

COMMERZBANK
Die Bank an Ihrer Seite



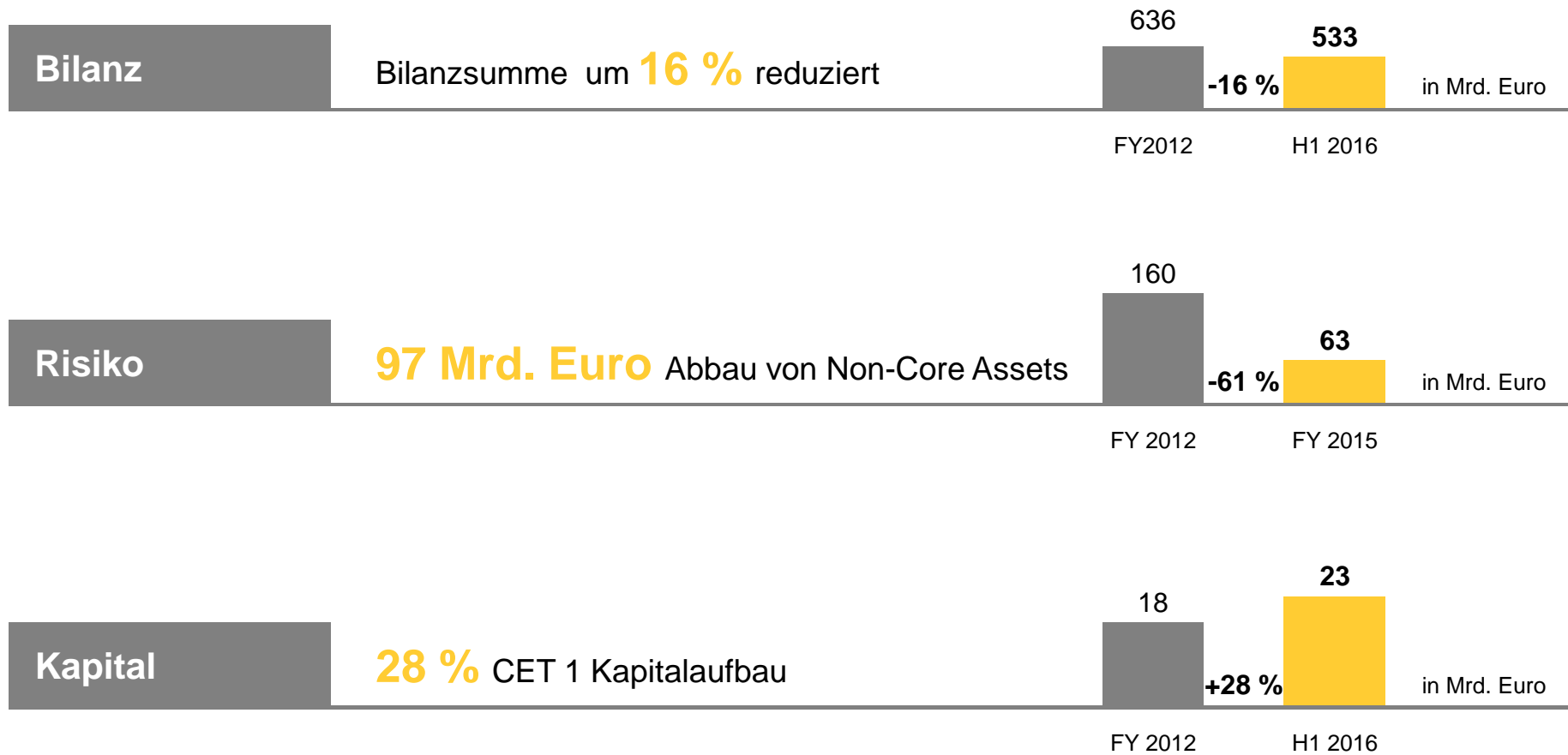
Commerzbank 4.0

Frankfurt am Main | 30. September 2016

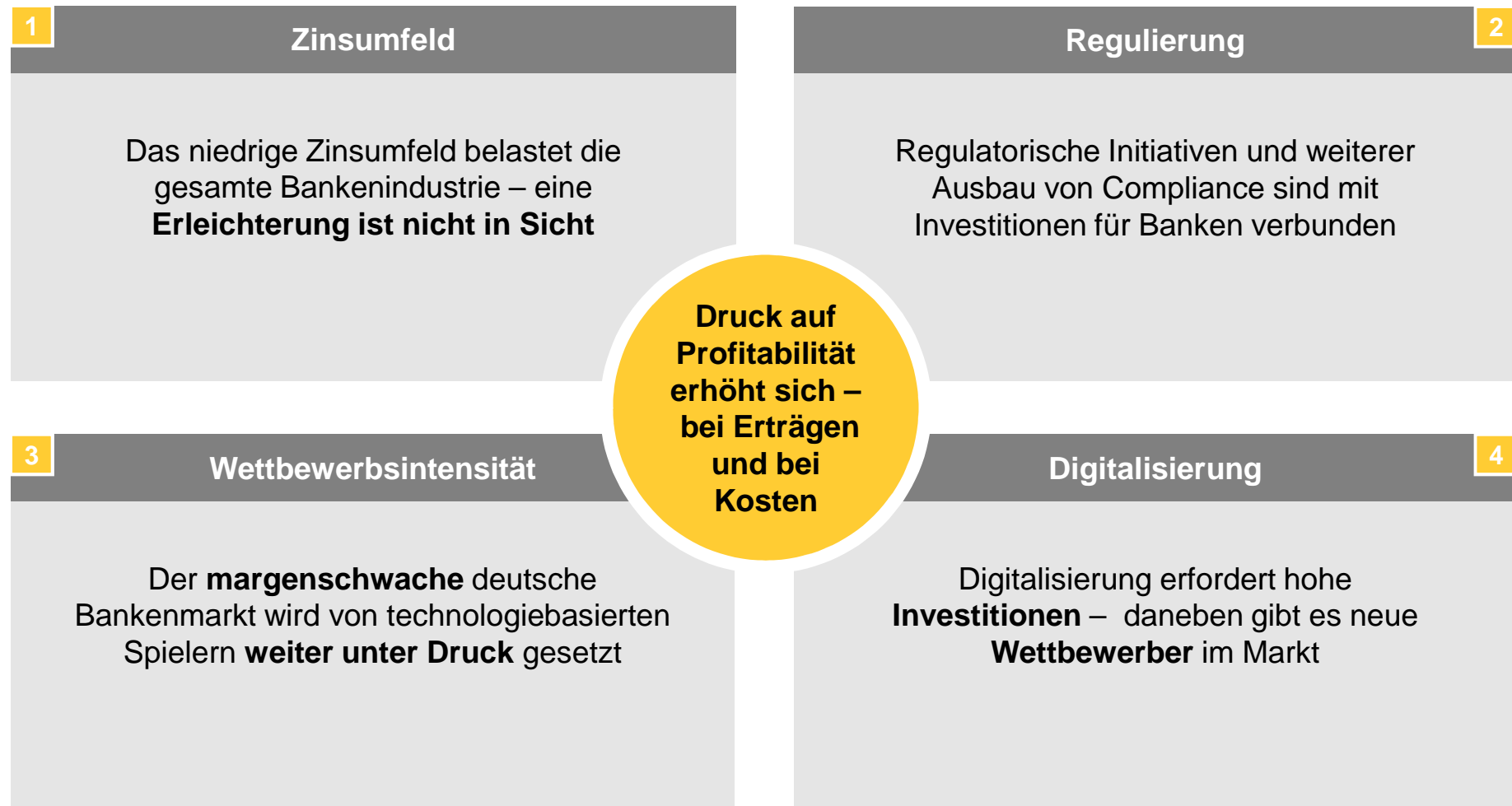
Agenda

- 1 Wir haben die Commerzbank stabiler und risikoärmer gemacht
- 2 Wir bauen die Bank für mehr Profitabilität um
- 3 Wir konzentrieren unser Kundengeschäft in zwei starken Segmenten
- 4 Wir nutzen unseren Erfolg bei Privatkunden auch für Unternehmerkunden
- 5 Wir fokussieren uns bei Firmenkunden auf unsere Stärken und stellen Randaktivitäten ein
- 6 Wir digitalisieren unser fokussiertes Geschäftsmodell über alle Prozesse
- 7 Wir reduzieren dadurch Kosten und verbessern so die Profitabilität

