

## Referate

Bern,  
3. April 2009

**Jahresmedienkonferenz der Clientis AG vom 3. April 2009**

### **Clientis Gruppe gut behauptet**

Es gilt das gesprochene Wort

Clientis AG  
Gurtengasse 6  
Postfach 252  
3000 Bern 7  
Telefon 031 660 46 44  
Fax 031 660 46 55

[info@clientis.ch](mailto:info@clientis.ch)  
[www.clientis.ch](http://www.clientis.ch)

# 1 Kontinuierliches, solides Wachstum fortgesetzt

**Hans-Ulrich Stucki, Direktor Clientis AG**

Die 28 Clientis Banken haben ihr kontinuierliches und solides Wachstum im Geschäftsjahr 2008 erfolgreich fortgesetzt. In einem schwierigen Marktumfeld mit grossen Herausforderungen haben sie sich gut behauptet. Die Kundengelder, die Kundenausleihungen, die Bilanzsumme und das Eigenkapital erreichten neue Höchststände.

So präsentieren sich unsere wichtigsten Kennzahlen:

**Die Clientis Banken 2008**

- 28 Clientis Banken in 12 Kantonen
- 811 Mitarbeitende in 113 Geschäftsstellen
- Bilanzsumme: CHF 17,5 Mrd.
- Konzerngewinn: CHF 75,8 Mio.

Die Bank an meiner Seite

Clientis Ihre regionale Bank

03.04.09 Seite 4 © 2009 Clientis AG

Jahresmedienkonferenz 2009

Unsere Gruppe umfasste Ende 2008 28 Banken in 12 Kantonen. Die Zahl der Banken hat sich im Verlauf des Jahres um eine verringert, nachdem die Clientis Caisse d'Épargne de Préz, Corserey et Noréaz durch die Freiburger Kantonalbank übernommen worden ist.

In 113 Geschäftsstellen sind 811 Mitarbeitende tätig. Im Rahmen unserer Wachstumsstrategie haben wir das Marktgebiet 2008 weiter ausgebaut. Neue Geschäftsstellen eröffnet haben

- ▶ die Clientis BS Bank Schaffhausen in Schaffhausen,
- ▶ die Clientis Bezirksparkasse Uster in Volketswil und
- ▶ die Clientis Caisse d'Épargne du District de Courtelary in La Chaux-de-Fonds, womit Clientis nun auch im Kanton Neuenburg vertreten ist.

Vorletzte Woche weihte zudem die Clientis EB Entlebucher Bank ihre neue Geschäftsstelle in Malters ein.

Die Bilanzsumme stieg im Berichtsjahr auf CHF 17,5 Mrd. und der Konzerngewinn beträgt knapp CHF 76 Mio.

Roger Auderset, unser CFO, wird Ihnen die detaillierten Zahlen zum Geschäftsjahr 2008 im Anschluss an meinen Tätigkeitsbericht vorstellen.

Eine zentrale Frage ist, in welchem Ausmass die Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise unsere Banken betroffen hat. Dazu kann ich folgende Aussagen machen:

### Finanzmarktkrise und Clientis Banken

Keine direkte Verwicklung: Clientis Banken investieren nicht in internationale Märkte und betreiben kein Investmentbanking

Die Auswirkungen:

- Kundengelder: Zunahme
- Zinsengeschäft: höherer Margendruck
- Börsengeschäfte und Kundendepots: geringere Erträge
- Resultat: nach wie vor auf hohem Niveau

Fazit: Kunden schätzen solide, überschaubare Banken mit transparenten Produkten.

03.04.09  
Seite 3  
© 2009 Clientis AG



Clientis  
Ihre regionale Bank

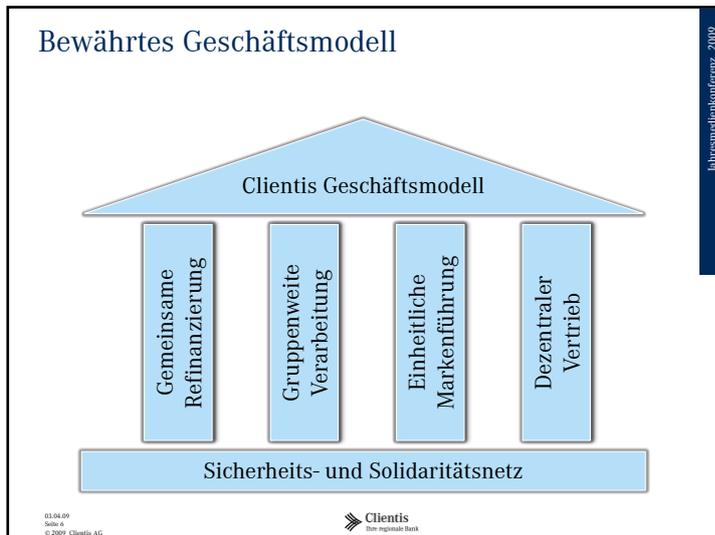
Jahresmitteilung 2009

Direkt sind unsere Banken nicht in die Krise verwickelt: Sie investieren weder in internationale Märkte noch betreiben sie Investmentbanking. Vielmehr beschränken sie sich auf jene Geschäfte, die sie beherrschen, die von den Kunden verstanden werden und einem Kundenbedürfnis entsprechen.

