



Statements von

**Johann Büchler, Vorstandsvorsitzender der PSD Bank Nürnberg eG
anlässlich des Bilanzgespräches
am 07. Juli 2011 in Nürnberg**

Es gilt das gesprochene Wort

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, Sie in unserem Jubiläumsjahr wieder beim Pressegespräch zur Bilanzvorlage begrüßen zu dürfen.

Das Jahr 2011 hat für uns eine besondere Bedeutung, denn wir blicken auf 75 Jahre Geschäftstätigkeit zurück. Von den Anfängen als Selbsthilfeeinrichtung für Postbedienstete bis zur modernen Direktbank mit Beratung war es ein langer Weg. Deshalb haben wir die wichtigsten Entwicklungsschritte in einer Jubiläumsschronik nachgezeichnet. Ich denke, wir können auf das Erreichte durchaus sehr stolz sein.

Aus dem Vorstand stehen Ihnen heute Günter Hörath und Helmut Hollweck für Auskünfte zur Verfügung. Herr Hörath ist stellvertretender Vorsitzender und verantwortet den Betriebsbereich Steuerung mit „Organisationsentwicklung /Datenverarbeitung“ und „Rechnungswesen /Controlling“. Helmut Hollweck ist zuständig für die Vorstandsbereiche „Kredit“ und „Marktfolge“.

Ich werde Ihnen die wichtigsten Zahlen und Fakten zum abgelaufenen Geschäftsjahr erläutern, Helmut Hollweck wird Ihnen anschließend zu den Themen „Kredit“, „Planungen“ und „erste Zahlen 2011“ Auskunft geben. Wie gewohnt beantworten wir danach gern Ihre Fragen.

Ende März haben wir die vorläufigen Zahlen zum Geschäftsjahr 2010 veröffentlicht. Schon damals war klar, dass wir mit den Ergebnissen mehr als zufrieden sein können. Unsere Planziele haben wir in fast allen wichtigen Bereichen sogar übertroffen.

Unsere Bilanzsumme stieg um erfreuliche 6,2 Prozent. Mit einem Plus von 140 Millionen lag das Bilanzvolumen am Jahresende bei über 2,3 Milliarden Euro. Der positive Wachstumstrend ist also seit mehr als einem Jahrzehnt ungebrochen.

Die im Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) zusammengeschlossenen Institute verzeichneten im Vergleich dazu nur ein relativ bescheidenes Wachstum der addierten Bilanzsumme um 2,3 Prozent.

Gemessen an ihrer Bilanzsumme verbesserte sich die PSD Bank Nürnberg eG damit innerhalb der Gruppe der Genossenschaftsbanken in Deutschland von Rang 42 auf Rang 38. Unter den 15 regional tätigen PSD Banken belegen wir nach wie vor den zweiten Platz.

Mit dem Geschäftsergebnis sind wir wieder sehr zufrieden. Beim Jahresüberschuss war für das Jahr 2010 ein Rückgang von 8,14 Millionen auf 7,06 Millionen Euro zu verzeichnen; dennoch ist das das zweitbeste Geschäftsergebnis unserer 75-jährigen Geschichte. Wie in den Vorjahren erhalten die Mitglieder daraus eine Dividendenausschüttung in Höhe von 8,5 Prozent. Wir werden 710 Tausend Euro den gesetzlichen Rücklagen zuführen und 5,2 Millionen Euro in andere ErgebnISRücklagen einstellen.

Wie im letzten Jahr schon angekündigt, wollen wir unsere Mitglieder noch stärker fördern und Mehrwerte schaffen. Im Oktober 2010 haben wir ein entsprechendes Bonusprogramm vorgestellt und zum 1. Januar 2011 eingeführt. Von diesem Punkte-Bonussystem werden vor allem diejenigen Mitglieder profitieren, die eine lebendige Geschäftsbeziehung zu uns unterhalten und unsere Produkte oft und gerne nutzen. Bonuspunkte gewähren wir dabei für unterschiedliche Produktbereiche wie das Gehaltsgirokonto, Geldanlagen, Kredite, Sparverträge und Altersvorsorgeprodukte. Dieser zusätzliche Bonus neben der künftigen Basisdividende ist für das Mitglied bares Geld wert.