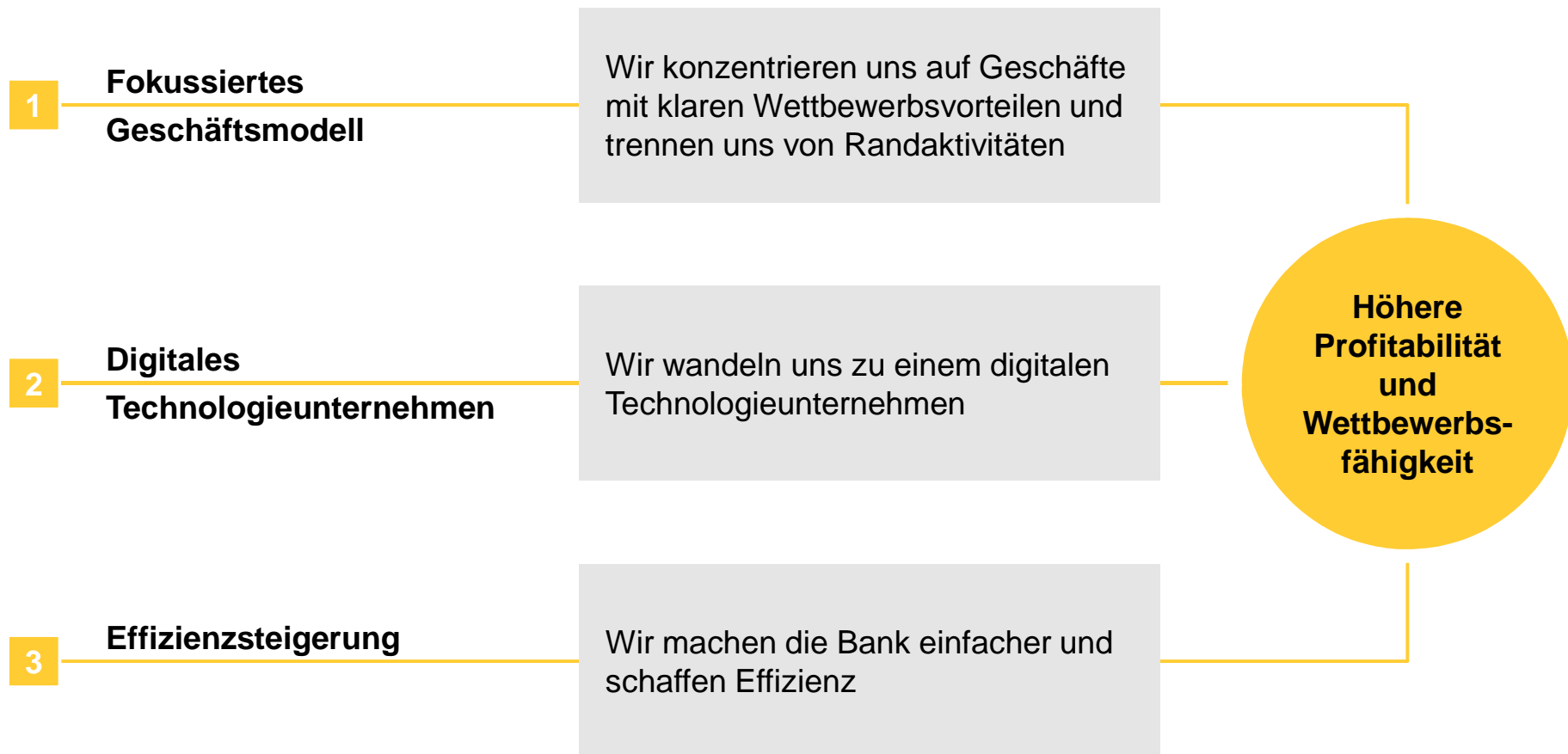
Wir haben die Commerzbank stabiler und risikoärmer gemacht



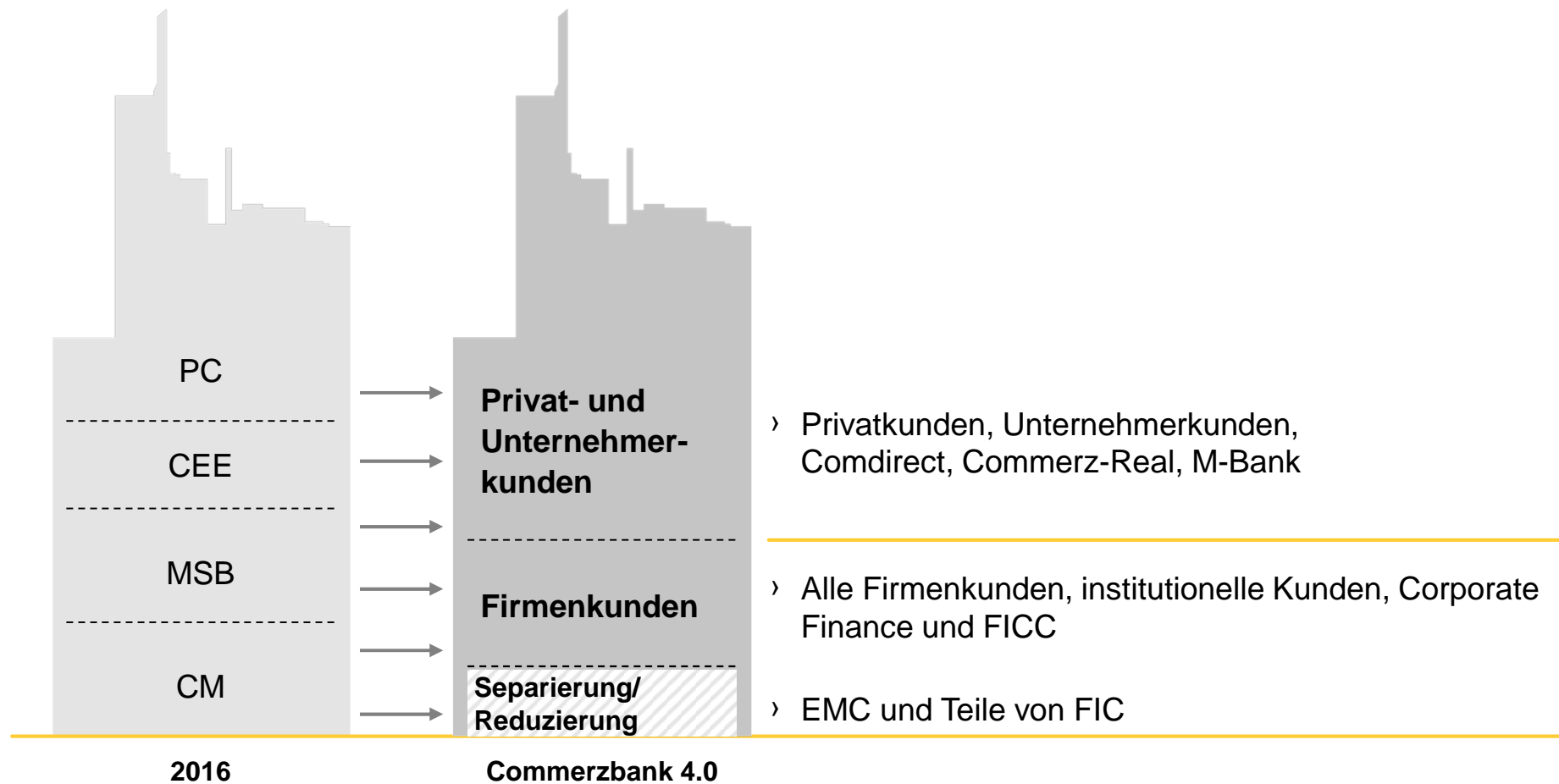
Banken stehen vor großen Herausforderungen



Commerzbank 4.0: ein strategisches Programm mit drei Stoßrichtungen



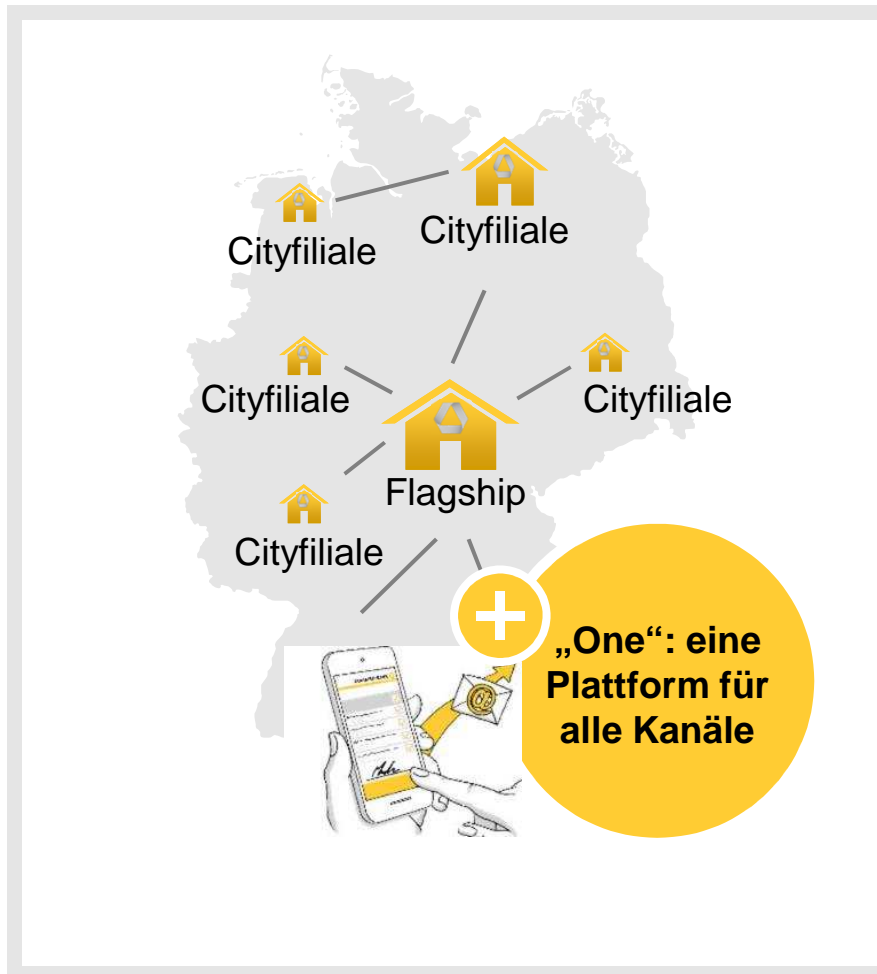
Commerzbank künftig mit zwei starken Kundensegmenten