Den Auswirkungen der Krise können sich indes auch unsere Banken nicht entziehen. Einerseits verzeichnen sie erfreulicherweise mehr Kundengelder. Andererseits hat der Druck auf die Zinsmargen stark zugenommen. Gründe sind das erheblich gesunkene Zinsniveau und der weiter verschärfte Wettbewerb. Zudem sind die Erträge bei den Börsengeschäften und den Kundendepots deutlich gesunken. Trotzdem ist es uns gelungen, ein operatives Ergebnis auf hohem Niveau zu erzielen.

Wir können das Fazit ziehen, dass die Kunden solide, überschaubare Banken mit transparenten Produkten wieder vermehrt schätzen.

## Geschäftsmodell



Das erfolgreiche Wachstum zeigt klar, dass sich unser Geschäftsmodell mit der konsequenten Ausrichtung auf den Vertrieb in den jeweiligen regionalen Märkten auch in der Krise bewährt. Das Geschäftsmodell basiert auf vier zentralen Pfeilern:

- ▶ gemeinsame Refinanzierung,
- ▶ gruppenweite Verarbeitung,
- ▶ einheitliche Markenführung und
- ▶ dezentraler Vertrieb.

Das Sicherheits- und Solidaritätsnetz bildet das strategische Basiselement.

Die **gemeinsame Refinanzierung** mit dem Rating von Moody's ermöglicht uns einen eigenen Zugang zum Kapitalmarkt sowie ein gemeinsames Liquiditätsmanagement. Bisher haben sich unsere Banken zu einem grossen Teil über Kundengelder refinanziert. Allerdings ist dieser Wert in den letzten Jahren gesunken. Sollte sich der Trend fortsetzen, so wird unsere eigene Kapitalmarktfähigkeit weiter an Bedeutung gewinnen und uns zu einem entscheidenden Vorteil im Regionalbankenmarkt verhelfen.

In der **gruppenweiten Verarbeitung** werden administrative Abläufe im Rückwärtigen gebündelt und ausgelagert. Mit der Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells nimmt die Clientis AG künftig auch in der Informatik die Funktion des Single Point of Contact für alle Banken wahr. Dadurch können weitere Synergien erzielt und standardisierte Abläufe gepflegt werden.

Die **einheitliche Markenführung** mit der Dachmarke Clientis unterstützt den Gruppenauftritt und die Wahrnehmung durch die Kunden. Die Marke Clientis ist dank breit gefächelter Marketingaktivitäten gut verankert. Dadurch können in der Kommunikation und in der Marktbearbeitung gebietsübergreifend Synergien genutzt werden. In der Kundenwahrnehmung gilt Clientis als sicher, konkurrenzfähig und kundennah.

Die Bündelung der Verarbeitung erlaubt die Stärkung des **dezentralen Vertriebs**. Indem sich unsere Banken von Rückwärtigem entlasten, können sie sich auf den Markt und auf ihre Kunden konzentrieren. Auf diese Weise wird die Kundenbetreuung optimiert und das Wachstum gefördert. Unser Vertriebskonzept setzen wir gruppenweit mit Nachdruck um.

Im Rahmen des gemeinsamen **Sicherheits- und Solidaritätsnetzes** stehen unsere Banken füreinander ein. So könnte eine Bank, falls sie in Schwierigkeiten geraten sollte, im Verbund aufgefangen werden. Das Netz, das bisher nie beansprucht werden musste, gibt den Kunden unserer Banken zusätzliche Sicherheit.

Die Erfordernisse des Marktes und damit unserer Banken ändern sich stetig. Deshalb arbeiten wir an der Weiterentwicklung unseres Geschäftsmodells. Die zentralen Pfeiler und Elemente sind dabei aufgrund der positiven Erfahrungen nicht in Frage gestellt.

## Marktbearbeitung



Im Rahmen der Marktbearbeitung konnten wir die Bekanntheit von Clientis weiter ausbauen. Unsere gemeinsame Kampagne «Die Bank an meiner Seite» hat die Imagebildung unserer Institute als stabil, glaubwürdig und unkompliziert unterstützt. Auch weitere Marktbearbeitungsmassnahmen zeigten Erfolg. So führte etwa die Kampagne zum PRIVOR Vorsorgekonto der Säule 3a zu einem Anstieg der einbezahlten Vorsorgegelder um nahezu 10%.