Schon die ersten Monate des laufenden Jahres haben gezeigt, dass das neue Programm sehr gut angenommen wird. Herr Hollweck wird Ihnen im Anschluss erläutern, wie sich die Mitgliederzahlen in den ersten fünf Monaten des Jahres 2011 entwickelt haben.

Im Jahr zwei nach der globalen Finanzmarktkrise war Deutschland geprägt von einem kräftigen Konjunkturaufschwung; weltweit kamen die Finanzmärkte nicht zur Ruhe. Die wichtigsten Leitzinssätze blieben nahezu unverändert, aber die Schuldenkrise in den so genannten PIIGS-Staaten spitzte sich zu.

Von den Folgen dieser Krise ist die PSD Bank jedoch nur in untergeordnetem Umfang direkt betroffen, da wir in Summe nach wie vor bonitätsmäßig einwandfreie Wertpapieranlagen halten. Die Wertpapieranlagen unseres Instituts haben sich von 839 Millionen Euro auf 870 Millionen Euro erhöht. Diese Veränderung ist insbesondere auf das nominal höhere Wachstum von Kundengeldern gegenüber Kundenkrediten zurückzuführen

Sehr wohl betroffen ist die PSD Bank jedoch von der Bankenabgabe, durch die der Finanzsektor künftig an den Kosten für die Abwicklung systemrelevanter Banken beteiligt werden soll. Diese Abgabe sollte einen Betrag von 1,3 Milliarden Euro pro Jahr erbringen.

Endziel war, ein Fondsvolumen von rund 70 Milliarden Euro aufzubauen.

Es wurde auch diskutiert, dass Banken in Schieflage vorerst den Beitrag nicht entrichten müssten. Sie sollten auch in den Folgejahren nicht rückwirkend zur Kasse gebeten wer-

den. Diese geplante Beitragsbefreiung hätte dazu geführt, dass - zieht man die Daten aus dem Jahr 2009 heran – nur rund 524 Millionen Euro jährlich in den Stützungsfonds geflossen wären.

Die Bundesbankstatistik zeigt jedoch, dass die Verluste der Großbanken in der Regel in den Folgejahren durch Gewinn überkompensiert wurden. Es ist daher gesamtwirtschaftlich nicht gerechtfertigt die Bankenabgabe dauerhaft zu erlassen, wenn sich die Leistungsfähigkeit bessert und eine Nachzahlung möglich ist. Zumal solvente Banken wie die PSD Bank Nürnberg für ihr kontinuierliches, solides Wirtschaften dem gegenüber mit der Abgabepflicht eigentlich bestraft werden.

Ein weiterer externer Faktor, der besonders spezialisierte Kreditinstitute wie die PSD Bank Nürnberg nachhaltig beeinflusst, sind die ständig steigenden gesetzlichen Anforderungen an das Bankgeschäft. Hier ist unter anderem Basel III zu nennen. Das Reformpaket zur bereits bestehenden Bankenregulierung soll die durch die globale Finanzkrise offengelegten Schwächen bekämpfen. Banken müssen künftig verschärfte Vorgaben im Hinblick auf Eigenkapitalbasis und Liquiditätsvorschriften beachten.

Wir können und werden diese Vorgaben erfüllen. Hierbei kommt uns zu gute, dass wir in den letzten Jahre konservativ gewirtschaftet haben und unser Eigenkapital sukzessive durch Rücklagen stärken konnten. Die Eigenkapitalquote konnte von 4,36 Prozent auf 4,40 Prozent trotz des erheblichen Wachstums der letzten Jahre leicht gesteigert werden; dieser Weg erlaubt uns auch in den nächsten Jahren ein stetiges Geschäftswachstum.

Außerdem ist zu erwähnen, dass wir als genossenschaftliche Regionalbank einen hohen Anteil an hartem Kernkapital haben. Damit das Geschäftsguthaben auch weiterhin als hartes Kernkapital anerkannt wird, haben wir die Satzung leicht modifiziert.

Im vergangenen Jahr haben wir uns erneut am Markt gut behauptet. Das positive Ergebnis basiert nicht zuletzt auf unserem geschäftspolitischen Grundkonzept. Wir sind mit unserem Geschäftsgebiet bestens vertraut und kennen daher die Bedürfnisse unserer Privatkunden ganz genau. Wir wollen auch gar nicht in die Liga der „global player“ auf der Jagd nach schnellen Gewinnen aufsteigen; unsere ausgewogene Anlagepolitik hat sich seit langem bewährt.

