



VP Bank Gruppe  
18. März 2014

---

# VP Bank Gruppe Jahresergebnis 2013

SIX Swiss Exchange



**Begrüssung**  
**Fredy Vogt**  
**Präsident des Verwaltungsrates**

# Programm

1

## Begrüssung

Fredy Vogt, Präsident des Verwaltungsrates

2

## Jahresergebnis 2013

Siegbert Näscher, Chief Financial Officer

3

## VP Bank: Umsetzung Strategie

Alfred W. Moeckli, Chief Executive Officer

4

## Fragen und Antworten

Fredy Vogt, Präsident des Verwaltungsrates  
Alfred W. Moeckli, Chief Executive Officer  
Siegbert Näscher, Chief Financial Officer



**Begrüssung**  
**Fredy Vogt**  
**Präsident des Verwaltungsrates**

# Jahresergebnis 2013

Siebert Näscher  
Chief Financial Officer



# Themenüberblick

- Profil per 31. Dezember 2013
- Betreute Kundenvermögen
- Bilanz
- Erfolgsrechnung
- Segmente
- Dividende
- Zusammenfassung

# VP Bank Gruppe – Profil per 31. Dezember 2013

**Eigenkapital**  
CHF 888.7 Mio.

**Personal-  
bestand (FTE)**  
706

**Konzern-  
gewinn**  
CHF 38.7 Mio.

**Betreute  
Kunden-  
vermögen**  
CHF 30.6 Mrd.

