



## Dieter Rampl

Sprecher des Vorstands  
der HVB Group

in der Hauptversammlung am 12. Mai 2005

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Aktionärinnen und Aktionäre,  
auch im Namen meiner Vorstandskollegen darf ich Sie ganz herzlich zur Hauptversammlung 2005 begrüßen. Ich freue mich sehr, dass Sie so zahlreich und aus allen Regionen Deutschlands, aus Österreich und Europa hier nach München gekommen sind. Es zeigt mir, welch großes Interesse Sie an der HVB haben, und es zeigt mir, wie wichtig Ihnen die Geschicke unserer Bank sind.

Meine Damen und Herren,

wie bereits im vergangenen Jahr schaue ich auch heute wieder mit einem lachenden und einem weinenden Auge auf das Berichtsjahr zurück. Ich denke, wir dürfen mit Fug und Recht über ein im Kundengeschäft erneut gutes Jahr sprechen, auch wenn wir letztlich abermals eine schmerzliche finanzielle Entscheidung treffen mussten.

Ich habe bereits mit der Ankündigung der strategischen Neuausrichtung in der Immobilienfinanzierung im Januar, bei Veröffentlichung der vorläu-

figen Zahlen im Februar und im Geschäftsbericht sagen müssen, dass wir auch dieses Jahr keine Dividende zahlen, dass wir auch das Geschäftsjahr 2004 mit einem deutlichen Minus abgeschlossen haben. Das sind für mich, das sind für uns ausgesprochen betrübliche Botschaften.

Andererseits darf dies nicht den Blick auf die positiven Entwicklungen im Jahr 2004 und auch im ersten Quartal des laufenden Jahres verstellen.

Erstens: Wir haben gehalten, was wir versprochen haben. Nach einem starken Schlusspurt im vierten Quartal, in dem wir das mit Abstand beste operative Ergebnis des gesamten Jahres 2004 erzielten, haben wir die untere Zielmarke beim Betriebsergebnis für das Gesamtjahr fast noch geschafft. Damit haben wir das Ergebnis des vorangegangenen Jahres sehr deutlich übertroffen. Und das, meine Damen und Herren, in einem Geschäftsumfeld und mit einer Konjunktur, die uns in Deutschland ein weiteres Mal den nötigen Rückenwind versagte.

Insbesondere die Bedingungen für die Banken gestalteten sich infolge niedrigen Kreditwachstums, einer allgemein gebremsten Nachfrage nach Finanzdienstleistungen und auch geringen Schwankungen an den Kapitalmärkten schwierig.

Wir haben bewiesen, dass wir diese äußeren Faktoren durch unsere Aufstellung in Europa, mit einer guten Entwicklung in Österreich und einem Rekordergebnis in Zentral- und Osteuropa kompensieren konnten. Wir haben uns damit Luft für den schwierigen Markt in Deutschland verschafft.

Zweitens: Wir haben unsere Strategie zielstrebig umgesetzt. Die HVB Group hat das vergangene Jahr und damit auch den Konzernabschluss 2004 erneut genutzt, um ihr Geschäftsprofil weiter zu schärfen und einschneidende Entscheidungen mit weitreichenden Auswirkungen für die Zukunft zu treffen. Wir haben das Gesicht unserer Bank in den letzten beiden Jahren deutlich verändert. Wir haben uns von einem Konzern mit Schwerpunkt bei der Immobilienfi-

finanzierung in Deutschland zu einer viel stärker auf Privat- und Geschäftskunden in Europa ausgerichteten Bank gewandelt.

Es freut mich, liebe Aktionärinnen und Aktionäre, dass Sie diesen Prozess der Veränderung mitgegangen sind. Und ich bin stolz darauf, dass wir dies alles aus eigener Kraft heraus geschafft haben. Auf dieser verbesserten Ausgangsbasis wollen wir die Steuerung der HVB Group konsequent auf die Wertschaffung für Sie, unsere Aktionäre, ausrichten. Dies haben wir mit unserem Programm „Mit Europa wachsen“ verbunden. Ein Programm, an das ich glaube, denn in diesem großen Markt Europa liegt unsere strategische Zukunft.

Meine Damen und Herren,

ich möchte heute natürlich auch den Jahresabschluss 2004 mit Ihnen diskutieren. Noch wichtiger als die Vergangenheitsbeschreibung ist für Sie wie für uns aber die Schlüsselfrage: Wie geht es jetzt weiter mit der HVB Group? Werfen wir also gemeinsam einen Blick auf unsere Agenda für 2005 und die folgenden Jahre. Im Mittelpunkt steht dabei die wertorientierte Weiterentwicklung und Modernisierung der HVB Group.

### **Erfolgsfaktoren 2004: Operative Profitabilität gesteigert...**

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf der letzten Hauptversammlung nannte ich Ihnen drei Erfolgsfaktoren für 2004: Profitabilität kräftig steigern, Wachstumsoptionen erarbeiten und strategische Gestaltungskraft erhöhen.

In punkto operative Profitabilität erreichten wir gegenüber dem Vorjahr die erhofften deutlichen Fortschritte. Unsere ambitionierten Zielbandbreiten haben wir 2004 größtenteils gut erreichen können. Bei den Kosten lagen wir voll im Plan, bei der laufenden Risikovorsorge haben wir etwas besser als geplant abgeschnitten. Die Bandbreite beim Kriterium „Gesamte operative Erträge“ haben wir – insbesondere infolge eines schwächeren

Handelsergebnisses – letztlich nur knapp um 3% verfehlt. Die Zielkorridore bei der Cost-Income-Ratio und – wie erwähnt – beim Betriebsergebnis konnten wir nahezu erreichen.

Mit 5.656 Mio € zum Jahresende 2004 lag der *Zinsüberschuss* trotz verminderter Risikoaktiva leicht über dem Vorjahresergebnis und damit voll im Rahmen unserer Erwartungen. Vor dem Hintergrund erfolgreich gestarteter Ertragsinitiativen im Kundengeschäft stieg der *Provisionsüberschuss* erfreulich um 6,3% auf 2.845 Mio € an. Im *Handel* konnten wir infolge ungünstigerer Bedingungen an den Kapitalmärkten das Ergebnis des Jahres 2003 nicht erreichen. Die *gesamten operativen Erträge* lagen mit 9.320 Mio € um 0,7% über Vorjahr.

Die *Verwaltungsaufwendungen* beliefen sich im letzten Jahr auf 6.118 Mio € und stiegen gegenüber 2003 nur geringfügig an. Die Maßnahmen zur Kostenkontrolle greifen. Die Cost-Income-Ratio lag zum Jahresende bei 65,6% und damit leicht unter Vorjahr.

