

## Pressemitteilung

Für Wirtschaftsredaktionen  
26. September 2019

### Commerzbank 5.0: digital, persönlich und verantwortungsvoll

- **Ausbau des Mobile Bankings in Kombination mit starker Filialpräsenz**
- **Bündelung digitaler Kompetenzen durch geplante Integration der comdirect**
- **Stärkung des Vertriebs und Erhöhung der Effizienz im Firmenkundengeschäft**
- **750 Mio. Euro Investitionen in Digitalisierung, IT-Infrastruktur und Wachstum**
- **Stärkung der Investitionskraft durch geplante Veräußerung der mBank**
- **Kostenbasis im Konzern soll bis 2023 um 600 Mio. Euro sinken**
- **Gesellschaftliche Verantwortung künftig noch stärker im Geschäftsmodell verankert**

Nachdem die Eckpunkte des neuen Strategieprogramms Commerzbank 5.0 am 20. September 2019 vorab veröffentlicht wurden, haben Vorstand und Aufsichtsrat das Programm erörtert und verabschiedet. Mit der neuen Strategie investiert die Bank in technologische Innovation und in ihr Kerngeschäft. Damit beschleunigt sie die Digitalisierung, schafft Wachstum und erhöht ihre Effizienz.

Im Segment Privat- und Unternehmerkunden setzt die Commerzbank vor allem auf einen zügigen Ausbau des Mobile Bankings. Gleichzeitig bleibt das Filialnetz eine feste Säule des Kundenangebots. Mit künftig rund 800 Filialen bietet die Commerzbank auch weiterhin eine breite Präsenz in der Fläche. Zusätzliche Ertragspotenziale erwartet die Bank durch die verstärkte Nutzung von Daten, die individuell zugeschnittene Produkte und Services ermöglicht. Künftig wird die Commerzbank zudem Leistungen differenzierter bereisen. Mit der geplanten Integration der comdirect bündelt die Bank ihre digitalen Kompetenzen.

Im Segment Firmenkunden stärkt die Bank insbesondere in der Mittelstandsbank ihre Marktpräsenz: Die weitere Digitalisierung und eine effizientere Plattform sollen größere Freiräume im Vertrieb eröffnen. Dieser soll alleine in Deutschland durch über 150 neue Vertriebskräfte verstärkt werden. Kunden können dadurch künftig noch intensiver betreut werden. Die Bank will so das Potenzial bestehender Kundenverbindungen besser ausschöpfen. Dabei wird der Fokus auch auf einer verbesserten Kapitaleffizienz liegen.

Im Rahmen des Strategieprogramms wird die Bank insgesamt rund 1,6 Milliarden Euro in die Digitalisierung und in die weitere Verbesserung ihrer Kosteneffizienz investieren. Hiervon fließen 750 Millionen Euro als zusätzliche Mittel in die Digitalisierung, die IT-Infrastruktur und in Wachstum. Die verbleibenden

850 Millionen Euro entfallen auf Restrukturierungskosten für den geplanten Abbau von brutto 4.300 und netto 2.300 Vollzeitstellen sowie für die angekündigten Anpassungen im Filialnetz. Mit der geplanten Veräußerung der Mehrheitsbeteiligung an der mBank S.A. („mBank“) in Polen will die Bank die Finanzmittel generieren, die eine schnellere Umsetzung der Strategie und die damit verbundenen Investitionen ermöglichen.

„Mit Commerzbank 5.0 machen wir die Bank wetterfest. Wir stellen sie so auf, dass sie auch in einem schwierigen Marktumfeld mit ihren Kunden erfolgreich ist. Das bedeutet: Wir verringern unsere Kostenbasis deutlich. Gleichzeitig investieren wir kräftig in den Vertrieb und eine schnellere Digitalisierung. Vor allem wollen wir noch mehr Kunden mit einem attraktiven Produkt- und Dienstleistungsangebot überzeugen. Die Commerzbank soll für Bankkunden die erste Wahl sein“, sagte Martin Zielke, Vorstandsvorsitzender der Commerzbank AG.

