

Referate

Zürich,
8. April 2011

Jahresmedienkonferenz der Clientis AG vom 8. April 2011

Clientis Gruppe entwickelt sich weiter erfolgreich

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
www.clientis.ch

1 Hervorragendes Image und grosses Vertrauen

Hans-Ulrich Stucki, Vorsitzender der Geschäftsleitung Clientis AG



Unsere Clientis Banken geniessen bei den Kunden ein hervorragendes Image und ein grosses Vertrauen. Dies belegen die vor zwei Wochen veröffentlichten Ergebnisse der diesjährigen repräsentativen Meinungsumfrage der Schweizerischen Bankiervereinigung erneut. Danach verfügen die Regionalbanken, bei denen Clientis die zahlenmässig grösste Gruppe darstellt, über die **höchste Kundenzufriedenheit**: Der Anteil der zufriedenen bzw. sehr zufriedenen Kunden beträgt stolze 94%. Die Regionalbanken weisen damit die besten Werte aus und liegen – wie im Vorjahr – vor allen andern Bankengruppen. Die Bankiervereinigung erhebt die Zahlen seit nunmehr elf Jahren.

Auch in der TA-Finanzmarkt-Studie 2011 schneidet Clientis bezüglich Sympathie, Vertrauen und Kundenbindung sehr gut ab.

Image und Vertrauen haben massgeblich dazu beigetragen, dass sich unsere Banken im Geschäftsjahr 2010 **erfolgreich weiterentwickelt** haben. In einem anspruchsvollen Umfeld konnten sie Ausleihungen und Kundengelder erneut steigern, die Eigenmittel stärken und das Ergebnis verbessern. Im eigentlichen Kerngeschäft, den Hypothekenausleihungen, verzeichneten sie die zweithöchste Steigerungsrate in den sieben Jahren des Bestehens der Gruppe. Clientis betreute mit 22 Banken, 99 Geschäftsstellen und 827 Mitarbeitenden rund 300'000 Kunden.

Das tiefe Zinsniveau prägt das Bankgeschäft

- Spareinlagen anstelle von Kassenobligationen und Wertschriften
- Hohe Nachfrage nach Immobilienfinanzierungen
 - Festhypotheken mit mittleren bis längeren Laufzeiten
- Starker Wettbewerb im Hypothekengeschäft
- Erneut engere Zinsmarge
- Zudem: Starker Franken führt zu ungünstiger Ertragsentwicklung

Jahresmedienberichte 2011

02.04.11
2011
© 2011 Clientis AG

 Clientis
Die regionale Bank

Das historisch tiefe **Zinsniveau** hat das Geschäftsjahr 2010 auch bei unseren Banken geprägt. Indem die Nationalbank an ihrer expansiven Geldpolitik festhielt, senkte sich das Zinsniveau im Jahresverlauf noch weiter ab.

In Erwartung wieder steigender Zinsen gab es bei den **Kundengeldern** – wie bereits im Vorjahr – eine weitere Verlagerung zu kurzfristig verfügbaren Einlagen auf Spar- und Anlagekonten. Kassenobligationen, Festgelder und Wertschriften waren dagegen weniger gefragt. Der in den beiden Vorjahren konstatierte vertrauensbedingte Geldabfluss bei den Grossbanken mit einer entsprechenden Umplatzierung von Kundengeldern, unter anderem zu den Clientis Banken, war 2010 nicht mehr in dem Mass festzustellen. Die Kundengelder haben indes – wenn auch auf geringerem Niveau – weiter zugenommen. Dies bedeutet zugleich, dass die Gelder nicht wieder zurückgeflossen sind.

Das tiefe Zinsniveau begünstigte unverändert die Nachfrage nach Immobilienfinanzierungen. Die Kunden bevorzugten weiterhin **Festhypotheken** mit mittleren bis längeren Laufzeiten.

Diese Zinssituation, die sich durch den harten Wettbewerb zusätzlich akzentuierte, forderte unsere Banken stark. Damit das Ergebnis des Zinsdifferenzgeschäfts, das mit vier Fünfteln die klar wichtigste Ertragsposition darstellt, nicht geschmälert wurde, war eine weitere Volumenausweitung gefragt. Im Zusammenhang mit den höheren Hypothekarvolumen haben Nationalbank und FINMA vor der Bildung einer Immobilienblase gewarnt. Rolf Zaugg wird in seinem Teil das Thema aus Clientis Sicht aufnehmen.

Beim Erfolg wirkte sich ferner der starke **Schweizer Franken** negativ aus, indem die ungünstige Entwicklung von Fremdwährungskursen zu einem Ertragsrückgang im Handelsgeschäft führte. In erster Linie betroffen waren unsere Banken vom Einbruch des Euro, doch auch andere Währungen, so der US-Dollar, haben gegenüber dem Franken teilweise deutlich an Wert verloren.

Das Anlage- und Vorsorgegeschäft gewinnt weiter an Bedeutung



www.clientis.ch

Die Bank an meiner Seite.
Zum Vorsorgen.

Clientis
Ihre regionale Bank

02.04.11
Seite 4
© 2011 Clientis AG

Clientis
Ihre regionale Bank

Ja zum Aufwand für die Bank im Jahr 2011

Der Druck auf die Zinsmarge wird auch künftig hoch bleiben. Entsprechend erhält die Ertragsdiversifizierung, das heisst die Etablierung eines zweiten starken Ertragsstandbeins im Anlage- und Vorsorgegeschäft, zusehends grössere Bedeutung.

Unsere Initiativen zum Ausbau des **Anlage- und Vorsorgegeschäfts** und zur Etablierung der Clientis Banken als kompetente Anbieter in diesen Bereichen haben wir im Berichtsjahr zielgerichtet fortgesetzt. So haben die Banken die vor zwei Jahren eingeführte **Pensionsplanung** weiter erfolgreich ausgebaut. Entsprechende Kundenanlässe waren sehr gut besucht und legten die Basis für individuelle Beratungen.

Zusätzlich zur laufenden aktiven Kundenbetreuung haben wir im Berichtsjahr weitere Massnahmen eingeleitet und umgesetzt:

- ▶ In Zusammenarbeit mit unserem grössten Institut, der Clientis Zürcher Regionalbank, haben wir für das Anlage- und Vorsorgegeschäft eine **Segmentsführung** entwickelt, die ab 2011 umgesetzt wird. Ziel ist es, durch fokussierte Betreuung Kundennutzen, Volumen und Ertrag zu erhöhen. Die Segmentsführung nimmt Aufgaben für alle Clientis Banken wahr, so Research-Services, Musterportfolio und Empfehlungslisten oder die Koordination von Ausbildung und Marketing für Anlagegeschäfte.
- ▶ Mit der **Aktion LIVE (Leistungssteigerung im Vertrieb)** wollen wir die Beziehungen zu bisher weniger systematisch betreuten Kunden vertiefen, neue Hauptkunden gewinnen und so den Share of Wallet erhöhen. Ein Pilot ist 2010 vielversprechend verlaufen, so dass die Aktion 2011 auf alle Banken ausgerollt wird.
- ▶ Um die Effizienz im Kundenkontakt weiter zu erhöhen, stellen wir den Banken mit der Migration auf die neue Informatikplattform ein Tool für das **Customer Relationship Management** zur Verfügung.