Was die Kreditrisiken betrifft, konnten wir unsere ursprüngliche Erwartung bereits zum Halbjahr 2004 nach unten korrigieren. Die *Kreditrisikovorsorge* ging im Gesamtjahr spürbar um 20% auf 1.813 Mio € zurück. Dazu trugen gesamtwirtschaftliche Entspannungstendenzen bei; der deutliche Rückgang ist aber in erster Linie auf unseren strikten und konsequenten Ansatz im Risikomanagement zurückzuführen. Das *Betriebsergebnis* stieg auf 1.389 Mio € und übertraf den Vorjahreswert damit sehr deutlich um 55%. Das ist ein schöner Erfolg für uns.

Auch auf die Entwicklung in den Geschäftsfeldern möchte ich kurz zu sprechen kommen: Das *Geschäftsfeld Deutschland* erzielte ein Betriebsergebnis in Höhe von 18 Mio €. Gegenüber dem bereinigten Vorjahreswert von –233 Mio € legte das Ergebnis damit deutlich zu.

Im *Geschäftsfeld Austria&CEE* stieg das Betriebsergebnis gegenüber dem Vorjahr sehr kräftig um 67% auf 743 Mio €. Bei deutlich erhöhten

operativen Erträgen trugen hierzu eine leicht rückläufige Kreditrisikovorsorge und stabile Verwaltungsaufwendungen bei. Mit einem stolzen Zuwachs beim Betriebsergebnis von 140% war unser Geschäft in Zentral- und Osteuropa einmal mehr der Ergebnismotor. Unsere langfristig angelegten Investitionen trugen Früchte.

Die Ertragsentwicklung des *Geschäftsfelds Corporates&Markets* war im abgelaufenen Geschäftsjahr von ungünstigen Kapitalmarktbedingungen geprägt. Während die Kreditrisikovorsorge deutlich zurückging, stiegen die Verwaltungsaufwendungen. Die operativen Erträge gingen zurück. Das Betriebsergebnis reduzierte sich im Vergleich mit dem Vorjahreswert um 19,5% auf noch immer sehr akzeptable 827 Mio €.

Meine Damen und Herren,

wir dürfen alles in allem von einem sehr ordentlichen operativen Ergebnis sprechen. Das Wichtigste: Wir sind im Kerngeschäft ausgesprochen gut vorangekommen. Die HVB Group ist auf dem richtigen Weg.

Weniger erfreulich gestaltet sich mein Bericht über die „südliche Hälfte“ der Gewinn- und Verlustrechnung. Die *Zuführung zu Sonderwertberichtigungen* im Zusammenhang mit dem „Real Estate Restructuring Portfolio“ hat unsere Erfolgsrechnung mit 2,5 Mrd. € belastet. Ebenso haben wir 250 Mio € *Restrukturierungsrückstellungen* für das Effizienzsteigerungsprogramm PRO eingestellt. Im Saldo der *übrigen Erträge und Aufwendungen* sind der in 2004 letztmals anfallende Risikoschirm für die Hypo Real Estate Group im Umfang von 130 Mio € sowie auch Verlustübernahmen im Zusammenhang mit dem Segment Workout Immobilien enthalten.

Das *Ergebnis vor Steuern* belief sich infolge der erwähnten Sondereffekte zum Jahresende 2004 auf knapp –1,8 Mrd €. *Nach Steuern und Fremdanteilen* erzielte die HVB Group einen *Verlust* von annähernd 2,3 Mrd €. Zudem weist die HVB AG einen Jahresfehlbetrag von gut 2,5 Mrd €

für das abgeschlossene Geschäftsjahr aus. Daher müssen wir von der Ausschüttung einer Dividende Abstand nehmen. Dies – meine Damen und Herren – bedauere ich ganz außerordentlich. Ich komme gleich darauf zurück.

### **...Wachstumsoptionen erarbeitet...**

Nun zum zweiten bestimmenden Faktor des Jahres 2004: den Wachstumsoptionen. Wie Sie wissen, ist die HVB Group *die* Bank im Herzen Europas. Unser Einzugsgebiet – wenn ich das mal so nennen darf – umfasst 200 Millionen Einwohner in unseren Kernmärkten. Damit sind wir in einer Region hervorragend positioniert, die in Europa zu den ökonomisch attraktivsten zählt und mit Zentral- und Osteuropa Volkswirtschaften umfasst, die weltweit zu den am stärksten wachsenden Märkten gehören. Mit über 2.000 Geschäftsstellen betreut die HVB Group über 9 Millionen Privat- und Firmenkunden und baut ihre Marktstellung seit Jahren kontinuierlich aus. Mit unserer geographischen Präsenz sind wir in unserem Ertrags- und Risikoprofil breit diversifiziert und ich bin stolz darauf, dass sich die HVB Group als die europäischste aller deutschen Banken bezeichnen kann.

In Zentral- und Osteuropa haben wir unsere durch die Bank Austria Creditanstalt ohnehin beachtliche Marktstellung durch organisches Wachstum, aber auch mittels gezielter Akquisitionen im Berichtsjahr weiter gefestigt. Im November haben wir die bulgarische Hebros Bank erworben. Damit erhöhen wir unseren Marktanteil in Bulgarien von knapp 7% auf jetzt 10%. Im Dezember wurde der Kauf der serbischen Eksimbanka abgeschlossen. Unser Marktanteil in Serbien-Montenegro beträgt nun über 5%. Der am 1. Mai 2004 vollzogene EU-Beitritt von acht aufstrebenden Staaten verleiht unseren Aktivitäten zusätzliche Schubkraft. Auch in Russland haben wir uns mit der Aufstockung unseres Anteils an der International Moscow Bank auf eine Mehr-

heitsposition in einem attraktiven Zukunftsmarkt ein starkes Standbein geschaffen.

### **...und strategische Gestaltungskraft erhöht**

Damit bin ich beim dritten Erfolgsfaktor angelangt: der strategischen Gestaltungskraft. Der Abschluss unserer Kapitalerhöhung im Frühjahr 2004 war ein schöner Erfolg für uns. Im Zusammenspiel mit der Bereinigung unserer Marktrisiken haben wir damit nicht nur den Schlussstein unseres Transformationsprogramms gesetzt. Dies war gleichzeitig der Auftakt unseres Strategieprogramms „Mit Europa wachsen“. Im Jahresabschluss 2004 folgte dann der Befreiungsschlag bei den Kreditrisiken. Damit haben wir unsere Wettbewerbsposition verbessert und uns größere Handlungsspielräume für die Zukunft eröffnet.

### **Neuausrichtung der Immobilienfinanzierung**

Meine Damen und Herren,

soviel zu den Erfolgsfaktoren. Ein weiteres Thema hat den Jahresabschluss 2004 entscheidend geprägt.

Aufgrund der anhaltend schwierigen Situation auf den deutschen Immobilienmärkten haben wir eine strategische Neuausrichtung für das Geschäftsfeld Deutschland beschlossen. Zum einen werden in der kommerziellen Immobilienfinanzierung die Vergabekriterien nochmals verschärft. Deren Geschäftsumfang wird in Zukunft daher deutlich zurückgehen. Die private Baufinanzierung hingegen bleibt wie bisher integraler Bestandteil des Produktangebots der Bank.