„Wir werden im Rahmen von Commerzbank 5.0 insgesamt rund 1,6 Milliarden Euro in die Digitalisierung und in die weitere Verbesserung unserer Kosteneffizienz investieren. Der geplante Verkauf der mBank führt zu einer signifikanten Reduzierung von Risikoaktiva und einer damit verbundenen Freisetzung von Kapital. Damit können wir unsere Strategie schneller umsetzen. In einem Marktumfeld, das sich absehbar weiter verschärfen wird, setzen wir uns realistische Renditeziele“, erklärte Finanzvorstand Stephan Engels.

## **Privat- und Unternehmerkunden: Ausbau des Mobile Bankings in Kombination mit starker Filialpräsenz**

Im Segment Privat- und Unternehmerkunden setzt die Bank mit einer „Mobile first“-Strategie auf den konsequenten Ausbau des Mobile Bankings. Schon heute entfallen 1,2 Millionen der täglich insgesamt 1,7 Millionen Kundenkontakte auf die Kanäle mobil und online. Durch die erwartete stärkere Nutzung des Mobilkanals will die Commerzbank künftig deutlich mehr Datenpunkte gewinnen und damit weitere Geschäftspotenziale erschließen. Der Einsatz von Algorithmen soll Produkte und Services ermöglichen, die exakt auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Gleichzeitig soll die intensivere Nutzung von Algorithmen und Daten die Effizienz in der weiteren Neukundengewinnung erhöhen.

Nachdem in den vergangenen Jahren die Kundenbasis signifikant vergrößert wurde, wird die Commerzbank im Segment Privat- und Unternehmerkunden dosiert weiterwachsen. In den vergangenen Jahren hatte die Commerzbank die aktive Kundenbasis netto um 1,3 Millionen Kunden vergrößert. Nun sollen in Deutschland bis Ende 2023 netto mehr als 1 Million Neukunden gewonnen werden. Nach dem Verkauf von ebase mit 1 Million Kunden und einer noch zu durchführenden Beendigung meist inaktiver Kundenkonten in Höhe von 1 weiteren Million setzt die Bank ihr weiteres Wachstum auf einer aktiven Kundenbasis von 11,1 Millionen fort.

Bei bestehenden Kunden will die Commerzbank darüber hinaus zusätzliche Ertragspotenziale konsequent nutzen. Die Bank führt eine neue Preisstrategie ein und gibt den Kunden dadurch beim Leistungs- und Preisangebot mehr Wahlmöglichkeiten. Konkret wird das Basisangebot durch ein modulares Angebot ergänzt. Bei kostenlosen Basisprodukten wird künftig im Sinne einer Fair-Use-Policy auch Inaktivität bepreist.

Die Commerzbank bleibt mit rund 800 Filialen flächendeckend in Deutschland präsent. Mit der sukzessiven Schließung von rund 200 Filialen und der passenden Kombination von Filialtypen stellt sich die Bank auf die sich verändernden Kundenbedürfnisse ein. Da Kunden künftig noch intensiver digitale Kanäle nutzen werden, passt die Bank das Filialnetz so an die erwartete Auslastung in der Fläche an. Die Immobilienkompetenz der Bank wird künftig in 50 neuen regionalen Immobilienzentren gebündelt.

### **Bündelung der digitalen Kompetenzen durch geplante Integration der comdirect**

Das Geschäft mit Privat- und Unternehmerkunden soll zudem durch die geplante Integration der comdirect in die Commerzbank gestärkt werden. Die Commerzbank will die hohe digitale Kompetenz der comdirect damit unmittelbar und noch stärker als bisher für den gesamten Konzern nutzen. Die comdirect soll Teil einer starken, innovativen Multikanalbank werden. Sie kann dadurch zusätzlich von Skaleneffekten und Wachstumsmöglichkeiten im Konzern profitieren.

