

Sperrfrist: 15. Oktober 2009, 11.00 Uhr

VSKB-Jahresmedienkonferenz

Es gilt das gesprochene Wort!

15. Oktober 2009

Hanspeter Hess, Direktor Verband Schweizerischer Kantonalbanken:

## **Aktuelle Themen der Kantonalbanken**

Auch ich begrüße Sie herzlich zur diesjährigen Jahresmedienkonferenz. Basierend auf den Ausführungen der beiden Vorredner werde ich auf einige aus Sicht der Kantonalbanken aktuelle Themen eingehen. Lassen Sie mich zunächst im Sinne eines kurzen Rückblicks die geschäftliche Entwicklung der Kantonalbanken im ersten Semester 2009 beleuchten.

### **Erfreuliches Halbjahresergebnis der Kantonalbanken**

Gesamthaft haben die Kantonalbanken nicht nur das Geschäftsvolumen, sondern auch ihr hohes Ertragsniveau trotz schwieriger Rahmenbedingungen weiter ausbauen können. Vor allem im Handelsgeschäft (+367,7%) konnte eine hervorragende Steigerung erwirtschaftet werden. In der Konsequenz stieg der Bruttogewinn auf Basis Konzernabschluss im Vergleich zur Vorjahresperiode um 16,0 Prozent auf 2,2 Milliarden Franken. Der Semestergewinn beträgt 1,37 Milliarden Franken (+10,6%) und liegt damit deutlich über demjenigen der Vorjahresperiode. Das 1. Semester des laufenden Jahres war für die Kantonalbanken eines der besten in der Geschichte – was nun wahrlich nicht viele Banken sagen können.

Die gestärkte Kundenbasis kommt im rekordhohen Zuwachs der Kundengelder um plus 5,4 Prozent bzw. 14,0 Milliarden Franken auf gesamthafte 273,8 Milliarden Franken und im überdurchschnittlichen Ausbau des Hypothekargeschäfts (+3,7%) auf 249,9 Milliarden Franken zum Ausdruck. Ebenfalls konnten die ausserbilanziellen Depotvolumina um markante 8,0 Prozent auf 306,0 Milliarden Franken ausgebaut werden.

Infolge des starken Neugeschäfts haben die Kantonalbanken sowohl in Infrastruktur wie auch zusätzliches Personal in der Kundenberatung investiert. Der Personalaufwand stieg um 7,8 Prozent auf 1,5 Milliarden Franken; der Sachaufwand beläuft sich auf 832,6 Millionen Franken (+2,8%). Die Cost-Income-Ratio beträgt weiterhin sehr

tiefe 51,0 Prozentpunkte (Vorjahr: 53,3%) und liegt damit markant unter dem Branchendurchschnitt.

Schliesslich sei darauf hingewiesen, dass die öffentliche Hand von der langfristig orientierten grossen Wertschöpfung der Kantonalbanken in besonderem Masse profitiert. Rund 2,3 Milliarden Franken wurden für das Geschäftsjahr 2008 in Form von Ausschüttungen und Steuern an die Kantone und Gemeinden überwiesen.

### **Hervorragende Marktforschungsergebnisse für die Kantonalbanken**

Ergänzend zu den Daten des Semesterabschlusses unserer Gruppe komme ich nun zu aktuellen Marktforschungsergebnissen, die wir für das Privatkundengeschäft durch das Marktforschungsinstitut amPuls haben erheben lassen. Betrachtungszeitraum ist ebenfalls das erste Halbjahr 2009. Aus Gründen der Vertraulichkeit und des Respekts gegenüber weiteren an der Umfrage beteiligten Banken und Bankengruppen werde ich hier bewusst auf vergleichende Aussagen verzichten. Ich konzentriere mich auf die wichtigsten Erkenntnisse für die Kantonalbanken.

Bezogen auf die **Marktsituation und -entwicklung** kommt die Umfrage zu folgenden Resultaten: Mit einem Kundenanteil von 46% stehen die Kantonalbanken an der Spitze des Schweizer Privatkundengeschäfts. Der Hauptbankkundenanteil liegt bei 28%, der mit Abstand höchste Anteil im Sample. Sehr erfreulich ist zudem, dass die Kantonalbanken mit 61% auch den höchsten Anteil an Hauptbankkunden am eigenen Kundestamm aufweisen - das heisst, wenn der Kunde eine Kantonalbank als Partnerin wählt, dann ist sie in der Regel auch seine Hauptbank. **Exkurs:** Interessant ist in diesem Zusammenhang auch ein Blick auf die Kundenanteile in den einzelnen Kantonen. **Ende Exkurs.** Auch beim Share of Wallet (Anteil des Gesamtvermögens eines Kunden bei einer Bank), dieser beträgt bei den Hauptbankverbindungen eindrucksvolle 80%, verzeichnen die Kantonalbanken den Spitzenwert der Erhebung.