Zum anderen trat eine Entscheidung von noch größerer Tragweite hinzu: Wie Sie nur zu gut wissen, haben Risiken aus Immobilien-Altengagements unsere Ertragsrechnungen in den vergangenen Jahren aufgrund der unerwarteten, sich stetig verschlechternden Entwicklung der inländischen Immobilienmärkte schwer beeinträchtigt. Auch noch in den kommenden Jahren hätten wir für die HVB Group

daher mit einer überdurchschnittlich hohen Risikovorsorge rechnen müssen.

Im Interesse der Zukunftsfähigkeit unserer Bank haben wir uns daher für eine Strategiekorrektur entschieden: Um einen zügigen Abbau der Immobilien-Sanierungsbestände zu ermöglichen, war eine Änderung der Bewertungsmethode hinsichtlich der Sicherheiten erforderlich. Abweichend vom bisherigen Vorgehen, das in vielen Fällen auf eine – auch längerfristige – Sanierung ausgerichtet war, erfolgte nunmehr eine Bewertung zu Liquidationswerten. Dies erhöht die Marktgängigkeit der Bestände mit dem Ziel einer schnelleren Eigenkapitalfreisetzung sowie der Refinanzierungs- und Kostenentlastung. Mit diesem Befreiungsschlag ziehen wir einen Schlussstrich unter dieses leidige Thema, durch das die Bank in der Vergangenheit immer wieder in die Schlagzeilen geriet.

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich hatte es erwähnt: Aufgrund der erforderlichen Sonderwertberichtigung und des in der Folge hohen Verlustes für das Geschäftsjahr 2004 entfällt die Zahlung einer Dividende: In der Tat, es ist das dritte Geschäftsjahr in Folge, in dem wir keinen Gewinn erzielt haben und auch keine Dividende zahlen. „Schon wieder!“ werden viele von Ihnen denken. Und dies ist auch der Grund dafür, dass wir uns im Vorstand und ich ganz persönlich die Entscheidung dazu sehr schwer gemacht haben. Dennoch bin ich fest überzeugt: Es war die richtige Entscheidung. Diese wirkt sich auch unmittelbar positiv aus. Wir rechnen bereits ab diesem Jahr mit einer für uns normalisierten Risikovorsorge.

Um die Antwort auf die sich an dieser Stelle aufdrängende Frage „War es das jetzt?“ gleich vorwegzunehmen: Ja, nach menschlichem Ermessen haben wir unsere Sanierungsbestände im Immobilienbereich nach dieser Neubewertung jetzt umfänglich bereinigt. Um jetzt einen schnellen Abbau der Risiken zu ermöglichen, haben wir die risikobehafteten Immobilien-Altengagements gebündelt. Die

Sanierungsbestände des gesamten deutschen Immobilienfinanzierungsgeschäfts der HVB AG sowie die Restbestände des aus dem im Jahr 2000 gegründeten Segments Workout Immobilien wurden in das neue Segment „Real Estate Restructuring“ überführt. Mit dem Ergebnis zum ersten Quartal 2005 haben wir dessen Ergebnisbeiträge gesondert in der Segmentberichterstattung ausgewiesen.

Das Segment umfasst ca. vierzigtausend Engagements mit einem Bestand von ca. 15 Mrd €. Nach der Sonderwertberichtigung wurde das Geschäftsfeld „Real Estate Restructuring“ recht komfortabel abgeschirmt. Ziel ist es, die diesem Geschäftsfeld zugeordneten Portfolien marktschonend unter Berücksichtigung der sich aus der weiteren Entwicklung der Immobilienmärkte ergebenden Chancen vollständig und zügig abzubauen. Grundprinzip dabei ist ein intelligenter, preissensibler Workout bei Nutzung aller möglichen Optionen. Sie können sicher sein, dass wir uns ehrgeizige Abbauziele gesetzt haben. Wir werden uns aber nicht unter Zeitdruck setzen lassen.

Fest steht: Es geht nicht nur um einen Verkauf von Beständen. Sie kennen die Diskussion vermutlich aus den Medien. Seitens ausländischer Investoren besteht enormes Interesse an Problemkreditbeständen deutscher Banken. Die Preise für die sogenannten „Non-Performing Loans“ haben zwischenzeitlich deutlich zugelegt. Dennoch: Wir wollen im Abbauprozess das bestmögliche Ergebnis für die Bank erzielen und Werte für Sie, sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, sichern. Entscheidend für die Frage der Art und Weise des Abbaus ist damit nur das schlichte ökonomische Kalkül und nicht die Erkenntnis, dass die Börse spektakuläre Verkaufstransaktionen zumindest kurzfristig honoriert. Wir werden neben Veräußerungen daher auch unsere hohe, eigene Workout-Expertise einsetzen, um die Bestände beschleunigt abzubauen.

### **Von der Transformation zur wertorientierten Weiterentwicklung**

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit dem Abschluss des Geschäftsjahres 2004 hat die HVB Group große Schritte im Prozess der Fokussierung ihres Geschäftsmodells und der Stärkung ihrer Wertschöpfung realisiert. Mit dem Transformationsprogramm hatten wir Meilensteine bei der Veränderung der Konzernstrukturen erreicht. Nachdem sich die HVB Group zum Ende des Geschäftsjahrs 2003 und dem anschließenden Verkauf von Aktienpaketen bereits von Marktrisiken aus ihrem Beteiligungsportfolio befreit hatte, war die Neubewertung der Immobiliensicherheiten im Konzernabschluss 2004 zur erheblichen Reduzierung künftiger Kreditrisiken nur folgerichtig. Damit haben wir bei der Optimierung des Risikoprofils unseres Konzerns einen entscheidenden Durchbruch erzielt.

Die Phase grundlegender strategischer Weichenstellungen haben wir abgeschlossen. Künftige Ertragsrechnungen haben wir durch all diese Maßnahmen in erheblichem Umfang entlastet. Die HVB Group kann ihre Ressourcen jetzt voll auf ihr Kerngeschäft konzentrieren. Damit haben wir wesentliche Grundlagen für unser Strategieprogramm „Mit Europa wachsen“ gelegt, das wir im Berichtsjahr gestartet haben und in diesem Jahr fortsetzen werden.

Mit diesem Programm wechseln wir den Fokus der HVB Group von der Restrukturierung des Konzerns auf die Wertsteigerung im Kundengeschäft. Die vier Bausteine von „Mit Europa wachsen“ hatte ich Ihnen bereits letztes Jahr vorgestellt: Aktives Kapital- und Risikomanagement, Stärkung der operativen Ertragskraft und kontinuierliche Schärfung unseres Geschäftsprofils. In diesem Jahr werden wir unsere Bank konsequent wertorientiert weiterentwickeln. Es ist unser Ziel, die Eigenkapitalrentabilität der HVB Group signifikant zu steigern.

