erträge und Gewinne der Banken im Firmenkundengeschäft auf Rekordniveau

München/Zürich (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -
- Erträge liegen 53 Prozent über dem Niveau des Vorkrisenjahrs 2007
- Profitabilität stieg im gleichen Zeitraum um 46 Prozent
- Von Kreditklemme keine Spur: Kreditvolumen knapp 20 Prozent höher als 2007
- Aktuelle Risikofaktoren: Schwache Konjunktur und verschärfter Wettbewerb
- Zehn Erfolgsfaktoren ermöglichen Finanzinstituten, gegenzusteuern und im Kampf um den Mittelstand zu punkten

Trotz anhaltender Eurokrise und verschärfter Regulierung erwirtschaften die Banken im Firmenkundengeschäft in Deutschland höhere Erträge und Gewinne als vor Ausbruch der globalen Finanzkrise. Der neu entwickelte Corporate-Banking-Index der internationalen Managementberatung Bain & Company gibt einen Überblick über Ertrags- und Profitabilitätsstreiber und erklärt, warum immer mehr Banken dieses Geschäftsfeld ausbauen wollen. Der verschärfte Wettbewerb und Möglichkeiten zur Differenzierung sind ein zentrales Thema der neuen Bain-Studie "Corporate-Banking: Der Kampf um den Mittelstand".

Das Gros der Finanzinstitute in Deutschland setzt mehr denn je auf das Firmenkundengeschäft. Die Großbanken drängen zunehmend in den Mittelstand, wo sich auch die Landesbanken neues Geschäft erhoffen. Sie stoßen dort auf die Konkurrenz von Sparkassen und Genossenschaftsbanken, die sich aus ihrer starken Stellung in der Region heraus traditionell als Partner des Mittelstands positionieren. Und auch ausländische Finanzinstitute buhlen um die Gunst der Firmenkunden und locken das Rückgrat der deutschen Exportwirtschaft mit ihrer internationalen Vernetzung.

Der Kampf um einen Markt von über 25 Milliarden Euro

Die neue Bain-Studie "Corporate-Banking: Der Kampf um den Mittelstand" analysiert den deutschen Corporate-Banking-Markt und verdeutlicht dessen Attraktivität. 2012 beliefen sich die Erträge auf 25,3 Milliarden Euro und lagen damit weit über dem Vorkrisenniveau des Jahres 2007. Das Wachstum in diesem Markt und dessen Profitabilität misst Bain mit einem neuen Index, dem Bain-Corporate-Banking-Index. In der zweiten Jahreshälfte 2012 lagen Ertrag und Profitabilität 53 und 46 Prozentpunkte über dem Stand von Anfang 2007 (vgl. Abb. 1). Der wesentliche Grund für die hohe Profitabilität ist die seit 2010 deutlich rückläufige Kreditrisikovorsorge. Sie lag Ende 2012 nicht einmal bei 20 Prozent der Spitzenwerte im Rezessionsjahr 2009 (vgl. Abb. 2). Doch auch die bemerkenswerte Kostendisziplin der Banken und eine in der Folge rückläufige Cost-Income-Ratio von zuletzt durchschnittlich 39 Prozent gegenüber 44 Prozent Anfang 2007 haben die Ergebnisse verbessert. "Das Firmenkundengeschäft in Deutschland besitzt auch nach der Krise attraktive Ertragspotenziale und eine interessante Profitabilität", fasst Walter Sinn, Partner bei Bain & Company und Leiter der Banking-Praxisgruppe im deutschsprachigen Raum, zusammen. "Eine Eigenkapitalrendite von 20 Prozent vor Steuern konnten 2012 nicht viele Geschäftsfelder im Banking erzielen."

Die Bain-Analyse deckt aber auch Schwächen und kritische Faktoren auf. So stieg der Anteil des Zinsüberschusses an den Erträgen seit 2007 um vier Prozentpunkte auf 76 Prozent. Der Kredit ist und bleibt das Ankerprodukt bei Firmenkunden. Mit mehr als einer Billion Euro erreichten die Kreditengagements in Deutschland zuletzt Höchststände. "Der Anteil des Provisionsüberschusses an den Erträgen sinkt seit 2007", nennt Bain-Partner Walter Sinn die Kehrseite dieser Entwicklung. "Die Bemühungen der Banken, das Cross-Selling anzukurbeln und Firmenkunden aus dem Kreditgeschäft heraus weiterzuentwickeln, laufen bislang häufig ins Leere. Zudem belastet die Finanzinstitute die Forderung der Regulierer, Kredite mit mehr Eigenkapital zu hinterlegen."

