

## Referate

Bern,  
4. April 2008

**Jahresmedienkonferenz der Clientis Gruppe vom 4. April 2008**

## **Clientis Konzerngewinn erstmals über CHF 100 Mio.**

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 Clientis Gruppe auf solidem Wachstumskurs

## Hans-Ulrich Stucki, Direktor Clientis AG

Unsere 29 Clientis Banken befinden sich unverändert auf einem kontinuierlichen und soliden Wachstumskurs. Die erneuten Rekordzahlen bestätigen, dass wir mit unserem Geschäftsmodell die Weichen richtig gestellt haben. Dank der konsequenten Fokussierung auf den Vertrieb in den regionalen Märkten entwickeln sich unsere Banken weiterhin nachhaltig erfolgreich – dies auch in turbulenten Zeiten.

Das Erfolgsrezept mag einfach klingen, erweist sich aber als wirkungsvoll: Die Clientis Banken beschränken sich auf jene Geschäfte, die sie beherrschen und die von ihren Kunden verstanden werden. Die ausgezeichneten Kenntnisse der jeweiligen Märkte, der Kunden und ihrer Bedürfnisse sowie transparente Produkte und kurze Entscheidungswege haben sich auch 2007 entsprechend positiv ausgewirkt.

So präsentieren sich die wichtigsten Kennzahlen:

**Die Clientis Banken 2007**

- 29 Clientis Banken in der Deutsch- und Westschweiz
- 782 Mitarbeitende in 113 Geschäftsstellen
- Bilanzsumme: CHF 16,9 Mrd.
- Konzerngewinn: CHF 100,5 Mio.



04.04.08 Seite 3  
© 2008 Clientis AG

**Clientis**  
die regionale Bank

Die Clientis Gruppe umfasst 29 Banken in der Deutsch- und der Westschweiz. In insgesamt 113 Geschäftsstellen sind 782 Mitarbeitende tätig. Die Bilanzsumme beträgt knapp CHF 17 Mrd. und der Konzerngewinn beläuft sich erstmals auf über CHF 100 Mio.

Die Zahl der Clientis Banken hat sich 2007 um eine Bank auf 29 verringert, nachdem die Clientis Ersparnisgesellschaft Küttigen und die Clientis Ersparniskasse Erlinsbach zur neuen Clientis Bank Küttigen-Erlinsbach fusioniert haben.

Die Zahl der Geschäftsstellen erhöhte sich demgegenüber um eine Filiale auf 113: Die Clientis Bank Jura Laufen eröffnete in Tavannes eine neue Niederlassung.

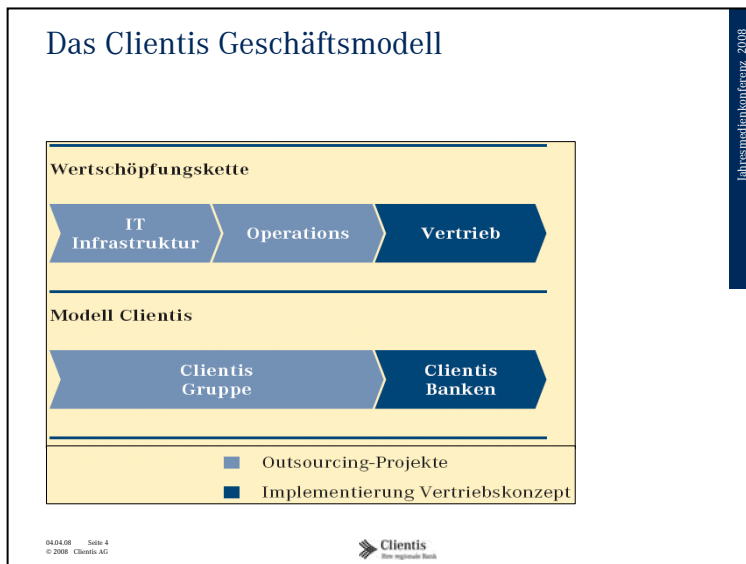
Roger Auderset, unser CFO, wird Ihnen die detaillierten Zahlen zum Geschäftsjahr 2007 im Anschluss an meinen Tätigkeitsbericht vorstellen.

### Geschäftsmodell

Unser Clientis Geschäftsmodell hat sich auch im Berichtsjahr bestens bewährt. Wir werden es auch künftig laufend weiter vertiefen. Das Geschäftsmodell hat mehrere Dimensionen.

### Geschäftsmodell – Refinanzierung

Durch die Konsolidierung der Finanzkraft der 29 Clientis Banken im Vertragskonzern erlangt die Clientis Gruppe die Kapitalmarktfähigkeit. Dies wird auch durch das Rating von Moody's unterstrichen. Die Clientis Gruppe sichert sich so den Zugang zu Refinanzierungsquellen am Kapitalmarkt und schafft die Voraussetzung, um auch künftig im Kreditgeschäft zu wachsen.