Privatkunden: erfolgreiches Geschäftsmodell in schwierigem deutschem Markt

- › Privatkundengeschäft heute schon profitabel (> 20 % RoTE) und wächst
- › Ergebnisbeitrag seit 2012 verdreifacht (FY 2015: 701 Mio. Euro)
- › 1 Million Nettoneukunden bis Ende 2016 erreicht
- › Flächenpräsenz mit rund 1.000 Filialen – 450.000 Filialbesuche täglich
- › Neue Filialformate in Piloten entwickelt (Flagship- und Cityfilialen)

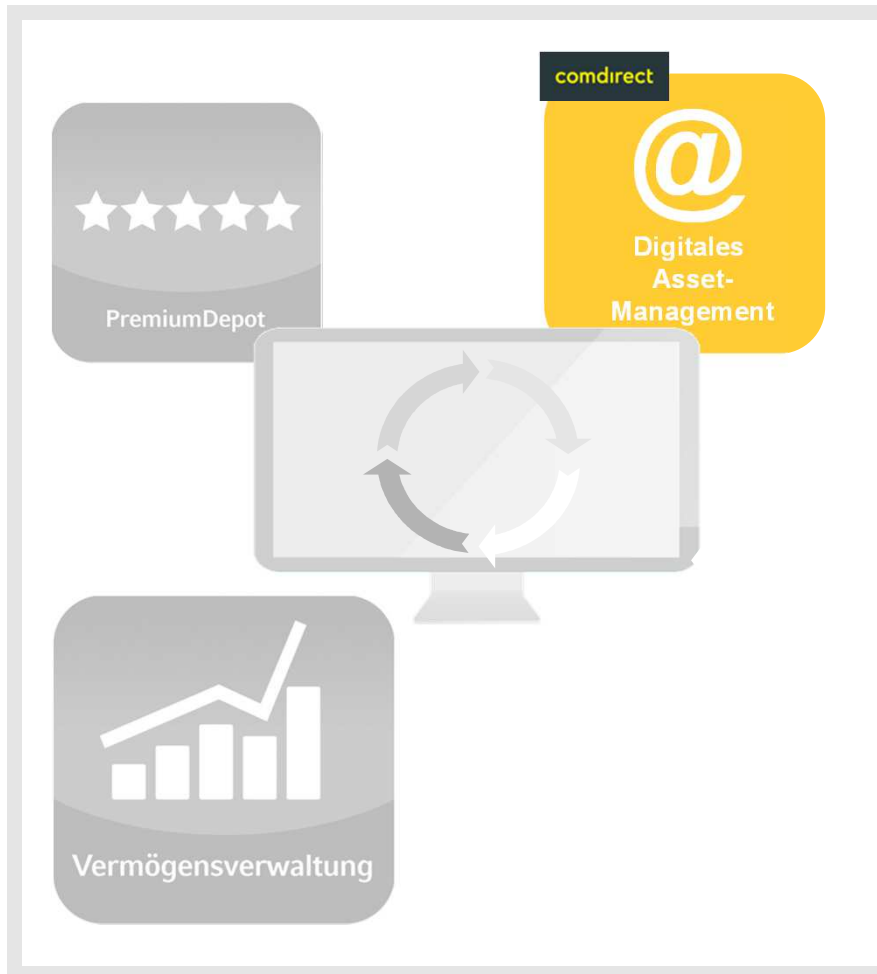
Privatkunden: schnelleres Wachstum durch Kombination digitaler Plattformstrategie mit modernen Filialformaten



Digital und persönlich

- › **Multikanalbank** heißt „One“ und ist die IT-Plattform für alle Kanäle und alle Kunden
- › **Zwei Filialformate** sichern breite Marktabdeckung an rund 1.000 Standorten
- › **Flagship-Filialen** mit Beratungsschwerpunkt
- › **Cityfiliale** bietet effizienten Kundenservice mit reduzierter Infrastruktur und Betriebskosten

Privatkunden: schnelleres Wachstum durch attraktive Produkte und Partnerschaften



Digital und persönlich

- › **Digitaler Ratenkredit:** margenstarkes Produkt auf eigener Plattform im eigenem Kreditbuch
- › **Digitales Asset-Management: Robo-Advice** und digitales Asset-Management mit der Comdirect
- › **Partnership-Banking:** Neukundengewinnung durch Kooperationen (Tchibo, Amazon, Lufthansa)
- › **Vereinfachtes Produktportfolio**

Ziel:



Bis 2020 zwei Millionen Nettoneukunden auf dem deutschen Markt

Unternehmerkunden: Wachstum durch regionale Nähe und digitalen Vorsprung



Digital und persönlich

- › **Wettbewerbsvorteile** durch Kombination der Stärken von PC (Effizienz) und MSB (Kredit)
- › **Digitale Angebote und hohe Flächenpräsenz**
 - Kunden haben 24/7-Zugang zum Unternehmerkundenangebot über Online-, Mobile und Video-Beratung
 - Räumliche **Nähe** und regionale **Erreichbarkeit**: Unternehmerkunden-Berater erreichen ~80 % aller Kunden unter 30 Minuten
- › **Passgenaue Angebote**: geschäftliche und private Angebote aus einer Hand

➔ **Ziel:**
Marktanteil von 5 % auf 8 %

Firmenkunden: Fokus Kerngeschäft und Integration Investmentbank

Mittelstandsbank

Marktführer in Deutschland

Führendes Trade-Finance-Angebot

Internationale Präsenz



Corporates & Markets

Einzigartige Sektorenkompetenz

Führender Anbieter von Absicherungsprodukten für Firmenkunden

Debt House Nr. 1



Verbesserte Kundenbetreuung durch Verzahnung von Mittelstandsbank- und Corporates-&Markets-Expertise



Effizientere und kostengünstigere Aufstellung durch Reduzierung von Teilen des Handelsgeschäfts

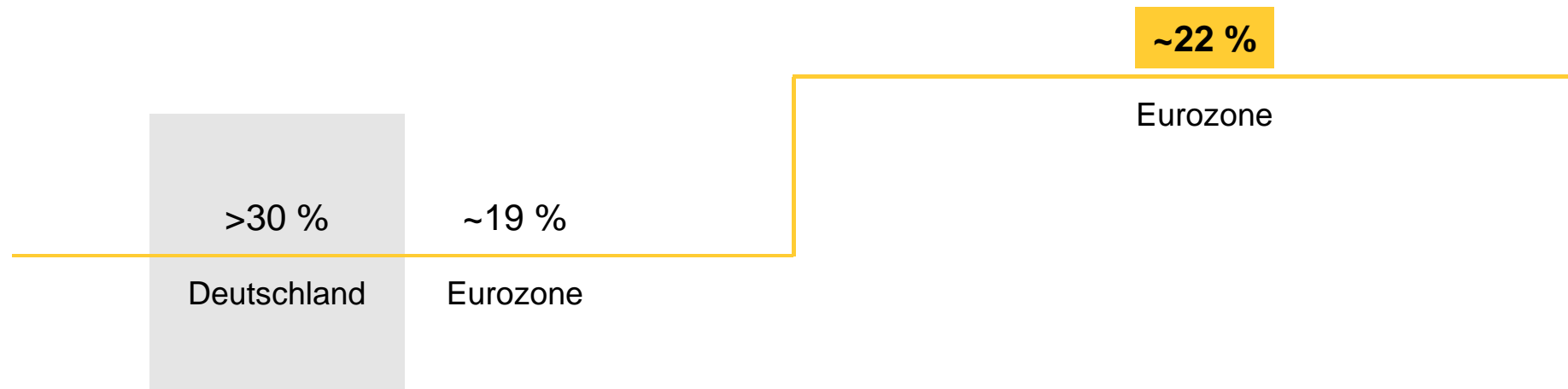
Firmenkunden: Wachstum im internationalen Trade-Finance-Geschäft