Unsere Aktivitäten im Anlage- und Vorsorgegeschäft sind auf die langfristige Zusammenarbeit ausgelegt – ganz nach dem Clientis Claim "Die Bank an meiner Seite". Die Zusammenarbeit wird sich dabei sowohl für die Banken als auch für die Kunden auszahlen.



Zur Wachstumsstrategie gehört auch der weitere Ausbau des Geschäftsstellennetzes. Für die dezentrale Marktbearbeitung sind in den letzten Jahren zahlreiche neue Clientis Niederlassungen entstanden. 2010 kamen drei weitere Geschäftsstellen dazu, nämlich

- › in **Burgdorf** durch die Clientis Bernerland Bank,
- › in **Wattwil** durch die Clientis Bank Toggenburg und
- › in **Uzwil** das Clientis Beratungszentrum mit Beteiligung der Clientis Bank Oberuzwil, u.a. für Finanz-, Steuerfragen.

An vier bestehenden Standorten sind Clientis Banken zudem in neue Geschäftsräume gezogen. In Weisslingen wurde die Filiale geschlossen – es handelte sich dabei um die erste Schliessung in der Clientis Gruppe seit mehreren Jahren. Ende 2010 zählten die Clientis Banken insgesamt **99 Niederlassungen**.

Die bisherige Clientis Bank Huttwil hat sich 2010 in **Clientis Bank Oberaargau** umbenannt. Sie war in den letzten Jahren im gesamten bernischen Verwaltungsbezirk Oberaargau kontinuierlich gewachsen und entwickelte sich so zur eigentlichen Oberaargauer Bank.

Für 2011 sind bisher zwei Filialeröffnungen geplant:

- › durch die Clientis Bernerland Bank in **Langenthal** und
- › durch die Clientis Zürcher Regionalbank in **Zürich**, womit die grösste Regionalbank im Kanton Zürich auch im Wirtschaftszentrum Fuss fassen wird.

TV-Spot spielt mit einem Augenzwinkern auf die doppelte Bedeutung von "Bank" an



02.04.11
09:00
© 2011 Clientis AG

 Clientis
Die regionalen Banken

Ja, immer und in Zukunft auch 2011

Die Dachmarke Clientis unterstützt die einzelnen Banken bei ihren Marktaktivitäten massgeblich. Die im Berichtsjahr für die Imagekampagne "**Die Bank an meiner Seite**" neu produzierten TV-Spots – hier ein Bild von den Aufnahmen – spielen mit einem Augenzwinkern auf die Doppeldeutigkeit des Worts "Bank" an. Die Spots haben, zusammen mit Plakatkampagnen, dazu beigetragen, den Bekanntheitsgrad der Marke weiter zu steigern.

Ein anderer Schwerpunkt der Aktivitäten für die Dachmarke bildete die Neugestaltung der Internetauftritte der Clientis Banken und der Clientis AG in einem frischen Design sowie mit einer optimierten Besucherführung und neuen Funktionen.

Dass die Aktivitäten für die Dachmarke auf einem fruchtbaren Boden gedeihen, zeigt – neben unserem eigenen Brand Monitoring – auch ein Anfang Jahr veröffentlichtes Bankmarken-Ranking des Wirtschaftsmagazins "Bilanz". Es stuft Clientis unter den Top 20 ein und taxiert den **Wert der Marke Clientis** auf CHF 36 Mio. Diese Summe ist wesentlich höher, als jene, die wir seit 2004, als die Clientis Gruppe gegründet wurde, in die Marke investiert haben. In ihrem Kommentar hält die "Bilanz" unter anderem fest, dass "die glaubwürdige Art und Weise des Handelns in der persönlichen Begegnung der Marke zusätzlichen Wert verleiht". Das lasse ich gerne so stehen!

Mit der Imagekampagne beschreiten wir 2011 neue Wege

Klassische Kommunikation

TV-Spot mit Reminder




Plakat (Layout)



Web 2.0

Microsite (Layout)



Social Media

Verknüpfung Microsite mit Plattformen




Wettbewerb

Tresor auf Reisen



Inszenierung vor Ort (Layout)



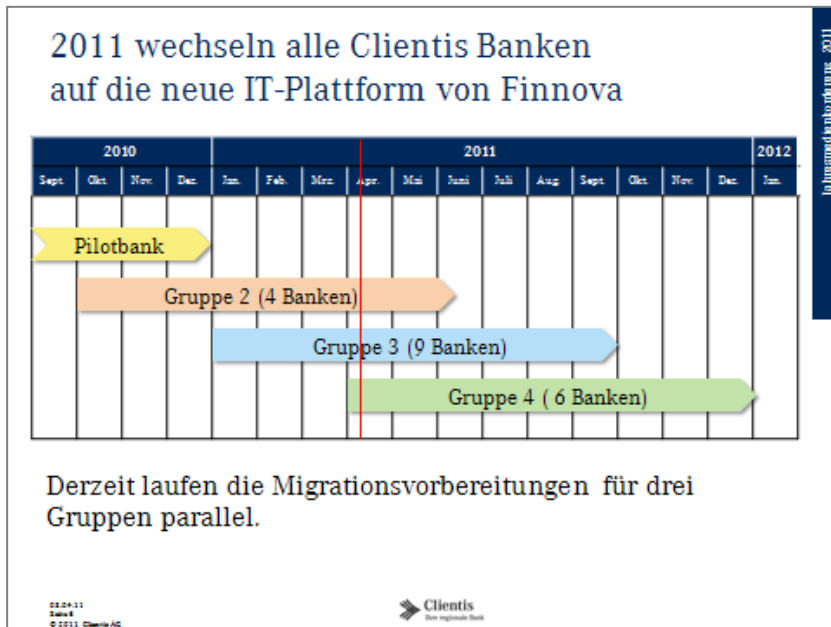
02.04.11
2.000.000
© 2011 Clientis AG

Clientis
Die regionale Bank

Jahresmedienplan 2011

Zurück zur Imagekampagne: Wir führen sie in diesem Jahr mit TV-Spots und Plakaten fort und ergänzen sie erstmals mit Aktivitäten im Umfeld von **Web 2.0**. Zentral ist dabei ein nicht alltäglicher **Wettbewerb**: Ein Glastresor reist in je eine Filiale pro Clientis Bank. Er enthält Bargeld, dessen Wert von den Wettbewerbsteilnehmenden vor Ort oder via Internet zu erraten ist. Wer die Summe am genauesten schätzt, gewinnt.

Mit dem Einbezug von Facebook und Twitter wollen wir das Potenzial für Marketingmassnahmen mit den Social-Media-Plattformen ausloten, über die neuen Kanäle mit Kunden in Dialog treten und neue Zielgruppen ansprechen. Kampagne und Wettbewerb starten am 23. Mai.



Damit wir unser Bankgeschäft effizient betreiben können, benötigen wir eine zeitgemässe Infrastruktur. Die Bankinformatik ist dabei unser zentrales Arbeitsinstrument.