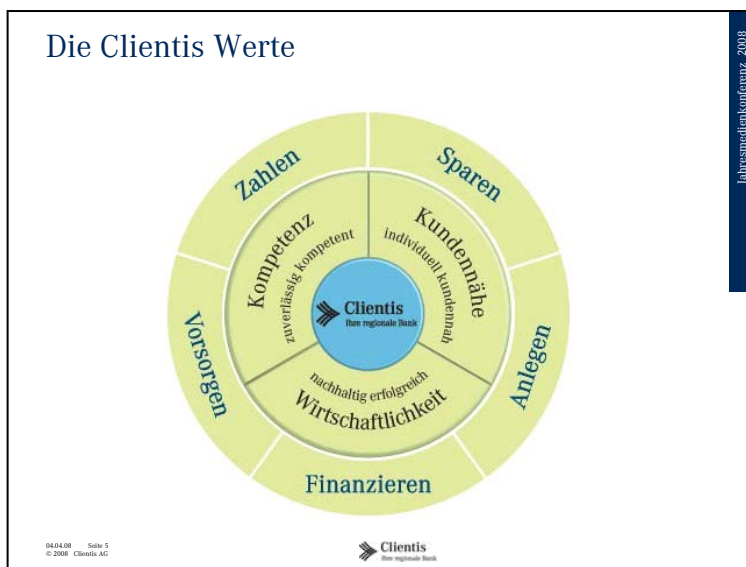
### Geschäftsmodell – Outsourcing

Eine weitere Stossrichtung unseres Geschäftsmodells ist die Bündelung und Auslagerung von administrativen Arbeiten im Rückwärtigen. So können erhebliche Kosten gespart und die Sicherheit in den Verarbeitungsprozessen erhöht werden. Ausgelagert sind namentlich die Verarbeitung von Zahlungsverkehr und Wertschriften sowie Dienstleistungen für das HRM, das Rechnungswesen und das Marketing. Ziel des Outsourings ist es, durch Standardisierung und grosse Volumen entsprechende Synergien und Skaleneffekten zu erzielen.

### Geschäftsmodell – Vertrieb

Indem Infrastruktur und Verarbeitungsaufgaben in der Gruppe gebündelt und teilweise ausgelagert werden, können sich die Banken auf ihre Kunden konzentrieren. Auf diese Weise wird die Kundenbetreuung optimiert und das Wachstum gefördert. Unser Vertriebskonzept wird entsprechend mit Nachdruck gruppenweit umgesetzt. So erhielten 2007 alle unsere Kunden einen Berater zugeteilt. Gleichzeitig wurden Ausbildungsprogramme erarbeitet, die nun im laufenden Jahr umgesetzt werden und so einen wichtigen Beitrag zur weiteren Verbesserung der Produkt- und Servicequalität leisten.

Zur Kundenorientierung gehören entsprechende Marktbearbeitungsmassnahmen. Um die Bekanntheit von Clientis weiter zu steigern, wurden 2007 erneut gruppenweite Imagekampagnen durchgeführt. Auf Plakaten sowie auf öffentlichen Verkehrsmitteln wurden die Werte von Clientis, nämlich Kundennähe, Wirtschaftlichkeit und Kompetenz sowie der zentrale Wettbewerbsvorteil, die Kundenverbundenheit, vermittelt.



Unsere Werte, also die Art und Weise, wie die Clientis Banken ihre Leistungen erbringen, waren 2007 auch Thema innerhalb der Gruppe. Dabei wurde ein mehrstufiger Prozess in die Wege geleitet, der zum Ziel hat, die Werte in der täglichen Arbeit der Clientis Mitarbeitenden noch stärker zu verankern. Unsere Werterhaltung soll letztlich für den Kunden bei jedem Kontakt erlebbar sein und dadurch die Marke Clientis gestärkt werden.

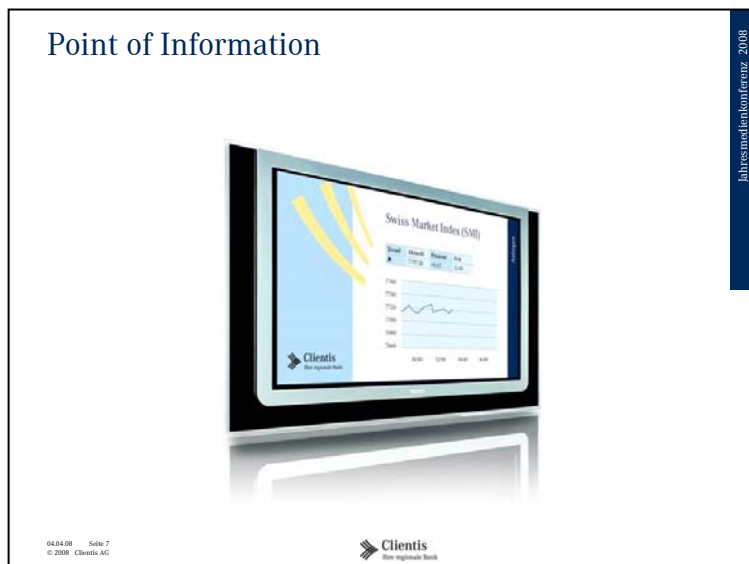
## Produkte und Dienstleistungen

Die Clientis Produktpalette deckt das gesamte Spektrum von Bankdienstleistungen ab. Das Angebot wird in der Gruppe laufend analysiert und wenn nötig angepasst oder ergänzt.

