

Referate

Bern,
8. Januar 2004

Medienkonferenz 08.01.2004, Zürich Clientis – der Name ist Programm

Clientis AG
Bahnhofplatz 10A
Postfach 5319
3001 Bern

Telefon 031 660 46 44
Fax 031 660 46 55

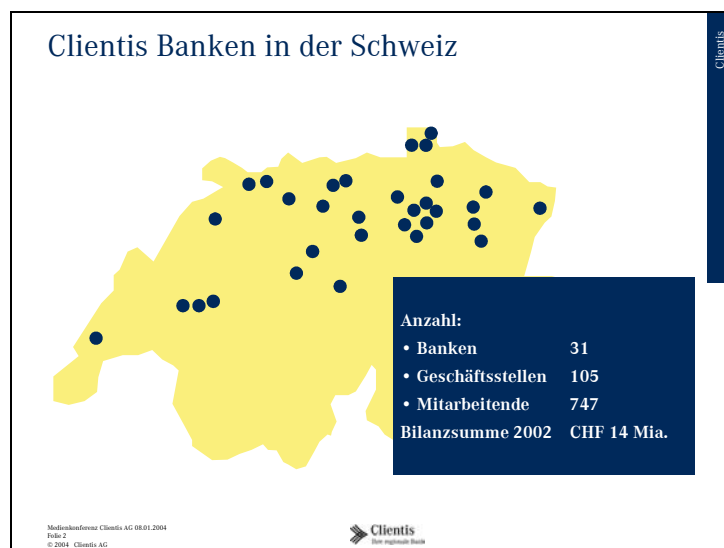
info@clientis.ch
www.clientis.ch

1 Clientis – ein zukunftsweisendes Konzept für Regionalbanken (Rolf Zaugg)

Sehr geehrte Damen und Herren

1.1 Ausgangslage

Vor etwa zweieinhalb Jahren erhielt die RBA-Holding den Auftrag, ein zukunftsfähiges Konzept für kleinere und mittlere Regionalbanken vorzuschlagen. Zusammen mit Vertretern dieser Institute wurde ein überzeugendes und entscheidungsreifes Projekt erarbeitet.



Im vergangenen Frühjahr haben die Generalversammlungen von 31 Banken, die heutigen Clientis Banken entschieden, im vorgeschlagenen Vertragskonzern mitzuwirken. Der Clientis Konzern hat am 1.1.2004 seine operative Tätigkeit aufgenommen.

Die kleineren und mittleren RBA-Banken haben sich in den letzten Jahren qualitativ und quantitativ erfolgreich entwickelt. Auf diesem soliden Fundament wollen sie die künftigen Herausforderungen im Retailbanking aktiv bewältigen. Für alle Beteiligten war von Anfang an klar, dass die Selbständigkeit, die regionale Verankerung und die daraus entstehende Kundennähe, die unabdingbare Basis für den Erfolg sind und bleiben.


Mit der Realisierung des Vertragskonzerns wollen die Clientis Banken den Beweis erbringen, dass sie ihre Zukunft als Regionalbanken positiv beeinflussen und ihre Konkurrenzfähigkeit stärken können.

1.2 Strategische Zielsetzungen der Clientis Gruppe

Strategische Zielsetzungen der Clientis Gruppe

- Direkter Zugang zum Kapitalmarkt realisieren
- erzielen von Kostenvorteilen durch
 - optimale Voraussetzung für die effiziente Nutzung der Informatik
 - Zusammenfassung von logistischen Aufgaben
 - Entlastung von Regulierungsaufgaben
- stärken des Marktauftrittes und Marketings

Medienkonferenz Clientis AG 08.01.2004
Seite 3
© 2004 Clientis AG


Net-Regional-Bank

Die gemeinsame Strategie in der Clientis Gruppe berücksichtigt die künftigen Entwicklungen des Retail-Marktes sowie die Voraussetzungen und Bedürfnisse der Clientis Banken.

Die Clientis Banken konzentrieren sich auf die Beratungs- und Entscheidungskompetenz vor Ort. In den übrigen Bereichen entlasten sie sich durch Zusammenfassung von logistischen Leistungen und erreichen so vorteilhafte Bedingungen für ihr Kostenmanagement. Clientis ist national präsent und regional mit selbständigen Banken gut verankert. Clientis erhöht durch ein wirksames Sicherheitsnetz die heute schon hohe Solidität der mitwirkenden Banken und die Stabilität der gesamten Gruppe. So bieten die Clientis Banken ihren Kunden, den regional agierenden Privatpersonen, KMU und Institutionen, Produkte und Dienstleistungen mit hohem Kundennutzen.

Im Rahmen der Clientis Gruppe werden die folgenden Zielsetzungen verfolgt:

- Ein direkter Zugang zum Kapitalmarkt soll realisiert werden
- Kostenvorteile werden erzielt durch:
 - Schaffung von optimalen Voraussetzungen für die effizientere Nutzung der Informatik
 - Zusammenfassung von logistischen Aufgaben (Backoffice-Funktionen)
 - Entlastung von Regulierungsaufgaben
- Marktauftritt und Marketing werden gestärkt

1.3 Vertragskonzern als innovative Lösung


Clientis

Clientis Gruppe umfasst:

- 31 selbstständige Clientis Banken
- eigenes Kompetenz- und Dienstleistungszentrum (Clientis AG)
- vertragliches Sicherheits- und Solidaritätsnetz

→ Sie bilden zusammen einen Vertragskonzern

Medienkonferenz Clientis AG 08.01.2004
Folie 4
© 2004 Clientis AG



Die Clientis Gruppe hat sich als Vertragskonzern konstituiert. Sie umfasst die folgenden Elemente:

- Die **31 Clientis Banken** bleiben selbständig und behalten ihre bisherige Rechtsform ebenso wie die verantwortlichen Organe vor Ort.
- Sie haben mit der **Clientis AG ein eigenes Kompetenz- und Dienstleistungszentrum** geschaffen. Dieses ermöglicht, zusammen mit den weiteren Elementen des Vertragskonzerns, das Erreichen der Ziele. Die Clientis Banken profitieren von einem effizienten Management im Backoffice und von der zentralen Koordination der Bereiche IT, Controlling, Marketing und Kommunikation. Als Aktionäre «regieren» die Clientis Banken die Clientis AG selbst, sie stellen den Verwaltungsrat der Clientis AG.
- Zu dieser engen Zusammenarbeit sind die Banken bereit, weil die Clientis Gruppe auf gemeinsamen Spielregeln, dem geltenden **Sicherheitsnetz** basiert. Darin garantiert die Clientis AG einerseits alle Verbindlichkeiten der Clientis Banken, andererseits kann sie auf den Beistand aller Clientis Banken zählen. Diese unterliegen strengen Mitgliedschaftsbedingungen, deren Einhaltung von der Clientis AG überwacht wird. Dieses Netz erhöht die Sicherheit für alle Kunden. Die Clientis Banken erhalten ein aussagekräftiges Gütesiegel. Zudem verfügen sie zusammen über mehr als eine Milliarde CHF eigene Mittel. Die Zugehörigkeit zur Clientis Gruppe wird darum das heute schon hohe Vertrauen der Kunden und Eigenkapitalgeber in die Clientis Banken weiter stärken.

Im Unterschied zu herkömmlichen Konzernen gründet der **Vertragskonzern** nicht auf finanziellen Beteiligungen sondern auf vertraglichen Abmachungen.

2 Direkter Zugang zum Kapitalmarkt (Rolf Zaugg)

Aufgrund ihrer Grösse haben die Clientis Banken alleine keinen direkten Zugang zum Kapitalmarkt. Neben den traditionellen Kundengeldern wie Spareinlagen und Kassenobligationen steht ihnen noch die Pfandbriefbank als zusätzliche Refinanzierungsquelle zur Verfügung. Derzeit ist Refinanzierung bei den Retail-Banken dank sehr gutem Kundengelderzufluss nicht ein vordringliches Thema. Wir gehen aber davon aus, dass sich die Situation bei anderen Marktverhältnissen sehr rasch wieder ändern kann. Darum ist das gemeinsame Erreichen der Kapitalmarktfähigkeit eine unserer Zielsetzungen. Durch das konsolidierte Auftreten im Rahmen des Vertragskonzerns erreicht die Clientis Gruppe die notwendige Grösse.


Die Konstruktion des Vertragskonzerns mit dem tragfähigen Sicherheitsnetz und der darauf basierende Kapitalmarktzugang werden sich aber nicht nur bei Kapitalmarktbeanspruchung günstig auswirken, sondern die Entwicklung aller Fremdgelder positiv beeinflussen.

Refinanzierungskonzept

- Finanzierung der Clientis Banken unabhängig von Kapitalmarkttransaktionen der Clientis AG
- Clientis AG bewirtschaftet Liquiditäts- und Zinsrisiken
- Poolen der Finanzanlagen bei der Clientis AG
- ALM Verantwortung bleibt bei Clientis Bank, Instrumente werden verbessert

- Bewährte Zusammenarbeit mit RBA-Zentralbank wird intensiviert

Medienanforderung Clientis AG 08.01.2004
Folie 7
© 2004 Clientis AG



Die Clientis Gruppe wird über die Clientis AG am Kapitalmarkt auftreten. Die Clientis AG wird das Geld aus diesen Transaktionen in den gewünschten Laufzeiten und Stückelungen bei Bedarf den Clientis Banken weitergeben, wobei die Mittel natürlich zuerst intern gepoolt werden. Die Clientis AG wird die sich daraus ergebenden Zins- und Liquiditätsrisiken bewirtschaften. Damit ein effizientes Liquiditätsmanagement, welches heute aus Cash und Collateral Management besteht, durchgeführt werden kann, werden die Finanzanlagen der Clientis Banken bei der Clientis AG gepoolt. So kann die Clientis Gruppe über einen grossen, zentral geführten Collateral Pool verfügen. Die einzelnen Clientis Banken betreiben aber nach wie vor ein eigenes ALM, allerdings mit wesentlich einfacheren und effizienteren Instrumenten. Die Refinanzierungskraft der Clientis Banken wird mit diesem Konzept wesentlich gestärkt.

Wie bereits erwähnt ist das Erzielen von Kostenvorteilen eine der Zielsetzungen der Clientis Gruppe. Diese wollen wir unter anderem durch Zusammenfassung von logistischen Leistungen erreichen. Herr Jean Baptiste Beuret, Direktor der Bank Jura Laufen und Mitglied unseres Verwaltungsrates wird Ihnen dazu nun Erläuterungen geben.