**Cost/  
Income Ratio**  
70.2 %

**Bilanzsumme**  
CHF 11.2 Mrd.

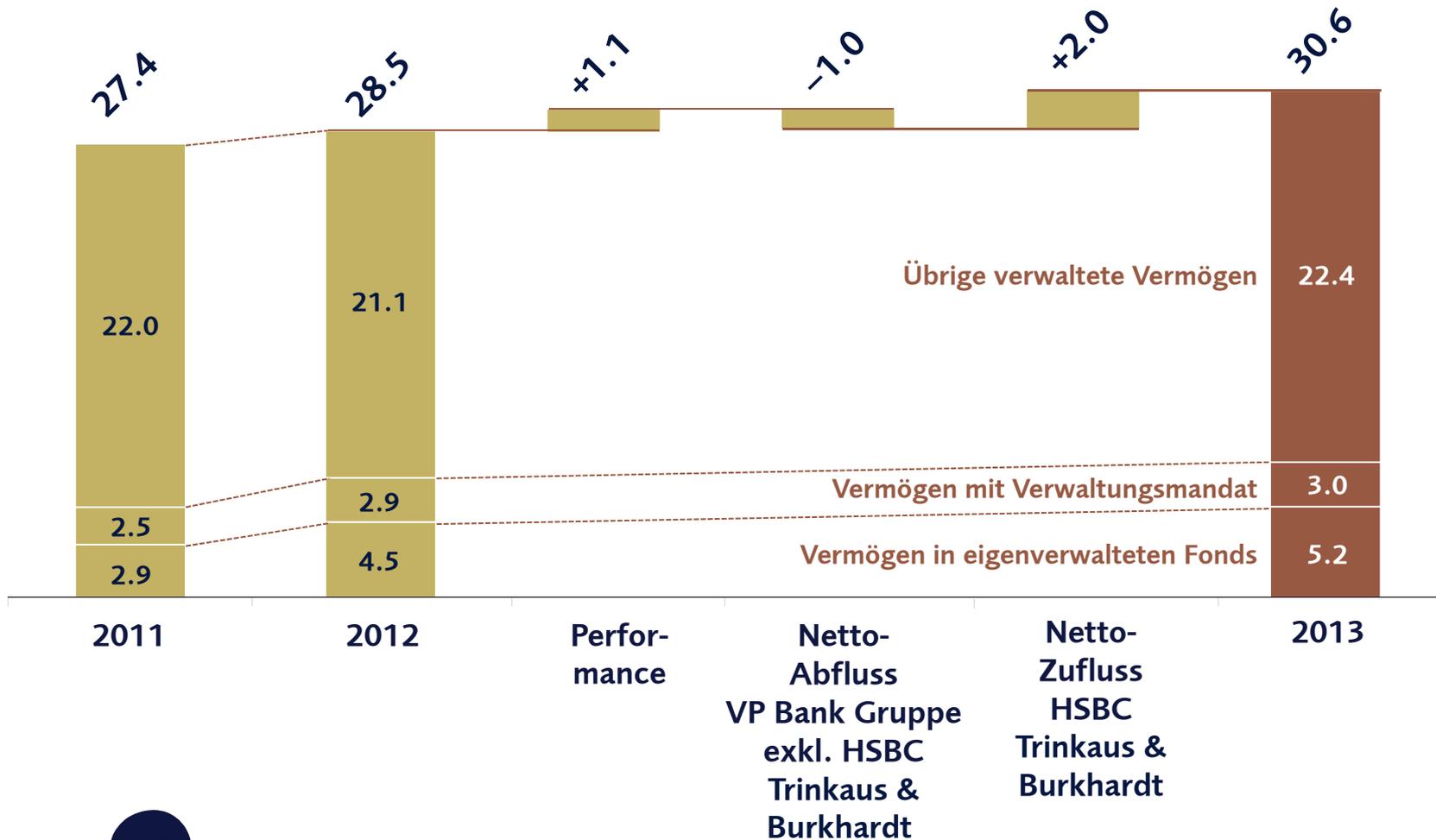


# Betreute Kundenvermögen



# Betreute Kundenvermögen (1/2)

in Mrd. CHF

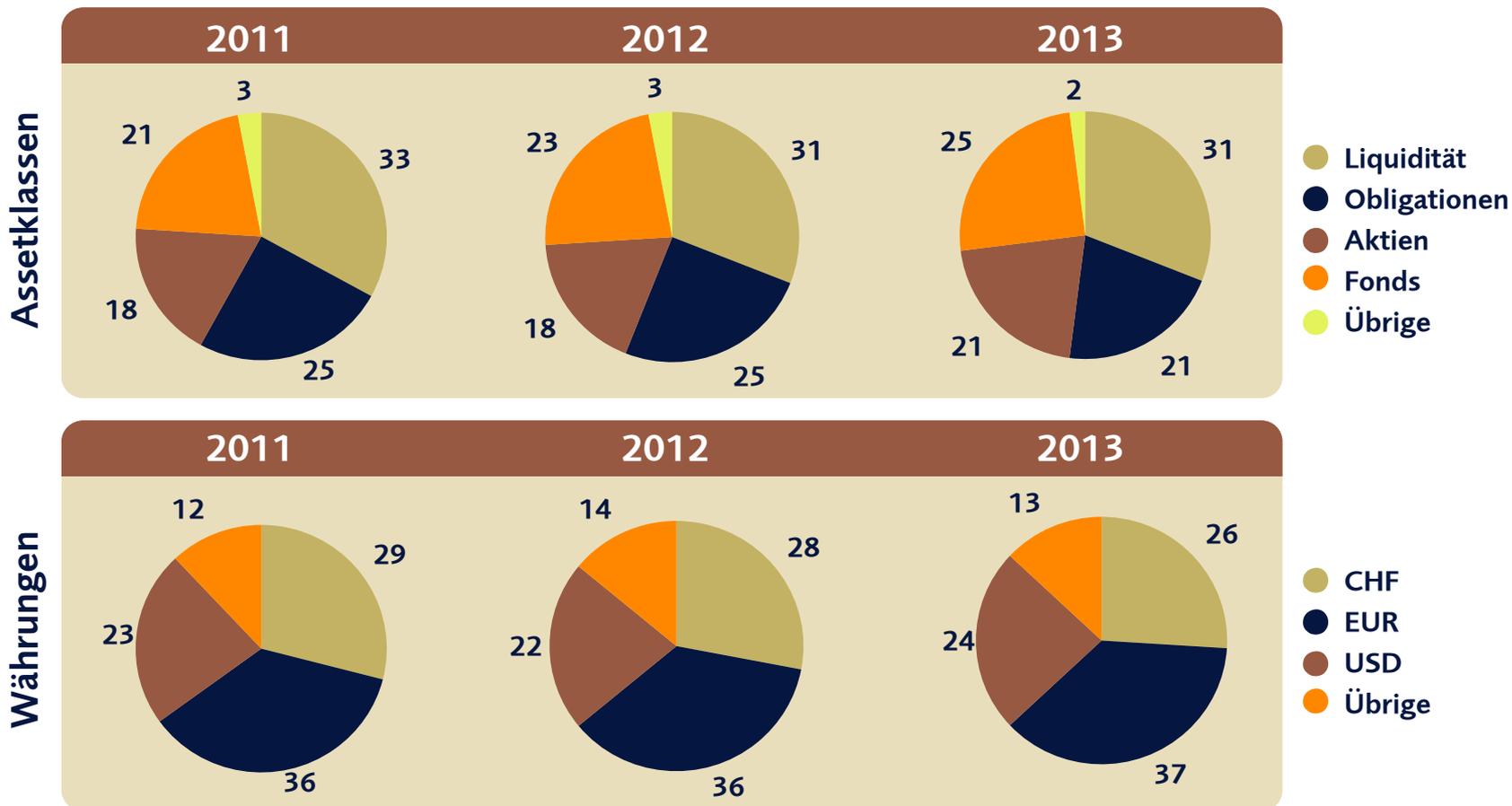


## Betreute Kundenvermögen (2/2)



# Betreute Kundenvermögen – Assetklassen/Währungen

in Prozent

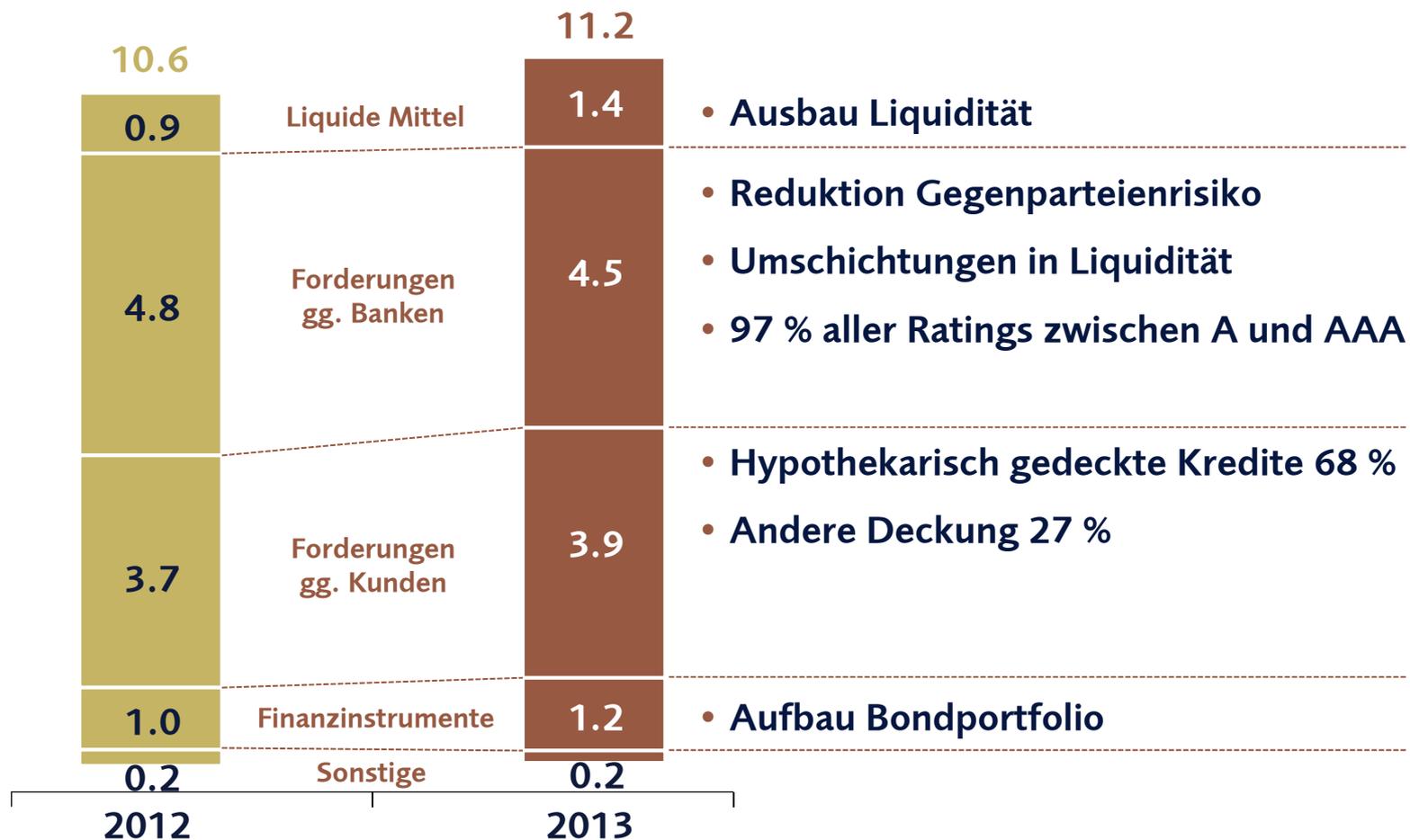




