

Bernd Knobloch

Vorsitzender des Vorstands Eurohypo AG

Mitglied des Vorstands Commerzbank AG



Es gilt das gesprochene Wort

Zwischenbericht der Eurohypo

per 30. September 2006

- **Erfolgreicher Geschäftsverlauf in den ersten neun Monaten**
- **Geschäftsmodell optimiert**
- **Eurohypo weiter auf gutem Weg, Marktführerschaft behauptet**

Meine Damen und Herren,
nachdem die Commerzbank heute morgen im Rahmen einer
Telefonkonferenz ihre Zahlen für die ersten neun Monate dieses Jahres
vorgelegt hat, wollen wir Ihnen nun persönlich das entsprechende
Ergebnis für die Eurohypo erläutern.

I.

Die nackten Zahlen selbst geben dieses Mal nicht ohne Weiteres darüber
Aufschluss, wo die Eurohypo wirklich steht.

Drei Dinge vorab:

1. Die ersten neun Monate sind für die Eurohypo erfolgreich verlaufen.
Unsere Bank bewegt sich unverändert auf Wachstumskurs,
wenngleich sich das Tempo etwas verlangsamt hat.
2. Wir haben uns als Marktführer behauptet.
3. Das wichtigste aus meiner Sicht, weil es in die Zukunft weist: Wir
haben unser Geschäftsmodell weiter optimiert. Wie Sie wissen,
werden mit Wirkung vom 01.02.2007 Vertrieb und Bearbeitung des
Privatkundengeschäfts der Eurohypo in die Commerzbank verlagert.

Dieses wird sich einerseits für die Eurohypo „wertsteigernd“ auswirken,
weil die Rendite des Privatkundengeschäfts unterhalb der anderen
Geschäftsbereiche gelegen hat. In der Commerzbank dagegen ermöglicht
die Eingliederung des Eurohypo-Retailbanking das Heben von Synergien.

Andererseits nehmen wir diese strategische Entscheidung zum Anlass,
unser Geschäftsmodell nachhaltig zu schärfen: Die Eurohypo ist ab 2007
eine reine Wholesale-Bank (also eine Bank für Firmen- und institutionelle
Kunden) mit den Kompetenzfeldern Commercial Real Estate und
Staatsfinanzierung. Das ist zum Vorteil unserer Kunden, weil wir nun
unsere Ressourcen noch fokussierter einsetzen können.

Die strategischen Werthebel für das Commercial Real Estate und das Staatsfinanzierungsgeschäft der Eurohypo sind die fortgesetzte Internationalisierung und das aktive Portfoliomanagement mit dem Buy and Manage-Ansatz. Hier sind wir im Verlauf dieses Jahres weiter deutlich vorangekommen. Den Ansatz haben wir Ihnen in der Vergangenheit bereits vorgestellt; er kombiniert den „alten“ Buy and Hold-Ansatz der klassischen Hypothekenbank mit dem Buy and Sell-Ansatz einer Investmentbank.

Wir bekennen uns unverändert zur langfristigen Kreditvergabe, weil die Kreditvergabe eine originäre Ertragsquelle ist. Gleichzeitig nutzen wir alle sinnvollen und notwendigen Exitinstrumente wie Verbriefungen und Syndizierungen für den Abbau von Risikoaktiva und, um Eigenkapital zu entlasten. Mit diesem Ansatz sind wir zumindest derzeit als Bank unseren Zuschnitts einzigartig.

Wir managen unser Portfolio aktiv, verbessern damit die Risiko-Ertragsrelation und reduzieren die Auswirkungen volkswirtschaftlicher Zyklen auf die Risikokosten in der GuV. Bei alledem steht aber immer die enge Beziehung zu unseren Kunden im Vordergrund.