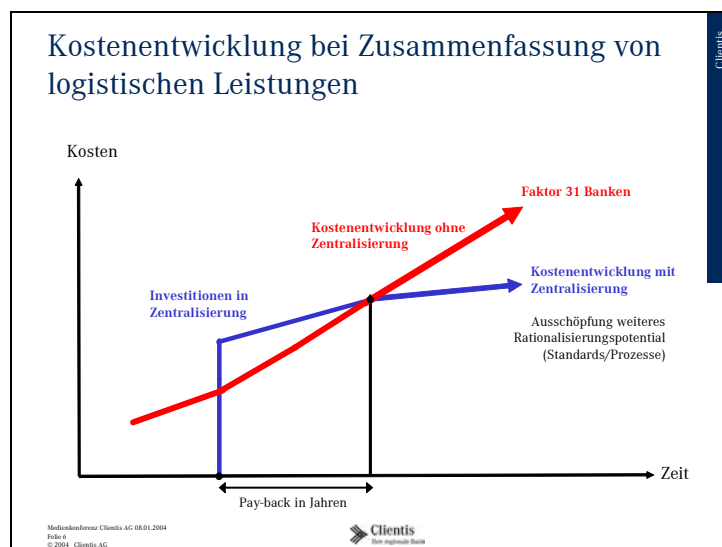
3 Kostenvorteile durch Zusammenfassung von logistischen Leistungen (Jean-Baptiste Beuret)

Sehr geehrte Damen und Herren

Gemäss unserer Strategie sollen sich die Clientis Banken zu vertriebsorientierten Banken entwickeln und sich auf ihre Kernkompetenz, die Kundebetreuung konzentrieren können, während sie die Backoffice-Tätigkeiten zentralen Dienstleistern, prioritär den RBA-Gesellschaften überlassen. Dies setzt eine klare Trennung von Front- und Backoffice voraus. Nur so kann eine Verkaufskultur entstehen, die alle Möglichkeiten am Markt konsequent nutzt.

3.1 Kostenentwicklungen bei Zusammenfassung von logistischen Leistungen

Dabei muss es gelingen, dank Volumenbündelung gemeinsam kostengünstiger zu produzieren. Unsere Berechnungen und Einschätzungen zeigen, dass dies tatsächlich realisiert werden kann.



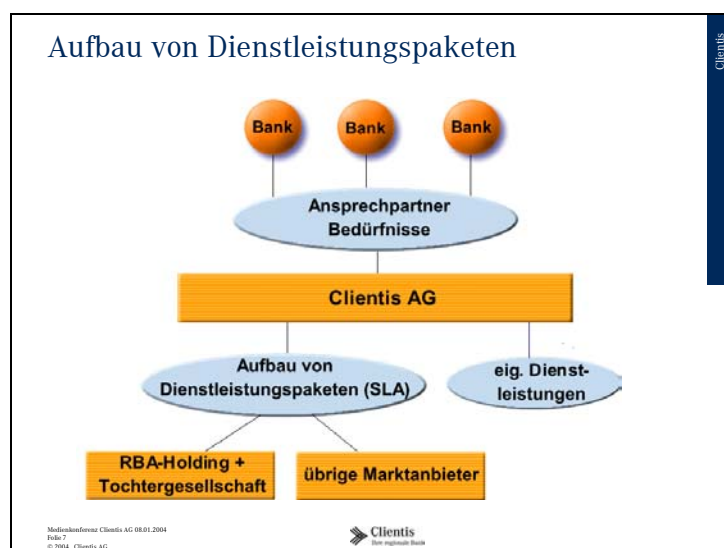
Diese Grafik zeigt den Kostenverlauf wie er sich mit Zentralisierung (blaue Linie) und ohne Zentralisierung (rote Linie) entwickeln wird. Die rote Linie, also die Kostenentwicklung von 31 Clientis Banken ohne Zentralisierung verläuft kontinuierlich aufwärts. Als Einzelinstitut kann diese Kostenentwicklung nur marginal beeinflusst werden.

Anders die blaue Linie. Mit einer Zusammenfassung von logistischen Leistungen wird es gelingen, die Kostenentwicklung massgebend zu beeinflussen. Voraussetzung dazu ist aber, die notwendigen Anfangsinvestitionen in die Optimierung von Prozessen und die Einführung von Standards zu tätigen.

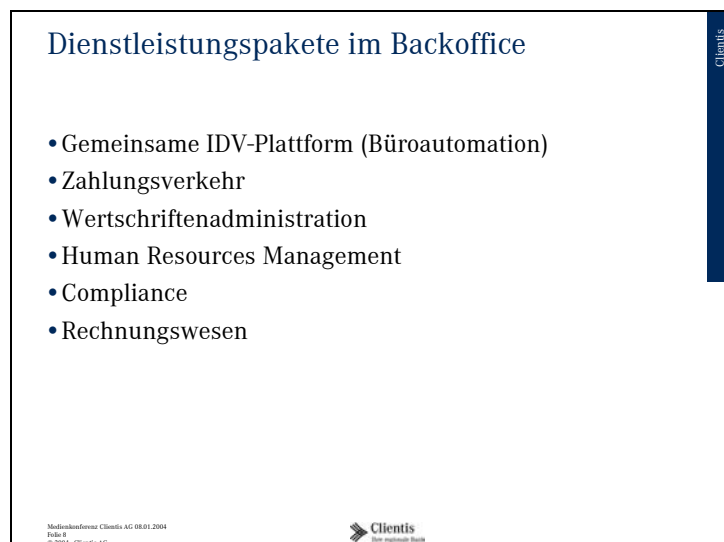
Neben den Kostenvorteilen entstehen aus der Zusammenfassung von logistischen Leistungen weitere wichtige Vorteile für die einzelnen Banken. Die Entwicklung im Banking und in der Informatik wird durch immer kürzere Technologie- und Produktzyklen geprägt und die Anforderungen von Seiten des Regula-

tors werden ständig komplexer und umfangreicher. Diese Entwicklung verlangt in personeller Hinsicht zunehmend nach Spezialisierungen, verbunden mit dem Aufbau von entsprechendem Know-how. Mit diesen dauernden Veränderungen können die Clientis Banken allein nur noch teilweise Schritt halten. Mit der Zusammenfassung von logistischen Leistungen können diese Risiken minimiert werden.