The image shows a presentation slide for 'NetBanking Plus'. The slide is titled 'NetBanking Plus' at the top left. Below the title, there are two screenshots of the NetBanking Plus interface. The first screenshot is titled 'Einfach übersichtlich' and shows a dashboard with various financial data and charts. The second screenshot is titled 'Einfach professionell: e-Banking für Unternehmen' and shows a more detailed view of the interface. To the right of the screenshots is a photograph of four business professionals (three men and one woman) sitting around a table, looking at a laptop. The text 'Einfach professionell: e-Banking für Unternehmen' is overlaid on the photograph. At the bottom of the slide, there is the Clientis logo and the text 'Clientis - Ihre regionale Bank'. On the right side of the slide, there is a vertical text 'Jahresmedienkonferenz 2008'. At the bottom left of the slide, there is a small text '04.04.08 Seite 6 © 2008 Clientis AG'.

2007 wurden unter anderem die Internetdienstleistungen konsequent weiter ausgebaut, was von den Kunden sehr positiv aufgenommen wurde. Die e-Banking-Lösung «NetBanking Plus» wurde mit den neuen Funktionalitäten «e-Avisierung» und «e-Rechnungen» ergänzt sowie um spezifische Services für KMU erweitert.

Verschiedene Clientis Banken haben zudem ihr Angebot in den Sparten Anlegen und Vorsorgen weiter gestärkt. Dabei entstanden auch innovative Produkte mit einem engen Bezug zur Region. Hier ist etwa die «Biosphären-Hypothek» der Clientis Entlebucher Bank zu nennen, die das Bauen von Minergie-Häusern mit vorteilhaften Zinsen fördert und zugleich die Unesco-Biosphäre Entlebuch finanziell unterstützt.



Um die Kundennähe weiter zu optimieren, werden gegenwärtig viele Filialen modernisiert. Sie werden mehrheitlich ohne trennende Glaswand auskommen. Zusätzlich steigt die Attraktivität ausgewählter Schalterhallen durch den Einsatz von Bildschirmen. Diese so genannten Points of Information umfassen neben Angaben zu den wichtigsten Produkten und Dienstleistungen der jeweiligen Clientis Bank auch weitere Informationen wie zum Beispiel die aktuellen Börsenkurse.

### **Solide Anlagepolitik**

Die Clientis AG stellt im Rahmen eines gruppenweiten Konzeptes die Liquidität der Clientis Banken sicher. Sie bündelt dazu die Finanzanlagen der ganzen Gruppe. Die Clientis AG überwacht laufend die Werthaltigkeit ihrer Investments, um bei nie auszuschliessenden Problemen einzelner Schuldner frühzeitig reagieren zu können. Diese vorsichtige Anlagepolitik gewährleistet, dass die Clientis Gruppe auch in Situationen angespannter Geld- und Kapitalmärkte ihre Liquidität über den Repo-Markt sicherstellen kann. Sie ist ein weiterer Grund dafür, weshalb Clientis von den Turbulenzen an den Geldmärkten verschont geblieben ist.

### **Strukturen**

Damit die Clientis AG ihre Unterstützung zugunsten der Banken weiter optimieren kann, sind im Berichtsjahr insgesamt 5 Mitarbeitende in den Bereichen Finanzen und Controlling, Treasury sowie Marketing und Vertrieb eingetreten. Im Vergleich zu den 770 Mitarbeitenden bei den Banken ist der Personalbestand bei der Clientis AG mit aktuell 12 Mitarbeitenden nach wie vor bescheiden, und die Ressourcen sind entsprechend knapp. Im laufenden Jahr ist deshalb ein weiterer massvoller Ausbau vorgesehen, dies vor allem, um die Kompetenzen in der Vertriebsorientierung weiter zu entwickeln.

2008 werden wir unseren eingeschlagenen Weg weitergehen: Es gilt, unsere Stärken, vor allem im Vertrieb, konsequent weiterzuentwickeln, unser Angebot zu optimieren und unsere Mitarbeitenden entsprechend zu fördern. Rolf Zaugg wird später den Faden aufnehmen.

Vorerst wird nun Roger Auderset die Jahresrechnung vorstellen.