Das gilt auch, obwohl wir systematisch Eigenkapital bindendes Bilanzvolumen abbauen. Verbriefung und Syndizierung werden aktiv von Anfang an in die Kreditverhandlungen einbezogen. Wir sind hier Marktführer in Europa. Allerdings sind nicht die ersten Plätze in den League-Tables unser Ziel, sondern stets die Steigerung des RoE. Ob Verbriefungen eingesetzt werden über unsere eigene Plattform „Opera“ oder ob wir syndizieren, ist allein von den Auswirkungen auf den RoE abhängig. In diesem Jahr haben wir weltweit fast 9 Mrd. Euro syndiziert und uns damit an die Spitze des Marktes gesetzt.

Wir achten stets darauf, das vorhandene Eigenkapital effizient auszulasten. Auf der anderen Seite behalten wir sowohl im Sinne des Relationship Banking als auch zur Sicherung der Stabilität unseres Ergebnisses einen Teil der Kreditsumme in unseren Büchern.

Im Finanzierungsgeschäft mit gewerblichen Immobilien spielen wir unsere Stärken voll aus:

1. das Relationship Banking, das wir als nicht-opportunistischer Anbieter weltweit verfolgen und mit dem wir dem Kundenwunsch nach einer "Hausbankfunktion" für Immobilienfinanzierungen entsprechen können;
2. die umfassende Dienstleistungspalette mit den kapitalmarkt-orientierten Produkten wie strukturierte Finanzierungen, CMBS, Advisory, Derivate, CDOs. Sehr gerne würden wir auch hier in Deutschland als Finanzierungsgeber für Real Estate Investment Trusts zur Verfügung stehen, bei Eigenkapitalbeschaffung unterstützen, bei Börsengängen beraten und Immobilienfonds in einen REIT überführen.

Das Anleger-Interesse an Immobilieninvestments in Deutschland und Europa ist groß - ein deutliches Signal dafür, dass wir das Instrument REITs in Deutschland brauchen. Die endlose (und überflüssigerweise auch sehr emotional geführte) Diskussion um Ausnahmeregelungen, vor allem um die Ausklammerung von Wohnportfolios, ist ein Armutszeugnis für den Finanzplatz Deutschland. Sollte sich der jetzige Entwurf durchsetzen, geht ein amputiertes Instrument an den Start. Ohne Wohnportfolios, einem zentralen Bereich der Immobilienwirtschaft, werden deutsche REITs nicht in der Lage sein, mit den teilweise ebenfalls neu geschaffenen REITs in anderen europäischen Staaten – vor allem etwa in Großbritannien – zu konkurrieren.

Wieder einmal sieht es so aus, dass Deutschland den Anschluss verpasst. Internationale Investoren wollen weiter in Immobilien investieren und sie wollen auch das Instrumente REITs nutzen. Sie werden nicht warten, bis nach langem Hin und Her eine zwar politisch konsensfähige, wirtschaftlich aber nicht sinnvolle Teillösung zustande kommt. Das Geschäft wandert ins Ausland.

3. Eine weitere Stärke der Eurohypo ist ihr breites internationales Netzwerk. Es diversifiziert und reduziert unser Risiko. Netzwerk heißt für uns aber auch, das wir uns bei unseren Kapitalmarktaktivitäten auf ein Netz von Bankpartnern stützen können; es sorgt beispielsweise dafür, dass wir Syndizierungen großer Immobilienkredite stets reibungslos unterbringen können.

II.

Nach diesen für die Bank wichtigen Weichenstellungen für die nächsten Jahre möchte ich Ihnen nun den Verlauf der ersten neun Monate dieses Jahres erläutern. Unser Ergebnis kann sich wieder sehen lassen. Wir waren erfolgreich, allerdings nicht ganz so erfolgreich, wie wir das geplant haben.

Der Grund dafür liegt in einer Reihe von Sondereinflüssen bzw. einem einmaligen, nicht vorhersehbaren externen Effekt bei der Risikovorsorge im Zusammenhang mit der Integration unseres Retailbanking in die Commerzbank.