3.2 Aufbau von Dienstleistungspaketen im Backoffice



Die einzelne Clientis Bank hat für die Konzeption ihrer Dienstleistungspakete einen Ansprechpartner, nämlich die Clientis AG. Diese bündelt die Bedürfnisse der Clientis Banken und ist verantwortlich für die Ausgestaltungen der Dienstleistungen. Die Clientis AG erbringt aber die Dienstleistungen nicht selber, sondern sie sucht den geeigneten Dienstleistungserbringer. Da die RBA-Gesellschaften bereits in vielen Teilgebieten über die nötige Infrastruktur verfügen, liegt eine enge Zusammenarbeit nahe. So können kostspielige Doppelspurigkeiten vermieden werden, und die Struktur der Clientis AG bleibt schlank.



Die Übersicht zeigt die mit erster Priorität zur Umsetzung vorgesehenen Dienstleistungspakete. Mit der Vereinheitlichung der IDV (Büroautomation, PCs und Client-Servers sowie Netzwerke) legen wir die Basis für die weiteren Dienstleistungspakete im Zahlungsverkehr und in der Wertschriftenadministration. Das Human Resources Management, Compliance und Rechnungswesen sind ebenfalls Tätigkeiten, die sukzessive gemeinsam abgewickelt werden sollen.

Für den Aufbau und die operative Einführung der Dienstleistungspakete gehen wir von einem Planungshorizont von 3 Jahren aus. Dieser Planungshorizont wird als Zielgrösse für die Umsetzung angestrebt. Die Ausdehnung über einen längeren Zeitraum würde sich negativ auf die Kostenentwicklung auswirken. Eine raschere Umsetzung ist aufgrund der betrieblichen und ressourcenmässigen Voraussetzungen bei den Clientis Banken nicht sinnvoll.


Damit die Clientis Banken aus den Entlastungen im logistischen Bereich den grösstmöglichen Nutzen haben, werden sie eine Reihe von Massnahmen auslösen. Sie werden ihre freiwerdenden Kapazitäten in der Kundenbetreuung einsetzen, Beratungsqualität und -umfang steigern und ihren Kunden als verlässlicher Partner Kontinuität bieten. Die Mitarbeiter werden durch Ausbildungsmassnahmen unterstützt.

4 Vorteile der Clientis Gruppe aus Sicht einer Clientis Bank (Jean-Baptiste Beuret)

Für mich als verantwortlicher Bankleiter stehen zusammenfassend die folgenden Vorteile im Vordergrund, die unsere Bank bewegen haben, sich dem Clientis Vertragskonzern anzuschliessen:

Vorteile Clientis Gruppe für Clientis Banken

- Gestärkte Wettbewerbsfähigkeit
- optimierte Kostenstruktur dank Volumenbündelung
- Entlastung von Regulierungsaufgaben
- Konzentration auf die Stärke an der Front
- Kapitalmarktfähigkeit mit positiver Wirkung für das ganze Bankgeschäft
- starker Marktauftritt und Kundengewinn durch koordiniertes Marketing
- neue Perspektiven dank Wachstumspotenzial

Medienkonferenz Clientis AG 08.01.2004
Seite 9
© 2004 Clientis AG

Wir versprechen uns eine gestärkte Wettbewerbsfähigkeit. Diese erreichen wir durch eine verbesserte Kostenstruktur dank Volumenbündelung. Wir werden von den zunehmenden Regulierungsaufgaben durch eine effiziente gemeinsame Abwicklung entlastet. Die Umsetzung des vorgestellten Geschäftsmodells wird erlauben, unsere Kräfte auf unsere Kunden zu konzentrieren. Wenn wir die Kapitalmarktfähigkeit in der Gruppe erreichen, wird dies positive Auswirkungen auf das übrige Bankgeschäft haben.

Die Banque Jura Laufon tritt als Pilotbank bereits seit Mitte 2003 mit der neuen Dachmarke auf. Unsere Erfahrungen zeigen eindeutig, dass dieser neue Marktauftritt unser Geschäft positiv beeinflusst. Wenn im laufenden Jahr noch die koordinierten Marketingaktivitäten dazu kommen, sehe ich zusätzliche positive Perspektiven: Die bestehenden Kundenbeziehungen können vertieft werden und zusätzliches Wachstumspotential wird eröffnet.

Herr Hans-Ulrich Stucki, Direktor der Clientis AG, wird Ihnen nun den Marktauftritt vorstellen und Sie über die geplanten operativen Tätigkeiten orientieren.

5 Gemeinsamer Marktauftritt (Hans-Ulrich Stucki)

Sehr geehrte Damen und Herren

5.1 Marktauftritt

Fehler! Es ist nicht möglich, durch die Bearbeitung von Feldfunktionen Objekte zu erstellen.

Der gemeinsame Marktauftritt ist integraler Bestandteil unserer Strategie. Hier wird der Aufbruch auch für die Kunden sichtbar. Seit Anfang Jahr treten die Clientis Banken mit der gemeinsamen Dachmarke auf und stellen diese ihrem Namen voran. Dabei werden die gewachsenen Identitäten berücksichtigt.

Die Vorteile der Dachmarke liegen in einer höheren Kommunikationsproduktivität. Bekanntheitsgrad und Verankerung bei bestehenden und potenziellen Kunden werden gesteigert. Die Wiedererkennbarkeit ist deutlich höher als wenn jede Bank für sich alleine mit ihrer bisherigen Marke auftreten würde und lediglich in der Kommunikation auf ihre Zugehörigkeit zur Clientis Gruppe hinweisen würde.

