

## NACHRICHTEN

**Cobra ist wieder ohne Berater**

Die Investorengruppe Cobra hat zum Jahresende ihre Zusammenarbeit mit der Investmentbank Donaldson, Lufkin & Jenrette (DLJ) beendet. Die Trennung sei im „gegenseitigen Einvernehmen“ erfolgt, hieß es bei DLJ in London. Die Investmentbanker sollten der Cobra helfen, einen Käufer für ihre Commerzbank-Aktien zu finden. Die Beteiligungsgesellschaft um die Großanleger Klaus-Peter Schneidewind und Clemens Vedder hatte in der Spitze fast 19 Prozent der Commerzbank-Anteile gebündelt. Am Montag gab die Gruppe bekannt, nur noch das Bezugsrecht für knapp zehn Prozent der Commerzbank-Aktien zu haben. Auf dieses Aktienpaket hätten zwei ausländische Investoren Optionen geschrieben. **FTD**

**Generali hält weniger an AMB**

Die italienische Versicherung Generali hat ihren Anteil an der Aachener und Münchener Beteiligungsgesellschaft (AMB) verringert. Generali habe Ende 2000 noch 65 nach zuvor 67,3 Prozent gehalten, teilte die AMB mit. Die verbleibenden 35 Prozent des MDax-Titels sind breit gestreut. **Reuters**

**Finanzagentur beruft Schleif**

Gerhard Schleif wird neben Peter Jabcke zweiter Geschäftsführer der „Bundesrepublik Deutschland – Finanzagentur GmbH“. Sie wird sich künftig um das Schuldenmanagement des Bundes kümmern und soll im zweiten Quartal ihre Arbeit aufnehmen. Schleif ist derzeit Leiter des Handels mit Wertpapieren, Geld, Devisen und Derivaten der Sparkassenverbund gehörenden DGZ-Deka-Bank in Frankfurt. **dpa**

**Euronext-Handel ab Juni**

Die europäische Gemeinschaftsbörse Euronext wird bis Ende Juni ihre gemeinsame Handelsplattform eröffnen. Dem Fernsehsender CNBC sagte Euronext-Chef Jean-François Theodore, dass 30 Prozent des europäischen Wertpapierhandels über die gemeinsame Plattform laufen werde, wenn sie voll ausgebaut sei. Zu Euronext haben sich die Börsen Paris, Amsterdam und Brüssel zusammengeschlossen. **dpa-AFX**

**Merrill Lynch platziert BSCH**

Die US-Investmentbank Merrill Lynch hat 30,2 Millionen Aktien des Banco Santander Central Hispano (BSCH) bei institutionellen Anlegern platziert. Der Verkauf des Aktienpakets von 347,3 Mio. € wurde mit der Übernahme des argentinischen Banco Rio de la Plata durch die BSCH begründet. **dpa**

# Große Discount Broker trotzen den Marktturbulenzen

*Die vielen Spätstarter des Jahres 2000 haben dagegen erhebliche Probleme, Marktanteile und Kunden zu gewinnen*

Von Stefanie Burgmaier  
und Rolf Lebert, Frankfurt

Für Matthias Kröner, Chef der Münchner Direkt Anlage Bank (DAB) war 2000 ein „Wahnsinnsjahr“. Der Direktabnehmer der Hypo-Vereinsbank hat in den vergangenen zwölf Monaten seinen Marktanteil von 16 auf mehr als 20 Prozent gesteigert. Exakte Zahlen will die DAB Anfang nächster Woche bekannt geben.

Karl Matthäus Schmidt ist mit der Auswertung schon weiter. Consors hat von Oktober bis Dezember 2000 rund 26 000 neue Kunden gewinnen können. Die Zahl der Transaktionen stieg in den letzten drei Monaten des vergangenen Jahres auf mehr als drei Millionen. Insgesamt schaffte der Nürnberger Discount Broker bei der Zahl der Kunden und der Wertpapiergeschäfte 2000 im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung um mehr als 100 Prozent.

Noch nicht so fertig mit ihrer Bilanzierung des Jahres 2000 ist die Commerzbank-Tochter Comdirect. Die schweren Kursverluste am Neuen Markt hätten dem Unternehmen nicht nennenswert geschadet, lässt sich ein Sprecher immerhin entlocken.

