



## Ваш банк продан. Что дальше?

Клиентов Dresdner Bank и Citibank ждет не только смена вывесок

В банковском секторе Германии произошли серьезные изменения. Французский банк Crédit Mutuel приобрел у американской финансовой корпорации Citigroup ее немецкое дочернее подразделение – Citibank Deutschland. Немецкий Commerzbank договорился со страховым концерном Allianz о покупке принадлежащего ему Dresdner Bank, а Deutsche Bank объявил о том, что становится крупнейшим акционером Postbank.

Что означают все эти слияния и поглощения и как они отразятся на клиентах упомянутых банков?

Консолидация в банковском секторе, т.е. укрупнение кредитно-финансовых институтов, в Германии давно назрела. В стране слишком много банков и, соответственно, переизбыток банковских филиалов, что обостряет конкуренцию и снижает прибыльность бизнеса. К тому же ведущие немецкие банки в условиях глобализации начали стремительно терять былые позиции не только на мировом, но даже на европейском рынке, и им сейчас срочно нужно «набирать вес», иначе их просто скупят более крупные иностранные конкуренты.

Именно такая дилемма и стояла перед Commerzbank: либо самому поглощать, либо быть поглощенным. Его решение купить сопоставимый по размерам Dresdner Bank - это шанс обрести критическую массу для эффективного противостояния извечному лидеру на немецком рынке – Deutsche Bank, а также возможность серьезно заявить о себе в международном масштабе. Однако есть опасность, что Commerzbank тем самым взвалил на себя непосильную финансовую и организационную ношу и в какой-то момент просто надорвется. Во всяком случае, многие эксперты относятся к намеченному слиянию двух очень разных по корпоративной культуре институтов весьма скептически. Для рядовых клиентов Commerzbank это не должно быть поводом для беспокойства, однако им следует об этом знать.



До объединения Германии Commerzbank неизменно занимал третью строчку в списке крупнейших частных банков ФРГ. Второе место традиционно удерживал Dresdner Bank.

Созданный еще в 1872 году, он пользовался заслуженным авторитетом среди предпринимателей и обеспеченных частных вкладчиков. Однако их каждодневное обслуживание не обеспечивало той прибыли, которую могли бы дать биржевые операции, и в 90-е годы руководители банка увлеклись инвестиционным банкингом. Это была их стратегическая ошибка. После обвала мирового фондового рынка на рубеже веков Dresdner Bank закачался и в 2001 году был куплен концерном Allianz. Но даже крупнейшему в Германии и Европе страховому гиганту с его финансовыми возможностями так и не удалось реструктурировать банк и сделать его прибыльным. Поэтому Allianz в конце концов решил от него избавиться.

Такова экономическая подоплека нашумевшей сделки. Каковы же будут ее последствия для клиентов обоих банков?

Прежде всего следует подчеркнуть, что предстоящее объединение Commerzbank с Dresdner Bank ни в коей мере не снизит надежность вкладов в этих институтах – скорее наоборот, ведь чем крупнее банк, тем больше у него возможностей подстраховать себя и своих клиентов. И даже в том чисто гипотетическом случае, если Commerzbank так и не сможет «переварить» столь большой кусок, как Dresdner Bank, вкладчики наверняка не пострадают, поскольку тогда объединенный банк с его всегерманской сетью филиалов, скорее всего, будет куплен одним из иностранных конкурентов.

А вот на что клиентам покупаемого института уже сейчас следует постепенно настраиваться, так это смена вывески: бренд Dresdner Bank в 2009 году окончательно исчезнет. Исчезнут и некоторые филиалы обоих банков, особенно в тех городах, где они дублируют друг друга на одной и той же улице или площади.

Как конкретно будет проходить процесс превращения клиентов Dresdner Bank в клиентов укрупненного Commerzbank, пока не ясно, однако некоторой организационной



волокиты, видимо, не избежать, ведь придется обменивать банковские карточки, сберкнижки и т.д. Обо всем этом банк в нужный момент позаботится сам. Не исключено, что

мошенники попытаются воспользоваться переходным периодом и займутся рассылкой фальшивых мейлов, в которых под предлогом перерегистрации банковских клиентов попытаются выведать у доверчивых сограждан секретные данные об их счетах (такое преступление называется phishing). Поэтому при любом реформлении следует доверять только тем письмам и документам, которые выданы в филиале банка или присланы не по электронной, а по обычной почте.

В аналогичной ситуации в следующем году окажутся и клиенты немецких филиалов Citibank: купивший их французский банк Cr dit Mutuel тоже будет менять вывески, банковские карточки и т.д. А вот от того, что Deutsche Bank приобрел примерно 30 процентов акций Postbank, для клиентов двух этих кредитно-финансовых институтов вряд ли что-то изменится.

Агентство экономической информации «ИнфоКапитал»  
октябрь-ноябрь 2008 г.

Публикации агентства «ИнфоКапитал» носят исключительно **информационный** характер. Как и другие публикации подобного рода, они не могут служить **гарантией** получения прибыли.