Gerne stelle ich Ihnen die einzelnen Elemente des Marktauftrittes kurz vor.

Fehler! Es ist nicht möglich, durch die Bearbeitung von Feldfunktionen Objekte zu erstellen.

Hauptziel der gemeinsamen Strategie ist die konsequente Ausrichtung auf unsere Kunden. Darum bringen wir mit „Clientis“ die Kundenorientierung direkt in unserer Dachmarke zum Ausdruck. Die Dachmarke kann sowohl Deutsch wie Französisch ausgesprochen werden und lässt sich gut mit den bestehenden, traditionellen Banknamen kombinieren.

Die Kombination mit den bestehenden Namen dokumentiert die regionale Verankerung und überträgt die bisherigen, vertrauten Markenwerte auf die Dachmarke.

Das verbindende Markenzeichen symbolisiert einerseits die vorwärtsgerichtete Dynamik der Bankengruppe und andererseits steht es auch als Gütesiegel für die in der Gruppe vernetzten Banken.

Als zusätzliche Elemente setzen wir Farbe und Grafik ein. Wir verzichten bewusst auf eine Hausfarbe, der Einsatz verschiedener definierter Farben und das Spiel mit den graphischen Elementen zeichnen unseren Marktauftritt aus.

Die folgenden Folien geben Ihnen einen Eindruck unseres Marktauftrittes:

Die neue Dachmarke lancieren wir seit Anfang Jahr in den Printmedien und mit Plakaten.

Plakate der Imagekampagne



Medienkonferenz Clientis AG 08.01.2004
Folie 19
© 2004 Clientis AG



Der Marktauftritt ist aber nur ein äusserlich sichtbares Zeichen. Für den Erfolg am Markt ist eine konsequente Marktbearbeitung ebenso entscheidend. Die Clientis AG wird den Banken professionellen Support in der Marktbearbeitung bieten. Sie ist Bindeglied zwischen den Clientis Banken und den internen sowie externen Leistungserbringern. Ziel ist ein vereinheitlichter Marketingprozess, der den Clientis Banken erlaubt, Synergien zu nutzen und im Markt effizienter zu werden. Priorität im 2004 hat dabei die Marktdurchdringung bei den bestehenden Kunden.

5.2 Aufgaben der Clientis AG

Aufgabengebiete der Clientis AG

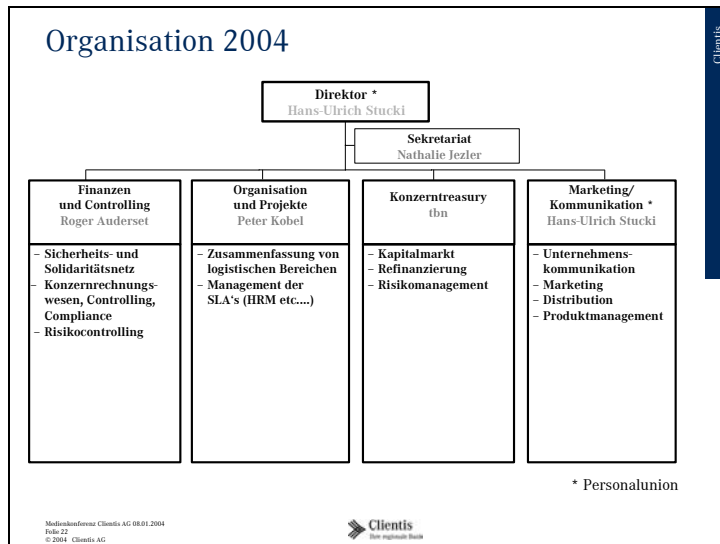
- Kapitalmarkt, Refinanzierung, Risikomanagement
- Marketing und Produktmanagement
- Zusammenfassung von logistischen Bereichen
- Unterhalt Sicherheits- und Solidaritätsnetz
- Konzernrechnungswesen, Controlling, Compliance

Medienkonferenz Clientis AG 08.01.2004
Folie 21
© 2004 Clientis AG



Die Aufgabengebiete der Clientis AG sehen sie auf der aufgeblendeten Folie. Der ganze Bereich Kapitalmarkt, Refinanzierung und Risikomanagement ist, wie Herr Zaugg bereits ausgeführt hat, von eminenter Wichtigkeit für die erfolgreiche Umsetzung der Strategie der Clientis Gruppe. Zum Marketing und zur Zusammenfassung von logistischen Leistungen haben wir uns bereits geäussert. Der Unterhalt des Sicherheitsnetzes gehört ebenso zu den Aufgaben der Clientis AG wie das gesamte Konzernrechnungswesen. Als

Vertragskonzern werden wir für das Geschäftsjahr 2004 eine konsolidierte Rechnung ablegen. Mit allen nötigen Vorbereitungsarbeiten sind wir auf Kurs.



Die aufgeblendete Folie zeigt die Organisation der Clientis AG

Für das Jahr 2004 stehen zwei Stossrichtungen im Vordergrund:

- gemeinsamer Marktauftritt mit dem koordinierten Marketing
- erste gemeinsame Abwicklungen von Backoffice Aufgaben

Das Ziel, die Kapitalmarktfähigkeit zu erreichen bleibt unverändert zentral, hat aber heute eine etwas geringere Dringlichkeit. Diese Ziele wollen wir mit der schlanken Struktur von rund 6 Mitarbeitern zusammen mit den externen Dienstleistungserbringern erreichen.