Die Clientis Banken werden künftig zusammen mit der RBA-Gruppe auf die Bankensoftware Finnova setzen. Die Implementierung wird in den nächsten Jahren Mehraufwendungen verursachen. Auf mittlere Frist wird die neue Plattform die Zusammenarbeit in der Gruppe erleichtern, Kosten einsparen und eine einfache Einführung neuer Produkte erlauben. Die Umstellung soll 2012 abgeschlossen sein.

### **Strukturen**

Die Clientis AG, das gemeinsame Dienstleistungs- und Kompetenzzentrum, ist im Berichtsjahr massiv ausgebaut worden. Zusätzliche Aufgaben in der Compliance und im Projektmanagement sowie die Verstärkung der gruppenweiten Kompetenzen in der Vertriebsorientierung erfordern mehr Ressourcen. Der Personalbestand der Clientis AG ist mit aktuell 14 Mitarbeitenden im Vergleich zu den 797 Mitarbeitenden bei den Banken indes weiter bescheiden.

Unsere Gruppe arbeitet ständig an der Optimierung ihrer Strukturen. Je mehr sich der Margendruck akzentuiert und je härter der Wettbewerb wird, desto wichtiger ist die gründliche Ausschöpfung des Potenzials auf der Kostenseite.

Damit darf ich zu Roger Auderset für die Jahresrechnung überleiten.

## 2 Beste Eigenmittel-Kennzahlen

Roger Auderset, CFO Clientis AG

Hans-Ulrich Stucki hat das kontinuierliche und solide Wachstum der Clientis Gruppe angesprochen. Zur Veranschaulichung hier die Entwicklung unserer bisherigen fünf Geschäftsjahre im Überblick:

Clientis Gruppe: solide Entwicklung

	2004	2005	2006	2007	2008
Bilanzsumme (CHF Mrd.)	14,8	15,4	16,1	16,9	17,5
Konzerngewinn (CHF Mio.)	63,2	87,7	94,0	100,5	75,8
Eigenmittel (CHF Mio.)	1'287	1'363	1'453	1'540	1'596
Mitarbeitende	757	735	744	782	811

Jahresmedienkonferenz 2009

03.04.09  
Seite 16  
© 2009 Clientis AG

 Clientis  
Ihre regionale Bank

Seit 2004 hat sich die Bilanzsumme um CHF 2,7 Mrd. auf CHF 17,5 Mrd. erhöht.

Beim Konzerngewinn musste nach dem Rekordstand im Vorjahr ein deutlicher Rückgang in Kauf genommen werden. Dieser ist wesentlich beeinflusst durch den Veruntreuungsfall bei der Clientis Triba Partner Bank, über den die Bank im Dezember 2008 und im Februar 2009 berichtet hat. Ohne diesen Fall hätte der Konzerngewinn das zweitbeste Geschäftsjahr, nämlich 2006, annähernd erreicht.

Die Eigenmittel sind in den fünf Jahren um ein Viertel auf CHF 1,6 Mrd. gewachsen, womit Clientis im Branchenvergleich hervorragend dasteht. Ich werde darauf zurückkommen.

Die Zahl der Mitarbeitenden hat seit 2004 trotz des Wachstums nur um 7% zugenommen. Die Neueinstellungen erfolgten vor allem im Vertrieb, während Backoffice-Aufgaben ausgelagert wurden.

Im Vergleich mit dem Vorjahr weisen wir für 2008 folgende Eckwerte aus:

Eckwerte Konzernabschluss 2008			
	2008	2007	Abw.
	Mio. CHF	Mio. CHF	%
Bilanzsumme	17'474	16'868	+ 3,6
Kundenausleihungen	15'335	14'768	+ 3,8
davon Hypothekendarlehen	14'374	13'832	+ 3,9
Kundengelder	12'642	12'171	+ 3,9
davon Spareinlagen	7'584	7'444	+ 1,9
Deckungsgrad der Kundenausleihungen durch Kundengelder	82,4 %	82,4 %	0
Depotvolumen	5'579	6'022	- 7,4
Ausgewiesene Eigenmittel	1'596	1'540	+ 3,6
Eigenmittel-Deckungsverhältnis	212 %	194 %	+8 %-Pkt.

Jahresabschlusskonferenz 2009

03.04.09 Seite 17 © 2009 Clientis AG  Clientis  
Your integrated Bank

Die Bilanzsumme stieg um 3,6% auf CHF 17,5 Mrd., womit das gesunde, nachhaltige Wachstum fortgesetzt werden konnte.