Auch für das abgelaufene Geschäftsjahr gilt, dass wir zwar mit „Konditionen sind unsere Stärke“ werben, uns aber nicht um jeden Preis auf Kundenfang begeben haben. Das

Stichwort bei der - natürlich erwünschten - Neukundengewinnung heißt anhaltendes, qualitatives Wachstum.

Offensichtlich haben wir mit unseren attraktiven Angeboten und Serviceleistungen das Vertrauen vieler neuer Kunden gewinnen können. In 2009 konnten wir 1,2 Prozent mehr Kunden begrüßen, im vergangenen Jahr nahm ihre Zahl um fast 1,4 Prozent zu. Am Jahresende verzeichneten wir netto 1.598 Neukunden. Unser Planziel haben wir damit zwar verfehlt, sehen uns aber trotzdem mittelfristig auf dem richtigen Weg.

Es ist zumindest zu bezweifeln, ob die Strategie anderer Institute, mit Lockangeboten weit über marktgerechten Zinsen zu werben, auf lange Sicht aufgeht. Ende 2010 hatten wir insgesamt 117.219 Privatkunden. Davon betreuten die drei Filialen in Sachsen 31.914 Kunden. Der Kundenzuwachs dort fiel mit über 1,9 Prozent etwas höher aus als im fränkischen Teil des Geschäftsgebietes.

Da mein Kollege Helmut Hollweck Ihnen im Anschluss die Entwicklung im Kreditgeschäft näher bringen wird, möchte ich ein nun paar Worte zu den Kundeneinlagen sagen. Am Jahresultimo waren der PSD Bank Nürnberg Kundengelder mit einem Volumen von erstmals über 2 Milliarden Euro anvertraut. Unser bewusst moderates Wachstumsziel von 5 Prozent haben wir mit einer Steigerung um satte 7,8 Prozent mehr als deutlich übertroffen. In Sachsen fiel das Plus mit fast 7,9 Prozent ebenfalls weit höher aus als geplant. Hier verwalteten wir knapp 443 Millionen Euro.

Vor dem Hintergrund des anhaltend niedrigen Zinsniveaus spielte für viele Anleger zum einen der Faktor Sicherheit eine große Rolle; aber selbstverständlich war auch eine angemessene Rendite wichtiges Kriterium bei der Anlageentscheidung. Wir konnten die Wünsche der Anleger gut nachvollziehen und ließen die Konditionen im kurzfristigen Anlagebereich nahezu unverändert.

Bevorzugt nachgefragt wurden wie im Vorjahr Anlageprodukte, bei denen das Kapital schnell wieder zur Verfügung steht. Paradebeispiel war das PSD TagesGeld, dessen Volumen um ein Drittel zulegen konnte. Aber auch das PSD SparDirekt-Konto mit seiner dreimonatigen Kündigungsfrist stand unvermindert hoch im Kurs – das Volumen stieg hier um 14,3 Prozent.

Diese erfreulichen Zahlen beweisen, dass man als Bank auch ohne Köderangebote wachsen kann, solange man auf die Wünsche der Kunden eingeht. Die bedarfsgerechte Beratung ist das A und O, nur so schafft man eine vertrauensvolle Beziehung zu den Kunden.

Unverzichtbarer Erfolgsfaktor sind dabei die Mitarbeiter. Am Jahresende beschäftigten wir im gesamten Geschäftsgebiet an neun Standorten 198 Personen. Unverändert waren 25 davon in Sachsen eingesetzt. Wir haben im Lauf des Jahres sechs neue Mitarbeiter eingestellt, um zum einen das Arbeitsaufkommen durch verstärkte Werbeaktivitäten zu bewältigen. Zum anderen haben wir unsere Kundenbetreuung und Dienstleistungen weiter verbessert.

Zum Beispiel haben wir in der PSD Bankengruppe in einem gemeinsamen Kraftakt den Internetauftritt komplett überarbeitet. Seit dem Relaunch im Juli 2010 ist unsere Homepage aufgeräumter, übersichtlicher und noch nutzerfreundlicher geworden. Das bestätigen uns seither durchweg positive Kundenreaktionen. Da wir uns ja in erster Linie als Direktbank sehen, ist es für uns Pflicht, diesen Vertriebskanal laufend zu optimieren.