# Bilanz

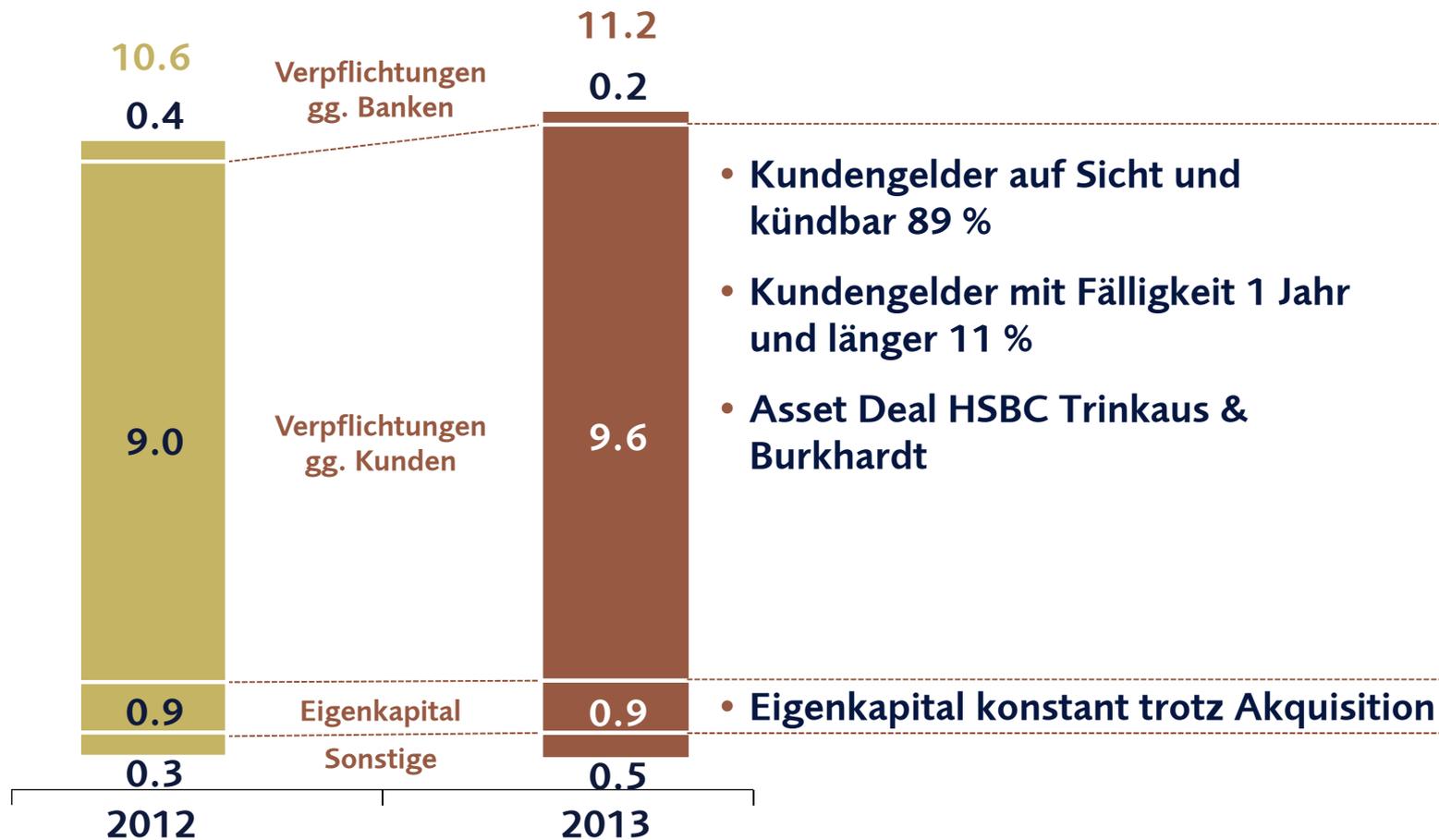
# Bilanzsumme – Aktiven

in Mrd. CHF



# Bilanzsumme – Passiven

in Mrd. CHF

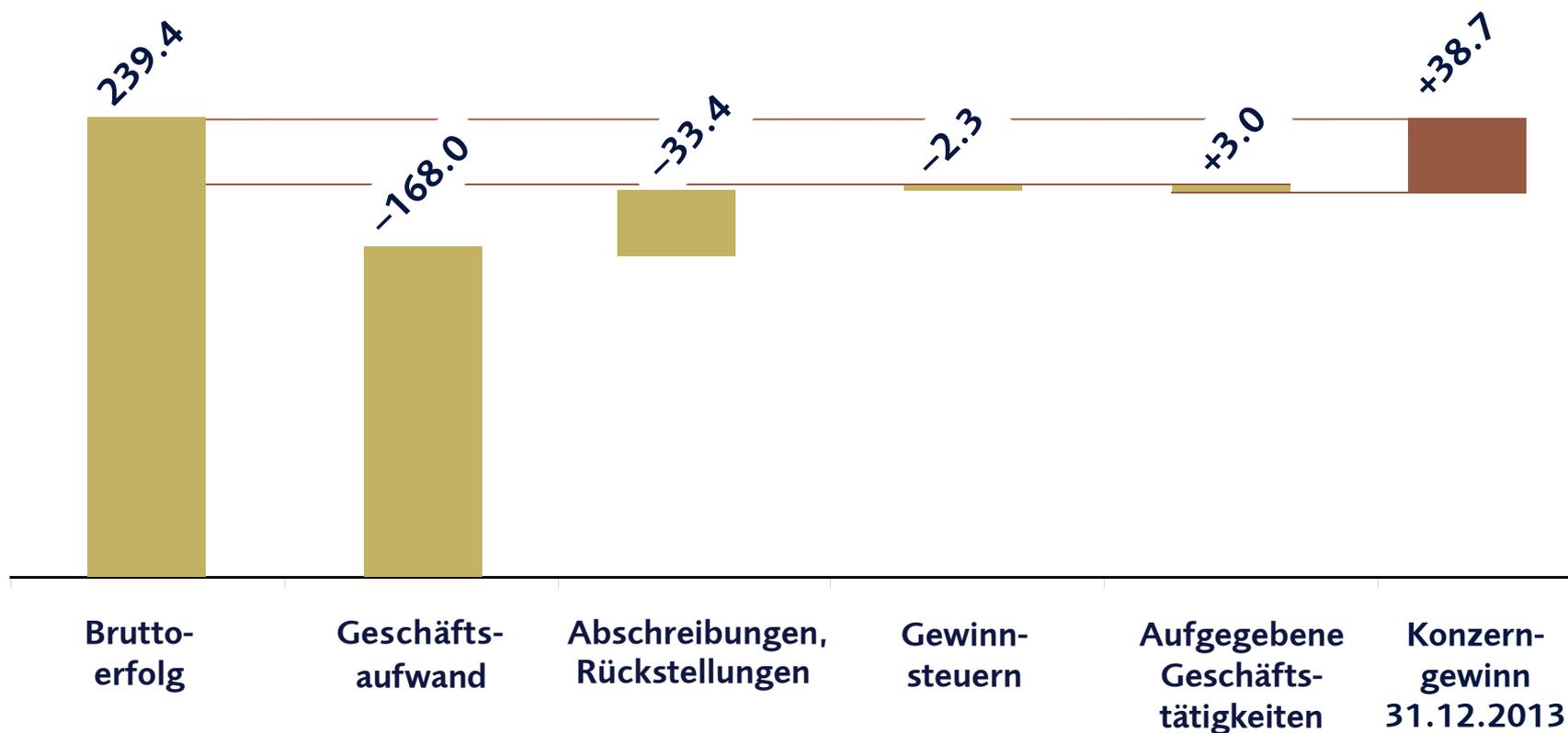




# Erfolgsrechnung

# Konzerngewinn

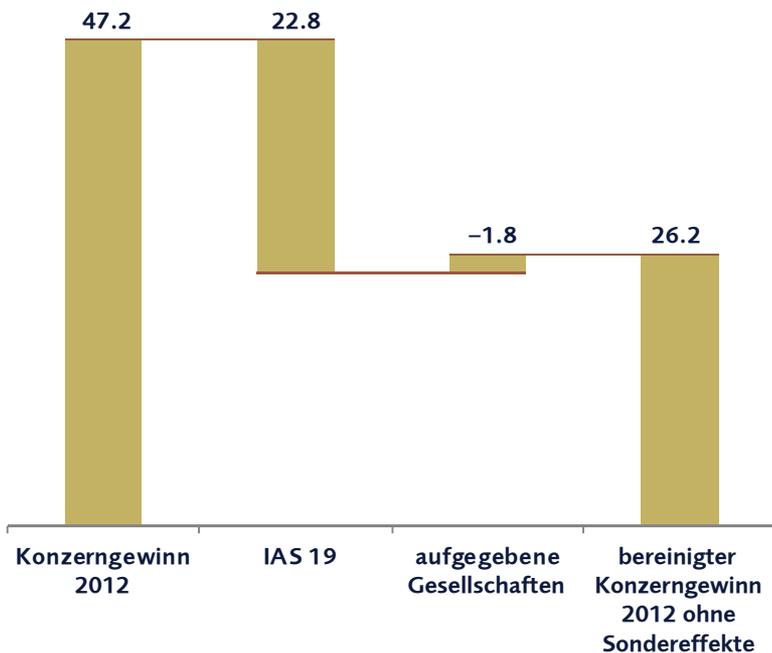
in Mio. CHF



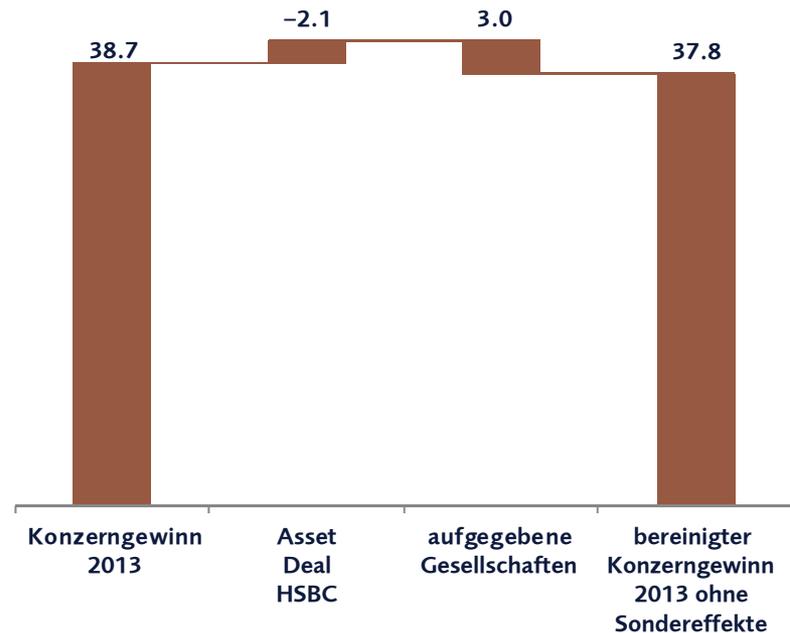
# Konzerngewinn – Haupteffekte

in Mio. CHF