### **„Mit Europa wachsen“: Aktives Kapitalmanagement zur Verbesserung der Kernkapitalquote...**

Ich beginne mit dem Kapitalmanagement. Nach Abschluss unserer Kapitalerhöhung im Frühjahr 2004 hatten wir eine Kernkapitalquote von mindestens 7% als für uns verbindliches Ziel definiert. Dies gilt uneingeschränkt auch weiterhin und macht umso deutlicher, dass wir bei der Kernkapitalquote nicht gerade komfortabel in das Jahr 2005 gestartet sind. Daher haben wir den Märkten mit der Vorlage unseres vorläufigen Jahresergebnisses 2004 bereits Ende Februar einen Fahrplan zur schnellen Verbesserung unserer Eigenkapitalausstattung vorgelegt. Dies ist für uns in diesem Jahr ein sicherlich ebenso wichtiges Ziel wie die weitere Erhöhung unserer Profitabilität.

Wir wollen weiterhin in profitablen Bereichen wachsen und Marktchancen gezielt nutzen. Im Rahmen unserer wertorientierten Eigenkapitalallokation werden wir allerdings sicherstellen, dies durch Abbaumaßnahmen in weniger ertragsträchtigen Bereichen zu kompensieren. Zur Stärkung der Kernkapitalquote werden wir daher an beiden Stellschrauben drehen. Auf der einen Seite werden wir Maßnahmen zur Verminderung der Risikoaktivitäten ergreifen. Auf der anderen Seite werden wir auch unmittelbar unsere Kapitalbasis stärken. Hier steht die Gewinnthesaurierung im Vordergrund. Im Zuge eines in diesem Jahr weiter deutlichen Anstiegs unserer Eigenkapitalrentabilität und damit unserer Thesaurierungskraft erwarten wir dabei substantielle Beiträge. Wir sind überzeugt, meine Damen und Herren, mit diesem Maßnahmenpaket unsere Kernkapitalquote zum Jahresende deutlich in Richtung 7% verbessern zu können.

### **...striktes Risikomanagement zeigt positive Auswirkungen...**

Damit zum zweiten Baustein von „Mit Europa wachsen“: Seit Beginn der Transformation arbeiten wir sehr

entschlossen an der Verringerung von Markt- und Kreditrisiken. Die Bereinigung unseres Beteiligungsportfolios zu Jahresbeginn 2004 war bereits ein wesentlicher Schritt zur umfassenden Reduktion unserer Marktrisikopositionen. Mit den Veräußerungen unserer Beteiligungen an E.ON, an Brau und Brunnen sowie an Wienerberger kamen im Verlauf des Jahres weitere Schritte hinzu. Wir werden uns auch weiterhin von nicht strategischem Beteiligungsbesitz trennen. In der Vergangenheit hatte ich bereits deutlich gesagt, dass es dabei für uns keine heiligen Kühe gibt.

Was die Kreditrisiken anbelangt, hatte ich Ihnen die Sondermaßnahme im Jahresabschluss 2004 und ihre Auswirkungen dargelegt. In den letzten beiden Jahren hat sich die Risikoqualität unseres Neugeschäfts infolge deutlich strikterer Vergabekriterien klar verbessert. Künftig planen wir mit einem Vorsorgeniveau, das gemessen an unseren Risikoaktiva bei rund 0,55 % pro Jahr liegen sollte.

### **...Ertragsinitiativen stärken operative Wertschöpfung...**

Die Steigerung der operativen Erträge – der dritte Baustein unseres Programms – bildete den klaren Schwerpunkt unserer Kundenaktivitäten im Berichtsjahr. Wie angekündigt setzten wir im Kreditgeschäft auf eine betont risikoadjustierte Margengestaltung, wodurch wir die Auswirkungen der verminderten Risikoaktiva kompensierten. So konnten wir insgesamt weitere Margenzuwächse verzeichnen, auch wenn die Entwicklung in den verschiedenen Kundensegmenten durchaus unterschiedlich verlief.

Mit zahlreichen innovativen, kapitalmarktorientierten Produkten für Privat- und Firmenkunden haben wir den Ausbau des Provisionsgeschäfts forciert. Für unsere Kunden konnten wir somit Mehrwert generieren. Hier zeigen sich auch erste positive Auswirkungen der Ausweitung des Cross-Sellings, also der breiteren Produktnutzung durch unsere Kunden. Erfolge verzeichneten wir auch bei der Neukundengewinnung. Im Handel

gilt es, die Ergebnisentwicklung weiter zu verstetigen und unsere Kapitalmarktaktivitäten noch stärker mit dem übrigen Kundengeschäft zu verzahnen.

Die Ausweitung unserer Ertragsinitiativen hat auch künftig oberste Priorität für uns. Ich komme darauf gleich zurück.

### **...und verstärkte Integration schärft Geschäftsprofil**

Damit zum vierten Programmbaustein, der Schärfung unseres Geschäftsprofils. Die zunehmende Vernetzung aller Einheiten der HVB Group wird unsere Vertriebskraft stärken und die Effizienz steigern. Die zum Jahresanfang 2005 abgeschlossene Integration der Vereins- und Westbank ist ein Meilenstein auf diesem Weg; sie wird unsere Schlagkraft im deutschen Markt weiter erhöhen. Der Abbau von Doppelfunktionen und die Zentralisierung wesentlicher Koordinationsfunktionen erleichtern die Steuerung unseres Konzerns, reduzieren Komplexität und straffen damit die Aufbauorganisation in Deutschland.

Später werde ich Ihnen noch unser Effizienzsteigerungsprogramm PRO vorstellen, einen weiteren Meilenstein auf unserem Weg zur umfassenden Integration aller Einheiten in die HVB Group. Die bislang durchgeführten oder verabschiedeten Maßnahmen beziehen sich fast allesamt auf die HVB AG. Dass wir in Zukunft im Sinne des Aufbaus einer einheitlichen, konzernweiten Plattform – und nur das zählt letztlich – auch zu einer stärkeren Einbindung der Prozesse und Systeme der Bank Austria Creditanstalt einschließlich unserer Töchter in Zentral- und Osteuropa kommen müssen, steht für mich außer Frage. Hier sind noch erhebliche Synergiepotenziale verborgen, die es zu heben gilt.

### **Agenda 2005: Forcierung der Ertragsinitiativen...**

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

werfen wir doch jetzt gemeinsam einen Blick auf unsere Agenda für 2005 und die folgenden Jahre. Klarer Punkt eins auf dieser Agenda: Der Ausbau unserer Marktstellung in unseren Kernregionen durch Beschleunigung unserer Ertragsinitiativen im Kundengeschäft.

Welches Kompetenzprofil hat die HVB Group? Was dürfen unsere Kunden konkret von uns erwarten? Den Herausforderungen in den drei Geschäftsfeldern begegnen wir mit differenzierten Geschäftsansätzen.

### **...unterstützt Turnaround im Geschäftsfeld Deutschland...**

Zunächst zum Geschäftsfeld Deutschland und damit gleich zu dem Geschäftsbereich, der zurecht im Mittelpunkt des Interesses der Öffentlichkeit und des Kapitalmarkts steht. Ich habe es mehrfach betont: Wir wollen und müssen die noch immer große Lücke zwischen unserer ausgesprochen guten Performance im Ausland und der Profitabilitätsschwäche im Inland zügig schließen. Dabei sollten wir aber unterscheiden. Lassen Sie uns die drei Segmente des Geschäftsfelds Deutschland jeweils genauer anschauen.

