

Sperrfrist: Freitag, 28. Mai 2010, 12.00 Uhr

Es gilt das gesprochene Wort!

Originalsprache: Deutsch

103. Generalversammlung des Verbands Schweizerischer Kantonalbanken vom 28. Mai 2010 / Ansprache von Hanspeter Hess, Direktor VSKB

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

„**In der Krise beweist sich der Charakter**“, dieses Zitat von Alt-Bundeskanzler Helmut Schmidt kam mir in den Sinn, als ich kürzlich den Jahresabschluss 2009 der Kantonalbanken-Gruppe in den Händen hielt. Spricht dieses bon mot doch Kontinuität, Glaubwürdigkeit und Vertrauen an. Es sind dies Werte, welche die Kantonalbanken gemäss allgemeiner Wahrnehmung für sich in Anspruch nehmen dürfen: Zu Recht, wie der letzte Jahresabschluss belegt. Die nachfolgenden Eckwerte beziehen sich auf die Konzernzahlen.

Jahresabschluss 2009

Die Kantonabanken schliessen das Geschäftsjahr 2009 mit einem sehr erfreulichen Ergebnis ab. Neben der Steigerung ihrer Ertragskraft konnten sie auch ihre starke Marktstellung weiter festigen. Der Jahresgewinn stieg um eindruckliche 17,3 Prozent. Der Bruttogewinn verbesserte sich um 10,8 Prozent. Damit geht der Jahresabschluss 2009 als drittbestes Ergebnis in die Erfolgsgeschichte der Kantonalbanken ein und dies, trotz weiterhin angespannter Wirtschaftslage.

Das Versprechen, für die KMU ein zuverlässiger und bodenständiger Partner zu sein, muss im täglichen Geschäft eingelöst werden. Die Kantonalbanken konnten den Tatbeweis auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten einmal mehr erbringen. Die Befürchtung einer allfälligen Kreditklemme hat sich nicht bewahrheitet, gleichzeitig bleiben die Kantonsinstitute ihrer bewährten Kredit- und Risikopolitik verpflichtet.

Sie konnten zudem ihre führende Marktposition im Hypothekargeschäft mit einem überdurchschnittlichen Wachstum von 6,8 Prozent weiter erfolgreich ausbauen. Dabei wird den definierten Belehnungsgrundsätzen und einer nachhaltigen Tragbar-

keit Rechnung getragen. So bleibt die Qualität des Kreditportefeuilles erhalten und mögliche, durch die Finanzierung mitgeförderte Fehlentwicklungen der Immobilienpreise lassen sich vermeiden.

Von der Ertragsstärke und den guten Ergebnissen der Kantonalbanken profitieren Kantone, Mitarbeitende, private Anleger wie auch der Bund. 2009 haben die Kantonalbanken (nur Stammhäuser) eine direkte Wertschöpfung von rund 6,2 Milliarden Franken erarbeitet. Die Mitarbeitenden der Kantonalbanken partizipieren mit rund 2,7 Milliarden Franken an der Wertschöpfung ihrer Arbeitgeber. Ca. 2,8 Milliarden Franken gehen in Form von Ausschüttungen, Steuern und (rechnerischen) Unternehmenswertsteigerungen an die Kantone. Auf die Minderheitseigner entfallen rund 650 Millionen Franken. Zusätzlich gehen Steuern in der Höhe von 85 Millionen Franken an den Bund.

Ich möchte hier angesichts des international viel diskutierten Verhältnisses zwischen der öffentlichen Hand und den Banken bewusst einen Kontrapunkt setzen: Das Modell der Trägerschaft der Kantonalbanken hat sich mit seiner nachhaltigen Ausrichtung zu Gunsten aller bewährt: Für die Realwirtschaft, indem in jeder Phase der Krise ein Partner – auch für Kredite – verfügbar war. Den Privatkunden stand und steht eine glaubwürdige und stabile Bank für die Anlage ihrer Ersparnisse zur Verfügung. Die Finanzbranche konnte ihrerseits von der Stabilität und der unbeschädigten Reputation der Kantonalbanken wie auch von den durch diese mitgetragenen Stabilisierungsmassnahmen profitieren. Und das alles ging – wie die vorher erwähnten Zahlen zeigen – keineswegs zu Lasten der Kantone als Träger – nicht als Nothelfer! – dieser Banken!