### Kundengeschäft

Die Kundenausleihungen nahmen um 3,8% auf CHF 15,3 Mrd. zu. 94% der Ausleihungen entfielen auf Hypothekendarlehen – das eigentliche Kerngeschäft unserer Banken. Im zunehmend härter umkämpften Hypothekarmarkt konnten wir die Ausleihungen um weitere CHF 541 Mio. steigern. Der Zuwachs von 3,9% liegt erneut über dem Marktwachstum, was die Qualität unserer Hypothekarmodelle und unserer Beratung widerspiegelt. Der Trend zu variablen Hypotheken setzte sich 2008 bis Ende des dritten Quartals fort. Seit den massiven Eingriffen der Nationalbank ins Zinsgefüge stellen wir eine zunehmende Rückkehr zu Festhypotheken fest.

Unsere Banken finanzieren die Hypotheken und die übrigen Kundenausleihungen in erster Linie durch traditionelle Kundengelder wie Spareinlagen, Kassenobligationen oder Festgelder. Gesamthaft stiegen die Kundengelder um CHF 471 Mio. oder 3,9% auf CHF 12,6 Mrd. Dies zeigt das Vertrauen der Kunden in unsere Banken auf. Den höchsten Anstieg um 15% oder CHF 323 Mio. gab es bei den Kassenobligationen. Der grösste Teil der Kundengelder, nämlich rund 60%, besteht nach wie vor in Form von Spar- und Anlagekonti. Die Guthaben auf diesen Konti stiegen um 1,9% auf CHF 7,6 Mrd.

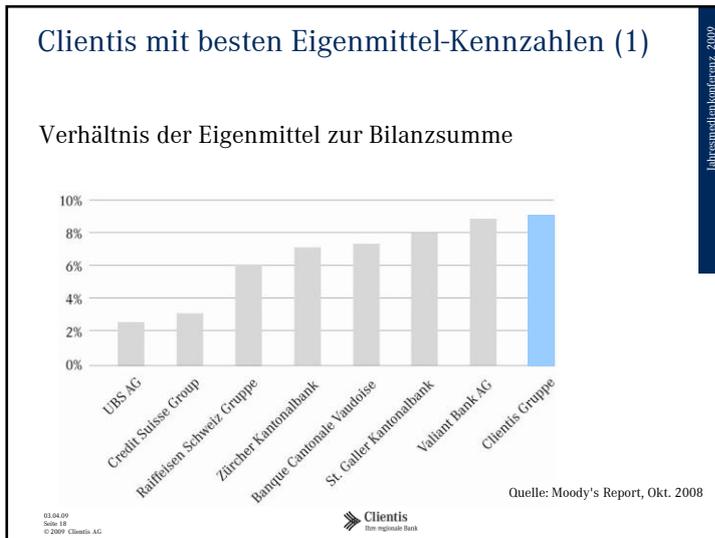
Entsprechend der negativen Börsenentwicklung nahmen dagegen die Depotvolumen um 7,4% auf CHF 5,6 Mrd. ab.

Der Deckungsgrad der Kundenausleihungen durch Kundengelder beträgt unverändert hohe 82,4%. Die traditionelle Refinanzierung über Kundengelder wird mit Kapitalmarktgeldern ergänzt. Die zentrale Erschliessung dieser Quelle durch die Clientis AG hat während der Krise eine zusätzliche Bedeutung erlangt. Unsere Banken profitieren einerseits von diesem direkten Zugang zum Kapitalmarkt. Andererseits schätzen die Kunden, ihre Gelder bei einem Institut anzulegen, das über ein Rating verfügt. Dadurch erhalten die Banken günstige Mittel, die ihnen erlauben, das Wachstum bei den Kundenausleihungen zu finanzieren.

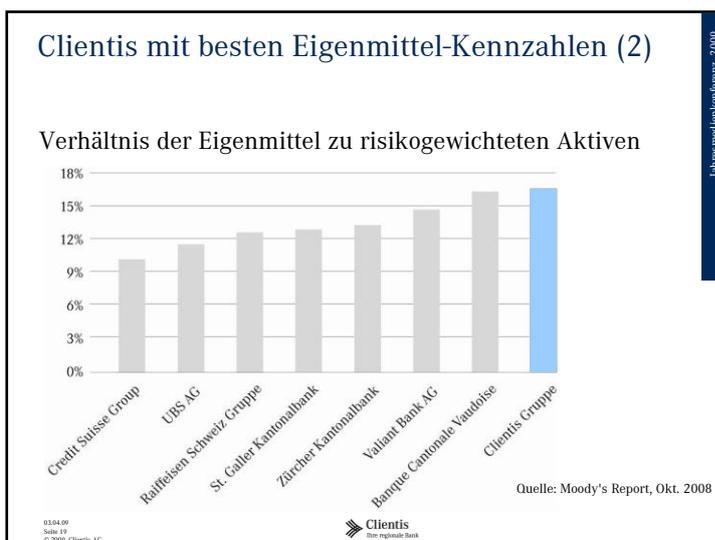
### Eigenmittel

Sehr erfreulich präsentiert sich die Eigenmittelsituation. Das ausgewiesene Eigenkapital stieg nochmals um CHF 56 Mio. auf CHF 1,6 Mrd. an. Die nach Bankengesetz erforderlichen Eigenmittel werden deutlich übertroffen. Sie haben die Schwelle von 200% überschritten und belaufen sich neu auf 212%.