## 2 Konzerngewinn erstmals über CHF 100 Mio.


**Roger Auderset, Leiter Finanzen & Controlling Clientis AG**

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

	2004	2005	2006	2007
Bilanzsumme (CHF Mrd.)	14,8	15,4	16,1	16,9
Konzerngewinn (CHF Mio.)	63,2	87,7	94,0	100,5
Mitarbeitende	757	735	744	782
Geschäftsstellen	103	108	112	113

Jahresmedienkonferenz 2008

04.04.08 Seite 8  
© 2008 Clientis AG

 Clientis  
Ihre regionale Bank


In dieser Zeit hat sich die Bilanzsumme um rund CHF 2 Mrd. auf knapp CHF 17 Mrd. erhöht, und der Konzerngewinn ist um 59% auf über CHF 100 Mio. gestiegen. Die Zahl der Mitarbeitenden hat trotz des Wachstums nur um 3% zugenommen – dies vor allem, weil Backoffice-Aufgaben ausgelagert wurden. Während sich die Zahl der Banken durch Fusionen um zwei vermindert hat, ist die Anzahl Geschäftsstellen um zehn gestiegen.

Kommen wir zu den Zahlen des Geschäftsjahres 2007. Im Vergleich der Jahre 2006 und 2007 weisen wir folgende Eckwerte aus:

Eckwerte Konzernabschluss Clientis 2007			
	2007	2006	Abw.
Bilanzsumme	16.9 Mrd.	16.1 Mrd.	+ 4.7 %
Kundenausleihungen	14.8 Mrd.	14.0 Mrd.	+ 5.1 %
davon Hypothekenforderungen	13.8 Mrd.	13.2 Mrd.	+ 5.0 %
Kundengelder	12.2 Mrd.	11.8 Mrd.	+ 3.5 %
davon Spareinlagen	7.4 Mrd.	8.0 Mrd.	- 7.1 %
Kundendeckungsgrad	82.4 %	83.8 %	-1.4 %-Pkt.
Depotvolumen	6.0 Mrd.	5.5 Mrd.	8.6 %
Ausgewiesene Eigenmittel	1.5 Mrd.	1.4 Mrd.	+ 5.9 %
Eigenmitteldeckungsverhältnis	197.9 %	196.3 %	+1.6 %-Pkt.
Konzerngewinn	100.5 Mio.	94.0 Mio.	+ 6.9 %
Mitarbeitende	782	744	+ 5.1 %

Jahresmedienkonferenz 2008

04.04.08 Seite 9  
© 2008 Clientis AG

 Clientis  
Banking Group

Das Vorjahresergebnis konnte wiederum deutlich übertroffen werden. Die Bilanzsumme stieg um 4,7% auf CHF 16,9 Mrd.

### Kundengeschäft

Das Wachstum im Kundengeschäft war höher als im Vorjahr. Beachtlich ist dabei erneut der Zuwachs der Kundenausleihungen. Sie nahmen um CHF 723 Mio. zu, was einem Plus von 5,1% entspricht. 93% der Ausleihungen entfallen auf Hypotheken. Dass wir in diesem hart umkämpften Markt erneut um 5% zulegen konnten, zeugt von der hohen Qualität unserer Hypothekarprodukte und unserer Kundenberatung. Der Zuwachs um 5% liegt klar über dem Marktwachstum von rund 3,5%. Wegen des Anstiegs des Zinsniveaus wurden vermehrt variable Hypotheken abgeschlossen.

Die Hypotheken und die übrigen Kundenausleihungen finanzieren die Banken in erster Linie durch traditionelle Kundengelder wie Spareinlagen, Kassenobligationen oder Festgelder. Gesamthaft stiegen die Kundengelder 2007 um 3,5% auf CHF 12,2 Mrd. Dies zeugt vom Vertrauen der Anleger in die Bonität der Clientis Gruppe. Viele Kunden haben ihre Gelder teilweise in höher verzinsten Anlagen investiert. Am stärksten wirkte sich dies bei den übrigen Verpflichtungen gegenüber Kunden aus, hauptsächlich bei den Festgeldanlagen, die mit einem Plus von 35,5% zu Buche stehen. Auch die Kassenobligationen verzeichneten einen starken Anstieg um 16,6%. Im Gegenzug sanken die Spareinlagen um 7,1%. Sie machen mit 61% klar den grössten Teil der Kundengelder aus.

Das Depotvolumen nahm mit 8,6% wiederum beachtlich zu und beträgt nun CHF 6,0 Mrd.

Da der Zuwachs der Kundengelder etwas geringer ausfiel als bei den Kundenausleihungen, reduzierte sich der Deckungsgrad leicht um 1,3 Prozentpunkte auf 82,4%. Die Finanzierungslücke wurde durch Anleihen und Pfandbriefdarlehen sowie einer Reduktion der Finanzanlagen gedeckt. Bei der Refinanzierung profitieren die Banken durch den gemeinsamen Zugang zum Kapitalmarkt über die Clientis AG.



## Eigenmittel

Besonders erfreulich ist die Eigenmittelsituation der Clientis Gruppe. Das ausgewiesene Eigenkapital stieg erneut um CHF 87,0 Mio. auf CHF 1,54 Mrd. Die Clientis Gruppe verfügt somit über eine Eigenkapitalbasis, welche die bankengesetzlich erforderlichen Eigenmittel mit einer Deckung von 198% deutlich übertrifft. Diese Eigenmittel bilden eine komfortable Basis für die weitere Entwicklung der Clientis Gruppe und dokumentieren die Finanzstärke der Gruppe eindrücklich.