Eine Gewinnwarnung wird es auch beim Broker Entrium, der mittlerweile zur italienischen Bipop-Gruppe gehört, nicht geben. „In Anbetracht des Börsenumfeldes können wir mit dem vierten Quartal sehr zufrieden sein. Denn wir mussten keinerlei Einbußen in Depot- und Einlagevolumen hinnehmen“, betont Entrium-Chef Joannes Verbunt.

Die großen der Branche sind von den Turbulenzen an den Aktienmärkten nicht in ihrer Existenz bedroht. Ihr Wachstum wird höchstens verlangsamt. Zwar helfen steigende Aktienkurse bei der Gewinnung von Neukunden. „Den stärksten Handelstag hatten wir aber, als der Neue Markt auf seinen Tiefpunkt fiel“, sagt DAB-Chef Kröner.

Hingegen tun sich die Spätstarter unter den Discount Brokern schwer, Neukunden zu gewinnen. Im vergangenen Jahr starteten gleich mehrere Neulinge. Im Februar begann der finnische Broker EQ-Online seine Geschäfte in Deutschland. Im April trat Pulsiv, eine Tochter von HSBC Trinkaus & Burkhardt, erstmals im Netz auf. Im September 2000 fielen gleich zwei Startschüsse. Die Postbank-



Consors-Chef Karl Matthäus Schmidt und DAB-Vorstand Matthias Kröner stemmen sich gegen die Börsen-Flaute

Tochter Easytrade nahm ebenso ihre Geschäfte auf wie der Berliner Direkt Broker Systracom. Zum Jahresende folgte schließlich noch SEBdirect.

Für sie wird es eng. Die Postbank-Tochter Easytrade hat zwar mittlerweile mehr als 250 000 Depots eröffnet. Sie profitiert jedoch vom Börsengang der Deutschen Post AG. Mitarbeiter, die an der Aktie des Konzerns mitverdienen wollten, mussten ihr Depot bei Easytrade eröffnen. Rund 145 000 Postler kamen so zum

Postbank-Ableger. Aus eigener Kraft dauert der Aufbau sehr viel länger. Pulsiv hat gerade 18 000 Kunden, EQ-Online sogar nur 3000. Systracom hatte nach vier Wochen nur 1800 Depots eröffnet. SEBdirect will nach nur einem Monat noch keine Bilanz ziehen.

Um mehr von den aktiven Kunden anzuziehen, arbeitet EQ-Online nun mit Goldman Sachs zusammen. Die Brokerage-Kunden haben Zugang zu PrimeAccess und damit den gleichen

Service wie institutionelle Kunden. Doch eigentlich ist die Gruppe der Heavy Trader, die täglich oder stündlich handeln, schon mit den heute bestehenden Angeboten gut versorgt.

Die Luft für die Spätstarter wird noch dünner, da immer mehr etablierte Kreditinstitute ins Direct Broking drängen. Die Advance Bank, der Direktabnehmer der Dresdner Bank, bietet erst seit Juli Wertpapiergeschäfte online an. Seitdem hat sich

die Zahl der Depots bei der Advance Bank fast verdreifacht.

In ihrem Brokerage 24 hat die Deutsche Bank im vierten Quartal bei der Zahl der Kundendepots um zwölf Prozent auf 270 000 zugelegt. Die nächste Wachstumsstufe wird spätestens im nächsten Jahr gezündet. Dann soll der europaweite Broker Maxblue starten.

Der Vorteil der konzerngebundenen Broker liegt in der breiteren Angebotspalette. Sie beschränken sich nicht auf die aktiven Wertpapierkunden, sondern sprechen die so genannte zweite Welle der Internet-Kunden an. Diese Anleger sind mehr an indexorientierten Produkten und Investmentfonds interessiert. Der Kampf um diese Klientel wird das Jahr 2001 maßgeblich bestimmen.

Deshalb weiten alle Discount Broker der ersten Stunde ihr Produktangebot aus. Consors, die sich zunächst auf die umsatzstarken Händler unter den Privatanlegern konzentrierten, haben mittlerweile mehr als 3000 Fonds im Angebot. Damit haben sie rund 1 Mrd. € eingesammelt.