Ich freue mich nun, das Wort an Herrn Pius Schwegler, CEO der RBA Holding, weiter zu geben.

RBA HOLDING

**Kooperation
steigert den Verbundnutzen**

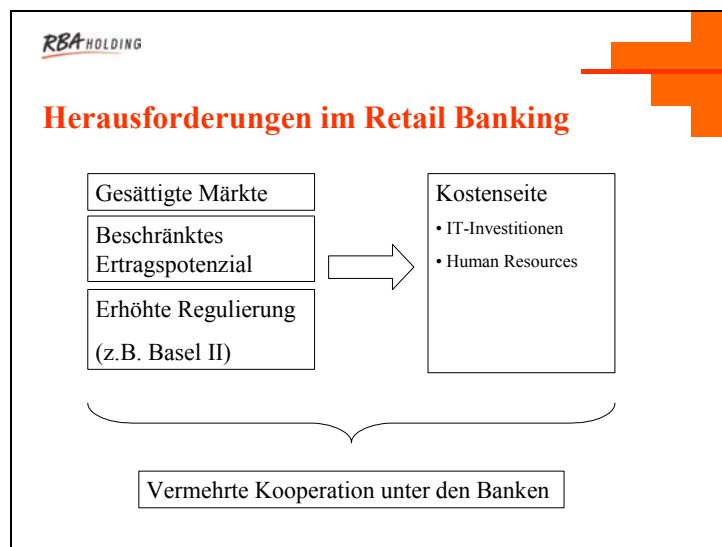
Zürich, 8. Januar 2004

Pius Ch. Schwegler
Vorsitzender Geschäftsleitung RBA-Holding

6 Kooperation steigert den Verbundnutzen (Pius Schwegler)

6.1 Herausforderungen und Chancen im Retail Banking

Retail Banking ist nicht mondän. Es ist nicht glamourös wie zuweilen Investment Banking oder Private Banking, sondern harte Knochenarbeit. Im Prinzip geht es darum, Geld entgegenzunehmen und gegen einen Risikoaufschlag weiterzuleiten. Retail Banking ist also *Handwerk*, biederes Handwerk, aber bezüglich Qualifikation hochtechnologisch unterstütztes Handwerk.



Die Welt der Regionalbanken, der Banken der RBA-Gruppe, und damit die Welt der Clientis Banken ist vor allem die Welt des Retail Bankings. Hier sind die Märkte gesättigt, deshalb ist auch das Ertragspotenzial begrenzt. Umso mehr kommt es auf die Kostenseite an. Die Kostenseite, die zum Beispiel IT heisst oder Personal.

Die Politik der RBA-Banken ist auf Kontinuität ausgerichtet. Die Priorität liegt auf der Kundenbindung, sie liegt auf der Qualität und nicht auf der Quantität. Die RBA-Banken sind mit dieser Politik gut gefahren. Dies ist jedoch kein Grund, übermütig zu werden oder sich auf den Lorbeeren auszuruhen.

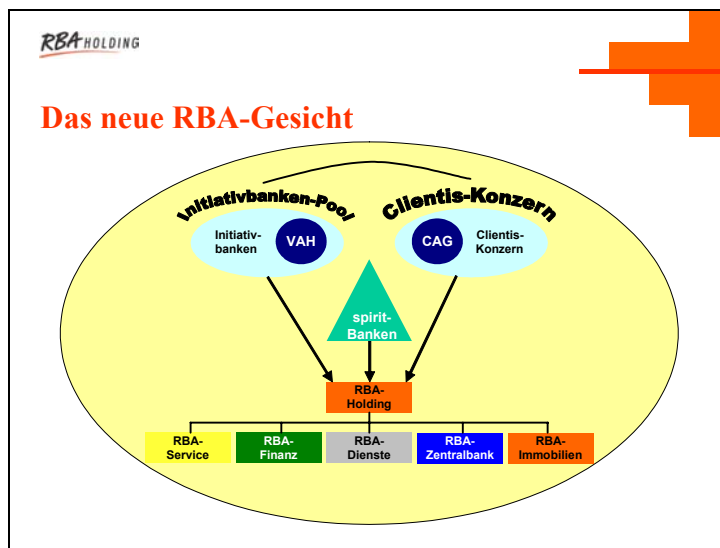
Denn die Zukunft hält neue Herausforderungen bereit: Die Ansprüche der Kunden an Produktangebot und Beratung werden weiter steigen. Dies bringt die verstärkte Konkurrenz im Retail Banking mit sich wie auch die rasante Entwicklung in der Informationstechnologie, die immer neue Möglichkeiten eröffnet. Dazu kommen erhöhte Anforderungen der Regulierung. Ich denke hier auch an Basel II.

Diese Tendenzen fordern Management und Mitarbeitende zusätzlich, vor allem aber lösen sie Investitions- und Kostendruck aus. Gleichzeitig ist aber eine günstige Cost/Income-Ratio von entscheidender Bedeutung, um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Kosten im Griff haben, das ist das Wichtigste. Und dies trotz steigender Anforderungen an die Ressourcen.

