

Inhalt

1 Einleitung	7
1.1 Fragestellung und Methodik	7
1.2 Was bedeutet „Mittelstand“?	12
2 Das Profil der Commerzbank am Ende des 19. Jahrhunderts und ihre Kundenstruktur	17
3 Entwicklung des Geschäftsstellennetzes, Fusionen und ihre Folgen für das Kundenprofil	21
3.1 Expansion und Geschäftsstellennetz	21
3.2 Auswirkungen der Expansion auf die Kundenstruktur	28
4 Geschäftsstruktur der Commerzbank	37
4.1 Einlagen- und Spargeschäft	37
4.1.1 Gesamtentwicklung der Einlagen und ihre Fälligkeiten	37
4.1.2 Guthaben anderer deutscher Banken	42
4.1.3 Zusammensetzung inländischer Guthabekunden	44
4.1.4 Größenstruktur der inländischen Einlagen ...	49
4.1.5 Ausländische Gläubiger	59
4.1.6 Spargeschäft	66
4.2 Kreditgeschäft	74
4.2.1 Überblick über das Kreditangebot	74
4.2.2 Die Kosten für Kredite der Commerzbank ...	79
4.2.3 Kreditvergabe, Prüfung und Sicherheiten	86
4.2.4 Die Organisation des Kreditgeschäfts	92
4.2.5 Kreditzwecke: Betriebsmittel, Investitionen und Außenhandelsfinanzierung	97
4.2.6 Größengliederung der Kredite	103
4.2.7 Rechtsform der Kreditkunden	115

4.3	Effektengeschäft	117
4.3.1	Emission von Aktien und Anleihen	118
4.3.2	Wertpapierhandel und Depotgeschäft	127
4.4	Beteiligungen und Aufsichtsratsmandate	138
4.4.1	Beteiligungen	138
4.4.2	Aufsichtsratsmandate bei anderen Firmen ...	146
4.4.3	Aufsichtsrat der Commerzbank	152
4.5	Komplettes Dienstleistungspaket für den Kunden ...	157
5	Kundenstruktur im Überblick	163
5.1	Private Kunden aus unterschiedlichen sozialen Schichten	165
5.2	Branchenverteilung der Firmenkunden und die öffentliche Hand als Kunde	171
5.3	Unternehmensgröße der Firmenkundschaft	179
6	Fazit: Der gehobene Mittelstand als Kern der Kundschaft der Commerzbank	185
Anhang		189
	Anmerkungen	189
	Abkürzungsverzeichnis	213
	Quellen- und Literaturverzeichnis	213
	Bildnachweis/Impressum	235