## Konzerngewinn

Der Konzerngewinn nahm um 6,9% zu und überschritt mit CHF 100,5 Mio. erstmals die Schwelle von CHF 100 Mio.

Eckwerte Konzernabschluss Clientis 2007			
	2007	2006	Abw.
Erfolg Zinsengeschäft	274.3 Mio.	261.9 Mio.	+ 4.7 %
Erfolg Kommissions- und DL-Geschäft	36.7 Mio.	32.6 Mio.	+ 12.4 %
Erfolg Handelsgeschäft	13.0 Mio.	12.8 Mio.	+ 1.6 %
Übriger ordentlicher Erfolg	15.9 Mio.	11.7 Mio.	+ 36.2 %
<b>Erfolg aus ordentlichem Bankgeschäft</b>	<b>339.8 Mio.</b>	<b>319.0 Mio.</b>	<b>+ 6.5 %</b>
Personalaufwand	- 100.8 Mio.	- 95.7 Mio.	+ 5.3 %
Sachaufwand	- 89.9 Mio.	- 81.0 Mio.	+ 11.0 %
<b>Bruttogewinn</b>	<b>149.1 Mio.</b>	<b>142.3 Mio.</b>	<b>+ 4.8 %</b>

Jahresmedienkonferenz 2008

04.04.08 Seite 10  
© 2008 Clientis AG

 Clientis  
New registered Bank

## Erträge

Die Erträge konnten deutlich gesteigert werden. Besonders beim Zinsengeschäft und beim Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft fiel das Wachstum kräftig aus.

Die mit einem Anteil von 82% am Gesamtertrag wichtigste Ertragsquelle der Clientis Gruppe, der Erfolg aus dem Zinsengeschäft, wuchs nochmals an, und zwar um CHF 12,4 Mio. auf CHF 274,3 Mio. Der erfreuliche Anstieg ist – wie schon in den Vorjahren – hauptsächlich auf das Wachstum im Hypothekargeschäft zurückzuführen.

Der Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft kletterte überdurchschnittlich, nämlich um 12,4% auf CHF 36,7 Mio. Gründe sind einerseits die Steigerung der Kommissionserträge aus dem Wertschriften- und Anlagegeschäft und andererseits ein markanter Rückgang beim Aufwand durch tiefere Kosten des Sourcing-Partners.

Der Erfolg aus dem Handelsgeschäft verbesserte sich leicht um 1,6% auf CHF 13 Mio.

Die Zunahme beim übrigen ordentlichen Erfolg um 36,2% auf CHF 15,9 Mio. ist vor allem auf eine geänderte Preispolitik und Dividendenausschüttung der RBA-Gruppe zurückzuführen. Im Vorjahr wurden die entsprechenden Positionen als Aufwandsminderung verbucht.

Insgesamt konnte der Erfolg aus dem ordentlichen Bankgeschäft deutlich gesteigert werden, nämlich um 6,5% auf CHF 340,0 Mio.

### Aufwand

Der Personalaufwand erreichte CHF 100,8 Mio., was einem Plus von 5,3% entspricht. Die Steigerung erklärt sich hauptsächlich durch Neuanstellungen für den Vertriebsausbau. Die Clientis Gruppe hat 2007 insgesamt 38 neue Vollzeitstellen geschaffen. Ende Jahr beschäftigte sie – umgerechnet auf Vollzeitstellen – 782 Mitarbeitende.

Der Sachaufwand ist um 11,0% auf CHF 8,9 Mio. gestiegen. Bereinigt um den vorhin erwähnten Sondereffekt der RBA-Dividende beträgt die Steigerung 4,7%. Der grösste Posten beim Sachaufwand entfällt unverändert auf die Informatik, und zwar mit einem Anteil von 45%.


### Bruttogewinn

Trotz des höheren Aufwands konnte der Bruttogewinn erneut gesteigert werden. Wegen des kräftigen Ertragszuwachses erhöhte er sich um 4,8% auf CHF 149,1 Mio.

Eckwerte Konzernabschluss Clientis 2007			
	2007	2006	Abw.
<b>Bruttogewinn</b>	<b>149.1 Mio.</b>	<b>142.3 Mio.</b>	<b>+ 4.8 %</b>
Abschreibungen	- 17.1 Mio.	- 17.0 Mio.	+ 0.4 %
WB, Rückstellungen, Verluste	- 13.4 Mio.	- 14.4 Mio.	- 6.8 %
<b>Zwischenergebnis</b>	<b>118.6 Mio.</b>	<b>110.8 Mio.</b>	<b>+ 7.0 %</b>
Ausserordentlicher Ertrag	9.7 Mio.	6.6 Mio.	+ 47.1 %
Ausserordentlicher Aufwand	- 0.5 Mio.	- 0.1 Mio.	+ 762.9 %
Steuern	- 27.3 Mio.	- 23.4 Mio.	+ 16.6 %
<b>Konzerngewinn</b>	<b>100.5 Mio.</b>	<b>94.0 Mio.</b>	<b>+ 6.9 %</b>
Cost/Income Ratio	56.1 %	55.4 %	+0.7 %-Pkt.

