



Augsburger Aktienbank setzt Wachstumskurs trotz Finanzkrise fort

Steigerung der Kundenzahl um 5 % Gründung einer gewerblichen Leasing-Tochter

Augsburg, 22. März 2010 – Die Augsburger Aktienbank (AAB) schloss das abgelaufene Geschäftsjahr erneut positiv ab, obwohl die Rahmenbedingungen aufgrund der gesamtwirtschaftlichen Situation für die Finanzwirtschaft weiterhin sehr schwierig sind. Die Bank handelte antizyklisch und nutzte die Schwächephase des Marktes gezielt, um den Wechsel ihres Kernbanksystems voranzutreiben und die AAB Leasing GmbH zu gründen. Beides sind langfristige Investitionen, die die Wachstumsstrategie der Bank deutlich machen.

Obwohl die Bankenlandschaft von einem tiefgreifenden Vertrauensverlust geprägt ist, konnte die Augsburger Aktienbank die Kundenanzahl um 5 % auf rund 195.000 steigern. Auch die Anzahl der aktiven Kundendepots stieg auf rund 130.000. Das „Augsburger Kundenportal“ im Internet wird mittlerweile von 76.000 Kunden aktiv genutzt. Der positive Trend spiegelt sich auch im verwalteten Kundendepotvolumen wider: Der erfreuliche Anstieg um mehr als 30 % auf knapp 8,0 Mrd. EUR ist neben der Marktentwicklung auf Neuinvestitionen von Kunden zurückzuführen. Parallel dazu sank die Bilanzsumme plangemäß auf 1,3 Mrd. EUR.

Das Wertpapiergeschäft hat 2009 branchenweit unter zwei Aspekten massiv gelitten: Die Einführung der Abgeltungsteuer zum 01.01.2009 führte zu einem deutlichen Vorziehen von Wertpapiertransaktionen in das Jahr 2008. Gleichzeitig haben die Finanzmarktkrise und die aktuelle Konjunkturschwäche das Vertrauen der Kunden in Wertpapierinvestitionen nachhaltig geschwächt. Das Wertpapierneugeschäft erreichte aus diesen Gründen nicht die guten Ergebnisse der Vorjahre.

Die Augsburger Aktienbank hat trotz der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise mit einem positiven operativen Ergebnis im Kernbankgeschäft abgeschlossen. Das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit beträgt 1.119 TEUR. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr ist insbesondere auf das deutlich geringere Provisionsergebnis zurückzuführen.

Augsburger Aktienbank AG

PRESSEMITTEILUNG



AUGSBURGER
Aktienbank

Das operative Ergebnis konnte mit 34,5 Mio. EUR leicht gegenüber dem Wert des Vorjahres gesteigert werden. Die wichtigste Ertrags säule war hier das gute Zinsergebnis, das um 20 % auf 24 Mio. EUR gesteigert werden konnte.

Leasingangebot als strategische Geschäftsfeldergänzung

Die neu gegründete Tochter AAB Leasing wird sich auf das gewerbliche Leasing konzentrieren und hat zum Start den Geschäftsbereich „Süd“ der Universal Leasing GmbH mit einem Bestand von rund 7.600 Leasingverträgen übernommen. Über 50 Mitarbeiter betreuen die Kunden in ausgewählten Kerngeschäftsfeldern in den Regionen Süd und West.

BeratungsCenter überzeugt bundesweit

Das im Frühjahr fertig gestellte BeratungsCenter und die dort angebotene ganzheitliche Kundenberatung kommen bei Kunden und Fachleuten hervorragend an. Vom renommierten Fachmagazin gi GELDINSTITUTE wurde daher die Augsburg er Aktienbank mit dem gelungenen Umbau der Kundenhalle und dem neuen Konzept zur „Geschäftsstelle des Jahres“ in der Kategorie „Bestes Individualkundenkonzept“ gewählt. Zahlreiche Veröffentlichungen unterstreichen das herausragende Konzept, das nicht den Produktverkauf, sondern die nachhaltige Kundenzufriedenheit in den Vordergrund stellt.

Zusammenarbeit mit Partnern

Bereits zum dritten Mal veranstaltete die Bank ein Anlegerforum für Wertpapierinteressierte gemeinsam mit der „Deutschen Schutzvereinigung für Wertpapierbesitz“. Vorträge hochrangiger Repräsentanten von Unternehmen wie beispielsweise MAN, SAP, ThyssenKrupp, Deutsche Post - ergänzt um Fachinformationen zum Thema Wertpapierinvestments - stehen im Fokus dieser Veranstaltungsreihe.

Die intensive Zusammenarbeit mit rund 300 Partnern aus den Bereichen Vermögensverwalter, Vertriebsorganisationen, Maklerpools und Finanzdienstleister wurde auch in 2009 forciert. Dabei entwickelt sich besonders die Kooperation mit dem Mutterkonzern, LVM in Münster, sehr erfreulich. Das speziell zugeschnittene Produkt „LVM-Vorteilskonto“ überzeugte im vergangenen Jahr mehr als 20.000 Versicherungskunden. Sowohl bei der Geldanlage als auch im Kreditbereich rundet die Bank das Allfinanzangebot des LVM ab.