Ein Novum im Jahr 2010 war auch der Zusammenschluss der PSD Bankengruppe in puncto Gemeinschaftswerbung. Mit einer nationalen TV-Kampagne wurden verschiedenen Kernkompetenzfeldern der PSD Banken beworben, zum Beispiel Baufinanzierungen und Geldanlagen. Der grüne Leuchtturm als Leitmotiv weist dabei den Weg zu attraktiven Konditionen und kompetenter Beratung einer modernen, regional verankerten Genossenschaftsbank. Die Markenbekanntheit der gesamten PSD Bankengruppe hat von diesem gemeinsamen Werbeauftritt spürbar und auch messbar profitiert.

Die positive Wahrnehmung in der Bevölkerung zeigt sich unter anderem auch in den beiden Auszeichnungen, die vor kurzem erhalten haben:

Im Verbund mit den anderen PSD Banken in Deutschland haben wir den Titel „Beste Regionalbank“ des Wirtschaftsmagazins EURO, veröffentlicht in der Ausgabe Mai 2011, gewonnen. 130.000 Bankkunden haben bei diesem Vergleichstest ihre Stimme abgegeben und ihre Hausbank bewertet.

Auch bei der Online-Umfrage, die das Anleger-Magazin „Börse Online“ gemeinsam mit dem Nachrichtensender n-tv durchgeführt hat, haben wir sehr gut abgeschnitten – sogar noch besser als im vergangenen Jahr. Veröffentlicht wurden die aktuellen Umfrageergebnisse in der Ausgabe 24/2011 des Magazins. Rund 35.000 Bankkunden beurteilten ihr Institut nach dem Schulnotensystem. Wir wurden mit der persönlichen Traumnote 1,25 Gesamtzweiter und bekamen zusätzlich die Auszeichnung „Beste Regionalbank des Jahres 2011“. In vier von fünf Produktkategorien hatten wir die Nase vorn.

Das macht uns natürlich stolz – unsere langjährige Arbeit trägt messbare Früchte. So eine Bewertung muss man sich aber immer wieder neu verdienen. Das wissen wir und werden uns deshalb sicher nicht auf diesen Lorbeeren ausruhen.

Ich möchte nun noch kurz auf unser Engagement vor Ort eingehen. Als regionale Direktbank für Privatkunden fühlen wir uns den Menschen in unserem Geschäftsgebiet verpflichtet. Wir unterstützen viele Projekte –und die Palette ist dabei breit gefächert. Insgesamt hat die PSD Bank Nürnberg 2010 an soziale und karitative Einrichtungen über 270.000 Euro vergeben.

So gehörte im vergangenen Jahr beispielsweise die Verkehrswacht Nürnberg zu den Spendenempfängern. Kinder als schwächste Verkehrsteilnehmer verdienen unsere besondere Aufmerksamkeit und Schutz. Deshalb haben wir Aufführungen der Polizeipuppenbühne sowie die Schulstart-Aktion „Gib 8“ gefördert, die Autofahrer zu mehr Rücksicht bewegen soll.

Die jeweils mit 30.000 Euro dotierten Wettbewerbe „RegioSport Preis“ für den Breiten-sport und „Ideen machen Schule“ für Schülerinnen und Schüler fanden bereits zum wiederholten Mal statt und fanden wie immer großen Anklang.

Seit mehreren Jahren fördern wir Basketball und veranstalten zusammen mit dem Bundesliga-Verein „Brose Baskets“ aus Bamberg, dem Pokalsieger und amtierenden Deutschen Meister, die PSD Basketball Camps. In Nürnberg und Bamberg nahmen in der vergangenen Saison jeweils mehr als 100 Jugendliche daran teil.

Unter dem Motto Geld anlegen und zugleich Gutes tun legten wir den „SparBrief mit Herz“ für Kunden auf. Pro 100 Euro stiftete der Anleger 20 Cent für einen guten Zweck. Den Erlös stockten wir noch auf und übergaben im Beisein der bayerischen Familienministerin Christine Haderthauer einen symbolischen Scheck an die Stiftung „Bündnis für Kinder. Gegen Gewalt.“. Unsere Spende kam unter anderem zehn Kindergärten und neun Grundschulen in Nürnberg zugute. Sie werden mit dem Gewaltpräventions-Projekt „Faustlos“ ausgestattet.

Hiermit beende ich meine Ausführungen und übergebe das Wort an meinen Kollegen Helmut Hollweck.