Gestatten Sie mir an dieser Stelle einen Exkurs.



In einer im letzten Oktober publizierten Auswertung des Rating-Unternehmens Moody's bezüglich der Eigenmittel- und Risikosituation von ausgewählten Schweizer Retailbanken weist die Clientis Gruppe die besten Kennzahlen aus. Den Spitzenplatz belegt unsere Gruppe zum einen beim Verhältnis der Eigenmittel zur Bilanzsumme, dem so genannten «Leverage», mit 9,1%.



Noch besser sieht das Bild beim Verhältnis der Eigenmittel zu den risikogewichteten Aktiven, dem «Tier 1 ratio», aus: Hier belegt Clientis mit 16,7% den Spitzenplatz. Die Eigenmittel bilden für unsere Gruppe eine komfortable Basis für die weitere Entwicklung und dokumentieren unsere Finanzstärke eindrücklich.

Damit zurück zu unseren Eckwerten.



## Erträge

Zunächst zur Veranschaulichung, wie sich unser Erfolg zusammensetzt. Der mit einem Anteil von 84% am Gesamtertrag klar wichtigste Pfeiler ist der Erfolg aus dem Zinsengeschäft. Während das Kommissions- und Dienstleistungs-Geschäft 10% ausmacht, halten sich die Anteile von Handelsgeschäft und übrigem ordentlichen Erfolg im einstelligen Prozentbereich.

Eckwerte Konzernabschluss 2008

	2008	2007	Abw.
	Mio. CHF	Mio. CHF	%
Erfolg Zinsengeschäft	270,9	274,3	- 1,2
Erfolg Kommissions- und Dienstleistungs-Geschäft	33,5	36,7	- 8,6
Erfolg Handelsgeschäft	4,9	13,0	- 62,2
Übriger ordentlicher Erfolg	12,3	15,9	- 22,2
<b>Erfolg aus ordentlichem Bankgeschäft</b>	<b>321,7</b>	<b>339,8</b>	<b>- 5,3</b>
Personalaufwand	- 102,8	- 100,8	+ 2,0
Sachaufwand	- 95,8	- 89,9	+ 6,6
<b>Bruttogewinn</b>	<b>123,0</b>	<b>149,1</b>	<b>- 17,5</b>
Mitarbeitende (Vollzeitstellen)	811	782	+ 3,7

© 2009 Clientis AG

Clientis  
Der regionale Bank

Jahresmedienkonferenz 2009

Der Erfolg aus dem Zinsengeschäft reduzierte sich 2008 leicht um 1,2% auf CHF 271 Mio. Der Rückgang ist mit der Verengung der Marge zu erklären.

Die Börsenbaisse beeinträchtigte die übrigen Ertragspfeiler. Der Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft sank um 8,6% auf CHF 33 Mio. Diese Abnahme ist ausschliesslich auf den rückläufigen Kommissionsertrag im Wertschriften- und Anlagegeschäft zurückzuführen. Unsere Anstrengungen, die weiteren

Ertragsquellen neben dem Zinsgeschäft zu stärken, haben damit den gewünschten Erfolg noch nicht erzielt. Wir halten jedoch am eingeschlagenen Weg fest und treiben die Ertragsdiversifikation voran. Im laufenden Jahr sind weitere Massnahmen geplant. Rolf Zaugg wird darauf zurückkommen.

Der Erfolg aus dem Handelsgeschäft belief sich auf CHF 4,9 Mio. Die Position «übriger ordentlicher Erfolg» weist aufgrund negativer Wertanpassungen von Finanzanlagen einen Rückgang auf CHF 12 Mio. aus.

Insgesamt konnten wir das Rekordergebnis aus dem Vorjahr nicht erreichen. Beim Erfolg aus dem ordentlichen Bankgeschäft resultiert trotz einer Abnahme von 5,3% mit CHF 321 Mio. der zweithöchste Wert in den fünf Jahren des Bestehens unserer Gruppe.