2016

- › Außenhandelsfinanzierung Gründungszweck der Bank im Jahr 1870
- › Commerzbank finanziert über 30 % des deutschen Außenhandels
- › Mit rund 19 % Marktanteil auch starke Position im europäischen Außenhandel

2020

- › Investition in Digitalisierung schafft mehr Effizienz und größeres Leistungsangebot
- › Kundengewinnung in Zukunftsmärkten und entlang attraktiver Handelskorridore
- › Investition in Compliance als Basis für weiteres Wachstum



Firmenkunden: Sektorkompetenz als Hebel für Wachstum



Automobil & Transport
> 4.000 Kunden



Chemie & Pharma
> 3.000 Kunden



Maschinenbau
> 2.500 Kunden



Energie & Infrastruktur
> 1.500 Kunden



Consumer & Retail
> 5.000 Kunden

Ausbau Sektoransatz

- › Breite Kundenbasis in **Fokussektoren**
- › Starke **Marktdurchdringung** und hohe Anzahl von Weltmarktführern und „Hidden Champions“
- › **Wachstum** durch
 - Gewinnung von **Neukunden**
 - **Sektorbetreuung** für Großkunden in Deutschland und Westeuropa



Ziel:
Top 5 in Europa

Firmenkunden: führender Kreditfinanzierer

2016

- › Führender Kreditfinanzierer für Firmenkunden in Deutschland und Partner des Mittelstands bis hin zur Kapitalmarktfähigkeit
- › Intelligenter Mix aus klassischen Kredit- und Kapitalmarktprodukten

2020

- › Auf Basis starker Marktposition in Deutschland Wachstum in europäischen Kernmärkten
- › Hohe Beratungsqualität und erstklassige Transaktionsabwicklung mit hoher Platzierungssicherheit

13 %

30 %

Marktanteil
strukturierte
Finanzierungen
Deutschland

10 %

Marktanteil Lead
Arranger
Westeuropa (exkl.
Deutschland)

Marktanteil Lead
Arranger
Westeuropa (exkl.
Deutschland)

Fokus auf Produkte für Firmenkunden

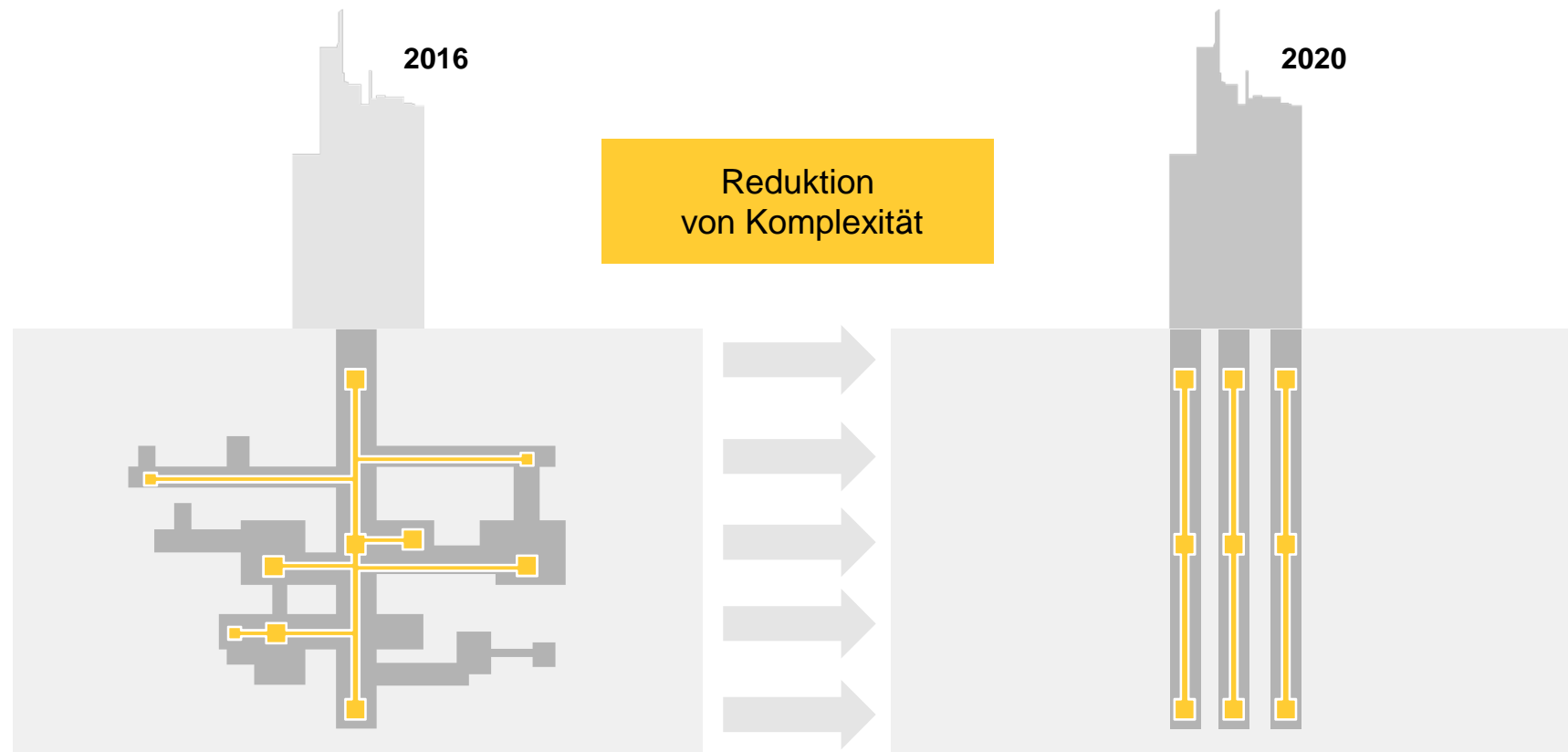
Produktangebot heute

MSB		<ul style="list-style-type: none"> › Kredit › Trade Finance › Structured Finance › Cash-Management 	
	CM	Advisory & DCM	<ul style="list-style-type: none"> › Corporate Advice › Corporate Financing
		FIC	<ul style="list-style-type: none"> › Absicherungsprodukte › Kern-Investmentprodukte › Exotische Investmentprod. EXIT
		Commodities	<ul style="list-style-type: none"> › Absicherungsprodukte › Investmentprodukte Separierung
Equity		<ul style="list-style-type: none"> › Strukturierte Aktienprod. Separierung 	

Produktangebot morgen

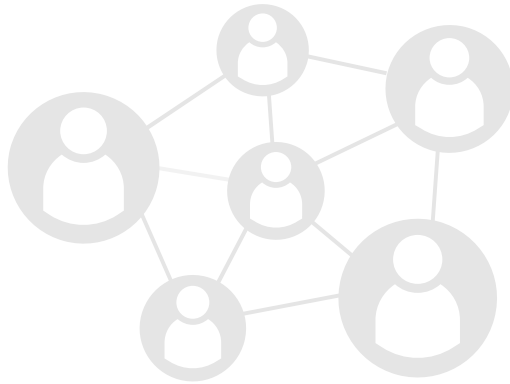
Firmenkunden	<ul style="list-style-type: none"> › Kredit › Trade Finance › Structured Finance › Cash-Management
Advisory & DCM	<ul style="list-style-type: none"> › Corporate Advice › Corporate Financing
FICC	<ul style="list-style-type: none"> › Absicherungsprod. FIC › Kern-Investmentprod. FIC › Absicherungsprodukte Commodities