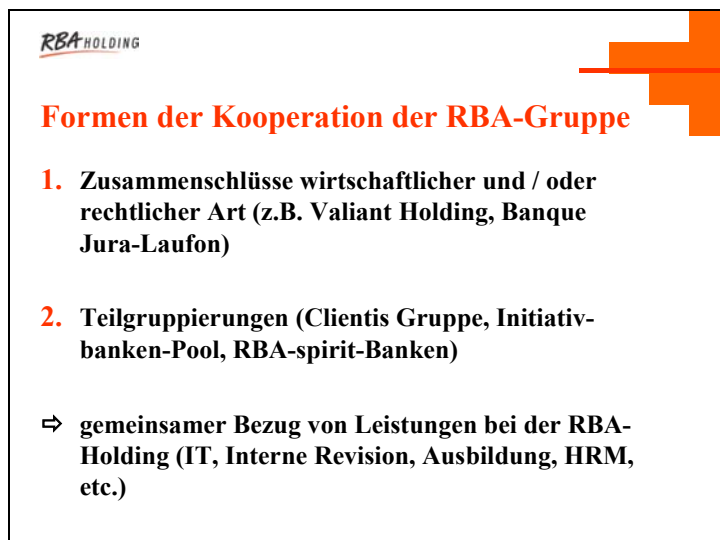
Auf der Ertragsseite sind, wie ich vorher schon durchblicken liess, im Retail Banking Grenzen gesetzt.

Vor diesem Hintergrund hat in den letzten Jahren im gesamten Retail Banking eine strategische Neuausrichtung stattgefunden – die RBA-Gruppe ist da keine Ausnahme. Tatsächlich wird es tendenziell für eine Bank immer schwieriger, sich im Alleingang zu behaupten. Die Lösung dieses Problems liegt in der Kooperation. Welche Wege stehen hier den RBA-Banken offen?

Die RBA-Banken kennen verschiedene Formen der Kooperation.



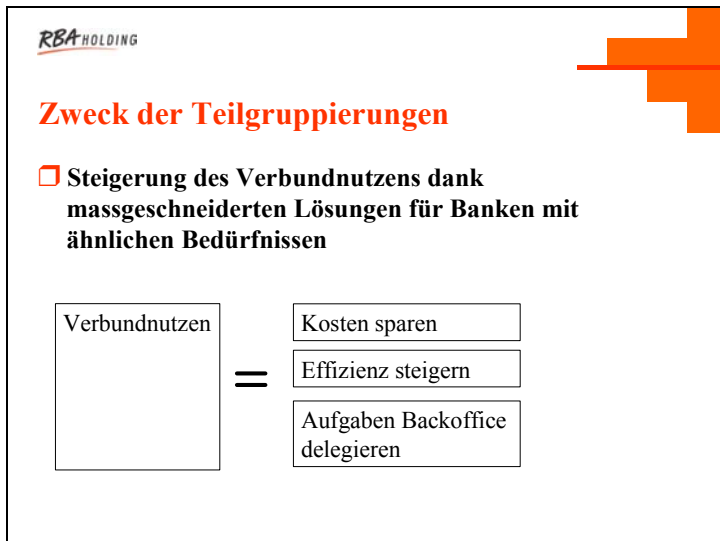
Sie alle zusammen bilden eine Gruppe, die RBA-Gruppe. Die RBA bildet das Gefäß bzw. sinnbildlich den Kopf für die einzelnen Banken und Teilgruppierungen. Dieser Zusammenhalt ist unbestritten und auch unter dem Aspekt des Verbundnutzens sehr wichtig. Alle Banken der RBA-Gruppe beziehen gemeinsam Leistungen, welche die RBA-Holding bzw. ihre Tochtergesellschaften RBA-Service, RBA-Zentralbank, RBA-Dienste und RBA-Finanz erbringen. Das sind zum Beispiel die gemeinsame Informatik, die gemeinsame Interne Revision, gemeinsame Vorsorgeprodukte oder zentrale Dienstleistungen im Bereich Ausbildung und Human Resources. Zudem ist der Ausbau von umfassenden Dienstleistungen im Bereich Zahlungsverkehr, Wertschriftenverarbeitung und Rechnungswesen geplant.



Eine nahe liegende Form der Kooperation besteht im wirtschaftlichen und/oder rechtlichen Zusammenschluss von zwei oder mehreren Instituten. Das bekannteste Beispiel neueren Datums ist der Zusammenschluss der grossen RBA-Banken IRB Interregio Bank, Luzerner Regiobank, Valiant Bank und Valiant Privatbank unter dem gemeinsamen Dach der Valiant Holding. Solche Zusammenschlüsse und Fusionen, wovon es in der RBA-Gruppe in den letzten Jahren etliche gab (swissregiobank, Bernerland Bank, Bank Huttwil, Banque Jura-Laufon), stärken die Chancen und die Wettbewerbsfähigkeit der betroffenen Institute. Die zahlenmässige Reduktion der Regionalbanken ist somit ein Zeichen der Vitalität und Stärke und keineswegs ein Zeichen der Schwäche.

Eine weitere Form der Kooperation, die von der RBA-Holding stark unterstützt wird, besteht in der Bildung von Teilgruppierungen. Teilgruppierungen sind Zusammenschlüsse von RBA-Banken mit vergleichbaren Bedürfnissen und Geschäftstätigkeiten. Teilgruppierungen entschärfen die Problematik der Heterogenität und erleichtern die Führbarkeit der RBA-Gruppe. Auch deshalb freuen wir uns, dass die Clientis Gruppe nach mehrjähriger Vorbereitungszeit anfangs Januar operativ starten konnte.

Eine andere Teilgruppierung ist der Initiativbanken-Pool. Er vereinigt die zehn grössten RBA-Banken mit samt den erwähnten Mitgliedern der Valiant Holding. Vor kurzem haben sich schliesslich alle anderen Institute zur Teilgruppierung der RBA-spirit-Banken zusammengeschlossen. Heute gehören sämtliche RBA-Banken einer der drei Teilgruppierungen an: dem Initiativbanken-Pool, den RBA-spirit-Banken oder der Clientis Gruppe, die heute im Zentrum der Information steht.