Die comdirect hat seit ihrer Gründung im Jahr 1994 Maßstäbe im Onlinebanking gesetzt: durch innovative Produkte, Dienstleistungen und Beratung. Diese anerkannte Expertise will die Commerzbank künftig für alle Kunden zugänglich machen. Für die Kunden der comdirect soll das gewohnte Leistungsangebot erhalten bleiben, während sie künftig zusätzlich von der Filialpräsenz der Commerzbank profitieren. Im Gegenzug könnten Commerzbank-Kunden Zugang zum ausgezeichneten Brokerage-Angebot der comdirect erhalten, das unter der gleichen Produktmarke weitergeführt wird.

### **Firmenkunden: Stärkung des Vertriebs und Erhöhung der Effizienz**

Im Segment Firmenkunden baut die Commerzbank ihre Position als führende deutsche Mittelstandsbank konsequent aus. Dabei wird die Balance zwischen zusätzlichem Geschäft, Risikoappetit und Kapitaleffizienz klar in den Vordergrund gestellt. Darüber hinaus legt die Bank den Fokus darauf, ihre Vertriebs- und Plattformeffizienz zu steigern.

Im Firmenkundengeschäft will die Commerzbank das Potenzial bestehender Kundenverbindungen besser ausschöpfen sowie weiter neue Kunden gewinnen. Deshalb stärkt sie den Vertrieb alleine in Deutschland durch mehr als 150 neue Vertriebskräfte. Auch in ausgewählten europäischen Märkten soll der Vertrieb gezielt ausgebaut werden. Zudem eröffnen die weitere Digitalisierung und die angestrebte höhere Effizienz

der Plattform größere Freiräume im Vertrieb. In Verbindung mit dem Personalaufbau ermöglicht dies eine noch höhere Betreuungsintensität.

Die Commerzbank weitet zudem ihren bewährten Sektoransatz aus. Künftig werden mehr als 500 statt wie bislang rund 100 Firmenkunden in Deutschland sowie in ausgewählten Ländern der Eurozone entsprechend betreut. Die Erfahrung seit der Einführung im Jahr 2016 zeigt: Mit umfassender Branchenexpertise in der Betreuung lassen sich bestehende Kundenbeziehungen profitabler gestalten.

Zudem wird die Effizienz der Plattformen für das Firmenkundengeschäft erhöht. Die Bank hat das Ziel, Plattformen zu konsolidieren. So sollen künftig so viele internationale Buchungen wie möglich auf der deutschen IT-Plattform vorgenommen werden. Des Weiteren ist eine stärkere Auslastung der Plattformen durch Neugeschäft geplant. Insgesamt sind für das weitere Wachstum im Firmenkundengeschäft Kapitaleffizienz und Kostendisziplin maßgeblich, um die Rendite auf das eingesetzte Kapital zu erhöhen. Die Bank begleitet diesen Wachstumskurs zudem mit einer weiteren Stärkung der Kreditrisikokompetenz.

Der amtierende Segmentvorstand Michael Reuther hat das Firmenkundengeschäft in den vergangenen Jahren in einem herausfordernden Umfeld neu aufgestellt und die Integration von Firmenkundenbetreuung und Kapitalmarktgeschäft erfolgreich vorangetrieben. Mit seiner langjährigen Erfahrung in Deutschland und in europäischen Märkten kann der designierte Firmenkundenvorstand Roland Boekhout auf dieser Basis eine schlagkräftige Agenda entwickeln.

## **Gesellschaftliche Verantwortung künftig noch stärker im Geschäftsmodell verankert**

Grundlage für den ökonomischen Erfolg der Commerzbank ist und bleibt die gesellschaftliche Akzeptanz ihres täglichen Handelns. Als verantwortungsvolle Bank hat die Commerzbank schon lange eine klare Haltung zu umstrittenen Themen wie Waffen, umweltbelastenden Energieträgern oder spekulativen Geschäften mit Grundnahrungsmitteln. Zum verantwortlichen Handeln gehören auch ein sorgfältiger Umgang mit Kundendaten und hohe Datensicherheit.