Auf dem Weg zu einem digitalen Technologieunternehmen



Ziel: 80 % der relevanten Prozesse sind digital

Digitaler Campus als Motor der Transformation



Digitale Transformation

E2E Vorstandsverantwortung

Zusammenarbeit Fach- und IT-Seite an einem Ort

Alle Experten mit 100 % Kapazität

Vorrang für interne Ressourcen

Agile Arbeitsmethoden

Verkürzung der Einführungszyklen

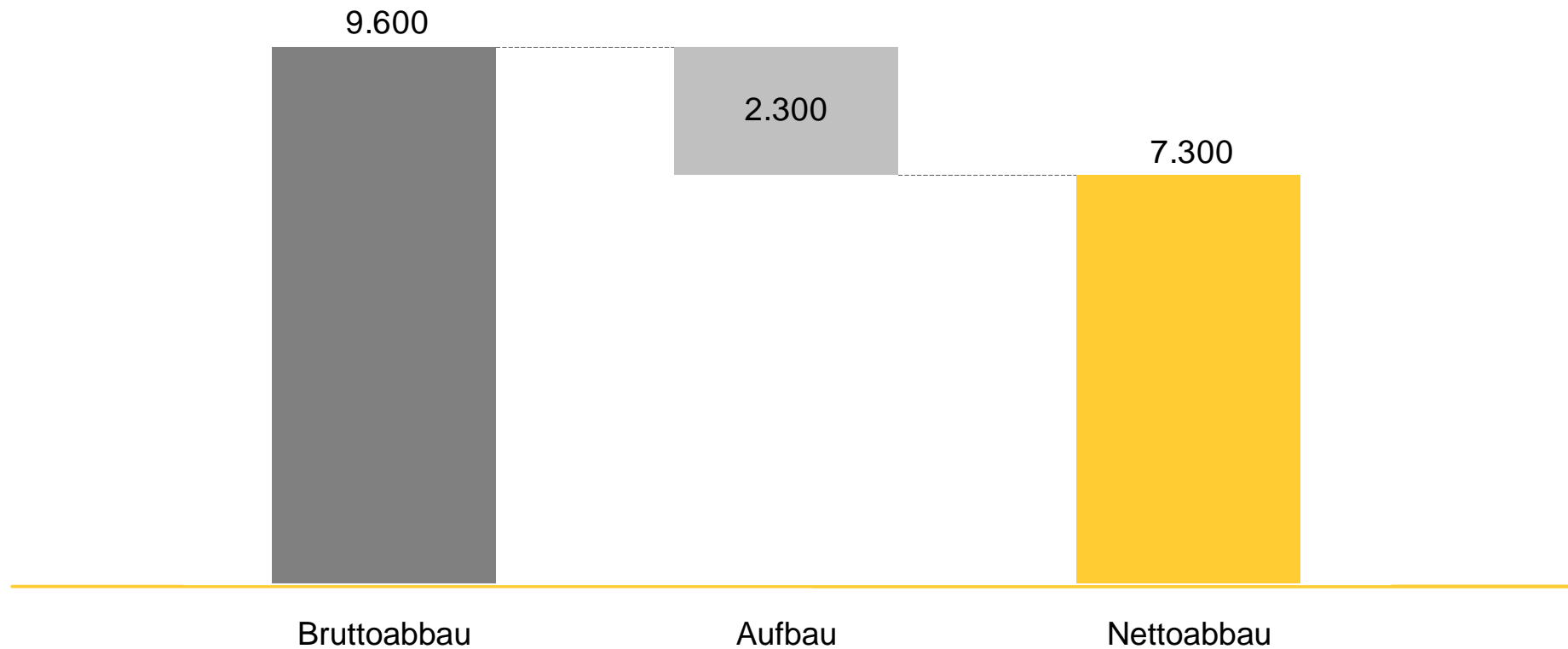
„Fail-fast“-Prinzip



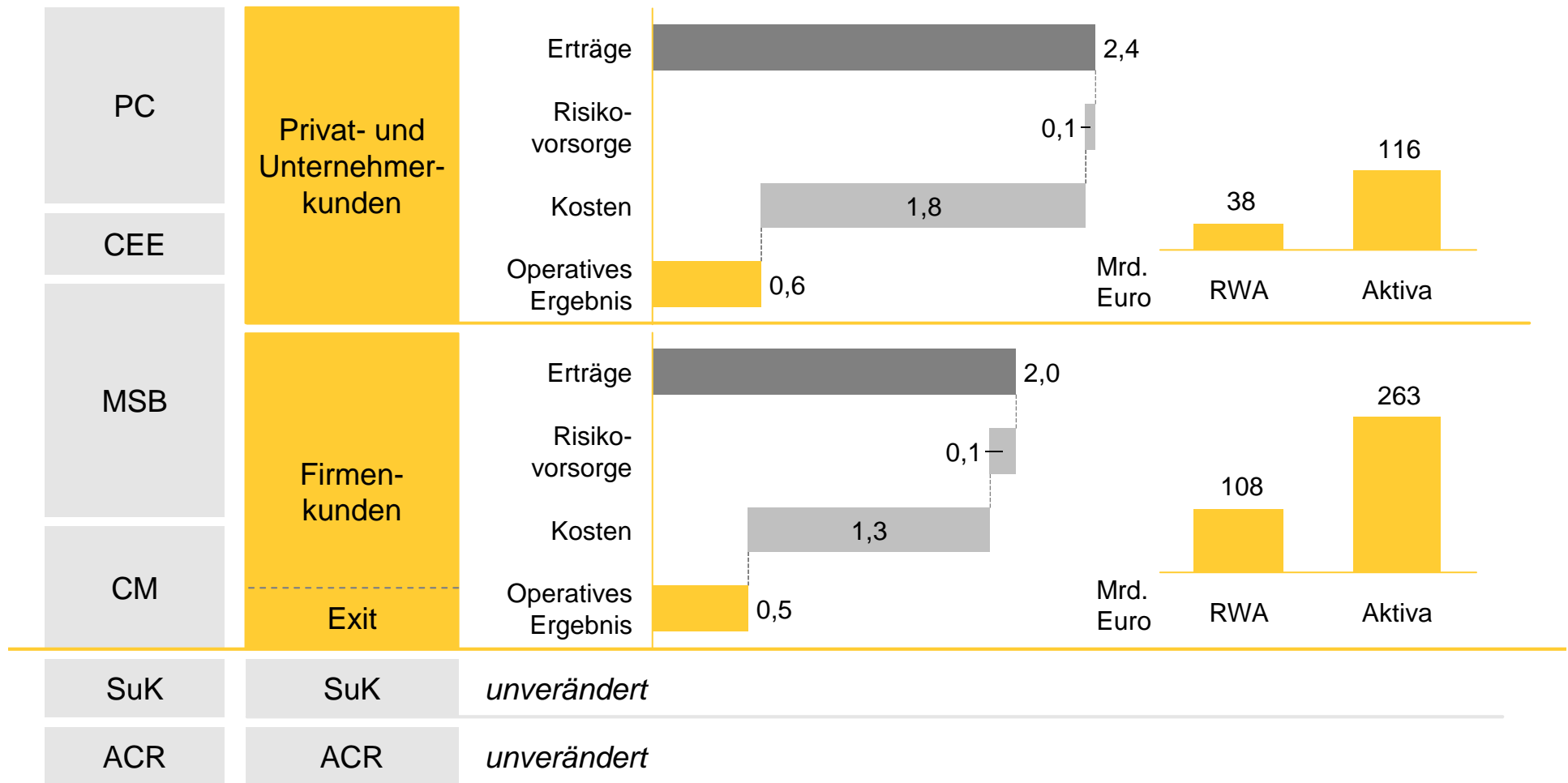
Tempo bei Digitalisierung sichert Wettbewerbsvorteile