Die DAB hat sogar 5 Mrd. € Fondsgelder eingetrieben. In diesem Jahr soll das Kundenpotenzial noch besser ausgeschöpft werden. Dazu sollen die Anlage-Center auf 15 aufgestockt werden.

WWW.FTD.DE/DISCOUNT-BROKER

## INTERNET-BANKING IN GROSSBRITANNIEN

## Sicherheit bleibt Stolperstein für Online-Banken

Britische Banken haben ihre Internet-Euphorie überwunden. Seit 1998 sind nach einer Studie des Beratungshauses PricewaterhouseCoopers die Investitionsvorhaben in Informationstechnik erstmals rückläufig. So sagen 61 Prozent der befragten Häuser, sie wollen im kommenden Jahr weniger für IT ausgeben.

Hintergrund ist eine verbreitete Unsicherheit darüber, wie Bankkunden das Internet annehmen. Ermüchternd finden die Banken auch die Zuwächse, die sie in der jüngsten Vergangenheit mit dem Internet erzielt haben: Gerade einmal zwei Prozent seien es in den vergangenen

drei Monaten gewesen, sagen die Banker. Damit liegen sie bei den Finanzdienstleistern weit abgeschlagen auf dem letzten Platz. Fondsmanager etwa berichten, der Wert ihrer im Internet getätigten Geschäfte habe sich um 81 Prozent erhöht.

Sogar auf einen möglichen Rückgang des Online-Marktes stellen die Banken sich jetzt ein. Ausgerechnet die als reines Online-Institut gestartete Egg Bank hat im Spätherbst 2000 angekündigt, sie werde Filialen eröffnen. Andere Banken verlegen sich auf strategische Allianzen, um IT-Kosten zu sparen. Gut ein Viertel der Befragten gibt an, dass es für künftige

Online-Projekte Kooperationen eingegangen ist. So haben Lloyds TSB und Barclays jeweils Allianzen mit anderen Dienstleistern geschlossen.

Nach den Hemmnissen für das Online-Geschäft befragt, geben die Banken drei Punkte an: Verständnisprobleme bei Kunden, langsame Netzverbindungen und mangelnde Sicherheit. Letzteres bekamen die Kunden der Barclays Bank im vergangenen Sommer zu spüren: Wegen eines Software-Fehlers wurden ihnen fremde Kundendaten auf dem Bildschirm angezeigt. Barclays musste ihren Online-Auftritt einen Tag lang komplett abschalten. *Matthias Dezes*

## Junge Frauen verursachen heute deutlich mehr Unfälle als Anfang der neunziger Jahre

*Der Abstand zwischen Männern und Frauen wird kleiner*

Von Herbert Fromme, Köln

Junge Frauen verursachen heute mehr Pkw-Unfälle als vor zehn Jahren, während sich Männer zunehmend sicherer verhalten. Doch trotz des negativen Trends fahren junge Frauen immer noch sehr viel risikoreicher als ihre männlichen Altersgenossen. Das ergab eine Untersuchung des Kölner Instituts für Straßenverkehr, das zum Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) gehört.

Obwohl die Erkenntnisse keine unmittelbaren Auswirkungen auf Versicherungstarife haben, gehen Änderungen im Risikoverhalten langfristig in die Preisüberlegungen ein. Einige wenige Versicherer bieten spezielle Frauentarife mit einem Rabatt an, der die insgesamt günstigere Risikosituation widerspiegelt.

Das Institut untersucht die volkswirtschaftlichen Kosten von Unfällen bezogen auf Altersgruppe und Geschlecht. Anfang der 90er Jahre stellte es fest, dass die ökonomischen Folgen von Pkw-Unfällen, die junge Männer verursachen, viermal so hoch waren wie die der Frauen. Diese Schere schließt sich etwas: In einer neuen Untersuchung für das Jahr 2000 kommt das Institut zu dem Ergebnis, dass der Faktor jetzt nur noch drei beträgt.