Ich komme nun zum Aspekt der **Produktnutzung**. Hier zeigt sich, dass die Kantonalbanken mit Anteilen zwischen 31% und 35% über eine starke Stellung bei den Basisprodukten Zahlen und Sparen verfügen. Ebenfalls einen Anteil von 31% weisen sie bei den Hypotheken auf. Die leichte Erhöhung des Kundenanteils bei Wertschriften-Depots um plus 2% Punkte auf gesamthafte 32% ist ebenfalls erfreulich.

Bei der **Kundenbeziehung** verfügen die Kantonalbanken über hervorragende Zufriedenheitswerte (8,5 von 10). Auch der Kundenbindungswert stellt sich mit 71% sehr positiv dar. In der Konsequenz sehen sich die Kantonalbanken mit einer geringen

Wechselbereitschaft ihrer Kunden konfrontiert. Erfreulich hoch fällt die Weiterempfehlungsbereitschaft ihrer Kunden aus. Zudem verfügen die Kantonalbanken noch über einen grossen Anteil an interessanten Entwicklungskunden mit hohem Einkommen und unterdurchschnittlichem Vermögen (38%), welcher Ausschöpfungsmöglichkeiten für die Zukunft bietet. Auch in Bezug auf die Beratungsintensität eröffnen sich für die Kantonalbanken interessante Handlungsoptionen, die es inskünftig zu nutzen gilt.

Den Themenbereich „Marktforschungsergebnisse“ abschliessen möchte ich mit einem Verweis auf die **GfK-Business-Reflector-Analyse 2009**. Der GfK Business Reflector misst auf jährlicher Basis die Reputation der führenden Schweizer Unternehmen (nicht nur Banken!), vergleicht sie und stellt so einen wichtigen Seismografen in der Schweizer Unternehmenslandschaft und eine Orientierungshilfe für jedes dieser Unternehmen dar. Dabei wird zwischen verschiedenen Arten der Reputation unterschieden. In der aktuellen Auswertung 2009 verzeichnen die Kantonalbanken den grössten Reputationsgewinn aller 112 abgefragten Unternehmen. Im Jahr 2008 lagen die Kantonalbanken noch auf Rang 56, dieses Jahr stiessen sie auf den elften Rang vor. Dabei haben sie sich in allen Reputations-Dimensionen deutlich verbessert.

Klaus Gretschmann, Generaldirektor im Generalsekretariat des Europäischen Rates und früherer Wirtschaftsberater des deutschen Kanzlers Gerhard Schröder hat in einem Beitrag zum Wertewandel ausgeführt: „Tradierte alteuropäische Tugenden des ehrbaren Kaufmanns wie Verlässlichkeit, Zuverlässigkeit, Ehrlichkeit, langfristige Geschäftsbeziehungen, Kontinuität, Vertrauen, Rücksicht sind verloren gegangen, ersetzt worden durch Zielgrössen wie Dynamik, Innovation, kurzfristiger Profit“. Ich glaube, dass die im ersten Teil des Zitats erwähnten Werte nicht gänzlich verloren gegangen sind, vielmehr werden sie heute von den Kunden wieder vermehrt geschätzt.

Meine Damen und Herren, die aufgezeigten aktuellen Marktdaten (Halbjahreszahlen, Entwicklung Privatkundengeschäft, KB-Reputation) lassen erkennen, dass sich das Geschäftsmodell der Kantonalbanken nicht nur als krisenresistent erweist, sondern die Stärken und Vorteile der Kantonalbank einem echten Kunden- und Bevölkerungsbedürfnis entsprechen. Aus diesem Grund wird die KB-Gruppe als Ganzes gestärkt aus der derzeitigen Finanzkrise hervorgehen.

### **Die Kräfte der Kantonalbanken bündeln**

Das primär lokal ausgerichtete Geschäftsmodell sowie die Gestaltungsmöglichkeiten einer eigenständigen Rechtsform und Organisation haben sich gerade auch im der-

zeitigen Marktumfeld als Stärke erwiesen. Gleichzeitig gibt es zahlreiche gemeinsame Interessen, die seit Jahrzehnten innerhalb der Gruppe die Basis für koordinierte Ansätze bis hin zu gemeinsamen Tochtergesellschaften bilden. Die Möglichkeiten sind sicher noch nicht vollumfänglich ausgenutzt und es gilt, diese auch in Zukunft seriös zu prüfen. Einerseits aus Gründen der Synergienutzung und Effizienzsteigerung, andererseits aber auch, um aus einer Position der Stärke noch besser für die Funktions- und Wettbewerbsfähigkeit des Finanzplatzes Schweiz eintreten zu können.