Um die Sonder-Risikovorsorge im Retailbanking bereinigt, weist unser Vorsteuerergebnis einen Anstieg um 13,5% aus.

III.

Werfen wir nun einen Blick auf die Gewinn- und Verlustrechnung für die ersten neun Monate; beginnen wir bei dem Zinsüberschuss, der unser Ergebnis in den ersten neun Monaten besonders beeinflusst hat:

1. Zinsüberschuss

Was Ihnen sicherlich auffallen wird, ist der Rückgang des Zinsüberschusses um 3,8% gegenüber Vorjahr. Auch hier spielen Sonderfaktoren eine große Rolle.

Es sind zum einen die Vorfälligkeitsentschädigungen, die den Zinsüberschuss deutlich geprägt haben. Insgesamt schlagen 16 Mio. Euro weniger als im Vorjahr zu Buche. Der Zinsüberschuss lag Ende September 2006 um knapp 37 Mio. Euro unter dem Stand vom September 2005. Auf den Effekt aus Vorfälligkeitsentschädigungen entfallen davon rund zwei Fünftel, die im Bereich Public Finance/Global Markets zu Buche schlagen.

Darüber hinaus beeinflusste die deutlich abgeflachte Zinskurve den Zinsüberschuss.

Ein weiterer Grund für den Rückgang ist in den intensiven Verbriefungs- und Syndizierungsaktivitäten der Eurohypo zu suchen. Beide Instrumente sind integrale Bestandteile des Geschäftsmodells der Eurohypo und führen zu einer Verlagerung von Zins- zu Provisionserträgen. Wir sind hier ja, wie eben erwähnt, Marktführer. Man darf aber nicht vergessen, dass das Herausplatzieren von Krediten ebenso Zinsüberschuss kostet wie auch unser aktives Risikomanagement.

Last but not least ist das Minus im Zinsüberschuss ein Reflex auf einen Basiseffekt: Wir laufen gegen ein außergewöhnlich starkes drittes Vierteljahr 2005.

Insoweit steht der Rückgang des Zinsüberschusses nicht im Widerspruch zu den hohen Ansprüchen und dem Geschäftsmodell der Eurohypo.

Ich hatte bereits bei „Banken im Umbruch“ darauf hingewiesen, dass der Zinsüberschuss zunehmend an Bedeutung verliert, vor allem am Vorabend von Basel II.

Die praktische Wirkung von Basel II liegt in der Erkenntnis, dass sich nach Inkrafttreten der Regeln für Banken High-Yield-Finanzierungen mit schlechtem Rating nicht mehr rechnen werden. Wer noch zuletzt aktiv High-Yield-Finanzierungen zur Steigerung des Zinsüberschusses auf das Buch genommen hat, um so Wachstum zu generieren, müsste diese sinnvollerweise 2008 zu den dann geltenden Preisen wieder veräußern, denn die damit verbundene Bindung von Eigenkapital wird ansonsten die Profitabilität beeinträchtigen.

Basel II mit seiner starken Risikogewichtung und der daraus folgenden Neuordnung der Eigenkapitalregeln für Kreditinstitute erfordert einen anderen Umgang mit Kreditrisiken, eine andere Fokussierung auf Eigenkapitaleinsatz und Kreditmarge. Für die Eurohypo ist von Bedeutung, dass wir über etwas niedrigere Margen bessere Ratingklassen für unser Portfolio einkaufen; der Anteil an Investmentgrades ist bei uns von 78% auf 83% gestiegen.

Die Kreditzusagen in der Eurohypo erfolgen bereits seit dem vergangenen Jahr Basel-II-konform, was nach Inkrafttreten der Regelungen ab 2007 in Form eines stärkeren RoE-Anstiegs Früchte tragen wird, als er unter dem Basel-I-Regime möglich wäre.

Die Tatsache, dass wir Basel II antizipieren, also auch mit Blick auf die Zukunft das „richtige“ Geschäft machen und somit einen „intelligenten“ Zinsüberschuss erzielen, sichert uns auch zukünftig ein solides Wachstum.