Nunmehr bald zwei Jahre sind wir im grössten gemeinsamen Informatikprojekt seit Bestehen der Clientis Gruppe aktiv, dem Wechsel auf die neue Bankenplattform **Finnova**. Die Arbeiten erfolgen im Rahmen der RBA-Gruppe und kommen planmässig voran. Als Pilotbank hat die Clientis Bernerland Bank Anfang Januar 2011 Finnova erfolgreich eingeführt. Die weiteren Clientis Institute migrieren in drei Gruppen bis zum Jahreswechsel 2011/12, wobei die Gruppe 2 mit vier Instituten in zwei Monaten, am Pfingstwochenende, den Wechsel vollziehen wird. Wie Sie der Grafik entnehmen können, laufen derzeit die Arbeiten in den Gruppen 2 bis 4 parallel.

Bei den Projektvorbereitungen lag ein Fokus auf gruppenweit einheitlichen Standards und Prozessen. Diese sind in der neu etablierten **Clientis Modellbank** abgebildet. So können wir die Vorteile von Finnova konsequent nutzen, um Abläufe zu vereinfachen und – nach der Migration aller RBA-Banken ab 2013 – Kostensynergien zu erzielen.

Mit der leistungs- und entwicklungsfähigen neuen Plattform gewinnen die Kundenberater dank integrierter Abwicklungsprozesse und workflowbasierter Verarbeitung mehr Freiraum für die Betreuung der Kunden. Damit die Bankmitarbeitenden die Möglichkeiten von Finnova ausschöpfen können, kommt der **Schulung** und dem Training ein hoher Stellenwert zu. Wir freuen uns auf die Arbeit mit Finnova.

Damit darf ich unseren CFO Roger Auderset bitten, die Jahresrechnung zu erläutern.

2 Erneute Ausweitung des Kundengeschäfts

Roger Auderset, CFO Clientis AG

Moody's bestätigt das Rating für die Clientis Gruppe


Die Ratingagentur bewertet unverändert:

- die langfristige Schuldnerqualität mit «A3»
- die kurzfristigen Verbindlichkeiten mit «Prime-1»
- die Finanzkraft mit «C»

Ausblick: stabil

Das Rating:

- verdeutlicht grosse Stabilität der Clientis Banken
- festigt Vertrauen der Kunden
- strahlt positiv auf gesamtes Kundengeschäft aus
- begünstigt gruppeneigenen Zugang zum Kapitalmarkt



© 2011 Moody's
© 2011 Clientis AG

Clientis
Ihre regionale Bank

Informationen zum Rating: 2011

Bevor ich zu unseren Geschäftszahlen komme, weise ich gerne auf die erneute Bestätigung des Ratings für unsere Gruppe durch **Moody's** hin. Die Agentur hat unsere Bewertungen im Berichtsjahr unverändert erneuert, nämlich:

- › die langfristige Schuldnerqualität mit "A3", was die vorzügliche Bonität der Gruppe betont,
- › die kurzfristigen Verbindlichkeiten mit "Prime-1" und
- › die Finanzkraft mit "C".

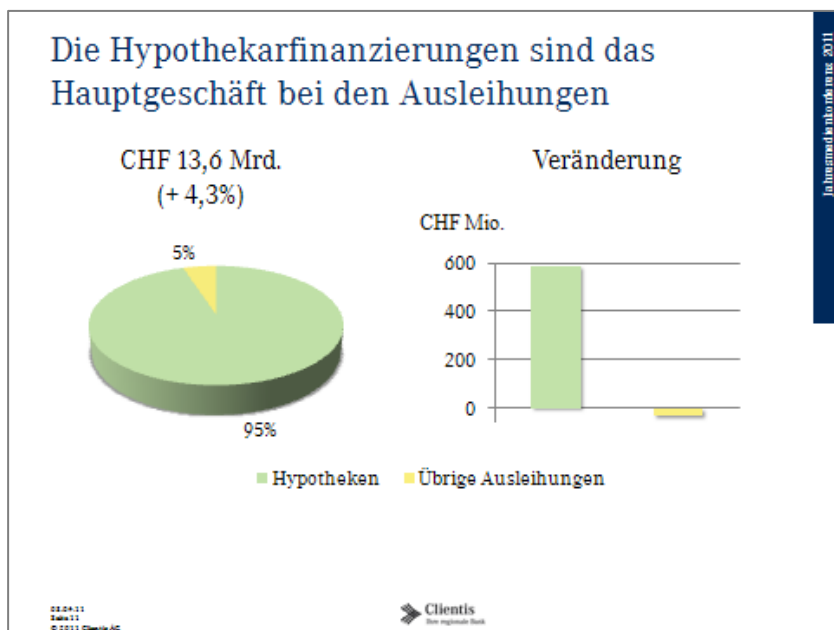
Moody's begründet das positive Rating mit der Clientis Geschäftsstrategie und ihrem Fokus auf das lokale Privatkundengeschäft, dem umfassenden gruppeneigenen Sicherheits- und Solidaritätsnetz und der starken Eigenkapitalausstattung. Als besondere Stärken hervorgehoben werden die solide Qualität der Aktiva, das gut gestreute Kreditportfolio sowie die Tatsache, dass die Clientis Gruppe kaum anfällig für Krisen an internationalen Kapitalmärkten ist.

Den **Ausblick** für Clientis bewertet Moody's, ebenfalls unverändert, als stabil.

Das seit 2005 bestehende Rating ist für unsere Gruppe wichtig. Es verdeutlicht die grosse Stabilität unserer Institute, festigt das Vertrauen der Kunden in ihre Banken und strahlt so positiv auf das gesamte Kundengeschäft aus.

Das Rating begünstigt zudem unseren gruppeneigenen Zugang zum Kapitalmarkt. Dies verhilft Clientis bei der **Refinanzierung** zu einem entscheidenden Vorteil im Regionalbankensektor.

Damit zum Geschäftsgang. Er ist gekennzeichnet von der erneuten **Ausweitung des Kundengeschäfts, der Stärkung der Eigenmittel und der Verbesserung des Ergebnisses**. Durch den Austritt der Sparkasse Wiesendangen, der bis dahin kleinsten Clientis Bank, per Ende 2009 ist die Zahl der Clientis Institute im Berichtsjahr auf 22 gesunken. Um eine Vergleichbarkeit der Jahreszahlen zu gewährleisten, kommentiere ich den Geschäftsverlauf auf Basis der um den Austritt bereinigten Zahlen.



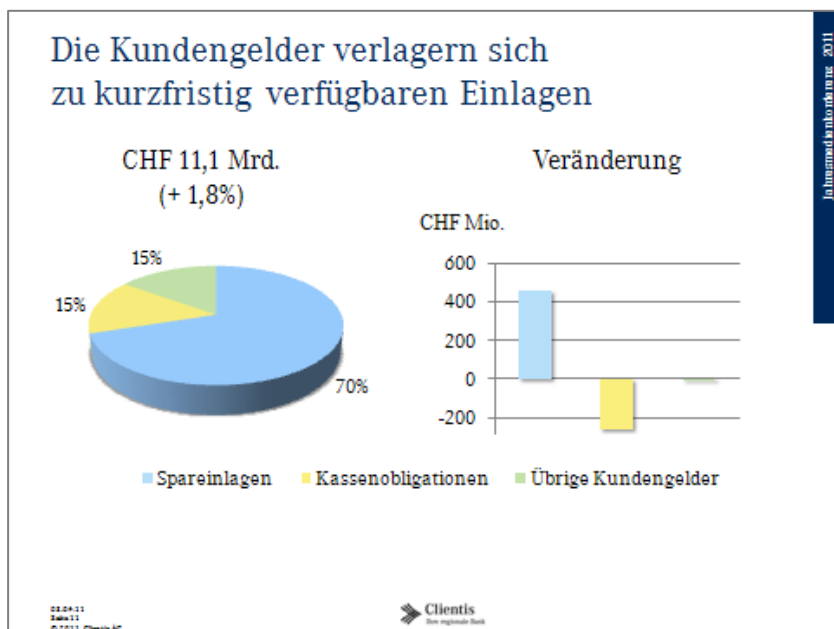
Dank regionaler Verankerung, ausgesprochener Kundennähe und ausgezeichneter Kenntnisse der lokalen Märkte ist es unseren Banken wiederum gelungen, zahlreiche neue Kundenbeziehungen aufzubauen. So konnten sie die **Ausleihungen** um CHF 556 Mio. oder 4,3% auf CHF 13,6 Mrd. steigern. Der Anstieg aus dem Vorjahr, der 3,8% betragen hatte, wurde damit übertroffen.