Verschärfter Wettbewerb führt zu Margendruck

Im laufenden Jahr erschweren zwei Risikofaktoren das Corporate-Banking und belasten die Profitabilität: der

wachsende Wettbewerb und die schwache Konjunktur im Euroraum. Die Quartalszahlen der Banken im deutschen Markt zeigen bereits erste Indikationen für eine steigende Kreditrisikovorsorge. Die entscheidende Herausforderung ist jedoch der verschärfte Wettbewerb. Denn dieser setzt nicht nur die Margen unter Druck, sondern birgt auch die Gefahr, dass sich die Portfolioqualität offensiv agierender Häuser verschlechtert. Bain nennt in der Studie zehn Erfolgsfaktoren, die es möglich machen, diese Herausforderung zu meistern und den Kampf um den Mittelstand zu gewinnen:

1. Kundenvertrauen (wieder)gewinnen, Kundenfokus leben
2. Risiko- und Portfoliomanagement konsequent betreiben
3. Cross-Selling erweitern und Vertrieb systematischer steuern
4. Transaction-Banking ausbauen
5. Finanzierungslösungen 2.0 anbieten
6. Unternehmer integriert betreuen
7. Unternehmen international begleiten
8. Verstärkte Regulierung als Chance nutzen
9. Digitalisierung vorantreiben
10. Qualität der Firmenkundenbetreuer stärken

Konsequente Kundenorientierung eröffnet neue Chancen

Für den Co-Autor der Studie, Bain-Partner Dr. Jan-Alexander Huber, ist klar: "Je stärker die Banken ihr Angebot an den Bedürfnissen der Unternehmen ausrichten und ihren Service ausbauen, desto besser können sie sich vom Wettbewerb abheben und ihre Firmenkunden dauerhaft binden." Seiner Überzeugung nach brauchen Banken im Kampf um den Mittelstand eine schlüssige Strategie entlang der genannten Erfolgsfaktoren und Konsequenz in der Umsetzung. "Vielen Bankvorständen ist die Herausforderung durchaus bewusst", so Huber. "Doch ein maximaler Kundenfokus erfordert einen weitreichenden Umbau bestehender Strukturen. Und den scheuen viele Finanzinstitute noch."

Dabei eröffnet zügiges Handeln den Banken erhebliche Wachstumschancen in einem attraktiven Markt. "Der Kampf um den Mittelstand geht in die entscheidende Phase", betont Walter Sinn. "Der Erfolg im Firmenkundengeschäft ist ein Schlüssel für die Entwicklung eines nachhaltigen und profitablen Geschäftsmodells für Banken in Deutschland."

Der Bain-Corporate-Banking-Index auf einen Blick

Der neue, halbjährlich erhobene Bain-Corporate-Banking-Index basiert auf veröffentlichten Daten führender deutscher Banken. Das Panel deckt rund die Hälfte der Bilanzsumme der 100 größten in Deutschland tätigen Häuser ab und konzentriert sich auf Finanzinstitute mit einem Schwerpunkt im Corporate-Banking und einer entsprechenden Segmentberichterstattung. Bei der erstmaligen Erstellung erfasste Bain für die Jahre 2007 bis 2012 zahlreiche Rohdaten jeder einzelnen Bank, darunter die Erträge (Zins- und Provisionsüberschuss), die Kostenstruktur (Verwaltungsaufwand), die Kreditrisikovorsorge, die Profitabilität (Ergebnis vor Steuern), das Eigenkapital und das Kreditvolumen. Die Wahl des Ausgangsjahrs 2007 ermöglicht Vergleiche zwischen dem letzten Jahr vor Ausbruch der globalen Finanzkrise und der aktuellen Situation.

Sämtliche Rohdaten untersuchten die Bain-Experten auf Einmaleffekte, die sich beispielsweise aus Übernahmen oder Änderungen im Reporting ergeben, und bereinigten die Datenreihen entsprechend. Danach erfolgte eine Aggregation der Daten pro Bank, bevor sie mit einem Gewicht von maximal 20 Prozent in den Gesamtindex einfließen. Diese Limitierung des Einflusses einzelner Banken stellt sicher, dass Sonderentwicklungen großer Finanzinstitute nicht die Darstellung des Index im Zeitverlauf verzerren. Vor Veröffentlichung wurden die Daten Robustheitschecks anhand vorhandener Studien und weitergehenden Analysen von Bain unterzogen und zum Teil um weitere Datenpunkte ergänzt.

Bain veröffentlicht den Corporate-Banking-Index in zwei Ausprägungen: den Bain-Corporate-Banking-Ertragsindex (CBE) und den Bain-Corporate-Banking-Profitabilitätsindex (CBP). Beide geben im Zeitverlauf einen hervorragenden Überblick über die Geschäftsentwicklung im Corporate-Banking und lassen sich als Benchmark für jedes einzelne Finanzinstitut nutzen. Nach der Erstveröffentlichung im Rahmen dieser Studie plant Bain, den CBE und den CBP zweimal jährlich zu veröffentlichen und so allen Marktteilnehmern eine Orientierung in einem der attraktivsten und zugleich am härtesten umkämpften Geschäftsfelder zu bieten - dem Corporate-Banking.

Über die Studie

Die Studie "Corporate-Banking: Kampf um den Mittelstand" basiert auf der Projekterfahrung und langjährigen Expertise von Bain & Company im Finanzsektor sowie einer umfassenden Analyse des Firmenkundengeschäfts relevanter Banken in Deutschland im Frühjahr 2013. Aus dieser Analyse heraus entstand der Bain-Corporate-

Banking-Index. Die Studie nutzt darüber hinaus Erkenntnisse weiterer Bain-Erhebungen, unter anderem zum Transaction-Banking sowie zur Digitalisierung im Bankensektor.

Kontakt:

Leila Kunstmann-Seik,
Bain & Company Germany, Inc.,
Karlsplatz 1,
80335 München
E-Mail: leila.kunstmann-seik@bain.com,
Tel.: +49 (0)89 5123 1246,
Mobil: +49 (0)151 5801 1246

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018214/100741922> abgerufen werden.