Wie Sie den Medien in den letzten Monaten sicherlich entnommen haben, entdecken deutsche Banken wieder verstärkt das *Privatkundengeschäft*. Dieses Kundensegment ist trotz hoher Wettbewerbsintensität offenbar so attraktiv, dass auch ausländische Konkurrenten ihre Bemühungen im deutschen Markt verstärken. Was die HVB anbelangt, so dürfen wir für uns in Anspruch nehmen, dass es da für uns nichts grundsätzlich Neues zu entdecken gibt. Das Geschäft mit Privatkunden in allen Segmenten – vom eher standardisierten Breitengeschäft bis hin zu individuellen Lösungen für die vermögende Klientel – gehört traditionell zum Selbstverständnis unserer Bank. Das Renditepotenzial dieses Geschäfts – da teilen wir die allgemeine Markteinschätzung – beurteilen wir als unvermindert gut. Zugegeben: Die Ertragsentwicklung, die wir in den letzten

Jahren gezeigt haben, kann uns im Management und Sie als Aktionäre nicht zufrieden stellen. Aber wir sind davon überzeugt, dass wir es viel besser können, als es die Geschäftszahlen des vergangenen Jahres noch zeigen.

Kompetenz und Nähe sowie ein bedarfsorientierter, ganzheitlicher Beratungsansatz sind die Erfolgsfaktoren, mit denen wir uns im Markt positionieren. Mit einer umfassenden Neuausrichtung haben wir im vergangenen Jahr das Marktprofil der HVB geschärft und die Leistungsfähigkeit beim Kunden erhöht. Vielversprechende erste Erfolge verzeichneten wir mit unserer Vertriebsinitiative MOVE – Mit Offensive Verkaufen. So haben wir alleine im letzten Quartal des vergangenen Jahres und im ersten Quartal in diesem Jahr mehr als 56 tausend unserer neuen, zielgruppenspezifischen Leistungspakete verkauft, davon ca. 20% an Neukunden.

Im Bereich der Konsumentenfinanzierung haben wir unser anspruchsvolles Ziel erreicht. Im Vergleich zum Vorjahr erhöhte sich das Geschäftsvolumen des HVB Sofortkredits um fast 60% auf über 800 Mio €. Wir haben dabei 20.000 Neukunden gewinnen können. Sehr gut hat sich erneut auch der Absatz von Versicherungen im Rahmen unserer Partnerschaft mit der Münchener Rück-Gruppe sowie von innovativen Investmentprodukten entwickelt.

Insgesamt wollen wir uns im Privatkundengeschäft klarer als bislang im Markt positionieren und mehr Durchschlagskraft entwickeln. In diesem Jahr verfolgen wir vorrangig drei Ziele: Den Anteil der Erstbankverbindungen zu steigern, mehr Produkte an Bestandskunden abzusetzen und systematisch Neukunden in definierten Marktsegmenten zu akquirieren. Dabei wollen wir insbesondere unsere Marktstellung im Geschäft mit vermögenden Privatkunden stärken und den mobilen Vertrieb ausbauen. Im Privatkundengeschäft wollen wir im kommenden Jahr die Kapitalkosten verdienen.

Sehr erfreulich entwickelten sich im letzten Jahr unsere Aktivitäten bei *Geschäfts- und Firmenkunden*. Unsere innovative Produktpalette und unser breites Beratungsspektrum macht die HVB zu einem bevorzugten Finanzpartner des mittleren und gehobenen deutschen Mittelstands. Wir haben längst einen Wandel vom klassischen Kreditgeber zum ganzheitlichen Problemlöser vollzogen. Nahezu 50% unserer Erträge erzielten wir 2004 bereits im Einlagen- und Provisionsgeschäft.

Mit kapitalmarktorientierten Angeboten konnten wir im Markt Maßstäbe setzen. So nimmt die HVB beispielsweise bei Mezzanine-Finanzierungen die führende Marktposition in Deutschland ein. Wir haben im letzten Jahr gut 100 Unternehmen nahezu 1 Mrd € an Mezzanine-Kapital zur Verfügung gestellt. In diesem Jahr werden wir unsere bereits gute Profitabilität im deutschen Firmenkundengeschäft abermals deutlich steigern.

Die *kommerzielle Immobilienfinanzierung* steht 2005 ganz im Zeichen der Restrukturierung. Die Vergabekriterien im Neugeschäft und bei Prolongationen haben wir wie erwähnt nochmals verschärft, um das Ertrags- und Risikoprofil unserer Portfolien nachhaltig zu verbessern. Auch mit Blick auf unsere Zielkunden werden wir deutlich selektiver agieren. In den kommenden Jahren werden wir Marktchancen gezielt nutzen, das Geschäftsvolumen in der gewerblichen Immobilienfinanzierung insgesamt aber verringern. Dadurch schaffen wir die Voraussetzungen für eine stetige Verbesserung der Eigenkapitalrentabilität auch in diesem Segment.

Meine Damen und Herren, mein Kollege Michael Mendel hat im Deutschland-Geschäft in den letzten beiden Jahren gute Arbeit geleistet und eine tragfähige Struktur geschaffen. Auf dieser werden seine beiden Nachfolger aufbauen. Ich freue mich, dass wir mit Christine Licci und Johann Berger zwei profilierte Banker für uns gewonnen haben, die in der Finanzbranche einen exzellenten Ruf genießen. Sie werden

das Geschäftsfeld gemeinsam verantworten und zügig weiter voranbringen. Ich bin von unserem Potenzial fest überzeugt. Wenn es uns gelingt, die Vertriebskultur in unserer Bank weiter zu festigen, wird die HVB bald *die* deutsche Privat- und Firmenkundenbank sein. Dies ist unser Anspruch, nicht mehr, aber auch nicht weniger.

### **...beschleunigt Wachstum im Geschäftsfeld Österreich & Zentral- und Osteuropa...**

Damit zum Geschäftsfeld Österreich und Zentral- und Osteuropa.

Die Bank Austria Creditanstalt, der im HVB-Konzern die operative Zuständigkeit für unser Geschäft in Österreich sowie in Zentral- und Osteuropa obliegt, hat sich 2004 ganz hervorragend entwickelt. In diesem Jahr werden wir das Kundengeschäft in diesen beiden Märkten – trotz der regionalen Verschiedenartigkeit – im Rahmen eines gemeinsamen Geschäftsansatzes weiterentwickeln. So können wir Synergien bei der Produktentwicklung und auf dem Gebiet der technischen Infrastruktur verstärkt nutzen.