Die unterschiedlich hohe Verkehrssicherheit von Männern und Frauen ist nicht auf junge Fahrerinnen und Fahrer beschränkt. Sie zieht sich, wenn auch in unterschiedlichem Maße, durch alle Altersgruppen und gilt auch für Fußgänger, Radfahrer, Motorrad- und Mofa-Fahrer, ergaben die Untersuchungen des Instituts. Trotzdem ist das Geschlecht in Deutschland offiziell kein Tarifmerkmal. Traditionelle Tarif-

merkmale sind Region und Typenklasse, also Marke, Typ, Leistung des Pkw. Vor kurzem sind Kilometerleistung und Garage hinzugekommen. Über diese Tarifmerkmale und die jeweilige Schadensbelastung führt der GDV bundesweite Statistiken. „Ob das Geschlecht irgendwann einmal Tarifmerkmal wird, ist schwer zu sagen“, sagte Siegfried Brockmann vom GDV. „Die individuelle Wirklichkeit kann man ohnehin nur begrenzt in so einem Tarif abbilden.“

Brockmann sieht eher Konsequenzen in der Schadensverhütung. „Es stellt sich die Frage, warum Frauen weniger Unfallkosten verursachen, welche psychologischen Gründe es gibt. Daraus können wir Schlussfolgerungen ziehen, daran muss gearbeitet werden“, sagte er. In anderen Ländern nutzen Spezialversicherer Marktücken aus, die besonders gute Risiken bieten: Selbst wenn der Preis

niedriger ist, sorgt der bessere Schadensverlauf für höheren Gewinn.

In Deutschland müssen weibliche wie männliche Fahranfänger meistens 200 Prozent oder mehr der Normalprämie zahlen – ein besonderes Angebot für die Frauen könnte sich lohnen. Brockmann will nicht ausschließen, dass deutsche Versicherer verstärkt das Risikomerkmale Geschlecht nutzen. Die größten deutschen Autoversicherer Allianz und HUK-Coburg haben keine Pläne, Frauentarife anzubieten. „Wir haben grundsätzliche Bedenken“, sagte ein HUK-Coburg-Sprecher. „Es ist ja das Fahrzeug versichert und nicht der Fahrer.“ Bei Rabatten für Frauen besteht die Gefahr, dass Paare Fahrzeuge auf die Frau anmelden, um niedrigere Versicherungsbeiträge zu zahlen – das Risiko aber gleich bleibt.

WWW.FTD.DE/AUTOVERSICHERUNGEN

## Kreditgenossen geben ungerne Kompetenzen ab

*Vertriebsbank-Szenarien stoßen bei Vorständen auf wenig Gegenliebe*

Von Carsten Michael, Frankfurt

Planspiele der Deutschen Genossenschaftsbank (DG Bank), wie die Arbeitsteilung im Verbund in Zukunft aussehen könnte, stoßen bei den Ortsbanken auf wenig Gegenliebe. Dabei geht es um das Szenario, in dem die Kreditbranche sich in Produktion-, Portfolio- und Vertriebsbanken spaltet. Während sich erstere auf die technische Abwicklung von Geschäften, das Produktdesign und die Risikotransformation konzentrieren, halten die Vertriebsinstitute Kontakt zum Kunden und verkaufen die Produkte der Portfoliobanken.

Mit Blick auf den Genossenschaftsverbund, an dessen Spitze die DG Bank steht, könnte das bedeuten, die über 1800 rechtlich und wirtschaftlich selbstständigen Volks- und Raiffeisenbanken entwickeln sich zu Vertriebsstellen. Diese vermitteln dann zum Beispiel Kredite, die in den Büchern der zentralen Portfoliobanken stehen.

Aus dem Hause der DG Bank ist derzeit keine Stellungnahme zu hören, wie weit ihr Konzept der Vertriebsbank geht. „Das ist eine verbandspolitische Frage“, sagt ein Sprecher, „und dafür ist uns leider der zuständige Vorstand abhandeln gekommen“. Der unter anderem für Unternehmenssteuerung verantwortliche Johann Rudolf Flesch musste Anfang Dezember wegen eines starken Rückgangs des Betriebsergebnisses gehen. Michael Salmony, Direktor Informatik der DG Bank, betont allerdings den hypothetischen Charakter des bisherigen Szenarios: „Wir blicken da weit in die Zukunft. Wie sich die Dinge konkret entwickeln werden, können wir jetzt noch nicht sagen.“

Bei den Ortsbanken herrscht Misstrauen gegenüber dem Spitzeninstitut. „Das ist eindeutig die Vorstellung der DG Bank“, vermutet Willy Köhler,

Vorstandsvorsitzender der Volksbank Rhein-Neckar, zum Entwurf einer reinen Vertriebsbank, „aber es ist nicht unsere. Das ist und bleibt ein theoretisches Modell“.