Im stark umworbene Markt der **Hypothekendarfinanzierungen** konnten unsere Banken ihr Geschäft erneut ausweiten. Die Finanzierungen stiegen um CHF 586 Mio. oder 4,8%; im Vorjahr hatte das Wachstum 4,5% betragen. Das Total der Hypothekendarforderungen erreichte Ende 2010 CHF 12,9 Mrd. und machte 95% der gesamten Ausleihungen aus. Diese Zahl verdeutlicht die Kompetenz der Clientis Banken als Hypothekendarinstitute. Mit dem Zuwachs von 4,8% liegen die Clientis Banken leicht über dem gesamtschweizerischen Wert von 4,6%.

Wegen des tiefen Zinsniveaus hielt die Nachfrage nach Festhypotheken unvermindert an. Gefragt waren vor allem mittlere und längere Laufzeiten. Der Anteil der Festhypotheken an den Hypothekendarfinanzierungen erhöhte sich auf 71%.

Bei den **übrigen Forderungen** gegenüber Kunden sank das Volumen um 4,5% auf CHF 644 Mio. Die Position umfasst Kontokorrentkredite, also Betriebskredite, ferner nicht hypothekarisch gedeckte feste Vorschüsse und Darlehen sowie Kredite an öffentlich-rechtliche Körperschaften.

Unsere Banken finanzieren die Hypotheken und übrigen Ausleihungen in erster Linie durch traditionelle Kundengelder wie Spareinlagen oder Kassenobligationen. Der **Deckungsgrad** der Kundenausleihungen durch Kundengelder nahm gegenüber dem Vorjahr zwar um 2,0 Prozentpunkte ab, liegt aber mit 81,9% im Branchenvergleich nach wie vor auf einem hohen Niveau.

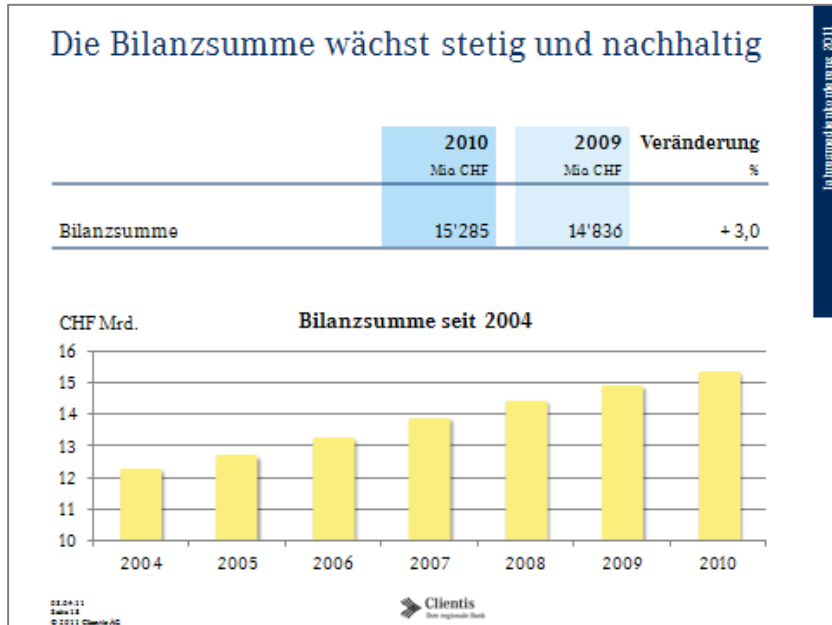


Die **Kundengelder** haben sich um CHF 196 Mio. oder 1,8% erhöht und erreichten Ende Jahr den Stand von CHF 11,1 Mrd.

Unsere Grafik veranschaulicht die Zusammensetzung und die Entwicklung der Kundengelder. Die Präferenz der Kunden verschob sich 2010 erneut zu möglichst kurzfristig verfügbaren Geldern. Die traditionellen Einlagen in Form von Spar- und Anlagekonten, in der Grafik blau dargestellt, verzeichneten entsprechend den grössten Anstieg, nämlich um 6,3% auf CHF 7,8 Mrd. Ihr Anteil an den gesamten Kundengeldern erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr von 67% auf 70%.

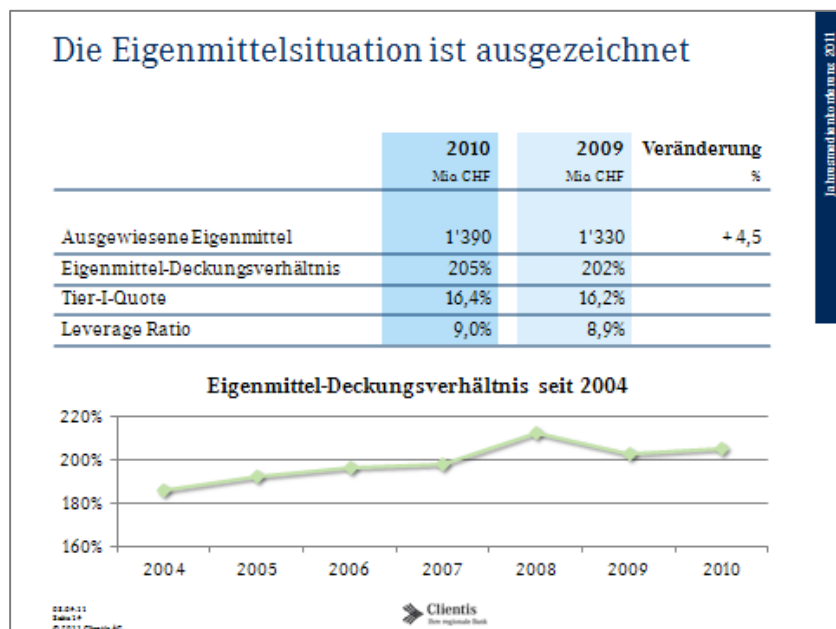
Der Bestand der in der Grafik gelb markierten Kassenobligationen nahm dagegen um 13% auf CHF 1,7 Mrd. ab, während sich die grün abgebildeten übrigen Verpflichtungen, zu denen Festgelder gehören, mit -0,2% bei CHF 1,7 Mrd. stabilisierten.

Die **Depotvolumen** verzeichneten einen Rückgang um 5,2% auf CHF 4,6 Mrd. Auch diese Verringerung ist in erster Linie darauf zurückzuführen, dass die Kunden vermehrt Gelder auf Konten platziert haben.