Attraktive KB-Valoren

Obwohl – oder gerade weil – kaum je im Rampenlicht, möchte ich im Folgenden aber auch die Frage der Kantonalbankentitel als Investment für Private etwas genauer beleuchten. So herrschte bis anhin die weitläufige Auffassung vor, dass KB-Titel sich vor allem durch zwei Merkmale auszeichnen: Kursstabilität und Langeweile.

Nicht erst durch die aktuelle Finanzkrise ist diese Einschätzung in erheblichem Masse zu korrigieren. So zeigt sich – und, was viele erstaunen mag, nicht nur in der krisengeprägten kurzen Frist – dass Kantonalbank-Titel performance-starke Wert-

schriften sind, die einen Vergleich mit sogenannten Blue Chips nicht zu scheuen brauchen.

Dass Banken-Titel für den Anleger kein Verlustgeschäft sein müssen, sondern mit den Kantonalbanken-Titeln attraktive Alternativen zu international tätigen Grossinstituten bestehen, war denn auch erst kürzlich Tenor eines Beitrags im Tagesanzeiger (Beitrag von Francois Bloch in der Ausgabe vom 14.4.2010).

Auch andere Medienschaffende gelangen zu der Auffassung, dass den gesamthaft 11 an der Börse kotierten Valoren der Kantonalbanken zu wenig Beachtung geschenkt wird, obwohl sie sich deutlich weniger volatil als der Markt verhalten und als Portefeuille-Stabilisatoren gelten. Ja mehr noch: Sie haben den Bankenindex und selbst den Gesamtmarkt bei einem längeren Anlagehorizont outperformed.

Es wird sich weisen, wie gut das Gedächtnis der Anleger, aber auch der Medien ist, wenn wir wieder ein „normales“ Umfeld haben. Es würde mich nicht überraschen, wenn viele wieder rasch dem vermeintlichem Reiz von hohen Eigenkapitalrenditezielen und kurzfristiger Performance erliegen und die KB-Titel wieder als „Mauerblümchen“ und „langweilig“ beurteilt werden. Ich lasse mich aber gerne vom Gegenteil überzeugen.

Neue Werbekampagne

Im zweiten Teil meiner Ausführungen gehe ich kurz auf einige aktuelle Tätigkeiten und Themen des VSKB ein: Für die erfolgreiche Positionierung der Kantonalbanken ist von enormer Wichtigkeit, dass ihre zentralen Werte koordiniert und auch auf nationaler Ebene kommuniziert werden.

Die Image-Kampagne der KB-Gruppe nimmt daher in den Aktivitäten des VSKB seit über drei Jahrzehnten einen wichtigen Platz ein. Schon früh haben sich die Verbands-Mitglieder darauf geeinigt, die Marke Kantonalbank gemeinsam zu führen und zu bewerben – lange bevor die Banken mit Seminar- und Beratungsangeboten zu Markenführung und Brandmanagement überhäuft wurden. Wir sind uns in der Gruppe bewusst, dass ein gemeinsamer Auftritt notwendig ist, um die KB-Marke zu stärken und ihren Bekanntheitsgrad zu erhalten. Der gemeinsame Auftritt mit einer über-

greifenden Dachwerbung wird ergänzt durch Marketing- und Werbeaktivitäten der einzelnen Kantonalbank auf lokaler Ebene.

