



## *"Transformationsmanagement am Beispiel der Deutschen Bank"*

**Dr. Josef Ackermann**  
Sprecher des Vorstands  
Deutsche Bank AG

### 1. „Entschlossene Umsetzung unserer vier strategischen Initiativen“

Für das Wachstum der Deutschen Bank waren in der ersten Phase Neuausrichtung des Geschäfts die vier strategischen Initiativen: Fokussierung auf das Kerngeschäft, Konzentration auf laufende Erträge, weitere Verbesserung der Kapital- und Bilanzsteuerung und Optimierung des PCAM-Konzernbereichs entscheidend. Hierbei hat sich die neue Führungsstruktur bewährt.

### 2. „Fokus auf Kunden und profitables Wachstum“

Nach der Neuausrichtung der Geschäfte lag der Schwerpunkt in der zweiten Phase Fokus auf Kunden und profitables Wachstum in den vier Bausteinen Strikte Kosten-, Kapital- und Risikodisziplin, beibehalten der globalen Führungsrolle von CIB, ausschöpfen des profitablen Wachstum in PCAM und die Deutsche Bank als führende Marke etablieren. Hierbei sollte eine weltweit ausgewogene Plattform beibehalten werden.

### 3. „Orientierung unserer Aktivitäten an unseren anspruchsvollen Kunden“

Die Deutsche Bank wird gemäß Ihrem Leitbild “Wir wollen der weltweit führende Anbieter von Finanzlösungen für anspruchsvolle Kunden sein und damit nachhaltig Mehrwert für unsere Aktionäre und Mitarbeiter schaffen.“ die zukünftige Entwicklung gestalten. Dabei ist das Ziel die umfassende und kompetente Beratung anspruchsvoller Kunden. Dies wird durch eine weltweite Marketingkampagne zur Verdeutlichung unseres Markenprofils und der kontinuierliche Messung der Kundenzufriedenheit unterstützt.

#### **Weiterführende Literatur:**

- [Tagungsband des Münchner Management Kolloquiums 2004](#)
- [TCW-Report "Zukunft des Wachstums" 2004](#)