Jahresmedienkonferenz 2008

04.04.08 Seite 11  
© 2008 Clientis AG

 Clientis  
Das regionale Bank

### Abschreibungen / Rückstellungen / Steuern

Die Abschreibungen auf dem Anlagevermögen nahmen leicht um 0,4% zu und beliefen sich auf CHF 17,1 Mio.

Eine Position, die in der Schweiz in den letzten Monaten viel zu diskutieren gab, sind die Rückstellungen, Wertberichtigungen und Verluste. Dank der ausgewogenen und weitsichtigen Risikopolitik konnte diese Position bei der Clientis Gruppe zum vierten Mal in Folge verringert werden, und zwar um 6,8% auf CHF 13,4 Mio.

Der ausserordentliche Aufwand nahm leicht zu. Erwähnenswert sind dabei die Steuern von CHF 27,3 Mio., welche die Banken der Clientis Gruppe in ihren Regionen ablieferten. Im Vergleich zu 2006 wurden im letzten Jahr erneut CHF 3.9 Mio. mehr Steuern bezahlt. Damit leisten die Clientis Banken einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung in ihren Regionen.

### **CIR**

Die Cost/Income Ratio, also der Geschäftsaufwand in Prozent des Betriebsertrags, stieg leicht um 0,7 Prozentpunkte auf 56,1% an. Bereinigt um den Sondereffekt der RBA-Dividende beträgt sie unverändert 55,4%.

### **Ausblick**

Für 2008 wird allgemein ein etwas abgeschwächtes Wirtschaftswachstum prognostiziert. Inwieweit sich die Turbulenzen im internationalen Finanzsektor auf die Konjunktur in der Schweiz auswirken werden, ist schwer vorauszusagen. Für den privaten Konsum wird aufgrund der sehr guten Arbeitsmarktsituation mit einem weiteren Wachstum gerechnet. Hingegen zeichnet sich ein Rückgang im Baugewerbe, insbesondere für Wohnbauten, ab. Dieser Trend könnte zu einem leichten Nachfrage-Rückgang für neue Hypotheken führen.

Im Zinsengeschäft rechnen wir 2008 mit einer leicht tieferen Marge, was durch Wachstum im Kreditgeschäft kompensiert werden sollte. Die Erträge aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft sollten aufgrund zusätzlicher Massnahmen bei der Vertriebsorientierung weiter gesteigert werden können – unser Verwaltungsratspräsident wird Ihnen Details dazu erläutern.

Beim Geschäftsaufwand werden wir zum einen weiterhin in den Vertrieb investieren. Zum andern werden sich diese Investitionen günstig auswirken.

Insgesamt rechnet die Clientis Gruppe für das Jahr 2008 mit einem Ergebnis auf der Höhe des Vorjahres.

### 3 Vertriebsorientierung weiterhin im Fokus

#### Rolf Zaugg, Verwaltungsratspräsident Clientis AG

Unsere Banken verzeichnen in den letzten Monaten weitere erfreuliche Fortschritte im Kundengeschäft. Die Gründe liegen zum einen in den Anstrengungen im Vertrieb. Die Anzahl Filialen stieg beispielsweise in den letzten 4 Jahren von 103 auf 113. Zum andern schätzen die Kunden vermehrt Beziehungen zu traditionellen, überschaubaren und mit den Regionen verbundenen Banken. Dieses Potenzial gilt es zu nützen. Mit unserem bewährten Geschäftsmodell, wie es Ihnen Hans-Ueli Stucki erläutert hat, sind wir dafür bestens gerüstet, und unsere Werte, nämlich Kundennähe, Wirtschaftlichkeit und Kompetenz, entsprechen genau den Kundenbedürfnissen.

Um unser rentables Wachstum weiterhin beizubehalten, gilt es jedoch, unsere Anstrengungen unvermindert fortzusetzen. Der Verwaltungsrat hat deshalb für 2008 folgende Schwerpunkte gesetzt:

## Schwerpunkte 2008

- Vertriebsorientierung weiterentwickeln
  - Marktbearbeitung vertiefen
  
- Erträge diversifizieren
  - Anlage- und Vorsorgegeschäft ausbauen
  - Pensionsplanung lancieren
  
- IT-Plattform überprüfen

Jahresmedienkonferenz 2008

04.04.08 Seite 12  
© 2008 Clientis AG

 **Clientis**  
Wie eigentlich Bank

## Vertrieb

Der weitere Ausbau der Vertriebsorientierung wird auch künftig im Zentrum unserer Anstrengungen stehen. Die Beratungs- und Vertriebskompetenz der Bankmitarbeitenden werden wir dabei in Informations-, Führungs- und Ausbildungsanlässen vertiefen. Ziel ist es, die kundenorientierte Firmenkultur zu festigen.