Die Bank wird künftig noch ambitionierter in Fragen der Nachhaltigkeit und Ökologie und verfolgt das Erreichen der Pariser Klimaziele noch offensiver. Bereits heute agiert die Commerzbank klimaneutral. Zudem hat sie vor Kurzem als einer der weltweiten Erstunterzeichner die UN Principles for Responsible Banking unterschrieben. Aus dieser konsequenten Haltung erwachsen auch Geschäftspotenziale: Die Commerzbank unterstützt ihre Kunden künftig zusätzlich mit einem grüneren Produktangebot besser auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. So haben Privatkunden seit dieser Woche die Möglichkeit, eine grüne Baufinanzierung abzuschließen. Im Firmenkundengeschäft wird die Commerzbank ihr Kreditportfolio stärker an Nachhaltigkeitskriterien ausrichten.

## **Freisetzung von Eigenkapital durch geplante Veräußerung der mBank; Erwerbsangebot an die Aktionäre der comdirect Bank**

Die Commerzbank hat am 20. September 2019 angekündigt, ihre Mehrheitsbeteiligung an der mBank S.A. („mBank“) in Polen zu veräußern. Damit will die Bank die Finanzmittel generieren, die eine schnellere Umsetzung der Strategie und die damit verbundenen Investitionen ermöglichen. Die Veräußerung würde zu einer deutlichen Reduzierung der risikogewichteten Aktiva um rund 17 Milliarden Euro und einer Freisetzung von Eigenkapital bei der Commerzbank führen. Die Transaktion steht unter dem Vorbehalt behördlicher Genehmigungen.

In Zusammenhang mit der Integration der comdirect beabsichtigt die Commerzbank ferner, ein freiwilliges öffentliches Erwerbsangebot für alle noch ausstehenden Aktien der comdirect zu unterbreiten. Der Angebotspreis beläuft sich auf 11,44 Euro je Aktie in bar. Dies entspricht einer Prämie von 25 Prozent auf den Xetra-Schlusskurs der Aktie vom 19. September 2019, dem Tag vor Veröffentlichung der Ad-hoc-Mitteilung zum Strategieentwurf Commerzbank 5.0. Die Commerzbank hält bereits einen Anteil von 82 Prozent an der comdirect. Einzelheiten zum geplanten Erwerbsangebot sind unter [www.commerzbank-offer.com](http://www.commerzbank-offer.com) abrufbar.

## **Ausblick 2019 angepasst – mittelfristig weiteres Wachstum bei Kunden, Assets und Erträgen angestrebt**

Im Jahresverlauf 2019 hat sich das Marktumfeld weiter verschärft. Das macht sich insbesondere im Firmenkundengeschäft bemerkbar. Daher erwartet die Bank für das Jahr 2019 nicht länger steigende bereinigte Erträge.

Die Weiterentwicklung der Strategie soll dazu beitragen, dass die Bank bis 2023 auch in einem sich nochmals verschärfenden Marktumfeld weiteres Wachstum bei Kunden und Assets sowie steigende Erträge erreicht. Die Commerzbank strebt an, dass sich das Kostenniveau bis 2023 im Vergleich zum laufenden Jahr um rund 600 Millionen Euro verringert. Mit den Investitionen in die fortschreitende Modernisierung der konzernweiten IT-Infrastruktur will die Bank ihre IT-Kosten auf 1 Milliarde Euro reduzieren. Auch in den Zentralbereichen und Segmenten sollen die Kosten weiter gesenkt werden. Nach Veräußerung der mBank soll sich die Kostenbasis im Jahr 2023 auf höchstens 5,5 Milliarden Euro belaufen. Wie angekündigt wird ein weiterer konzernweiter Stellenabbau von brutto rund 4.300 und netto rund 2.300 Vollzeitstellen leider unvermeidbar sein. Von den rund 2.000 neu geschaffenen Stellen wird ein wesentlicher Teil in strategisch wichtigen Bereichen aufgebaut. Die Details sollen in den nächsten Monaten ausgearbeitet und gemeinsam mit den Arbeitnehmergremien beraten werden. Ziel ist es, den geplanten Stellenabbau wie in der Vergangenheit möglichst sozialverträglich zu gestalten.