### Aufwand

Beim Aufwand betragen die Personalkosten CHF 103 Mio., was einem Plus von 2,0% entspricht. Die Steigerung ist – wie in den Vorjahren – hauptsächlich im Vertriebsausbau und der Geschäftsausweitung begründet. Unsere Gruppe hat 2008 erneut 29 neue Vollzeitstellen geschaffen. Ende Jahr beschäftigte sie – in Vollzeitstellen gerechnet – 811 Mitarbeitende.

Der Sachaufwand stieg um 6,6% auf CHF 96 Mio. Die grösste Veränderung entfiel auf die Outsourcingkosten für Informatikdienstleistungen. Mit gegen 40% stellt die IT beim Sachaufwand die grösste Position dar.

### Bruttogewinn

Der geringere Ertrag und der höhere Aufwand führten zu einer Abnahme des Bruttogewinns um 17,5% auf CHF 123 Mio.

Eckwerte Konzernabschluss 2008			
	2008	2007	Abw.
	Mio. CHF	Mio. CHF	%
<b>Bruttogewinn</b>	<b>123,0</b>	<b>149,1</b>	<b>- 17,5</b>
Abschreibungen	- 20,2	- 17,1	+ 18,4
Wertberichtigungen, Rückstellungen, Verluste	- 7,6	- 13,4	- 53,7
<b>Zwischenergebnis</b>	<b>95,2</b>	<b>118,6</b>	<b>- 19,7</b>
Ausserordentlicher Ertrag	11,5	9,7	+ 18,1
Ausserordentlicher Aufwand	- 17,7	- 0,5	+ 331
Steuern	- 13,2	- 27,3	- 51,6
<b>Konzerngewinn</b>	<b>75,8</b>	<b>100,5</b>	<b>- 24,6</b>

Jahresabschlusskonzern 2009

03.04.09  
Seite 22  
© 2009 Clientis AG

 Clientis  
Banking & Finance Group

### Rückstellungen / ausserordentlicher Aufwand / Konzerngewinn

Die Abschreibungen auf dem Anlagevermögen nahmen um 18% zu und beliefen sich auf CHF 20 Mio. Die erfolgreiche Bewirtschaftung der Kreditrisiken führte erneut zu einer deutlichen Entlastung der Wertberichtigungen, Rückstellungen und Verluste um 54% auf CHF 7,6 Mio. Die Position konnte zum fünften Mal in Folge verringert werden und widerspiegelt unsere konservative Risikopolitik.

Der ausserordentliche Aufwand wird zu CHF 17,6 Mio. durch den erwähnten Veruntreuungsfall belastet. Grundsätzlich besteht für solche Schäden ein Versicherungsschutz. Derzeit kann aber noch keine Aussage über die Höhe der Schadenregelung gemacht werden.

## Ausblick



Beim Ausblick auf das Jahr 2009 sind die konjunkturellen Aussichten stark eingetrübt. Die Auswirkungen auf das Geschäft unserer Banken sind schwer abschätzbar.

Voraussichtlich dürften die Zinsen tief bleiben und die Zinsmarge entsprechend weiter unter Druck stehen. Die Erträge aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft werden sich vor dem Hintergrund der Börsenbaisse kaum erholen. Zusätzlich stehen Investitionen in die neue Informatikplattform an, die auch personelle Ressourcen binden wird.

Mit weiteren Produktoptimierungen, verstärkten Verkaufsanstrengungen und vor allem dank des erarbeiteten Kundenvertrauens dürften unsere Banken jedoch das Geschäftsvolumen ausweiten. Damit kann die Margenverengung teilweise aufgefangen werden.

Insgesamt rechnet die Clientis Gruppe für 2009 mit einem anspruchsvollen Geschäftsjahr. Wir gehen davon aus, das Ergebnis von 2008 nicht zu erreichen. Der Bruttogewinn dürfte nach heutiger Einschätzung tendenziell tiefer ausfallen.

### 3 Hohe Beratungskompetenz als Erfolgsfaktor

Rolf Zaugg, Verwaltungsratspräsident Clientis AG

#### Veränderungen als Chancen (1)

- **Mitbewerber**
  - Steigender Margendruck, härterer Verdrängungswettbewerb
  - Staatsgarantien sorgen für ungleich lange Spiesse
  - Ev. Gründung der Postbank: Schweiz braucht keine Bank des Bundes!
- **Staatliche Interventionen**
  - Weitere Regulierungen
- **Strukturanpassungen**
  - Überprüfung von idealer Grösse und Abrundung Marktgebiet
  - Lösungen innerhalb Clientis Gruppe im Fokus
  - Clientis Gruppe als Partner für ungebundene Banken: attraktive Alternative zu Fusion oder Verkauf

02.04.09  
Seite 24  
© 2009 Clientis AG



Jahresmedienkonferenz 2009

Die Schweizer Bankenlandschaft ist in Bewegung. Die Finanzmarkt- und Wirtschaftskrise erhöht die Herausforderungen auch für unsere Banken in verschiedener Hinsicht. Jede Herausforderung ist aber bekanntlich zugleich eine Chance.