Das **Bilanzsummenwachstum** erreichte mit 3,0% knapp das Vorjahresniveau. Die Bilanzsumme der Clientis Gruppe erhöhte sich per Ende Jahr auf CHF 15,3 Mrd.

Die Entwicklung der Bilanzsumme in den sieben Jahren des Bestehens der Gruppe zeigt, dass der Zuwachs stetig und nachhaltig ist. Die jährlichen Steigerungsraten bewegen sich innerhalb einer Spanne zwischen 3 und 4,7%. Insgesamt hat die Bilanzsumme in dieser Zeit um 25% zugenommen – dies entspricht knapp einem Prozent pro Quartal.

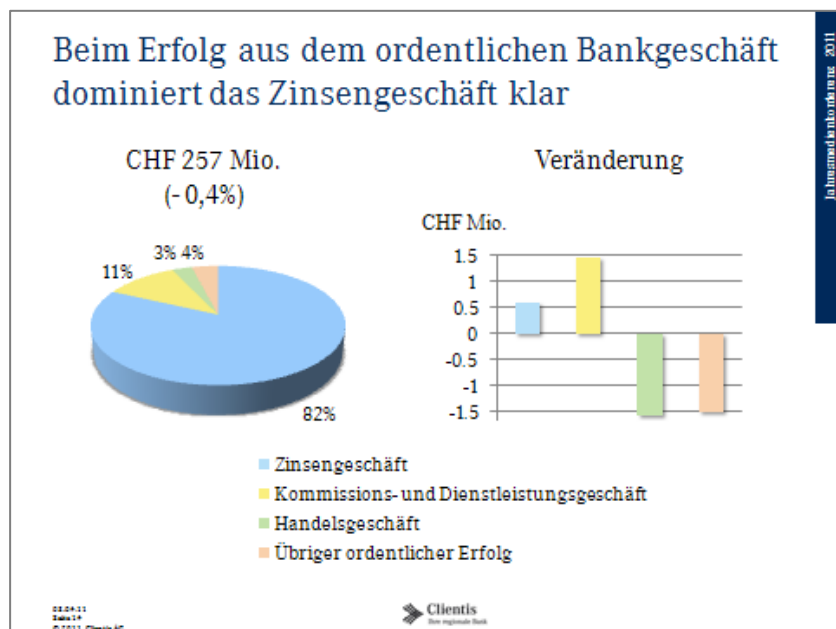


Die **Eigenmittelsituation** ist – auch im Branchenvergleich – weiterhin ausgezeichnet. Die ausgewiesenen Eigenmittel konnten um 4,5% auf CHF 1,4 Mrd. gestärkt werden.

Das Eigenmittel-Deckungsverhältnis verbesserte sich von 202% auf 205%. Die nach Bankengesetz erforderlichen Eigenmittel werden damit um mehr als das Doppelte übertroffen und dokumentieren die Finanzstärke unserer Gruppe. Seit Gründung der Clientis Gruppe zeigt auch das Eigenmittel-Deckungsverhältnis eine nachhaltige Entwicklung, wie unsere Grafik zeigt.

Die Tier-I-Quote – sie steht für das Kernkapital – konnte ebenfalls leicht auf 16,4% erhöht werden. Die Leverage Ratio, der viel diskutierte Anteil der eigenen Mittel an der Bilanzsumme, verbesserte sich auf 9,0%. Dieser im Branchenvergleich gute Wert ist umso höher zu gewichten, als Clientis über ein risikoarmes Geschäftsmodell verfügt.

Dank der sehr soliden Eigenkapital- und Liquiditätssituation unserer Banken und des Clientis Konzerns sehen wir den Ausführungsbestimmungen von **Basel III** gelassen entgegen – selbst wenn wir noch nicht alle Details kennen: Wir sind unbesorgt, auch die neuen Bestimmungen zu erfüllen.



Zur Erfolgsrechnung: Beim **Erfolg aus dem ordentlichen Bankgeschäft** resultierte insgesamt eine leichte Abnahme von 0,4% auf CHF 257 Mio.

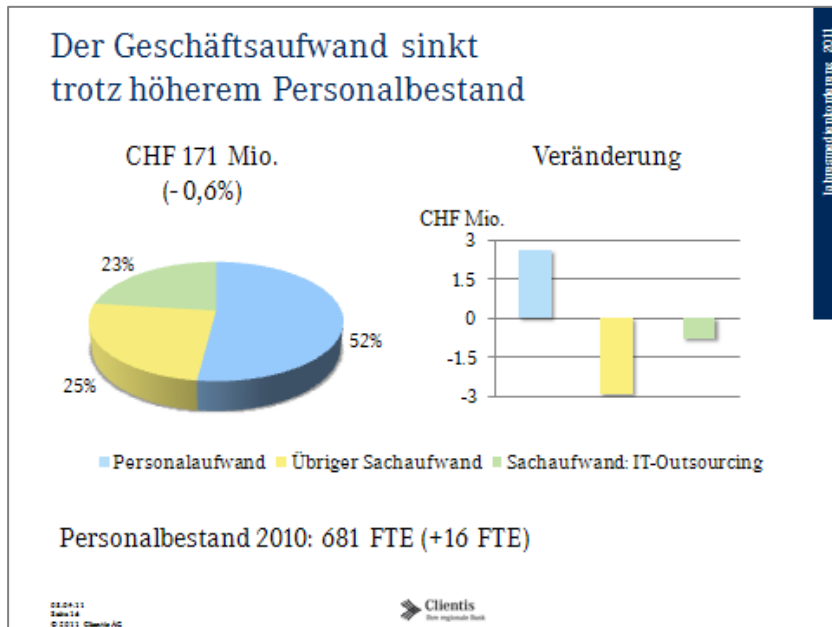
Der mit einem Anteil von 82% am Gesamtertrag klar wichtigste Pfeiler war der Erfolg aus dem Zinsengeschäft, in der Grafik blau dargestellt. Während das gelb markierte Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft 11% ausmacht, halten sich die Anteile von Handelsgeschäft und übrigem ordentlichen Erfolg je im einstelligen Prozentbereich.

Im **Zinsengeschäft** nahm der Erfolg um 0,3% auf CHF 212 Mio. zu. Die Steigerung konnte dank der Volumenausweitung erreicht werden. Die Bruttozinsspanne reduzierte sich dagegen als Folge von Tiefzinsniveau und Wettbewerbsdruck leicht.

Der Erfolg aus dem **Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft** erhöhte sich um 5,6% auf CHF 27 Mio. Die Steigerung resultierte aus einem höheren Kommissionsertrag im Wertschriften- und Anlagegeschäft und widerspiegelt unsere Aktivitäten zur Weiterentwicklung dieses Bereichs und zum Aufbau eines zweiten starken Ertragsstandbeins.

Wegen der ungünstigen Entwicklung von Fremdwährungskursen ging der Erfolg aus dem **Handelsgeschäft** um 17% auf CHF 8 Mio. zurück.