Unsere Zielsetzung ist es weiterhin, in den renditestarken Bereichen zu expandieren und unsere Ressourcen bevorzugt dort einzusetzen. Wir wollen weiterhin mindestens so schnell wie der Gesamtmarkt wachsen und uns als Vorreiter in Sachen Innovation und Servicequalität positionieren. In Österreich wollen wir unsere führende Marktstellung in profitabler Weise verteidigen. Neben einer Ausweitung der Erträge wird die Optimierung der Kostenbasis anhaltend im Mittelpunkt stehen.

In Zentral- und Osteuropa werden wir ertragsorientiert und risikobewusst die überdurchschnittlich hohen Wachstumschancen für uns nutzen. Unser Anspruch ist es, die bei Wertschaffung, Profitabilität und Effizienz führende Bank in der gesamten Region zu sein. Wir streben einen Marktanteil von mindestens 10% in jedem Land Zentral- und Osteuropas

an. Zwar schließen wir auch weiterhin gezielte, wertgenerierende Akquisitionen nicht aus. Auf der Basis unserer bereits starken Marktpräsenz setzen wir aber auf vorwiegend organisches Wachstum. Insgesamt wollen wir uns in Zentral- und Osteuropa künftig noch stärker auf den Ausbau unseres Privatkundengeschäfts konzentrieren. Hierzu werden wir 200 neue Filialen in der Region eröffnen. Es ist unser Ziel, bis 2006 eine Eigenkapitalrentabilität vor Steuern von 25% in der gesamten Region für unsere Aktionäre zu erwirtschaften.

### **...und nutzt Potenziale im Geschäftsfeld Corporates & Markets**

Auch im vergangenen Jahr haben wir im Geschäftsfeld Corporates & Markets unser Modell der integrierten Kapitalmarktbank kontinuierlich ausgebaut. Unsere Aktivitäten richteten wir mit der Bündelung der Produktkompetenzen über die verschiedenen Asset-Klassen hinweg auf die veränderten Marktanforderungen aus. Wir sind unserem Ziel, Corporates & Markets als führendes Structured Derivatives House in Europa zu positionieren, wieder ein gutes Stück näher gekommen. Stellvertretend für die erfolgreiche Entwicklung unseres Geschäfts im letzten Jahr möchte ich auch die Aktivitäten im Bereich Acquisition and Leveraged Finance erwähnen. Wir haben an führender Position an fast allen europäischen Leveraged Buy-out Transaktionen teilgenommen. Damit konnten wir unseren Marktanteil mehr als verdoppeln und in diesem stark umkämpften Markt zur Spitzengruppe aufschließen.

Mit Blick auf die Zukunft sehen wir in unserem Produktentwicklungs- und Strukturierungs-Know-how unsere wesentliche Stärke. Im Bereich Corporates werden wir auf der Grundlage des richtungsweisenden Active Credit Portfolio Managements unser Risiko-/Ertragsprofil weiter optimieren. Zudem steht das weitere Wachstum in ertragsstarken Segmenten im Vordergrund. Im Ressort Markets ist

die konsequente Umsetzung der Bündelung unserer Produktkompetenz im Handelsbereich ein wichtiger Ansatzpunkt. Ziel ist es, den Bedarf der Kunden noch effizienter abzudecken.

Corporates & Markets ist ein integraler Bestandteil der HVB Group und das Kompetenzzentrum aller Kapitalmarktaktivitäten im Konzern. Ein schönes Beispiel ist der Börsengang der Premiere AG, den die HVB an führender Position durch ein gelungenes Zusammenspiel zwischen der Strukturierungskompetenz von Corporates & Markets und der Vertriebskraft des Geschäftsfelds Deutschland erfolgreich begleitet und platziert hat.

### **Effizienzsteigerungsprogramm „PRO“: Strukturelle Optimierung der Kostenbasis**

Ich komme zu Punkt zwei auf unserer Zukunftsagenda: Die Erhöhung der Effizienz im Konzern.

Meine Damen und Herren,

Sie erinnern sich vielleicht. Bereits im letzten Jahr hatte ich über die Notwendigkeit weiterer Optimierungen zu Ihnen gesprochen. Ein entsprechendes Programm haben wir jetzt mit PRO – Prozess-Redesign und -Optimierung – ins Leben gerufen. Schon der Name lässt erkennen: Es geht uns nicht um taktische Sparmaßnahmen zur kurzfristigen Ergebnisverbesserung. Vielmehr wollen wir die Kostenbasis des Konzerns strukturell optimieren – und zwar mittel- und langfristig.

PRO betrifft unsere Infrastruktur: Zentrale Funktionen werden verschlankt, Abläufe unter die Lupe genommen. Das Programm konzentriert sich hierzu auf die Teilprojekte Optimierung der Zentrale und der Stäbe, Verbesserung der Kreditprozesse und Optimierung Transaction Banking. Hauptansatzpunkte sind die Verbesserung von Kapazitätsmanagement und Prozessen.

Insgesamt haben wir dabei ein Synergiepotenzial von jährlich mindestens 280 Mio € identifiziert. Vom gesamten Potenzial werden sich ca. 55 Mio € in Form von niedrigeren Sach-

kosten bereits 2005 positiv auf die Gewinn- und Verlustrechnung der HVB Group auswirken. Mehr als 60% des Gesamtpotenzials werden 2006 ergebniswirksam werden. Die volle Ergebniswirkung wird ab 2007 sichtbar sein. Wir gehen davon aus, dass die bereits mit Wirkung im Konzernabschluss 2004 gebildete Restrukturierungsrückstellung von 250 Mio € zur erfolgreichen Umsetzung von PRO ausreichen wird.

Liebe Aktionärinnen und Aktionäre,

erlauben Sie mir an dieser Stelle eine mir ganz wichtige Bemerkung jenseits der nüchternen Zahlen. Wie Sie wissen, bin ich im Konzernvorstand auch für den Personalbereich verantwortlich. Die häufig zitierte Weisheit „Banking is people's business“ ist für mich deswegen keine leere Floskel. Wir brauchen fähige und motivierte Mitarbeiter mehr als je zuvor. Sie sind die besten Garanten unseres Erfolgs. Ich möchte mich daher herzlich bei den Mitarbeitern der HVB Group bedanken. Die gute operative Entwicklung unserer Bank trotz schwieriger Rahmenbedingungen ist eindeutig ihr Verdienst.

Umso schwerer fallen uns personelle Maßnahmen im Rahmen von PRO. Wir haben es mit Ankündigung der Details des Programms Ende Februar ganz offen angesprochen: Wir gehen davon aus, dass bis 2007 zwischen 2.200 und 2.400 Stellen im Konzern entfallen werden. Eines kann ich Ihnen aber versichern: In den kundennahen Bereichen, sprich im Vertrieb und in den Filialen, wird es keine Abstriche geben. Ganz im Gegenteil: PRO dient ja gerade dazu, die Arbeit unserer Vertriebsmannschaft zu unterstützen und sie von administrativen Tätigkeiten zu befreien.