Die Arbeiten zur weiteren Vertriebsorientierung werden wir mit entsprechenden Marktbearbeitungsmassnahmen unterstützen. Unsere Dachmarke Clientis und unser Corporate Design konnten wir in den vergangenen Jahren mit breit gefächerten Marketinganstrengungen gut verankern. Die erfolgreichen Imagekampagnen in den Einzugsgebieten unserer Clientis Banken zum Beispiel werden wir im laufenden Jahr mit neuen Sujets fortsetzen und dabei wiederum starke Präsenz markieren.

## Ertragsdiversifikation

Unsere Vertriebsorientierung ist die wichtigste Voraussetzung, um unsere Erträge auch weiterhin nachhaltig zu steigern. Dabei streben wir eine breitere Diversifikation an. Dieses Ziel wollen wir insbesondere mit dem Ausbau des Anlage- und Vorsorgegeschäftes erreichen. Wir können damit den Ertrag aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft erhöhen und so unsere hohe Abhängigkeit vom Zinsdifferenzgeschäft reduzieren.

Unser Anlage- und Vorsorgegeschäft wollen wir stärken, ohne dabei das Zinsdifferenzgeschäft zu vernachlässigen. In diesem Zusammenhang sind auch strategische Partnerschaften denkbar, damit wir vom entsprechenden Know-how und einer erweiterten Produktpalette profitieren können.

Den Hauptakzent legen wir 2008 auf unsere Pensionsplanung, die wir Mitte Jahr lancieren werden. Zusammen mit den jeweiligen Kunden werden die Kundenberater dabei die finanzielle Situation, die Bedürfnisse und die Risikobereitschaft analysieren und die Handlungsfelder zur Optimierung der Altersvorsorge definieren. Selbstverständlich werden die Clientis Banken eine kontinuierliche Betreuung garantieren. Diese umfasst auch eventuelle Anpassungen der Vorsorgestrategie und der entsprechenden Massnahmen.

## IT

### Schwerpunkte 2008

- Vertriebsorientierung weiterentwickeln
  - Marktbearbeitung vertiefen
- Erträge diversifizieren
  - Anlage- und Vorsorgegeschäft ausbauen
  - Pensionsplanung lancieren
- IT-Plattform überprüfen

04.04.08 Seite 12  
© 2008 Clientis AG



Jahresmedienkonferenz 2008

Den grössten Anteil am Sachaufwand hat – wie Roger Auderset erläuterte – die Informatik. Entsprechend wichtig ist die künftige IT-Strategie unserer Gruppe.

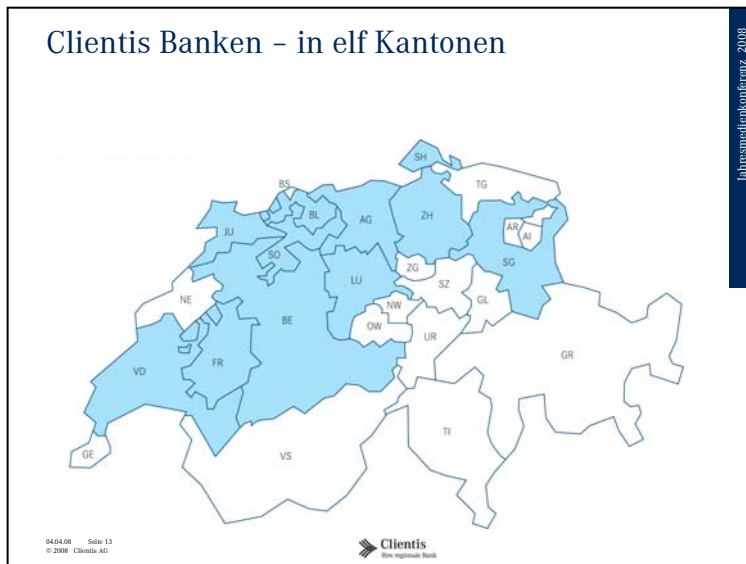
Kontinuierliche Massnahmen zur Kosteneinsparung, die erleichterte Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe und die unkomplizierte Einführung neuer Produkte setzen eine gemeinsame Informatikplattform voraus. Dies haben die Clientis Banken 2007 in einer Abstimmung bekräftigt.

Zusammen mit Vertretern von Clientis Banken prüft und beurteilt die RBA – unser Outsourcing-Partner für die IT-Plattform – laufend die Entwicklungsmöglichkeiten und die Konkurrenzfähigkeit der heutigen Lösung. Überlegungen zur Erneuerung der Plattform werden uns in diesem Jahr stark beschäftigen.

Die Clientis Gruppe will dabei ihren eingeschlagenen Weg zur Kostensenkung durch Volumenbündelung konsequent weitergehen und setzt sich mit Nachdruck für eine zukunftsstarke IT-Lösung ein. Ein Projektteam wird im laufenden Jahr zur Weiterentwicklung des Clientis Geschäftsmodells eine Produktions- und IT-Strategie erarbeiten.

