

Frankfurter Bankgesellschaft

Greifbares Ziel

Von der Grundidee klingt alles ganz einfach. Die Landesbank Hessen-Thüringen will im Zuge ihrer Zukunftsausrichtung als Dienstleister der Sparkassen im Geschäft mit betuchten Privatkunden Fuß fassen, in dem sich allen empirischen Befunden und verbalen Bekundungen nach derzeit recht gutes Geld verdienen lässt. Diese Chance freilich wittern auch diverse Wettbewerber aus den anderen Bankengruppen.

Traditionell wird die wachsende Klientel der vermögenden Privaten bis hin zu dem übersichtlichen Segment der wirklich Reichen hierzulande nicht nur von deutschen und ausländischen Privatbankiers gepflegt, die in ihrer Kundenansprache und in ihrem Dienstleistungsspektrum auf gewachsene Erfahrungen zurückgreifen können. Sondern sie steht auch im Fokus vieler großer Banken, von der Deutschen Bank über die Schweizer Großbanken UBS und Credit Suisse bis hin zu HSBC Trinkaus. Und je nach Marktaussichten ruft sie regelmäßig auch amerikanische Häuser wie Goldman Sachs oder JP Morgan auf den Plan. Für Newcomer sind die Marktbedingungen in diesem Segment damit eindeutig schwer, auch wenn eine Anzahl von 430 000 Millionärs-Haushalte in Deutschland veranschlagt wird.

Das gilt nicht zuletzt für die neu geschaffenen beziehungsweise neu gebündelten Einheiten aus dem Sektor der Sparkassen- und Genossenschaftsorganisation (siehe Kreditwesen 7-2010). Zumindest zwei wesentliche Vorteile haben die Verbände indes. Um profitabel arbeiten zu können, müssen sie die erforderlichen Vermögenswerte ihrer Kunden längst nicht so hoch ansetzen wie das im Private Banking oder gar im Private Wealth Management der Wettbewerber der Fall ist. Und – fast noch wichtiger – können sie bei der Akquise durchaus auf bestehende Kundenverbindungen aufbauen.

Genau auf diesem Vorteil gründet der Optimismus der Frankfurter Bankgesellschaft für ihre mittelfristige Geschäftsperspektive. Bis auf Weiteres will sie sich ganz überwiegend auf Firmenkunden konzentrieren, die ohnehin schon Geschäftsbeziehungen zu Sparkassen unterhalten, ihre Private-

Banking-Aktivitäten aber fein säuberlich getrennt von ihren Unternehmensaktivitäten außerhalb der Sparkassenorganisation abwickeln. Wenn es nur einigermaßen gelingt, solche Kunden beim Firmenverkauf oder bei der Nachfolgeregelung davon zu überzeugen, mit ihrem privaten Vermögensmanagement in der S-Gruppe zu bleiben, so das Kalkül, lässt sich das angestrebte Ziel erreichen, auf mittlere Sicht acht bis zehn Milliarden Euro an Assets under Management zu gewinnen.

Als Vision schwebt der Helaba-Tochter vor, für die rund 100 Sparkassen mit eigenem Private Banking hochwertige Produktlösungen beizusteuern und für die restlichen Sparkassen ohne Private Banking die Möglichkeit der Auslagerung zu bieten. Eigenen Markteinschätzungen nach dürfte eine Partnerschaft für 350 Sparkassen interessant sein, mit 230 wird bereits zusammengearbeitet. Um diese Option für interessierte Sparkassen attraktiv zu machen, bietet die Frankfurter Bankgesellschaft diesen Partnern durchweg eine Teilung der Erlöse an. Das klingt für die Primären gut, auch wenn durch zusätzliche Private-Banking-Aktivitäten ihre völlige Unabhängigkeit im Firmenkundengeschäft bei der Kreditvergabe möglicherweise ein wenig gefährdet wird.

Konkurrenz im Sparkassensektor erwartet die Frankfurter Bankgesellschaft nur begrenzt. Denn die von der Mittelbrandenburgischen Sparkasse in Potsdam übernommene Weberbank sieht man eher auf die Region Berlin-Brandenburg konzentriert. Und durch die Veräußerung des Nord-LB-Anteils an der Berenberg Bank erhofft man sich unter den Sparkassen im Beritt der Landesbank sogar neues Kundenpotenzial in Norddeutschland. Die Ziele der Helaba-Tochter sind also zunächst bescheiden. Und wenn sich das Geschäftsmodell bewähren sollte und das Kundenpotenzial über bisherige Sparkassenkunden hinausreicht, ist die Flughöhe zumindest vom Namen her nicht begrenzt. Unter der Firmierung Frankfurter Bankgesellschaft, Privatbank Zürich und Frankfurt ist das Geschäftsfeld auch über den S-Sektor hinaus offen. Aber das erklärte Ziel ist einstweilen die Positionierung als Private-Banking-Einheit für den Sparkassensektor unter neutralem Namen.