Abbau von Vollzeitstellen durch Digitalisierung und Komplexitätsreduktion

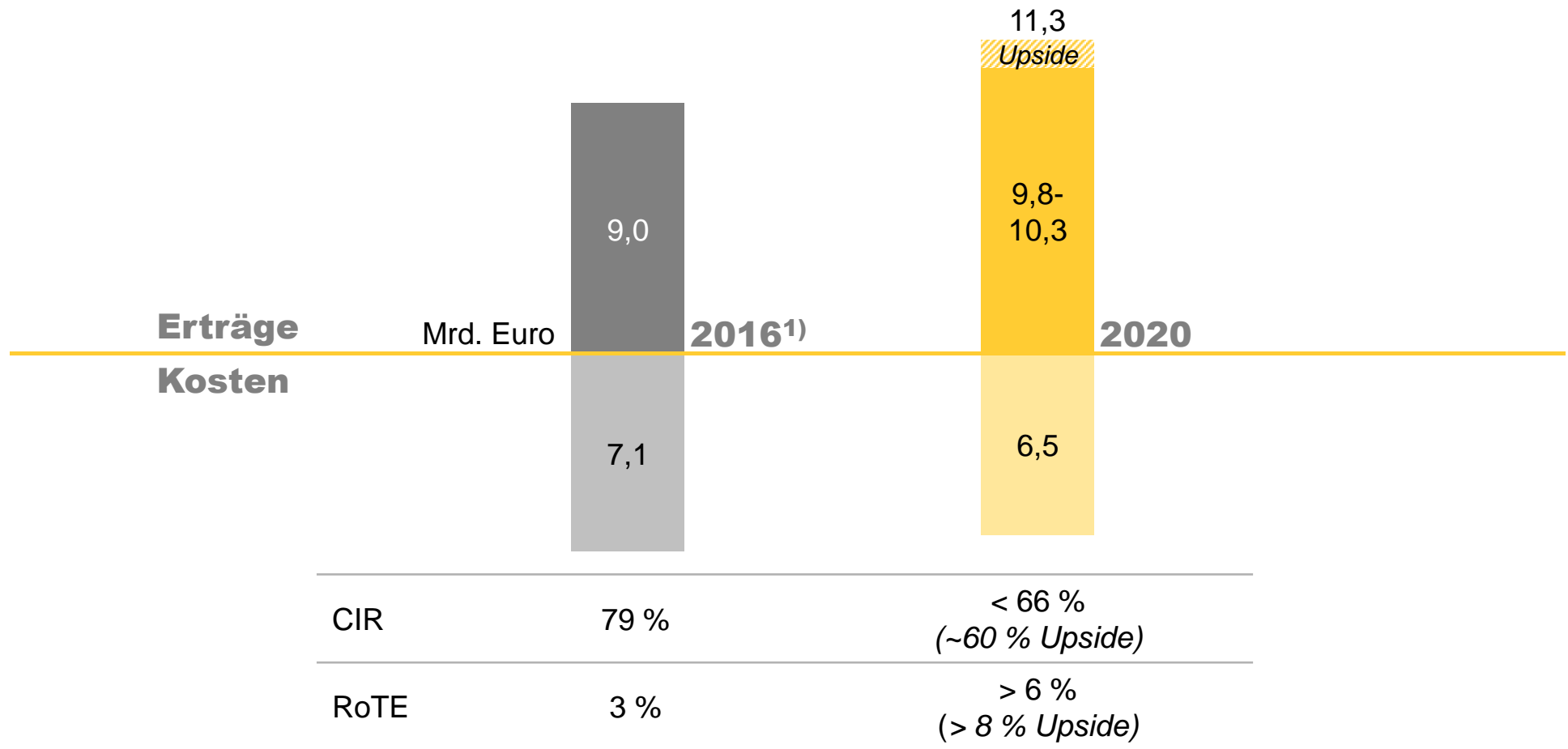
VZK-Abbau bis 2020



Simulation H1 2016 der neuen Kundensegmente

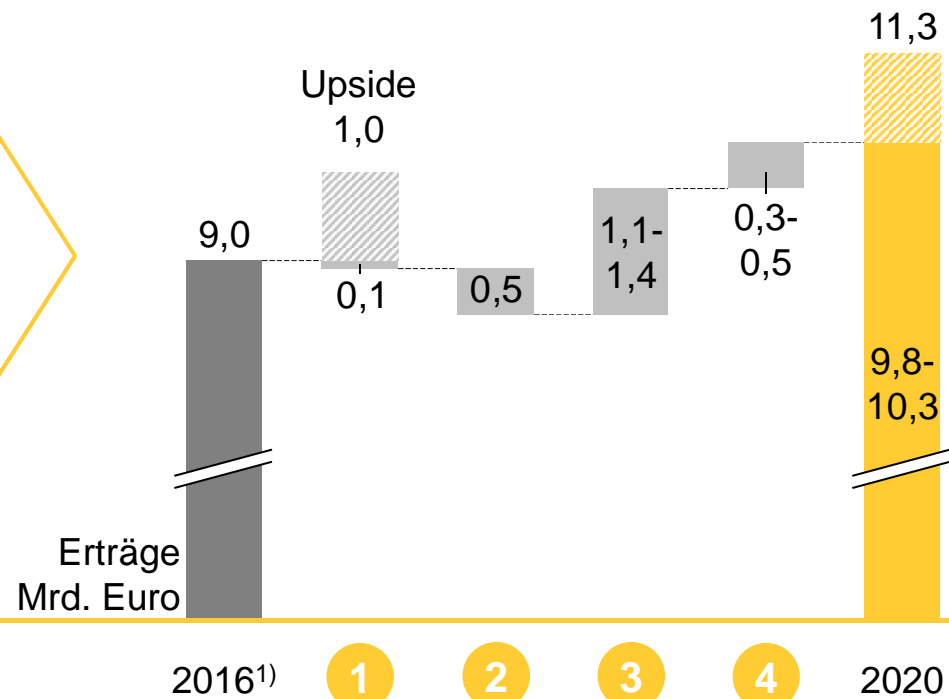


Über gezielte Wachstumsmaßnahmen und signifikante Kosteneinsparungen erreichen wir eine CIR <66 % sowie einen RoTE >6 %



Deutliche Ertragssteigerung durch Wachstum – Erträge 2020 auch in heutigem Zinsumfeld >9,8 Mrd. Euro

- 1 Negativzinsumfeld weiter antizipiert – heißt auch: mögliches Upside
- 2 Abbau ACR sowie Reduzierung Handelsaktivitäten
- 3 Wachstum bei Privat- und Unternehmernkunden (inkl. M-Bank)
- 4 Wachstum im Firmenkundengeschäft

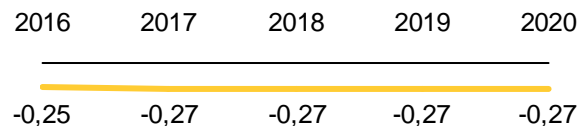


 **Ertragswachstum im Kerngeschäft bei strengster Einhaltung unserer Compliance- und Risikorichtlinien**

Gezielte Wachstums- und Pricing-Maßnahmen reduzieren Belastungen im heutigen Zinsumfeld

Heutiges Zinsumfeld

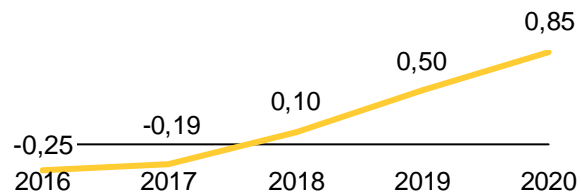
3-Monats-Euribor (Ø p. a. in %)



- › Bruttoertragsbelastung in heutigem Zinsumfeld in 2020 bei ~300 Mio. Euro gegenüber 2016
- › Reduktion der Belastung auf ~100 Mio. Euro durch...
 - › Wachstum in der privaten Baufinanzierung
 - › gezielte Pricing-Aktivitäten im Firmenkundengeschäft

Steigendes Zinsumfeld

3-Monats-Euribor (Ø p. a. in %)



- › Um bis zu 1,0 Mrd. Euro höhere Zinserträge durch...
 - › Ende der Belastungen aus Zentralbankeinlagen
 - › hohen Anteil an zinslosen Kundeneinlagen
 - › höhere Verzinsung aus Wiederanlage aus Kundeneinlagen

Quelle: Bloomberg, 2020e: Konsensschätzung unabhängigen Ökonomen.

Deutlich zusätzliche Erträge aus neuen Kundensegmenten

Erträge 2017 – 2020

**Privat- und
Unternehmer-
kunden**

**1,1 – 1,4
Mrd. Euro**

- › Privatkunden 450-550 Mio. Euro
- › Unternehmerkunden 350-450 Mio. Euro
- › M-Bank 300-400 Mio. Euro

Firmenkunden

**0,3 – 0,5
Mrd. Euro**

- › Kundenwachstum und Pricing 185-270 Mio. Euro
- › Trade Finance 40-60 Mio. Euro
- › Einzigartige Sektorenkompetenz 75-125 Mio. Euro

**Reduzierung
Handels-
aktivitäten**

**-0,4
Mrd. Euro**

- › Nettokapitalfreisetzung von ~500 Mio. Euro
- › RWA-Entlastung um 6 Mrd. Euro sowie Vermeidung zukünftiger RWA-Risiken aus FRTB (~8 Mrd. Euro)