Trotz der Individualität jeder einzelnen Kantonalbank stehen alle unsere Mitgliedsinstitute für Werte wie Stabilität, Kundennähe, Kompetenz und eine nachhaltig ausgerichtete sowie transparente Unternehmensstrategie. Sie bieten so der Kundschaft die gewünschte Sicherheit bei der Bankbeziehung. Sie erfüllen aber auch anspruchsvolle Bedürfnisse, sei es im Kreditgeschäft oder im Anlagegeschäft – auch für vermögende Kunden. Auf dieser gemeinsamen Basis wird der Entwicklung und dem Ausbau des koordinierten und gemeinsamen **Marktauftritts der KB-Gruppe** grosse Bedeutung beigemessen. Die Vermittlung gemeinsamer Botschaften und die Stärkung der Dachmarke „Kantonalbank“ stehen dabei im Vordergrund. Dieser Zielsetzung wurde in den letzten Monaten und Wochen besondere Beachtung geschenkt. Die Lancierung einer neuen KB-Dachkampagne ist für Anfang 2010 vorgesehen – lassen Sie sich überraschen.

Für die gemeinsame Weiterentwicklung im operativen Bereich bildet eine einheitliche oder zumindest **fokussierte IT-Landschaft** eine wichtige Basis. Waren die Kantonalbanken noch vor wenigen Jahren auf viele verschiedene Plattformen verteilt, nutzen heute über 2/3 der Institute vollständig oder teilweise die Lösungen finnova oder avaloq resp. sind in Migrationsvorbereitungen. So ist eine wichtige Voraussetzung für weitergehende gemeinsame oder zumindest abgestimmte Vorhaben (sei es in Bezug auf gemeinsame Produkte und Dienstleistungen oder für einheitliche Verarbeitungsprozesse) geschaffen. Ich bin überzeugt, dass die Kantonalbanken die sich bietenden Möglichkeiten in den kommenden Jahren nutzen werden.

Im weiteren verfügt die Gruppe der Kantonalbanken über eine Vielzahl **erfolgreicher Gemeinschaftswerke**. Dazu zählen etwa die Anlage- und Vorsorgeunternehmen der Swisscanto Gruppe, die Pfandbriefzentrale, die Aduno-Gruppe oder die Swiss Bankers Prepaid Services. Nicht nur die Positionierung dieser Unternehmen im Markt, sondern auch Fragen der Eignerpolitik und Governance sind regelmässig zu überprüfen. Zurzeit werden unter Einbezug des VSKB in verschiedenen Gemeinschaftswerken Projekte

verfolgt, um deren Professionalisierung und Positionierung am Markt weiter zu optimieren.

Diese Beispiele zeigen, dass sich die Kantonalbanken mit ihrer Stärke, die sich aus ihrer Eigenständigkeit und lokalen Ausrichtung ergeben, über den eigenen Geschäftsraum hinaus auch für das „Gemeinsame“ einbringen. Einerseits innerhalb der eigenen Gruppe mit dem VSKB als wertvoller Plattform, aber auch auf Stufe des Finanzplatzes Schweiz.

Unser Finanzplatz hat die Krise bis anhin vergleichsweise gut überstanden. Dieses positive Ergebnis beruht auch auf der Stabilität des Geschäftsmodells der Kantonalbanken und ihrer Bereitschaft, - meine Vorredner haben Beispiele erwähnt - Massnahmen zu Gunsten der ganzen Branche und der Schweizer Volkswirtschaft mitzutragen. Bei den anzugehenden Massnahmen und der erforderlichen Bereitschaft der Politik, diese mitzugestalten, profitiert die Branche wesentlich von der unbeschädigten Reputation der inlandorientierten Banken. Die Kantonalbanken haben für die Erarbeitung einer tragfähigen und nachhaltigen Finanzplatzstrategie mehr als nur diesen Reputationsbeitrag zu bieten und sind bereit, sich aktiv einzubringen.

Lassen Sie mich zum Schluss aus einem Beitrag von Philipp Hildebrand und Adair Turner, Präsident der britischen FSA, zitieren: „Höhere Eigenmittel- und Liquiditätspuffer haben zur Folge, dass Banken vielleicht etwas langweiliger erscheinen mögen und eine geringere Eigenkapitalrendite vorweisen, aber sie führen auch zu weniger riskanten und zu – offen gesagt – für die Gesamtwirtschaft wertvolleren Banken.“

Meine Damen und Herren, auch bevor die angekündigten neuen Eigenmittel- und Liquiditätsregeln in Kraft treten werden, gibt es in der Schweiz diese wertvolleren Banken schon! Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.