2. Provisionsüberschuss

Der Provisionsüberschuss entwickelte sich weiter in die richtige Richtung: Das Plus von + 4,5% gegenüber Vorjahr kennzeichnet eine ungebrochene Aufwärtstendenz. Weil im Vorjahr der Anstieg im dritten Quartal aufgrund eines Großgeschäftes besonders hoch ausgefallen war, fiel dieses Mal der Anstieg „nur“ einstellig aus.

Ich habe immer wieder darauf hingewiesen, dass diese Größe ein wichtiges Element unserer Strategie ist. Wie weit wir hier vorangekommen sind, macht der inzwischen mit 13% durchaus nennenswerte Anteil der Provisionsüberschusses am Ertrag aus.

Wir haben die Eurohypo in die richtige Richtung „gedreht“. Das bestätigt der Blick auf das nicht zinsabhängige Ergebnis, das kontinuierlich steigt und mittlerweile 17% des Gesamtertrages beisteuert.

3. Risikovorsorge

Die Risikovorsorge ist per Ende September durch die Sonderbereinigung im Retailbereich natürlich deutlich höher als noch vor Jahresfrist. Die operative Vorsorge liegt voll im Rahmen unserer Planung. Sie ist, nur bereinigt um den Sondereffekt, um 8,5% zurückgegangen.

Unser Risikomanagement mit seinen strikten Risikovorgaben hat unverändert Bestand; wir lassen uns hier auch nicht vom Wettbewerb zu einer Lockerung „provozieren“. Das zeigt Wirkung, denn der Trend weist auch mittelfristig eindeutig auf eine weiter zurückgehende Risikovorsorge hin.

Die Sonder-Risikovorsorge für das Retailgeschäft ist das Ergebnis der Harmonisierung innerhalb der Commerzbank-Gruppe: Nach der Übernahme durch die Commerzbank sind die dem Retailbanking zugrunde liegenden Objektbewertungen in beiden Häusern noch einmal überprüft worden. Unter der Berücksichtigung des jeweils konservativeren Bewertungsstandards unserer beiden Häuser sind danach die Sicherheitenwerte angepasst und Buchwertkorrekturen in der Commerzbank-Gruppe vorgenommen worden.

Mit anderen Worten: Die bei uns zu Buche schlagenden zusätzlichen 99 Mio. Euro beruhen lediglich auf methodischen und prozessualen Anpassungen innerhalb der Commerzbank-Gruppe. Von den insgesamt in diesem Prozess identifizierten knapp 300 Mio. Euro, die Herr Hartmann ja bereits beim Investors' Day im September kommuniziert hatte, hat die Eurohypo rund ein Drittel übernommen.

An diese Stelle möchte ich noch einmal deutlich machen, dass es sich bei dieser Maßnahme ausschließlich um eine Vorsorge handelt und keinesfalls um Wertberichtigungen!

4. Verwaltungsaufwendungen

Hier verzeichnen wir mit 397 Mio. Euro (+ 7,9% - davon 244 Mio. Euro Personalaufwand) einen signifikanten Anstieg gegenüber Vorjahr. Dieser Anstieg ist dem dynamischen Aufbau unserer strategischen Geschäftsfelder und den neuen Auslandsstützpunkten geschuldet. Wir haben im internationalen Immobilien- und Staatsfinanzierungsgeschäft rund 50 Stellen neu aufgebaut; der überwiegende Teil davon entfällt auf das Immobiliengeschäft. Die hohe Komplexität des internationalen Immobilien- wie Staatsfinanzierungsgeschäfts erfordert hier top-ausgebildete, erfahrende Spitzenkräfte. Obwohl der Anstieg der Verwaltungskosten sehr deutlich ausgefallen ist, liegt er dennoch im Rahmen unserer Planung, die ja den Ausbau des internationalen Geschäftes einschließt.