Wir haben ja bereits im Herbst letzten Jahres betont, dass die Umsetzung des langfristig angelegten Programms seitens des Chief Operating Officer ein Engagement erfordert, das deutlich über die Vertragslaufzeit von Gerhard Randa hinausreicht. Gerhard Randa wird seine Zuständigkeiten im Vorstand der HVB Group mit Ablauf

der heutigen Hauptversammlung niederlegen. Wir sind Gerhard Randa für seine erfolgreiche Arbeit in unserem Konzern sehr dankbar. Als ehemaliger Vorsitzender des Vorstands der Bank Austria Creditanstalt und anschließend als Vorsitzender Ihres Aufsichtsrats hat Herr Randa die dynamische Entwicklung der Aktivitäten in Österreich und Zentral- und Osteuropa wesentlich geprägt und sich auch als Chief Operating Officer große Verdienste für die HVB Group erworben. Ich freue mich, dass der Aufsichtsrat Ihnen vorschlägt, Herrn Randa heute zum Mitglied des Aufsichtsrats zu wählen.

Lieber Kollege Randa, ich weiß, dass wir beide uns sicher sind, dass wir mit unserem Kollegen Michael Mendel den Richtigen haben, der Ihre Aufgaben erfolgreich fortsetzen wird. Michael Mendel übernimmt im Vorstand der HVB Group jetzt die Verantwortung für das Geschäftsfeld Österreich und Zentral- und Osteuropa.

### **Ambitionierte finanzielle Ziele 2005**

Dritter, letzter und wichtigster Punkt unserer Agenda: Die Steigerung der Wertgenerierung.

Meine Damen und Herren,

nach den Veränderungsprozessen, die unsere Bank durchlaufen hat, haben wir die Konzernstruktur unserer Strategie gut angepasst. Künftig geht es für uns schlichtweg nur noch um eines, nämlich die Erträge in unserem operativen Kundengeschäft kräftig zu steigern. Deshalb ist „Werte stärken“ auch das Leitmotiv unseres diesjährigen Geschäftsberichts. Bereits für 2005 haben wir uns da viel vorgenommen und uns erneut anspruchsvolle finanzielle Ziele gesetzt.

Wir wollen eine Eigenkapitalrentabilität nach Steuern in Höhe unserer Kapitalkosten, also 8%-9% erreichen. Hierzu wird zunächst eine gegenüber Vorjahr deutlich niedrigere Risikovorsorge von rund 1,3 Mrd € beitragen. Mit Blick auf die operativen Erträge und den Verwaltungsaufwand gehen wir jeweils von einer

Steigerung von ca. 6% aus. Beim Zinsüberschuss planen wir ein Ergebnis in etwa auf Höhe des Jahres 2004. Beim Provisionsüberschuss rechnen wir mit einem guten Zuwachs gegenüber Vorjahr. Auch erwarten wir, dass sich das Handelsergebnis in diesem Jahr deutlich erhöhen wird. Einen Anstieg der Verwaltungsaufwendungen nehmen wir ganz bewusst in Kauf, um in profitable Geschäftsaktivitäten und damit in die Zukunftsfähigkeit unserer Bank investieren zu können. In einem angestrebten Gewinn von rund 1 Mrd € sehen wir einen ersten, wenn auch deutlichen Schritt in Richtung einer akzeptablen Rentabilität. Dem müssen wir in den Folgejahren natürlich weitere, spürbare Ergebnissteigerungen folgen lassen.

### **Kurs der HVB Aktie: Gutes Potenzial nach enttäuschendem Verlauf**

Sehr geehrte Damen und Herren,

die erfolgreiche Umsetzung unserer Zukunftsagenda ist sicherlich eine unerlässliche Voraussetzung für eine wieder bessere Entwicklung unseres Aktienkurses. Ich mache keinen Hehl daraus: Im letzten Jahr war ich mit der Performance der HVB-Aktie, die auf den DAX ca. 12% einbüßte, überhaupt nicht zufrieden. Seit Herbst des vergangenen Jahres zeichnet sich allerdings ein verbesserter Trend ab, der im bisherigen Jahresverlauf anhält. Seit Jahresbeginn 2005 hat unsere Aktie zulegen können und verzeichnet einen Wertzuwachs von 13,2%. Damit hat sie sich klar besser als der DAX oder die meisten anderen europäischen Finanzwerte entwickelt. Mit einer spürbar verbesserten finanziellen Entwicklung unserer Bank wollen wir dafür sorgen, dass dieser Aufwärtstrend weiter anhält.

### **Ergebnis des ersten Quartals untermauert Ziele 2005**

Lassen Sie mich nun auf das Geschäftsergebnis des ersten Quartals eingehen, mit dem ich sehr zufrieden bin. Wir haben einen guten Start zum

Erreichen unserer anspruchsvollen Jahresziele hingelegt. Betriebsergebnis, Ergebnis vor Steuern und Gewinn übertrafen die jeweiligen Vorjahreswerte deutlich. Dem liegt ein erfreulicher Trend im operativen Geschäft zugrunde. Was mich besonders freut: Alle Geschäftsfelder haben substanzielle Ergebnisbeiträge geliefert.

Der *Zinsüberschuss* belief sich im ersten Quartal auf 1.404 Mio. €. Damit konnte er den Vorjahreswert um 9,2% übertreffen. Der *Provisionsüberschuss* lag mit 757 Mio. € um 8,0% ebenfalls deutlich über dem Wert des ersten Quartals 2004. Mit 322 Mio. € entwickelte sich der *Handel* besonders erfreulich. Den bereits hohen Vorjahreswert konnten wir um 21,5% steigern. Die *gesamten operativen Erträge* verzeichneten mit 2.471 Mio. € einen Anstieg von 6,5%.

Die *Verwaltungsaufwendungen* von 1.600 Mio. € erhöhten sich gegenüber dem ersten Quartal 2004 um 3,8% und damit plangemäß. Die *Cost-income-ratio* verbesserte sich per Ende März auf 64,8%. Für das Gesamtjahr 2005 erwarten wir eine *Risikovorsorge* in Höhe von rund 1,3 Mrd. €, das sind anteilig für die ersten drei Monate 323 Mio. €. Dies entspricht einem kräftigen Rückgang gegenüber dem Vorjahreswert von 32,7%. Das *Betriebsergebnis* von 548 Mio. € hat sich nahezu verdoppelt. Damit setzte sich die nachhaltige operative Ergebnisverbesserung aus dem Geschäftsjahr 2004 fort.

Das *Finanzanlageergebnis*, das mit 34 Mio. € den Verkauf von Anteilen an der Premiere AG enthält, betrug 54 Mio. €. Das *Ergebnis vor Steuern* erreichte nach den ersten drei Monaten 565 Mio. € und hat sich gegenüber Vorjahr annähernd verdreifacht. Unter dem Strich gelang es uns einen Gewinn von 336 Mio. € zu erzielen; sechsmal so viel wie im ersten Quartal 2004.