## Änderungen bei Banken

Zu unseren Banken. Bei einigen von ihnen stehen Änderungen bevor. Derzeit sind die Clientis Banken in elf Kantonen präsent:



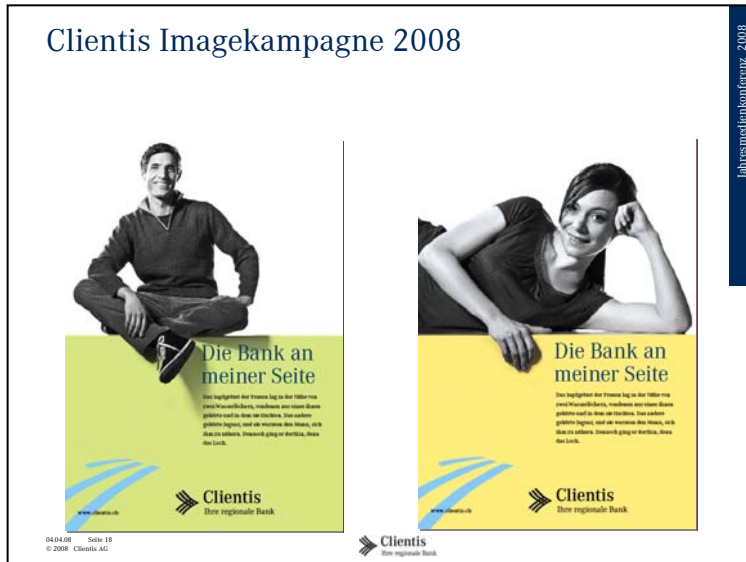
Im laufenden Jahr wird mit Neuenburg der 12. Kanton dazukommen, indem die Clientis Caisse d'Épargne du District de Courtelary in La Chaux-de-Fonds eine weitere Niederlassung eröffnen wird. Damit wird das Marktgebiet der Clientis Gruppe weiter ausgedehnt. Auch die Clientis BS Bank Schaffhausen wird beim Landhaus in Schaffhausen eine neue Niederlassung eröffnen. Die neuen Geschäftsstellen bestätigen, dass der persönliche Kundenkontakt auch in Zeiten von sich weiter entwickelnden elektronischen Vertriebs- und Kommunikationsmitteln weiterhin im Zentrum steht.

Wie wir bereits im letzten Dezember mitteilten, haben sich die Clientis Ersparniskasse Schaffhausen und die Clientis Bank Sparhafen Zürich entschieden, per Ende 2008 aus der Clientis Gruppe auszutreten. Sie begründen den Schritt unter anderem mit der Absicht, sich eigenständig im Marktumfeld zu positionieren.

Die Banken treffen ihre strategischen Entscheidungen grundsätzlich selber. Die Austritte werden keine Auswirkungen auf die gemeinsam getragene und bewährte Strategie unserer Gruppe haben:

- ▶ Erstens unterstützt die Dachmarke Clientis die Banken in der Kommunikation.
- ▶ Zweitens können in der gemeinsamen Marktbearbeitung Synergien genutzt werden, was im heutigen Marktumfeld ein entscheidender Vorteil ist.
- ▶ Und drittens tritt die Gruppe dank ihres Haftungsverbundes konsolidiert am Kapitalmarkt auf. Die Banken verbessern so auch ihre Refinanzierungsmöglichkeiten.

## Würdigung



Wir haben in den vier Jahren, in denen die Clientis Gruppe besteht, viel umgesetzt, grosse Herausforderungen gemeistert und uns trotz zunehmendem Margendruck und Verdrängungskampf erfolgreich behauptet.

Meilensteine bildeten dabei die Harmonisierung, Zentralisierung und teilweise Auslagerung von Infrastruktur und Verarbeitung. Die gelungenen Umsetzungen erhöhen unsere Effizienz und senken die Kosten. Wir werden dieses Potenzial noch mehr ausschöpfen und unsere Prozesse kontinuierlich optimieren.

Die umfassenden Anstrengungen zur Entlastung im Backoffice-Bereich setzen die Kapazitäten frei, um uns ganz auf unsere Hauptaufgabe zu konzentrieren, nämlich die Beratung und den Service für unsere Kunden. Hier können die Clientis Banken ihren Wettbewerbsvorteil voll ausspielen. Denn neue Marktuntersuchungen belegen erneut: Mangelnder Kundenservice ist mit grossem Abstand der häufigste Grund, dass Kunden sich von einer Bank abwenden.

Die überdurchschnittlichen Kundengewinne belegen, dass wir die Weichen richtig gestellt haben: Die Clientis Banken sind lokal verankert, kennen die regionalen Märkte und pflegen die persönliche Nähe zu ihren Kunden vor Ort. Diese wissen, dass sie sich auf ihren persönlichen Ansprechpartner bei Clientis verlassen können: stets verantwortlich, kompetent und fair.

In diesem Sinn freue ich mich auf ein wiederum Erfolg versprechendes Geschäftsjahr 2008.