#### Mitbewerber

Im Umfeld der Mitbewerber wird – wie von Roger Auderset erwähnt – der Margendruck weiter steigen, was zu einem deutlich härteren Verdrängungswettbewerb führen dürfte. In diesem Wettbewerb kämpfen die Bankengruppen in der Schweiz mit ungleich langen Spiessen, indem Postfinance und Kantonalbanken über Staatsgarantien verfügen. In der aktuellen Krise legten besonders viele verunsicherte Kunden ihre Gelder bei solchen Instituten an. Diese haben nun das Problem, wie sie das Neugeld einsetzen sollen: Es ist nicht so einfach, viel Kapital zu investieren und dabei nur geringe Risiken einzugehen. Zu beachten ist, dass für die Staatsgarantie – müsste sie in Anspruch genommen werden – die Steuerzahler aufzukommen hätten. Einzelne Kantone haben ja diesbezüglich in der Vergangenheit unliebsame Erfahrungen gesammelt.

Eine zusätzliche Intensivierung des Wettbewerbs droht durch die Bestrebungen, die Postfinance zur eigentlichen Postbank zu entwickeln. Zu unserer Wirtschaftsordnung gehört, dass der Staat nur dann unternehmerisch tätig werden soll, wenn die Versorgung über den Markt in einem wichtigen Bereich ungenügend ist. Im Finanzdienstleistungsbereich gibt es auch in der aktuellen Krise keine solche Gefahr, und der Wettbewerb für Bankdienstleistungen funktioniert. Es besteht daher absolut keine Notwendigkeit, für die Aufmischung des Wettbewerbs de facto eine Bank des Bundes zu schaffen.

### **Staatliche Interventionen**

Auch die staatliche Regulierung schafft einen nicht zu verkennenden Druck. Für unsere Banken bleibt zu hoffen, dass sich die FINMA an ihre Aussagen hält, wonach zusätzliche Regulierungen, die sich aus den Erkenntnissen der Finanzmarktkrise ableiten, auf die beiden Grossbanken fokussiert sind. Aufgrund der Geschehnisse der letzten Wochen rund um das Bankkundengeheimnis muss aber davon ausgegangen werden, dass der Regulierungsaufwand bei allen Banken weiter zunimmt.

### **Strukturanpassungen**

Die dunklen Wolken über dem Wirtschaftshimmel dürften auch in der gesamten Bankenbranche zu weiteren Strukturanpassungen führen. Für die eine oder andere Bank stellt sich dabei die Frage nach der idealen Grösse, um sich am Markt langfristig erfolgreich behaupten zu können. Wer im Stammgebiet bereits über einen hohen Marktanteil verfügt, kann nur nachhaltig wachsen, wenn das Marktgebiet erweitert wird. Hierzu braucht es mitunter viel Substanz. Entsprechend dürften einige Banken, die in benachbarten oder gar in den gleichen Gebieten tätig sind, in den nächsten Jahren Überlegungen anstellen, ob nicht ein Zusammenschluss und eine so gestärkte Marktbearbeitung langfristig mehr Erfolg verspricht.

Clientis strebt nach Möglichkeit Lösungen innerhalb der Gruppe an, wie sie in den Kantonen Aargau und St. Gallen in den vergangenen Jahren bereits erfolgreich realisiert worden sind.

Die Zustimmung durch die jeweiligen Generalversammlungen von Ende April vorausgesetzt, werden die Clientis Sparkasse Zürcher Oberland und die Clientis Sparkasse Küsnacht rückwirkend per Anfang 2009 fusionieren und 2010 in der Stadt Zürich am Stadelhoferplatz eine Niederlassung eröffnen. Damit stärkt Clientis die Marktstellung in der Region Zürichsee und Zürcher Oberland und ist für die Erschliessung des Marktes am unteren Zürichsee und in der Stadt Zürich gut aufgestellt.

Leider ist es nur teilweise gelungen, Lösungen innerhalb unserer Gruppe zu finden. So hat die Freiburger Kantonalbank im Berichtsjahr die Clientis Caisse d'Épargne de Préz, Corserey et Noréaz und per Anfang 2009 die Clientis Sparkasse der Stadt Freiburg übernommen.

Darüber hinaus gibt es weitere Veränderungen. Wie bereits seit Ende 2007 bekannt, sind die Clientis Ersparniskasse Schaffhausen und die Clientis Bank Sparhafen Zürich auf Ende 2008 aus dem Verbund ausgetreten, um sich eigenständig zu positionieren. Ebenso ist bereits seit einiger Zeit bekannt, dass die Clientis Bank Jura Laufen, die ihre Partnerschaft mit Valiant vertieft, und die Clientis Sparkasse Wiesendangen 2009 aus der Clientis Gruppe austreten werden.