5. Ergebnis vor Steuern

Trotz aller Sondereffekte - unser Vorsteuerergebnis hat sich gut entwickelt. Unverändert gilt: Wir behalten unseren Wachstumspfad bei. Auch wenn das Plus am Ende des Jahres vielleicht nicht mehr ganz so hoch ausfallen wird, wie von mir prognostiziert, werden wir ein Rekordergebnis ausweisen können, dass das Ergebnis des letzten Jahres – ebenfalls ein Rekord – noch einmal deutlich übertreffen wird.

6. Kennziffern

Werfen wir noch einen Blick auf unsere Kennziffern: Die Cost Income Ratio liegt mit 34,2% auf unserem Zielband, das wir mit unter 35% definiert haben. Der im Vergleich zum Vorjahr (33,1%) etwas höhere Stand spiegelt die Investitionen in unseren Wachstumsmärkten wider.

Bei der Beurteilung des CIR ist zu berücksichtigen, dass die Eurohypo auch eine Investmentbank mit hoher Platzierungskraft ist. Vor dem Hintergrund unseres Geschäftsmodells liegt unsere Cost Income Ratio auf einem wettbewerbsfähigen Niveau.

Der (wie stets ohne Restrukturierungsaufwand) um den Sondereffekt Risikovorsorge bereinigte RoE der Eurohypo per 30.9. 2006 vor Steuern lag bei 13,2% (13,0%).

Sie werden mich sicherlich fragen, wie es denn mit dem von mir kommunizierten Ziel von 10% nach Steuern bis Ende 2007 aussieht. Meine Antwort dazu: Wir befinden uns auf gutem Wege. Das erwähnte ehrgeizige Ziel war allerdings immer eines, das wir – immer mit Blick auf den geplanten Börsengang – auf stand-alone-Basis angestrebt haben.

Nach dem Blick auf die GuV möchte ich noch kurz auf die Entwicklung des Neugeschäfts eingehen.

IV.

Neugeschäft Immobilien und Public Finance

Nach 2005 ist das Immobilienneugeschäft der Eurohypo erneut hervorragend gelaufen; 2006 werden wir zum zweiten Mal hintereinander ein Rekordniveau ausweisen können, das unsere Marktposition unterstreicht: Nach 32 Mrd. Euro im letzten Jahr sind wir mit 24 Mrd. Euro Ende September schon voll auf der Ziellinie der 30 Mrd. Euro, die wir in unserem Geschäftsbericht 2005 als Benchmark für dieses Jahr ausgegeben hatten.

Besonders hervorzuheben ist der unvermindert starke Anstieg der Neuzusagen im deutschen und kontinentaleuropäischen Immobiliengeschäft.

In Großbritannien und den USA war das Geschäft dieses Mal etwas schwächer als im vergangenen Jahr. In den USA allerdings ist es gelungen, trotz deutlich gestiegener Verwaltungsaufwendungen einen Gewinn vor Steuern auszuweisen, der das Niveau des letzten Jahres fast erreicht hat. Zu den einzelnen Segmenten wird Ihnen aber gleich noch Herr Zielke einige Informationen geben.

Im Bereich Public Finance/Global Markets ist unser Neugeschäft deutlich niedriger ausgefallen als noch 2005. Im letzten Jahr waren es insgesamt 31 Mrd. Euro. Allerdings schließt diese Summe auch einen Portfolioankauf ein.

Wir finden heute in der Finanzierung öffentlicher Stellen natürlich auch veränderte Rahmenbedingungen vor, die nicht ohne Auswirkungen auf unser Geschäft bleiben konnten: Angesichts einer Aufhellung der Konjunktur in Europa und der damit verbundenen höheren Steuereinnahmen geht der Finanzierungsbedarf der öffentlichen Haushalte zurück.