Der Zweck ist bei jeder Teilgruppierung im Prinzip der gleiche: Sie sind Foren für RBA-Banken mit ähnlichen Bedürfnissen und dienen dazu, gemeinsame massgeschneiderte Lösungen zu erarbeiten. Lösungen also, die auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Mit dem Beitritt profitiert damit jede Bank von einem wesentlich gesteigerten Verbundnutzen. Das heisst: Je mehr Leistung und je umfassender diese Leistung gemeinsam erbracht werden kann, desto höher der Nutzen für jede einzelne Bank, der sich direkt auf der Kostenseite niederschlägt.

Selbstverständlich entscheidet bzw. entscheidet jede RBA-Bank selbst darüber, ob überhaupt und welche Form der Kooperation sie eingehen will. Die Verbundenheit innerhalb der verschiedenen Teilgruppierungen ist unterschiedlich. Am weitesten fortgeschritten sind die Valiant Holding als Finanz-Konzern mit entsprechend konsequenter Konzernführung und die Clientis Gruppe als tragfähiger, innovativer Vertragskonzern.

Wichtig ist in diesem Zusammenhang der Hinweis, dass die einzelnen Teilgruppierungen sowohl im Innen- als auch im Aussenverhältnis durchlässig sind. Das bedeutet, man kann innerhalb einer Teilgruppierung fusionieren, man kann austreten und man kann auch in eine andere Teilgruppierung eintreten.

Alle diese erwähnten Formen der Kooperation entwickeln sich weiter mit dem Ziel, die gegenwärtige wirtschaftliche Fitness der RBA-Banken für die Zukunft zu sichern. Die erfreulichen finanziellen Verhältnisse und die starke Eigenmittelbasis gewähren den RBA-Banken und der RBA-Holding zusätzlichen Handlungsspielraum, um die Herausforderungen rasch und wirksam anzupacken.

Es ist unser Ziel, die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit der RBA-Banken sicherzustellen. Und die Entscheidungsfähigkeit der ganzen Gruppe zu stärken. Ich bin überzeugt, dass wir unser Ziel erreichen werden.

Die Geburt der Clientis Gruppe bedeutet für den ganzen RBA-Verbund ein erfreulicher Schritt. Der Vertragskonzern stärkt die Clientis Banken als sehr namhaften Teil der RBA-Gruppe. Ich bin überzeugt, dass der Clientis-Weg Erfolg bringen wird. Die RBA-Bankengruppe insgesamt wird dadurch an Vitalität und Attraktivität gewinnen.

7 Schlussbemerkungen Clientis – Gesamtbeurteilung (Rolf Zaugg)

Mit der **Clientis Gruppe** entsteht ein mächtiger Eigenmittelverbund. Wo dies vorteilhaft ist, tritt die Gruppe auf konsolidierter Ebene auf. Basis bildet das Sicherheits- und Solidaritätsnetz. Die erhöhte Sicherheit aus Kundensicht führt zu einem Vertrauensgewinn, der im Markt konkrete Vorteile bringt. Die Clientis Gruppe bietet neue Perspektiven für die Entfaltung der Clientis Banken.

Die **selbstständigen Clientis Banken** nutzen ihre Verankerung in der Region als strategischen Erfolgsfaktor. Die bestehenden Besitzverhältnisse, die eigenen Rechtsträger in ihrer bisherigen Struktur (GV), die strategische Verantwortung (VR) wie auch die operative (GL) – all dies bleibt vor Ort. Die Kräfte können auf Führung und Front, auf die Kunden, konzentriert werden.

Mit der **Clientis AG** (gemeinsame Institution der Gruppe) haben die Banken ein eigenes Kompetenz- und Dienstleistungszentrum geschaffen. Es wird von den Clientis Banken selbst «regiert». Mit der Zusammenfassung von logistischen Leistungen ermöglicht die Clientis AG den Clientis Banken, ihre Kostenstruktur zu optimieren. Sie sichert ihnen umfassende zentrale Dienstleistungen zu kostengünstigen Ansätzen.

Die Clientis Gruppe bündelt ihre Verarbeitungsvolumen um so innerhalb der **RBA-Gruppe** von Skaleneffekten profitieren zu können und den Aufbau von doppelten Strukturen zu vermeiden. Clientis versteht sich in jeder Hinsicht als offene und transparente Plattform innerhalb der RBA-Gruppe und leistet einen Beitrag an die positive Weiterentwicklung der RBA-Banken.

Wir sind überzeugt, dass es richtig ist, die im Konzept vorgezeichneten Ideen rasch und vollständig umzusetzen. Die Ausgangslage dazu ist gut. Die Clientis Banken haben heute eine hohe Eigenkapitalbasis und sind finanziell prosperierend. Der Zeitpunkt für Investitionen in ein neues Geschäftsmodell ist darum günstig.

Mit dem Vertragskonzern haben wir uns auf einen gemeinsamen Weg begeben. Es ist ein Weg mit Veränderungen – es sind Veränderungen, die uns dem Ziel näher bringen, nämlich unsere Zukunft positiv zu beeinflussen. Wir wissen aber auch, dass dieser gemeinsame Weg ein hohes Mass an Handlungsbereitschaft und Durchstehvermögen verlangt. Alle meine bisherigen Erfahrungen in der Konzeption und danach in der Realisierungsphase haben mir gezeigt, dass die Clientis Banken diese Eigenschaften besitzen.

Danke für Ihr Interesse



Medienanforderung Clientis AG 08/01/2004
Folia 29
© 2004 Clientis AG



Gerne stehen wir Ihnen nun für Ihre Fragen zur Verfügung.