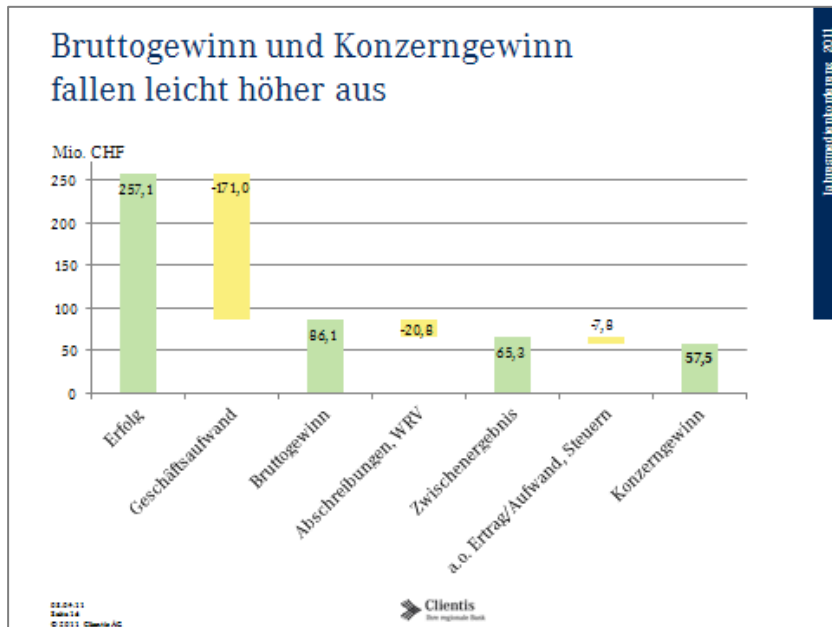
Der **übrige ordentlicher Erfolg**, zu dem als grösste Position der Liegenschaftenertrag gehört, nahm um 13% auf CHF 10 Mio. ab.



Nach mehreren Jahren mit steigenden Zahlen konnte der **Geschäftsaufwand** nun um 0,6% reduziert werden. Er belief sich Ende 2010 auf CHF 171 Mio. Dabei entfällt auf den Personalaufwand ein leicht höherer Anteil als auf den Sachaufwand.

Die Clientis Gruppe hat 2010 erneut 16 neue Vollzeitstellen geschaffen. Die neuen Mitarbeitenden sind vorwiegend in der Kundenbetreuung tätig. Die Zahl der Mitarbeitenden erhöhte sich auf 827, jene der Vollzeitstellen auf 681. Wegen des höheren Bestands und wegen Lohnanpassungen stieg der **Personalaufwand** um 3,0% auf CHF 89 Mio.

Der **Sachaufwand** nahm dagegen um 4,4% auf CHF 82 Mio. ab – dies vor allem, weil im Vorjahr die Fusionskosten für zwei Clientis Banken mit CHF 3,5 Mio. zu Buche geschlagen hatten. Fast die Hälfte des Sachaufwandes entfällt auf das Outsourcing der Informatik in der RBA-Gruppe, wobei diese Kosten 2010 tiefer ausgefallen sind.



Der tiefere Geschäftsaufwand und der etwas geringere Erfolg aus dem ordentlichen Bankgeschäft führten zu einem um 0,1% höheren **Bruttogewinn** von CHF 86,1 Mio. Die Cost/Income Ratio, also der Geschäftsaufwand im Verhältnis zum Betriebsertrag, verbesserte sich leicht auf 66,5%.

Die Abschreibungen auf dem Anlagevermögen nahmen um 12% auf CHF 17,4 Mio. ab. Die Position Wertberichtigungen, Rückstellungen und Verluste verminderte sich zum siebten Mal in Folge, und zwar um 60% auf CHF 3,4 Mio. Die Position unterstreicht die bewährte umsichtige und risikobewusste Politik unserer Banken bei Ausleihungen.

Nach ausserordentlichem Ertrag und Aufwand und nach Steuern beläuft sich der **Konzerngewinn** auf CHF 57,5 Mio., was einer Steigerung von 2,3% entspricht.

Ausblick: Clientis Banken setzen soliden Wachstumskurs fort



Jahresauftrag für das Jahr 2011

02.04.11
Seite 17
© 2011 Clientis AG

Clientis
Die regionale Bank

Damit komme ich zum **Ausblick** auf das laufende Geschäftsjahr 2011. Es wird begleitet von mit einem Bild mit Blick auf die Baustelle der künftigen Geschäftsstelle der Clientis Zürcher Regionalbank beim Bahnhof Zürich-Stadelhofen.

Die Aussichten für das Wirtschaftsjahr 2011 sind auch nach den neusten Zahlen und Prognosen schwierig abzuschätzen. Die Entwicklung bei den grossen Wirtschaftsnationen wird erfahrungsgemäss einen erheblichen Einfluss auf die Konjunktur in der Schweiz haben. Die Finanzmärkte dürften unverändert nervös auf Nachrichten über Krisen, Katastrophen, Staatsverschuldungen und Rohstoffpreise reagieren.

Die **Zinsmarge** für Banken in der Schweiz wird unter Druck bleiben. Das Zinsergebnis wird massgeblich von den Bewegungen der Marktzinsen bestimmt, wobei die Abhängigkeiten von den internationalen Finanzmärkten gross sind. Die Einnahmen aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft richten sich nach der Entwicklung der Finanzmärkte und dem entsprechenden Anlagevertrauen der Kunden.

Den **Clientis Banken** sollte es dank Imagevorteil, Kundenvertrauen und den Anstrengungen im Vertrieb gelingen, wiederum zusätzliches Geschäftsvolumen zu akquirieren und den soliden, nachhaltigen Wachstumskurs fortzusetzen. Demgegenüber wird die Kostensituation, unter anderem wegen des Wechsels auf die neue Informatikplattform, angespannt bleiben. Insgesamt erwartet die Clientis Gruppe für 2011 einen Bruttogewinn und ein Konzernergebnis auf der Höhe von 2010.

Ich darf das Wort nun an unseren Verwaltungsratspräsidenten Rolf Zaugg für die Standortbestimmung weitergeben.

3 Kundenbetreuung als Schlüssel zum Erfolg

Rolf Zaugg, Verwaltungsratspräsident Clientis AG



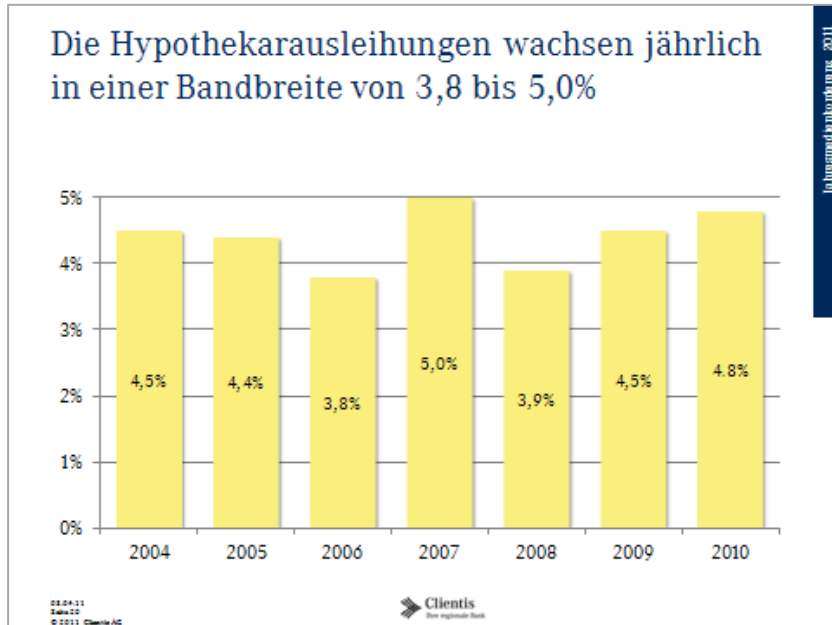
Gerne nehme ich zunächst den von Hansueli Stucki gespielten Pass zum Stichwort **Immobilienblase** auf.