Die Generierung hoher Neugeschäftsvolumina wie im vergangenen Jahr ist nicht primäres Ziel unserer Geschäftstätigkeit., denn wir orientieren uns unverändert an der Richtlinie „Ertrag vor Volumen“. Wie Sie sich erinnern werden, ist das für uns ja ein fast in Stein gemeißeltes Gesetz, das wir vom Start der Eurohypo an unbeirrbar befolgt haben.

V.

Internationalisierung der Eurohypo

Dem Anspruch der Eurohypo, eine internationale Bank zu sein, haben wir im bisherigen Jahresverlauf wieder mit unverminderter Stärke entsprochen – auf der sicheren Basis des Marktführers in unserem Heimatmarkt Deutschland.

Die strategische Ausrichtung der Eurohypo auf das internationale Geschäft spiegelt sich im Neunmonats-Ergebnis unverändert in unseren Zahlen. Die neuen Standorte wie Tokio melden inzwischen Geschäftsabschlüsse und etablieren sich zunehmend im Markt. Große Neuzusage-Volumina sind natürlich noch nicht zu erwarten, da wir uns die Märkte stets umsichtig und risikobewusst erschließen.

Das Universum der Eurohypo wird sich in Kürze noch weiter ausdehnen: Wir sehen weiteres Entwicklungspotenzial in Asien und auf dem amerikanischen Kontinent.

Es geht uns nicht darum, möglichst viele Niederlassungen im Ausland vorweisen zu können. Das allein reicht für den Nachweis, eine internationale Bank zu sein, nicht aus. Den Takt geben uns vielmehr unsere Geschäftspartner vor: Die Eurohypo ist ein global agierender Partner, die mit ihren Kunden in die Märkte geht. Dort, wo sie als Spezialbank gebraucht wird, ist sie auch vertreten.

Wer als Spezialbank für Commercial Real Estate und Public Finance eine internationale Führungsrolle einnehmen will, muss immer bereit sein, in neue, wachstumsintensive Märkte zu investieren. Wir tun dies, aber mit der nötigen Umsicht und hohem Risikobewusstsein. Unsere Devise: Keine Markterschließung ohne Ausschöpfung des bestehenden Kundenpotenzials.

Insgesamt entfielen Ende September auf das Auslandsgeschäft im Immobilienbereich rund drei Viertel des Neugeschäfts, ein Drittel des Bestands und rund zwei Drittel des Ergebnis vor Steuern. In der Staatsfinanzierung kommen fast 58% des Neugeschäfts und 40% unseres Portfolios aus dem Ausland.

VI.

Abschließend noch ein Wort zu den Margen. Bereits seit längerem ist dieses Thema ja ein besonders intensiv diskutiertes, nicht nur bei der Eurohypo.

Die Margen (in den „klassischen“ Immobilienmärkten) haben sich unter dem Eindruck des massiven Wettbewerbs weiter abgeschwächt. Dennoch holt die Eurohypo unverändert gutes Geschäft zu noch immer guten Margen vom Markt. Positiv für uns ist, dass sich die Standardrisikokosten weiter nach unten bewegt haben.

Der Eurohypo kommt in der Margenfrage das Geschäftsmodell als weltweit operierende Bank zugute: Wir können den Margenrückgang auch durch unsere Präsenz in wachstumsintensiven Märkten auffangen, in denen derzeit der Wettbewerb noch nicht so hart ist und somit noch gute Margen zu erzielen sind. Oder anders gesagt: Wir lösen das Margenproblem über unser Geschäftsmodell. In diesem Zusammenhang sind ausgewählte Immobilienmärkte in Asien, Mittel- und Südamerika natürlich hochinteressant.

Soweit zum Überblick auf die ersten neun Monate dieses Geschäftsjahres. Die Eurohypo ist – ich hoffe, ich konnte das heute hier verdeutlichen – stark genug, auch externe Einflüsse gut zu „verdauen“. Der stabile, nach oben gerichtete Aufwärtstrend dieser Bank ist unverändert in Takt.