2012

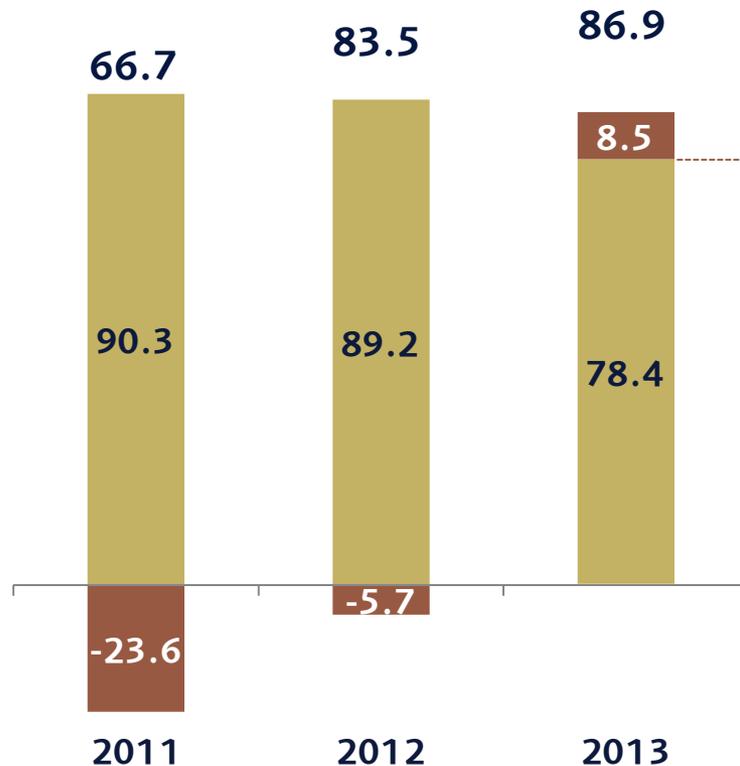


2013



# Zinsgeschäft

in Mio. CHF

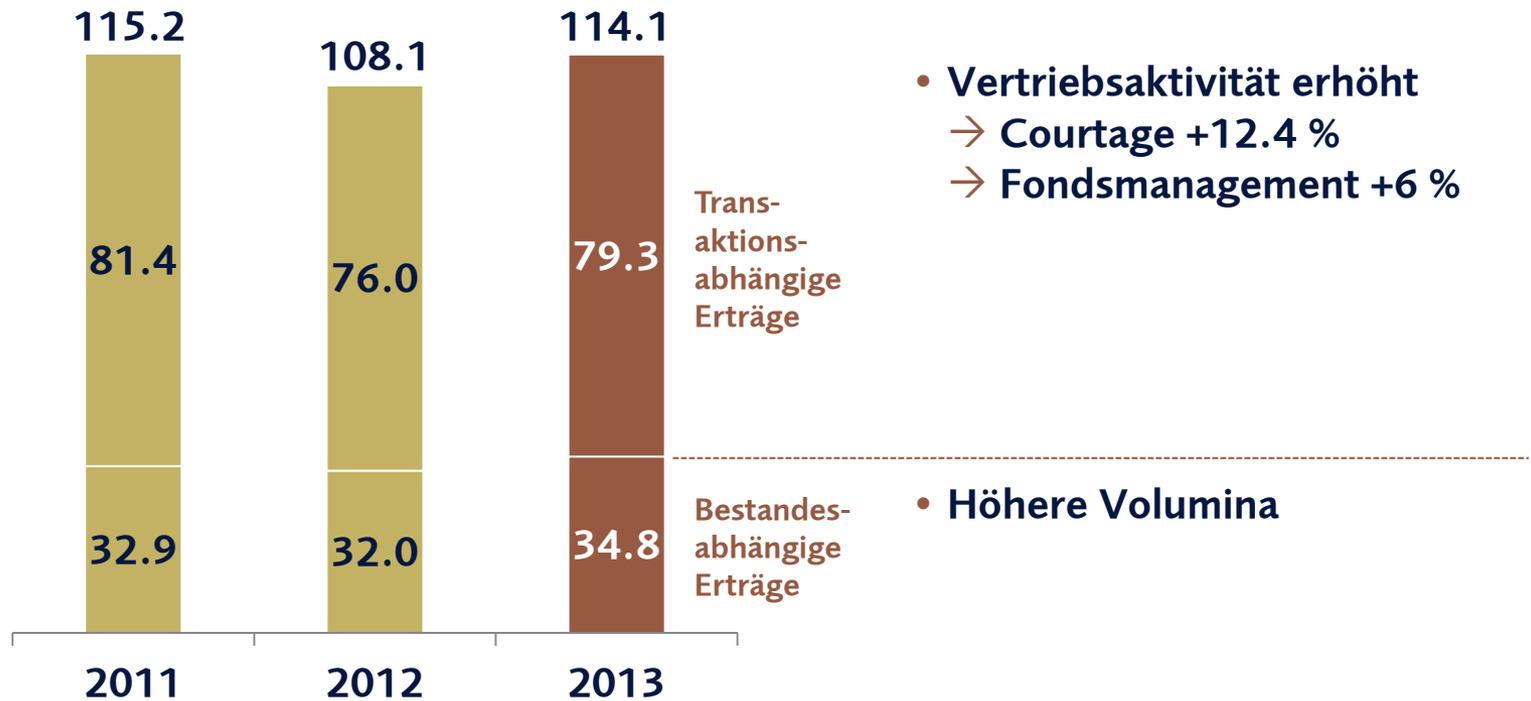


- Erfolg Zinsgeschäft exkl. Zinsderivate
- Erfolg Zinsderivate

- Wertänderungen aus Absicherungsgeschäften
- Rückläufiger Zinsertrag auf Banken- und Kundenanleihen
- Tieferer Zinsaufwand aus Anleihen