Sowohl die Nationalbank als auch die FINMA haben seit dem letzten Frühjahr wiederholt auf eine drohende Immobilienblase aufmerksam gemacht. Untermauert wurden die Warnungen von einer Erhebung des Internet-Vergleichsdienstes Comparis, laut der rund die Hälfte der Hypothekendarlehner bei einem Zinsanstieg um 3% Mühe hätte, die Zinsen zu bezahlen. Jeder sechste Schuldner wäre gemäss Studie sogar nicht mehr in der Lage, seinen Verpflichtungen nachzukommen.

Für unsere Banken sind solche Erhebungen und Warnungen besonders bedeutend, machen doch, wie von Roger Auderset präsentiert, die Hypothekendarfinanzierungen 95% der Ausleihungen aus, und über 80% des Gesamtertrags entfallen auf das Zinsengeschäft.

Es gibt jedoch auch gewichtige Stimmen, welche der Nationalbank und der FINMA widersprechen. So sehen etwa BAK Basel Economics oder das Immobilien-Beratungsunternehmen Wüest & Partner keine Bildung einer allgemeinen Immobilienblase.

Wie gross ist nach diesen unterschiedlichen Aussagen die Gefahr tatsächlich, dass unseren Banken Ungemach droht?

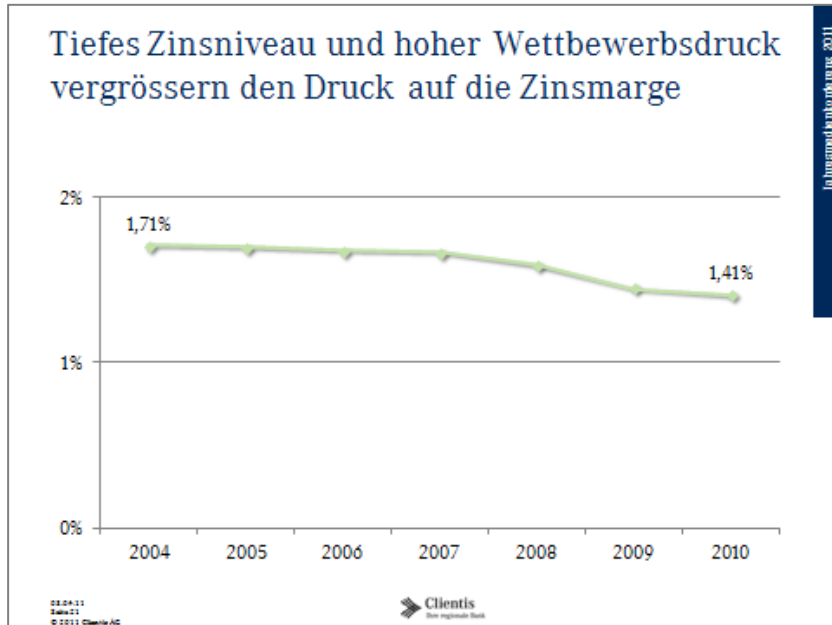


Zur Beantwortung der Frage stütze ich mich auf die Grafik mit den Wachstumsraten unserer Hypothekenausleihungen. Die Quote bewegt sich in einer relativ engen jährlichen Bandbreite zwischen 3,8% und 5% und ist jeweils nahe am Gesamtmarkt. Zu beachten ist, dass die Ausleihungen praktisch ausschließlich in den Geschäftsgebieten unserer Banken erfolgen, also dort, wo unsere Institute die Kunden kennen und die Risiken abschätzen können.

Dies ist wohl auch einer der wesentlichen Unterschiede zur Krise in den neunziger Jahren: Damals wurden zu viele Kredite ausserhalb der eigenen Region vergeben und die Vorgaben für die Tragfähigkeit ungenügend überprüft und eingehalten.

Dass unsere Institute heute die umsichtige und risikobewusste Risikopolitik nach dem bewährten Grundsatz "Qualität vor Quantität" befolgen und so bewusst auf einen **höheren Anstieg** der Finanzierungen **verzichten**, belegt eine Tatsache deutlich: Die Position Wertberichtigungen, Rückstellungen und Verluste hat sich seit Gründung der Clientis Gruppe von Jahr zu Jahr verringert.

Aus diesen Überlegungen sehen wir bei den Clientis Banken aus heutiger Sicht **keine Gefahr** für eine Immobilienblase. Für unsere Institute gilt es dabei, die Grundsätze bei Ausleihungen trotz des Wettbewerbsdrucks konsequent weiterzuverfolgen. Nämlich: auf dem Weg des vernünftigen Wachstums zu bleiben und durch eine einheitliche Kreditpolitik die genaue und professionelle Prüfung der Kreditrisiken sicherzustellen.



Einen Einfluss auf unseren künftigen Geschäftserfolg dürfte dagegen der zu erwartende **Wiederanstieg des Zinsniveaus** haben. Wie die Grafik zeigt, hat sich die Bruttozinsmarge auch bei unseren Banken in den letzten Jahren stetig leicht verkleinert. (Die Zahlen sind auf den jährlichen Durchschnittswerten der Bilanzsummen gerechnet.)

Steigt das Zinsniveau an, wird ein beträchtlicher Teil der auf Spar- und Anlagekonten platzierten Passivgelder relativ rasch wieder in höher verzinsliche Kassenobligationen und Wertschriften investiert. Demgegenüber laufen auf der Aktivseite die tiefen Zinsen bei den Festhypotheken mit mittleren bis längeren Laufzeiten bis zu deren Verfall noch einige Zeit weiter.

Bis sich das Gleichgewicht auf der Aktiv- und Passivseite wieder eingependelt hat, wird es vorübergehend zu einer weiteren Verengung der Zinsmarge kommen. Ich werde darauf zurückkommen, wie wir diesem zu erwartenden Ertragsrückgang begegnen wollen.

Der höheren Regulierungsdichte mit Massnahmen auf Gruppenebene begegnen

- Die Regulierungsdichte nimmt weiter zu; oft wird nicht zwischen grossen und kleinen Banken unterschieden.
- Der Aufwand für ausländische Kunden wächst besonders stark, wobei diese Kundengruppe für Clientis Banken von untergeordneter bis marginaler Bedeutung ist.
- Neue Regulierungen erfordern für Banken den Einsatz von teuren Spezialisten. Die Zusammenarbeit in Regulierungsfragen ist deshalb zentral.
- Clientis hat dafür zentrale Compliance-Kompetenzen geschaffen. Arbeit nach dem Grundsatz: einmal analysieren und bei allen Banken einsetzen.

Jahresmedienkonferenz 2011

02.04.11
09:00:22
© 2011 Clientis AG



Lassen Sie mich vorher auf einen Punkt zu sprechen kommen, der unsere Banken ebenfalls zusehends mehr beschäftigt: Die **Regulierungsdichte** hat seit der letzten Finanzmarktkrise erneut zugenommen und wird weiter zunehmen. Dabei unterscheiden die Vorschriften oft nicht explizit zwischen grossen und kleinen Banken.