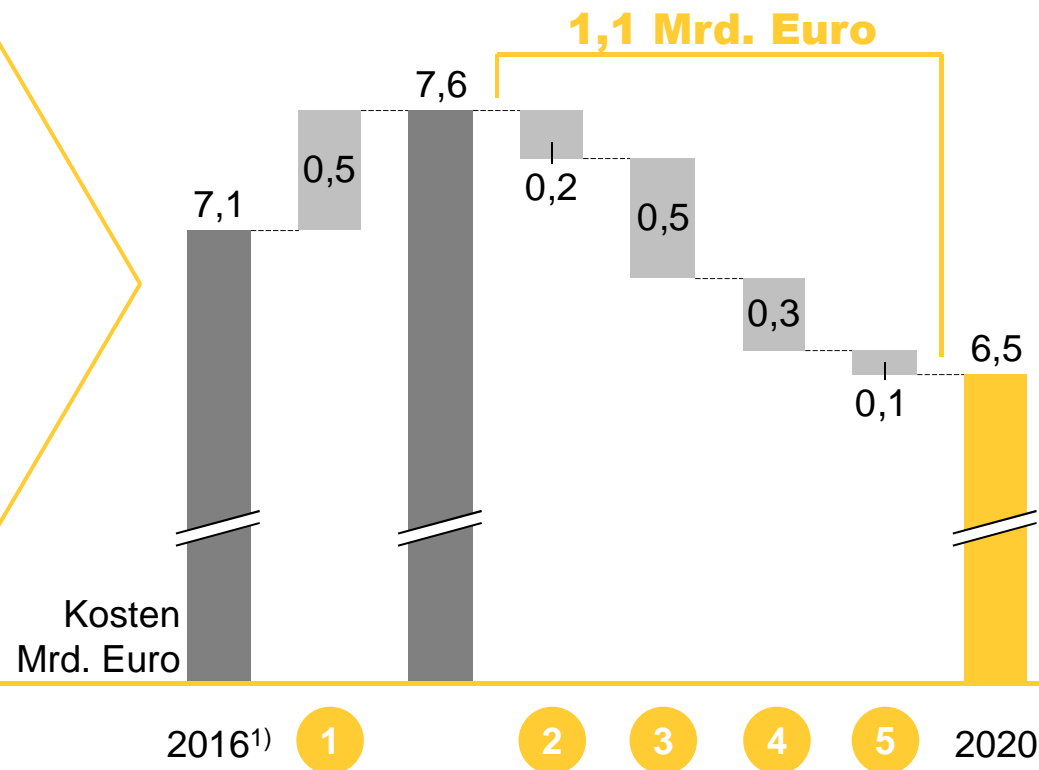
Abbau in ACR

**-0,1
Mrd. Euro**

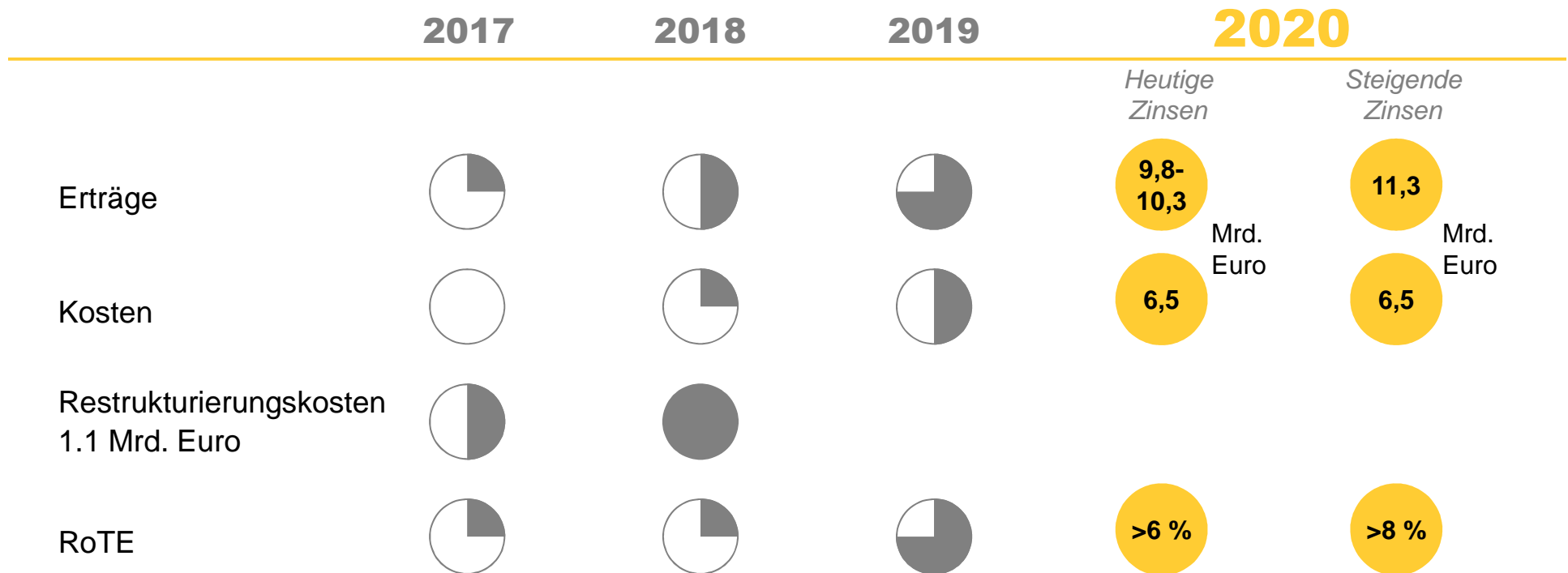
- › Netto-Kapitalfreisetzung von ~300 Mio. Euro
- › Erwarteter kumulierter operativer Verlust 2017 – 2020 von ~1,1 Mrd. Euro

Deutliche Kostenreduktion durch Digitalisierung und Komplexitätsreduktion

- 1 Faktorpreissteigerung, Kosten für Regulatorik und AfA
- 2 Kostenreduktion aus Abbau ACR und Reduzierung Handelsaktivitäten
- 3 Einsparung aus Digitalisierung und Automatisierung von Prozessen
- 4 Komplexitätsreduktion im Geschäftsmodell
- 5 Vorteile aus Sourcing-Initiativen



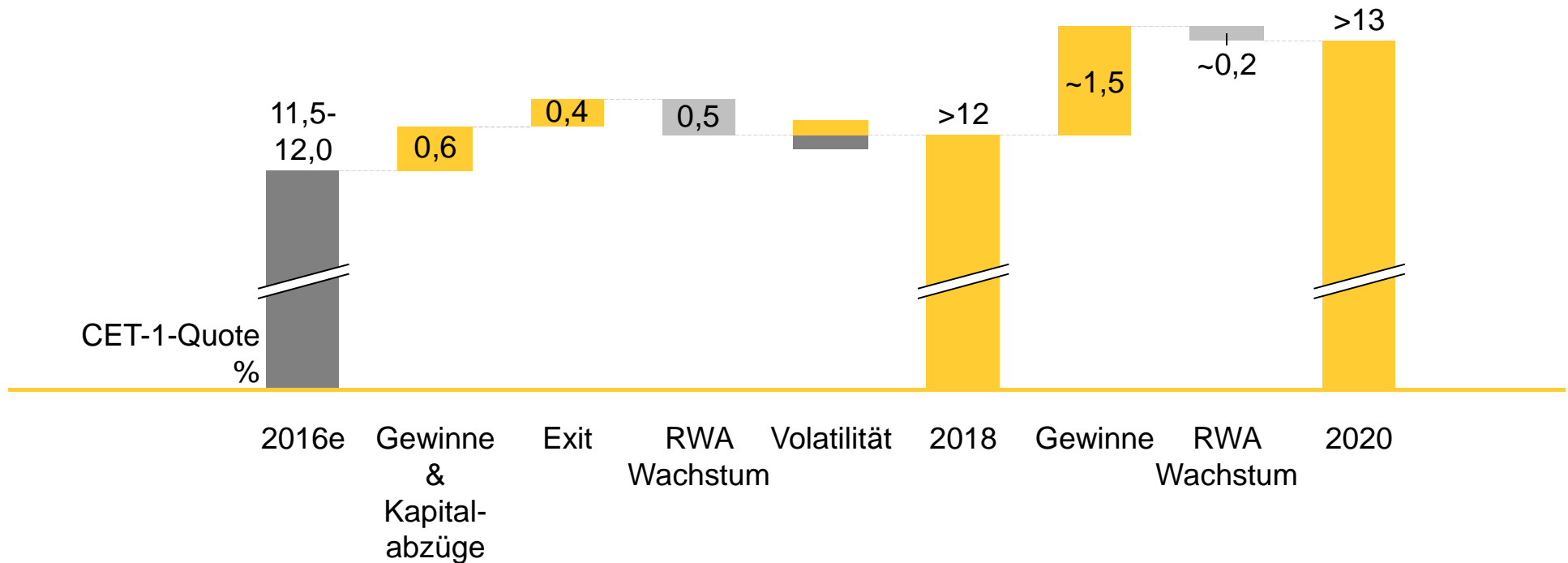
Transformation erfordert zwei Restrukturierungsjahre mit niedriger Rentabilität