So bedauerlich diese Entwicklung für Clientis ist, so wenig lassen sich daraus grundsätzliche Schlüsse über den Zustand der Gruppe ableiten. Vielmehr ist Clientis nicht nur zukunftsfähig, sondern kerngesund und in einer starken Position. Das belegen das Kundenvertrauen, die Kennzahlen sowie die für die Entwicklung massgebende starke Kapitalkraft.

Auch wenn die absolute Grösse unserer Gruppe für die Stabilität und die Kapitalmarktfähigkeit nicht entscheidend ist, wollen wir langfristig wachsen und stehen möglichen Zutritten positiv gegenüber. Unser Vertragskonzern bildet mit seinen dezentralen Strukturen gerade im Hinblick auf die aktuelle Situation und die Herausforderungen in der Finanzdienstleistungsbranche eine attraktive Alternative zu einer Fusion oder einem Verkauf einer Bank.

## Vertrieb

### Veränderungen als Chancen (2)

- Vertrieb
  - Markttransparenz und Kundenansprüche steigen weiter
  - Differenzierung über Vertrieb und Branding
  - Mitarbeiterförderung

## Fazit

Dank unseres bewährten Geschäftsmodells haben wir die grosse Chance, aus der aktuellen Situation gestärkt hervorzugehen.

03.04.09  
Seite 25  
© 2009 Clientis AG

Jahresmedienkonferenz 2009

Die grösste Herausforderung und damit die grösste Chance für unsere Banken ist und bleibt der Vertrieb. Die Markttransparenz ist in den letzten Jahren u.a. mit dem Internet wesentlich gestiegen und wird weiter steigen. Parallel dazu nehmen die Ansprüche der Kunden zu.

Banken unterscheiden sich über den Vertrieb und das Branding. Dabei gilt es, das Angebot zu optimieren und die Mitarbeitenden entsprechend zu fördern. Zentral wird es in den nächsten Jahren sein, unsere Mitarbeitenden dahin zu entwickeln, dass sie den ständig steigenden Anforderungen der Kunden gerecht werden.

Insgesamt sind wir dank unseres bewährten Geschäftsmodells für die vielfältigen Herausforderungen sehr gut aufgestellt. Wir haben die grosse Chance, aus der aktuellen Situation gestärkt hervorzugehen.

## Würdigung



In meiner Gesamtbeurteilung darf ich feststellen, dass unsere Gruppe in den fünf Jahren ihres Bestehens viel erreicht und gute Ergebnisse erwirtschaftet hat. Dabei haben wir im Berichtsjahr mit dem Entscheid für die neue Informatikplattform wiederum einen Meilenstein gesetzt. Unserem Ziel einer noch stärker vertriebsorientierten Unternehmenskultur sind wir mit weiteren Ausbildungsmodulen und neuen Produkten ein Stück näher gekommen.

Längst haben wir aber unser Potenzial noch nicht ausgeschöpft. Deshalb arbeiten wir mit unverändert hohem Druck an unserer Weiterentwicklung. Das Ziel ist, unseren Kunden bei all ihren finanziellen Bedürfnissen zur Seite zu stehen – mit umfassender Beratung, kurzen Entscheidungswegen und transparenten Produkten zu attraktiven Konditionen.

Nach der erfolgreichen Einführung der Pensionsplanung im letzten Jahr wird 2009 der Ausbau des Anlagegeschäfts vorangetrieben. Mit gezielten Ausbildungsprogrammen wird die Professionalität bei der Anlageberatung weiter gesteigert und das Fachwissen für Gefahren und Risiken vertieft. Zudem werden Gruppenstandards für die Produkt- und Portfoliogestaltung ausgearbeitet. Ziel ist es, unsere Gruppe noch verstärkter als kompetenten Anbieter in der Anlage- und Vorsorgeberatung zu etablieren.

Die neuen Dienstleistungen ergänzen das angestammte Hypothekar- und Kundengeldergeschäft optimal und werden mit derselben Sorgfalt, Transparenz und Kundennähe betrieben. Im Fokus steht weiterhin die bedarfs- und nicht die verkaufsorientierte Beratung. So können sich Privatkunden, KMU und Institutionen jederzeit auf einen Finanzdienstleistungspartner mit zeitgemässen und umfassenden Leistungen verlassen. Denn hohe Beratungskompetenz wird in Zukunft zum dominanten Differenzierungs- und damit Erfolgsfaktor.

Ich freue mich auf ein zwar anspruchsvolles aber erfolgreiches Geschäftsjahr 2009.