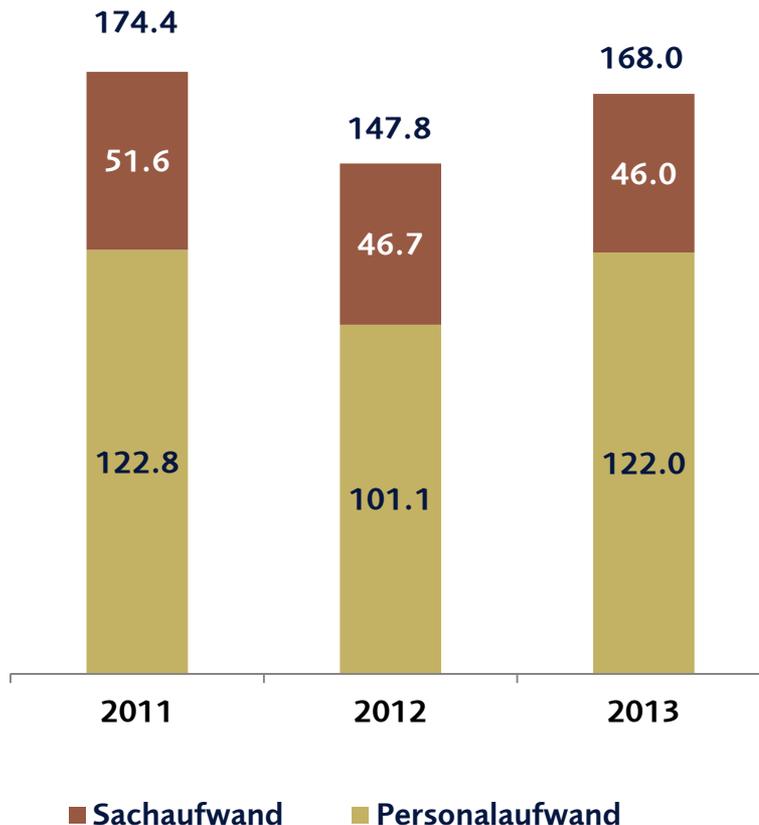
# Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft

in Mio. CHF



# Geschäftsaufwand

in Mio. CHF



- Übernahme der Mitarbeitenden von HSBC Trinkaus & Burkhardt
- Einmaleffekt IAS 19 im Jahr 2012 von CHF 22.8 Mio.
- Gruppenweite Reorganisations- und Rekrutierungskosten für Führungskräfte
- Umsetzung Steuertransparenz
- Kosten im Zusammenhang mit Unternehmenstransaktionen
- Fokussierung Kerngeschäft
- Weiterhin strikte Kostendisziplin