Konzern-RWA bleiben stabil – fortlaufende Portfoliooptimierung

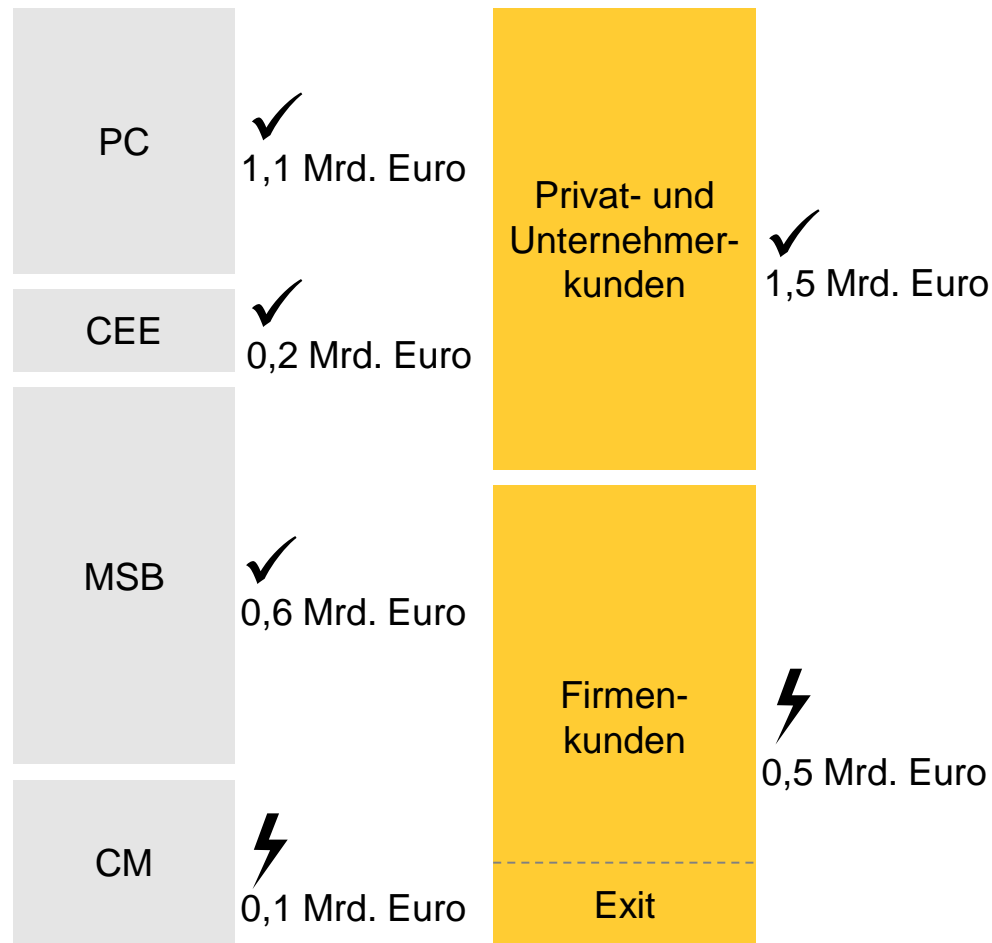
<i>Pro forma H1 2016</i>	RWA (Mrd. Euro)	Pfad 2020	
Privat- und Unternehmer- kunden	38		Deutliches Wachstum in kapitaleffizientem Kreditgeschäft mit Privat- und Unternehmernkunden
Firmenkunden	102		Insgesamt stabile RWA-Entwicklung, wobei durch gezielte Portfoliooptimierung in Wachstum investiert wird
Sonstige und Konsolidierung	29		Stringentes RWA-Management in Konzern-Treasury
Asset & Capital Recovery	23		Weiterer Abbau von nicht strategischen Assets und entsprechende RWA-Freisetzung
Reduzierung Handels- aktivitäten	6		RWA-Entlastung sowie Vermeidung zusätzlicher RWA durch FRTB von 8 Mrd. Euro

Während der Übergangsphase liegt die CET-1-Quote bei ~12 %



- › Einbehalten Dividende zur Refinanzierung des Restrukturierungsaufwands
- › Komfortable Kapitalisierung schafft Puffer für potenzielle IFRS-9- und Basel-4-Effekte
- › Im Falle steigender Zinsen weiteres Potenzial von >100bps in 2020

Transformation zu Commerzbank 4.0 erfordert kapitalneutrale Abschreibung auf Goodwill im dritten Quartal 2016



Erwarteter Goodwill-Einfluss

~170 Mio. Euro

Allokierter Goodwill zuzüglich immaterielle Vermögensgegenstände in CM werden in Höhe von ~170 Mio. Euro voll abgeschrieben

~530 Mio. Euro

Infolge der Goodwill-Abschreibungen aus CM muss auch der Goodwill im neuen Segment Firmenkunden abgeschrieben werden („Vererbungseffekt“)

Allokierter Goodwill in den Segmenten.

Ausblick drittes Quartal 2016

Q3 2016

- Wir erwarten für das dritte Quartal 2016 Erträge auf dem Niveau des zweiten Quartals
- Die Risikovorsorge wird im dritten Quartal aufgrund der nachhaltig schwachen Schiffsmärkte deutlich über dem Niveau des ersten und zweiten Quartals liegen
- Wir erwarten für das dritte Quartal ein Operatives Ergebnis, das niedriger ist, als das Ergebnis des ersten und zweiten Quartals
- Aufgrund der erforderlichen Abschreibungen auf Goodwill wird somit das Konzernergebnis im dritten Quartal 2016 negativ sein
- Die Kapitalquote CET 1 wird gegenüber dem zweiten Quartal 2016 wieder ansteigen

Ausblick Gesamtjahr 2016

FY 2016

- Für das Gesamtjahr 2016 erwarten wir trotz der Abschreibungen auf Goodwill im dritten Quartal 2016 ein leicht positives Konzernergebnis
- Die Kapitalquote CET 1 erwarten wir zum Jahresende bei nahezu 12 %, sofern keine neuen wesentlichen Marktverwerfungen eintreten
- Dividendenzahlungen werden zur Refinanzierung der Restrukturierungsaufwendungen einbehalten

Ziele 2020 mit der neuen Strategie Commerzbank 4.0

	In heutigem Zinsumfeld	In steigendem Zinsumfeld
Erträge (Mrd. Euro)	9,8-10,3	11,3
Kosten (Mrd. Euro)	6,5	6,5
CIR (%)	<66	~60
Netto-RoTE (%)	>6	>8
CET1 (%)	>13	>13

Zum Mitnehmen



- **Wachstum im Privat- und Unternehmerkunden-
geschäft**
- **Nutzung der marktführenden Position im
Firmenkundengeschäft**
- **Entwicklung zum digitalen Technologie-
unternehmen**
- **Nachhaltige Transformation und Profitabilität**
- **Zukunftsfähiges Geschäftsmodell**
- **Die Commerzbank wird eine bessere Bank für ihre
Kunden**

Für weitere Informationen stehen Ihnen zur Verfügung:

Margarita Thiel

Leiterin External Communications
+49 69 136-46646
margarita.thiel@commerzbank.com

Alexander Cordes

Leiter External Communications Finance & Strategy
+49 69 136-42764
alexander.cordes@commerzbank.com

Karsten Swoboda

+49 69 136-22339
karsten.swoboda@commerzbank.com

Kathrin Wetzel

+49 69 136-44011
kathrin.wetzel@commerzbank.com

Maurice Farrouh

+49 69 136-21947
maurice.farrouh@commerzbank.com

Disclaimer

Diese Präsentation enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Zukunftsgerichtete Aussagen sind Aussagen, die sich nicht auf historische Fakten beziehen; sie beinhalten unter anderem Aussagen zu den Überzeugungen und Erwartungen der Commerzbank und den diesen zugrunde liegenden Annahmen. Diese Aussagen basieren auf Plänen, Schätzungen, Hochrechnungen und Zielen, soweit sie dem Management der Commerzbank zum jeweiligen Zeitpunkt zur Verfügung stehen. Zukunftsgerichtete Aussagen haben daher nur für den Zeitpunkt Gültigkeit, an dem sie getroffen werden. Die Commerzbank übernimmt keine Verpflichtung, diese Aussagen bei Vorliegen neuer Informationen oder aufgrund zukünftiger Ereignisse zu aktualisieren. Zukunftsgerichtete Aussagen unterliegen zwangsläufig Risiken und Ungewissheiten. Eine Vielzahl von Faktoren kann daher dazu führen, dass die tatsächlichen Ergebnisse deutlich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen enthaltenen Angaben abweichen. Zu diesen Faktoren zählen unter anderem die Entwicklung der Finanzmärkte in Deutschland, Europa, den USA und anderen Regionen, in denen die Commerzbank einen wesentlichen Teil ihrer Erträge erwirtschaftet oder in denen sie einen wesentlichen Teil ihres Vermögens hält, die Entwicklung ihrer Vermögenswerte, Marktschwankungen, mögliche Ausfälle von Schuldnern oder Handelspartnern, Änderungen der Geschäftsstrategie und die Zuverlässigkeit ihrer Risikomanagementgrundsätze. Außerdem enthält diese Präsentation finanzielle und andere Informationen, die aus öffentlich verfügbaren Informationen stammen, die von anderen Personen als der Commerzbank veröffentlicht wurden („externe Informationen“). Externe Informationen beziehen sich insbesondere auf branchen- oder kundenbezogene Informationen und andere Berechnungen, die Branchenberichten entnommen wurden oder darauf beruhen, die von Dritten veröffentlicht wurden, sowie auf Marktforschungsberichte und kommerzielle Veröffentlichungen. Kommerzielle Veröffentlichungen beinhalten allgemein die Aussage, dass die darin enthaltenen Informationen aus für verlässlich gehaltenen Quellen stammen, dass die Richtigkeit und Vollständigkeit dieser Informationen aber nicht garantiert wird und dass die darin enthaltenen Berechnungen auf einer Reihe von Annahmen basieren. Die Commerzbank hat die externen Informationen nicht selbst überprüft. Aus diesem Grund kann die Commerzbank keine Verantwortung für die Richtigkeit von externen Informationen übernehmen, die sie öffentlichen Quellen entnommen oder daraus abgeleitet hat.