Vor allem Flexibilität im lokalen Wettbewerb sehen die Vorstände als ein unverzichtbares Gut: „Man muss in der Produktgestaltung schnell reagieren“, betont Hans-Dieter Michalski, Vorstandschef der Dortmunder Volksbank, „wir können in den Konditionen sonst völlig daneben liegen“. Selbst laufende Projekte wie eine zentralisierte Produktgestaltung unter Führung des Bundesverbandes sieht er skeptisch.

Auch im Kreditgeschäft und der Risiko- steuerung wollen sich die Ortsbanken nicht beschränken. Das wird vor allem bei den großen Häusern deutlich. Die Mainzer Volksbank etwa vergibt Immobilienkredite grundsätzlich in Eigenregie, sie arbeitet nicht mit der DG Hyp zusammen: „Das Langfristgeschäft machen wir allein, zumal es risikoarm ist“, sagt Vorstandsmitglied Günther Knödler. Die Mainzer definieren ihre Eigenständigkeit allerdings sehr weit. Erst im April werden sie sich als letztes Institut ihrer Zentralbankregion dem gemeinschaftlichen Rechenzentrum Fiducia anschließen. Selbst die Berliner Volksbank, die sich im Rahmen ihrer Sanierung als „Primärstufe mit Pilotfunktion“ neu definiert und ausdrücklich Vertriebsbank sein will, versteht „die Baufinanzierung als Kernprodukt“, so Vertriebsvorstand Rolf Flechsig. „Damit sichern wir uns eine 30-jährige Kundenbindung.“

Zwar gebe es die Diskussion, Risiken an Spezialisten auszulagern. Für die Berliner Volksbank komme das aber nicht in Frage. Allein Großkre-

dite und überregionales Geschäft würden aus Berlin an die DG Bank vermittelt.

Auch die Düsseldorfer Zentralbank stellt sich gegen die Frankfurter. „Eine reine Fokussierung auf die Vermittlung ist nicht die richtige Strategie“, sagt Gerhard Holtmann, Bereichsleiter Mitgliedsbankenbetreuung bei der Düsseldorfer WGZ-Bank. Sein Argument: Eigenes Risikomanagement berge auch erhebliche Ertragschancen durch Fristentransformation. Zudem, ergänzt Holtmann, „können die Institute inzwischen sehr qualifiziert Marktpreisen steuern“. Ab 2002 werde das auch im Bonitätsrisiko möglich, „so etwas muss nicht ausgelagert werden“. Dennoch möchte er den „eindeutigen Trend vom bilanziellen Geschäft hin zum Vermittlungsgeschäft“ nicht abstreiten.

Dass die Primärintitute dem Begriff Vertriebsbank auch etwas Positives abgewinnen sollten, dafür setzt sich die GZ-Bank ein: „Vertriebsstärke ist ein wertvolles Asset, um das uns andere beneiden“, betont ein Sprecher. „Ohne Vertriebsbanken könnten Portfoliobanken überhaupt nicht existieren.“

Vielen Bankern ist bewusst, dass die Welt sich weiter dreht: „Man wird sich vielleicht einmal solchen Fragen stellen müssen“, sagt Jürgen Parthenheimer, Vorstandssprecher der Münchner Bank. Er denkt dabei in Zeiträumen von „drei bis fünf Jahren“. Für andere ist die reine Vertriebsbank ferne Vision: „Wie das in 15 Jahren wird, weiß ich nicht“, sagt der Mainzer Knödler. Dem Dortmunder Michalski schaudert es: „Dann wären wir ja eine Deutsche Volksbank“.

Frau am Steuer: Ungeheuer? Den Männern nachzueifern kann teuer werden

FTD