Zusätzliche Herausforderungen gibt es im Zusammenhang mit ausländischen Kunden im Allgemeinen und mit Kunden mit USA-Beziehung im Besonderen. Es ist allerdings zu betonen, dass die Clientis Institute keine Banklizenzen im Ausland haben und für sie das Geschäft mit ausländischen Kunden von untergeordneter bis marginaler Bedeutung ist.

Die neuen Regulierungen erfordern für die Banken den Einsatz von teuren Spezialisten, welche sich kleinere Institute kaum leisten können. Die Zusammenarbeit in Regulierungsfragen ist deshalb zentral. Clientis hat dafür **zentrale Compliance-Kompetenzen** geschaffen, wobei unsere Spezialisten nach dem Grundsatz arbeiten: einmal analysieren und bei allen Banken einsetzen.

Im Clientis Verbund sind die Banken besser für ihre Zukunft gerüstet

- zentrale Compliance-Kompetenzen
- vertrauensstiftendes Rating
- gemeinsame Refinanzierung
- gruppenweite Verarbeitung
- einheitliche Markenführung
- eigenes Sicherheits- und Solidaritätsnetz

→ Die Clientis Banken können sich auf den Vertrieb und auf die Kunden ausrichten.

02.04.11
14.06.11
© 2011 Clientis AG

Clientis
Der regionale Bank

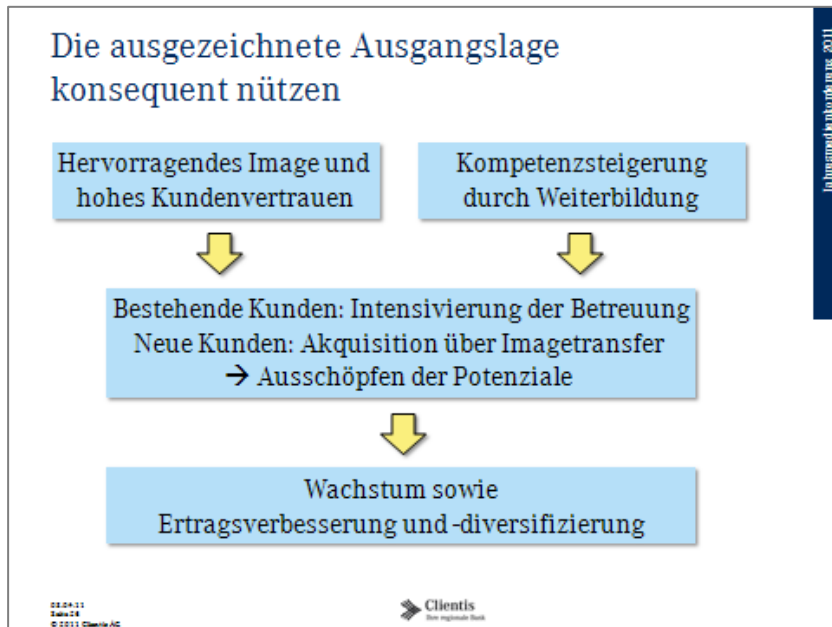
Jahresabschluss 2011

Compliance ist einer der Vorteile, welche die Clientis Banken durch die Zusammenarbeit in der Gruppe erzielen. Angesichts der generell immer grösser werdenden Komplexität im Bankgeschäft und der steigenden Anforderungen bin ich überzeugt, dass eine Regionalbank, die einem Verbund angehört, für ihre Zukunft besser gerüstet ist.

Zu den wesentlichen weiteren Vorteilen gehören:

- ▶ das **Rating**, das auf ganze Kundengeschäft ausstrahlt und das Vertrauen der Kunden stärkt
- ▶ der eigene Kapitalmarktzugang, der die gemeinsame **Refinanzierung** ermöglicht
- ▶ die **Verarbeitung** auf Gruppenebene von Zahlungsverkehr und Wertschriften sowie Dienstleistungen für das Rechnungswesen, die dank grosser Volumina Kosten spart und dank Standardisierung die Sicherheit in den Verarbeitungsprozessen erhöht
- ▶ die starke **Dachmarke**, die eine gemeinsame Marktbearbeitung und Vertriebsunterstützung erlaubt
- ▶ das eigene **Sicherheits- und Solidaritätsnetz**, das Banken helfen würde, wenn sie in Schwierigkeiten geraten sollten

Mit den Vorteilen des Gruppenverbundes können sich die Clientis Banken gezielt auf ihre Kernaufgabe, den Vertrieb und das **Kundengeschäft**, ausrichten.



Neben den Vorteilen des Verbundes haben unsere Banken dank ihres hervorragenden **Images** und ihres hohen **Kundenvertrauens** eine ausgezeichnete Ausgangslage und Chance, um auch weiterhin solid und nachhaltig wachsen zu können. Es gilt, die Professionalität der Bankmitarbeitenden mit gezielten **Weiterbildungsprogrammen** zusätzlich zu steigern und den stetig steigenden Ansprüchen der Kunden anzupassen.

Auf den beiden Grundlagen Vertrauen und Kompetenz können unsere Kundenberater mit überzeugenden Beratungsleistungen die Beziehungen zu den Kunden weiter vertiefen. Dabei gibt es erhebliche Potenziale: Wir sind bei unseren Kunden häufig noch Zweitbank. Es gilt daher, bestehende Kunden zu überzeugen, ihre **Hauptbankbeziehung** mit uns aufzubauen. Gleichzeitig sind die Anstrengungen zu verstärken, um unseren Imagevorteil auch auf neue Kunden zu übertragen und so den Kundenkreis weiter zu vergrössern.

Die Intensivierung der Kundenbetreuung ist unser **Schlüssel zum Erfolg**. So können unsere Banken **Wachstum** erzielen, den Ertrag verbessern und so der vorhin angesprochenen zu erwartenden Zinsmargen-Verengung begegnen. Gleichzeitig treiben wir die **Ertragsdiversifizierung** im Anlage- und Vorsorgegeschäft voran und verringern unsere Abhängigkeit vom Zinsdifferenzgeschäft.

Unsere Herausforderungen werden auch künftig gross bleiben. Der Verwaltungsrat der Clientis AG nützt daher die Phase bis zum Abschluss des Informatikprojekts, um parallel dazu in einem **Strategieprojekt** die Positionierung der Clientis Banken für die Zeit nach 2012 zu definieren. Vor dem Hintergrund des weiterhin anspruchsvollen wirtschaftlichen Umfelds werden wir die künftige Marktposition mit der Optimierung der Geschäftsfelder sowie die strukturelle Ausgestaltung der Gruppe und der Clientis AG festlegen.

Zusammen mit den Bankleitungen hat der Verwaltungsrat 2010 erste konkrete Massnahmen zur Optimierung von Geschäftsfeldern eingeleitet, die zu mehr Ertrag und tieferen Kosten führen sollen; Hansueli Stucki hat die Massnahmen vorgestellt. Die beiden übrigen Themen vertiefen wir gegenwärtig zusammen mit den Banken.

Ich freue mich auf die Ergebnisse unserer Strategieentwicklung. Die Umsetzung wird unsere kernsoliden Banken und unsere Gruppe nachhaltig weiter stärken.