Nach der Umsetzungsphase der Strategie soll mittelfristig eine Eigenkapitalrendite von mehr als 4 Prozent erwirtschaftet werden. Diese Mittelfristplanung berücksichtigt jüngste Entscheidungen der Europäischen Zentralbank. Die Zielkapitalquote bleibt unverändert bei 12 bis 13 Prozent. Zusammen mit der angestrebten Eigenkapitalrendite soll dies der Bank die Zahlung regelmäßiger Dividenden ermöglichen.

\*\*\*\*\*

## Pressekontakt

Margarita Thiel	+49 69 136-46646
Nils Happich	+49 69 136-80529
Maurice Farrouh	+49 69 136-21947
Erik Nebel	+49 69 136-44986

\*\*\*\*\*

## Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in knapp 50 Ländern. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmerkunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen, das genau auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist. Die Commerzbank wickelt rund 30 % des deutschen Außenhandels ab und ist Marktführer im deutschen Firmenkundengeschäft. Zudem ist die Bank aufgrund ihrer hohen Branchenkompetenz in der deutschen Wirtschaft ein führender Anbieter von Kapitalmarktprodukten. Ihre Töchter Comdirect in Deutschland und mBank in Polen sind zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Mit ungefähr 1.000 Filialen betreibt die Commerzbank eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank mehr als 18 Millionen Privat- und Unternehmerkunden sowie über 70.000 Firmenkunden, multinationale Konzerne, Finanzdienstleister und institutionelle Kunden weltweit. Im Jahr 2018 erwirtschaftete sie mit rund 49.000 Mitarbeitern Bruttoerträge von 8,6 Milliarden Euro.

\*\*\*\*\*

## Disclaimer

Diese Mitteilung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen. Dabei handelt es sich um Aussagen, die keine Tatsachen der Vergangenheit beschreiben. Solche Aussagen in dieser Mitteilung betreffen unter anderem die erwartete zukünftige Geschäftsentwicklung der Commerzbank, erwartete Effizienzgewinne und Synergien, erwartete Wachstumsperspektiven und sonstige Chancen für eine Wertsteigerung der Commerzbank sowie die erwarteten zukünftigen finanziellen Ergebnisse, Restrukturierungsaufwendungen und sonstige Finanzentwicklungen und -angaben. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen basieren auf aktuellen Planungen, Erwartungen, Schätzungen und Prognosen des Vorstands. Sie sind von einer Reihe von Annahmen abhängig und unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und

anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse oder Entwicklungen wesentlich von jenen abweichen, die durch diese in die Zukunft gerichteten Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Solche Faktoren sind etwa die Verfassung der Finanzmärkte in Deutschland, Europa, den USA und in anderen Regionen, in denen die Commerzbank einen erheblichen Teil ihrer Erträge erzielt und einen erheblichen Teil ihrer Vermögenswerte hält, die Preisentwicklung von Vermögenswerten und Entwicklung von Marktvolatilitäten, insbesondere aufgrund der andauernden europäischen Schuldenkrise, der mögliche Ausfall von Kreditnehmern oder Kontrahenten von Handelsgeschäften, die Umsetzung ihrer strategischen Initiativen zur Verbesserung des Geschäftsmodells, die Verlässlichkeit ihrer Grundsätze, Verfahren und Methoden zum Risikomanagement, Risiken aufgrund regulatorischer Änderungen sowie andere Risiken. In die Zukunft gerichtete Aussagen gelten deshalb nur an dem Tag, an dem sie gemacht werden. Die Commerzbank ist nicht verpflichtet, die in dieser Mitteilung enthaltenen, in die Zukunft gerichteten Aussagen auf den neuesten Stand zu bringen oder abzuändern, um Ereignisse oder Umstände zu reflektieren, die nach dem Datum dieser Mitteilung eintreten.