Wie Sie sicherlich schon bemerkt haben, wurde Anfang des Jahres das bisherige Kommunikationskonzept «Das erste verdiente Geld» durch das neue Konzept «Erfolg» abgelöst. Neben den Markenwerten Kundennähe und Kontinuität wird mit der neuen Imagekampagne die Kompetenz der Kantonalbank – insbesondere im Anlagebereich – in den Mittelpunkt gerückt. Die von der Werbeagentur Spillmann/Felser/Leo Burnett AG entwickelte Kampagne baut auf dem Gedanken auf, dass Erfolg für jeden Menschen etwas anderes ist und aus sehr unterschiedlichen Facetten besteht. Niemand versteht dies so gut wie die föderalistisch geprägten und lokal ausgerichteten Kantonalbanken. Wir besitzen die nötige fachliche, regionale und soziale Kompetenz und sind nahe bei den Menschen. Aber verschaffen Sie sich doch bitte selbst einen Eindruck von unseren neuen TV-Spots.

Aktivitäten der Geschäftsstelle VSKB

Ich komme zu weiteren Aktivitäten der Geschäftsstelle: Die Gruppe der Kantonalbanken verfügt über eine Vielzahl erfolgreicher Gemeinschaftswerke. Nicht nur die Positionierung dieser Unternehmen im Markt, sondern auch Fragen der Eigenerpolitik und Governance sind regelmässig zu überprüfen. Das Thema **Eigenerpolitik bei Gemeinschaftswerken** bildete einen wichtigen Schwerpunkt der jüngsten Verbandsaktivitäten.

Auch **regulatorische Themenstellungen** bleiben im Zentrum unseres Fokus. Unsere Forderung nach einer differenzierten Regulierung, die den Anliegen der in-landorientierten Retailbanken Rechnung trägt, hat bisher Gehör gefunden.

Es erschien uns auch sinnvoll, eine intensivierete Auseinandersetzung über die erwartete Entwicklung des Bankenmarktes bis zum Jahr 2015 anzustossen. Im Rahmen einer zusammen mit der Beratungsgesellschaft Accenture realisierten **Bankenstudie** ging es um sich ergebende Herausforderungen und Chancen, insbesondere auch für die Kantonalbanken. Die Studienergebnisse wurden inzwischen publiziert und liegen am Ausgang für Sie auf.

Abschliessend möchte ich noch auf durch unseren Verband organisierte **Tagungs-Aktivitäten** hinweisen, die in den letzten Monaten eine Intensivierung erfahren haben. Sie sind ein wichtiges Instrument der internen Kommunikation zu und zwischen den Mitgliedbanken. Dazu gehören thematische Sitzungen, an denen über aktuelle Themen informiert und diskutiert wird, wie etwa die Investor-Relations-Tagung, der Mehrwertsteuer-Workshop oder die Präsentation der Marktforschungsergebnisse. Ergänzend organisiert der VSKB verschiedene Jahrestagungen für Vertreterinnen und Vertreter aus Fachbereichen bei den Kantonalbanken, wie etwa das Jahrestreffen Wertschriftengeschäft, die Legal- und Compliance-Tagung, die Steuer-tagung, das Marketingsymposium oder die Medien- und PR-Tagung. Zudem werden verschiedene Anlässe für die Führungsgremien der Kantonalbanken durchgeführt wie etwa das Präsidentenforum, das Direktionsforum oder die traditionelle Strategie-tagung, die sich an die CEO der 24 Kantonalbanken richtet. Bei all diesen Veranstaltungen geht es neben der Informationsvermittlung und dem fachlichen Austausch um das punktuelle und gezielte Erkennen und Erarbeiten von gemeinsamen Lösungsansätzen, aber natürlich auch um die Beziehungspflege untereinander.

In diesem Sinn versteht sich der Verband Schweizerischer Kantonalbanken als proaktiver Dienstleister zur Identifikation und Vertretung gemeinsamer Interessen und Positionen, zur Unterstützung und Betonung der Stärken unserer Mitglieder, zur Bündelung von Prozessen und zur erfolgreichen Weiterentwicklung der eigenen Positionierung. Bei der Wahrnehmung dieser Aufgaben sind wir im Kontakt mit den unterschiedlichsten Ansprechpartnern – denen ich bei dieser Gelegenheit für den guten Austausch und das Verständnis für unsere Anliegen danke. An unsere Mitgliedbanken gerichtet freue ich mich, wenn Sie der VSKB auch inskünftig darin unterstützen darf, sich ergebende Chancen zu nutzen! Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.