Mit Blick auf das finanzielle Abschneiden der einzelnen Geschäftsfelder gestaltete sich unser Ergebnisprofil wieder deutlich ausgewogener als in den vergangenen beiden Jahren. So zeigte sich das *Geschäftsfeld Deutsch-*

land spürbar erholt und vollzog im ersten Quartal einen kräftigen Turnaround. Mit einem Betriebsergebnis in Höhe von 203 Mio € konnten unsere inländischen Aktivitäten mit Privat- und Firmenkunden einen signifikanten Beitrag zum gesamten Betriebsergebnis der Bank leisten. Bereinigt um den 2004 erzielten Veräußerungsgewinn BethmannMaffei stieg das Betriebsergebnis vor Risikoversorge gegenüber dem Vorjahreswert um immerhin 15,4% an.

Der Rückgang des Betriebsergebnisses gegenüber dem Vorjahr ist durch die Ausgliederung des Segments Real Estate Restructuring bedingt. Daraus resultiert ein positiver Basiseffekt beim Vorjahreswert für die Risikoversorge, die im ersten Quartal 2005 ein normalisiertes Niveau erreichte. Dieses steht im Einklang mit der Planung für das Gesamtjahr 2005. Hingegen konnte der Zinsüberschuss mit 1,4% leicht, der Provisionsüberschuss mit 13% deutlich zulegen. Die Verwaltungsaufwendungen verminderten sich ebenfalls um 2%. Hier zeigen sich bereits die ersten Auswirkungen von „PRO“. Die Cost-income-ratio verbesserte sich leicht auf 64,1%.

Ähnlich positiv verlief die Entwicklung in den beiden anderen Geschäftsfeldern. Das Segment *Österreich/CEE* verzeichnete mit einem Betriebsergebnis von 223 Mio. € abermals einen deutlichen Zuwachs von 45% gegenüber dem Vorjahr. Mit 222 Mio. € verbesserte sich das Betriebsergebnis des *Geschäftsfelds Corporates & Markets* um 37%.

Die *Eigenkapitalrentabilität nach Steuern* stieg im ersten Quartal damit kräftig von 3,3% auf 11,6% an. Gemessen an unserem Jahresziel haben wir nach drei Monaten also sehr gut abgeschnitten. Dennoch darf uns dies nicht dazu verleiten, diesen Wert schon heute auf das Gesamtjahr 2005 hochzurechnen. Sicherlich müssen wir beim Handelsergebnis damit rechnen, die Dynamik der ersten drei Monate nicht in vollem Umfang über die kommenden Quartale aufrecht erhalten zu können. Eines kann ich Ihnen

aber versichern: Wir werden in unseren Anstrengungen im Kundengeschäft nicht nachlassen.

### **Konsolidierungsperspektive: HVB Group mit aktiver Gestaltung**

Meine Damen und Herren,

damit zu einem Thema, das nach der Akquisition der Abbey National durch die spanische Santander sowie die kürzlich für zwei italienische Regionalbanken angekündigten Übernahmeangebote wieder einmal an Brisanz gewonnen hat.

Wie Sie wissen, habe auch ich mich in der Vergangenheit verschiedentlich zur „K-Frage“ der Bankenbranche, also zum Thema Konsolidierung geäußert. Dabei habe ich stets betont, dass wir zu den gestaltenden Kräften im deutschen und europäischen Konsolidierungsprozess gehören wollen. Dazu stehe ich. Auch meiner bisherigen Einschätzung zur Sinnhaftigkeit der Konsolidierung habe ich heute keine neuen Erkenntnisse hinzuzufügen.

Die Strukturschwäche des deutschen Bankenmarktes ist und bleibt wohl für die nächste Zeit ein triftiger Grund dafür, dass wir in Deutschland ein Profitabilitätsniveau, das sich mit den Verhältnissen in der Finanzbranche in vielen anderen europäischen Ländern messen kann, nicht erreichen können. Solange der öffentlich-rechtliche Sektor den inländischen Markt dominieren darf, wird das auch so bleiben. Echte Konsolidierung in Deutschland, meine Damen und Herren, kann es nur über die drei künstlich voneinander abgeschotteten Banksektoren hinweg geben. Eine Konsolidierung der privaten Banken untereinander bringt uns in dieser Hinsicht nicht entscheidend weiter.

Ich glaube aber an die europäische Konsolidierung und die jüngsten Beispiele bestätigen mich darin. Was in anderen Branchen seit vielen Jahren geübte Praxis ist, wird auch im Bankensektor funktionieren. Unsere Kunden denken und handeln international, Europa wächst als einheitlicher Markt

immer stärker zusammen. So grenzüberschreitend wie der Bedarf der Kunden ist, so sinnvoll ist die Zusammenlegung von Stärken zweier Banken mit komplementären Heimatmärkten und sich ergänzenden Kompetenzprofilen zum Erschließen des europäischen Marktpotenzials.

Dem zweiten Schritt wird aber ein erster vorausgehen. Wir konzentrieren uns zunächst auf unsere eigene wertorientierte Weiterentwicklung. Ich bin fest davon überzeugt, dass die HVB Group trotz einer in Deutschland unvermindert fragmentierten Banklandschaft aus eigener Kraft im nationalen wie auch europäischen Wettbewerb sehr viel erreichen kann. Auf dieser Grundlage werden wir uns sinnvollen – nationalen wie europäischen – Konstellationen im Sinne unserer Aktionäre, Kunden und Mitarbeiter nicht verschließen.

### **Schlussbemerkung**

Meine Damen und Herren,

erlauben Sie mir noch einige abschließende Bemerkungen.

Mit ihrer guten operativen Entwicklung im vergangenen Jahr und der Sondermaßnahmen im Jahresabschluss 2004 hat die HVB Group wesentliche Voraussetzungen zum Erreichen eines wettbewerbsfähigen Profitabilitätsniveaus und zur Stärkung ihrer Thesaurierungskraft geschaffen. Auf dieser Grundlage werden wir unsere Marktposition als führende Bank im Herzen Europas weiter ausbauen. Gleichzeitig schaffen wir damit auch die Voraussetzung für eine angemessene Dividendenzahlung.

Die Zeit der grundlegenden strategischen Neuausrichtung und der Restrukturierung der HVB Group liegt hinter uns. Dies entbindet uns aber nicht davon, auch in Zukunft einzelne Geschäftsmodelle immer wieder zu hinterfragen und hinsichtlich ihres Wertbeitrags auf den Prüfstand zu stellen. Wir haben in den vergangenen beiden Jahren – trotz schmerzlicher Verluste – in vielerlei Hinsicht geliefert. Mit der gleichen Zuversicht, mit der ich vor über zwei Jahren das

Amt des Sprechers der HVB Group übernahm, schaue ich auch heute in die Zukunft. Für die HVB Group kommt es jetzt darauf an, sich voll auf das Kundengeschäft zu konzen-

trieren und ihre finanziellen Ergebnisse deutlich zu verbessern.

Für unseren künftigen Weg hoffe ich auch weiterhin auf Ihre Unterstützung. Halten Sie uns also weiterhin

die Treue. Es wird sich lohnen für Sie und unser Unternehmen.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.