Segmente

# Segmentübersicht per 31. Dezember 2013

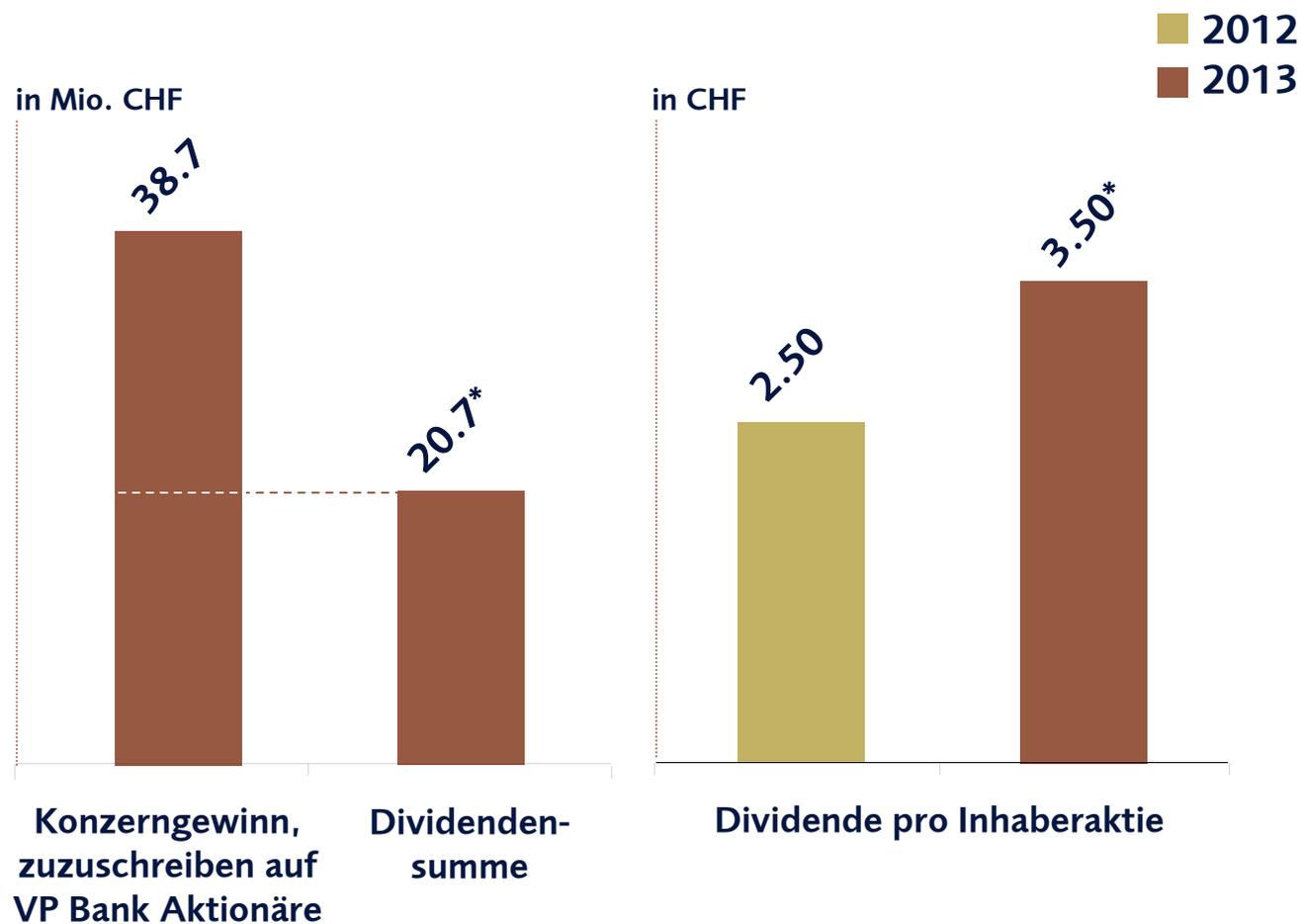
* in CHF	Client Business Liechtenstein	Client Business International	Chief Operating Officer	Corporate Center	Konzern
Ergebnis vor Steuern*	59.8 Mio.	-3.5 Mio.	-25.2 Mio.	6.9 Mio.	38.0 Mio.
Betreute Kundenvermögen*	17.7 Mrd.	11.5 Mrd.	1.2 Mrd.	0.2 Mrd.	30.6 Mrd.
Personalbestand (teilzeitbereinigt)	109	223	262	112	706



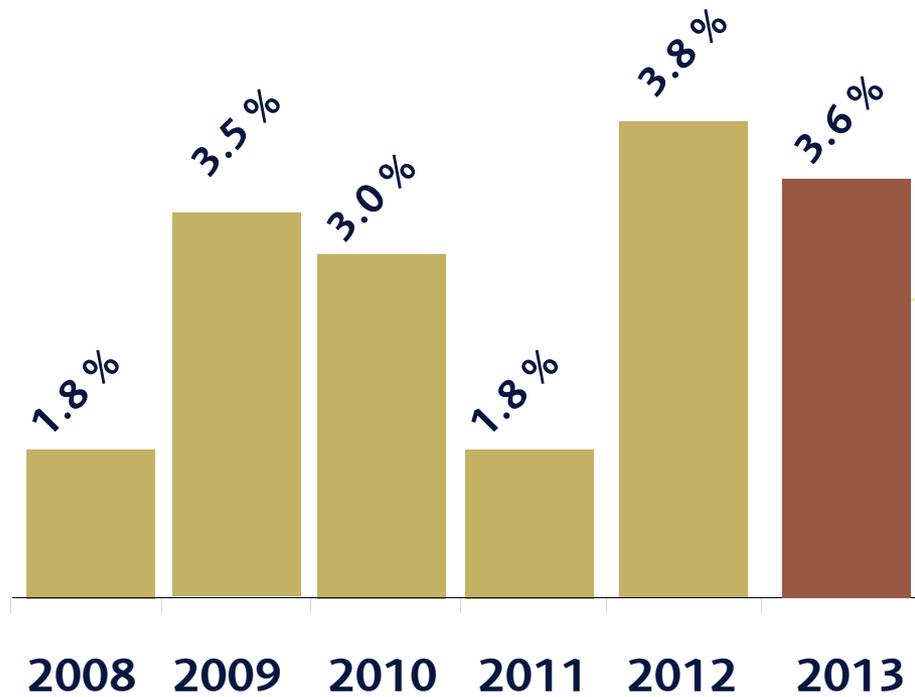
Dividende



# Dividende



# Dividendenrendite





# Zusammenfassung

# VP Bank Gruppe – Zusammenfassung 2013

- **Konzerngewinn von CHF 38.7 Mio.  
(+ 59 % zum bereinigten Vorjahresgewinn)**
- **Netto-Neugeldzufluss von CHF 1 Mrd.**
- **Erfolgreiche Übernahme der Mitarbeitenden und Kunden der HSBC Trinkaus & Burkhardt in Luxemburg**
- **Verkauf der Treuhandgesellschaften aufgrund der Fokussierung auf unsere strategischen Geschäftsmodelle**
- **Stabiles hohes Eigenkapital und solide Tier-1-Ratio von 20.4 %**
- **Antrag an die Generalversammlung:  
Erhöhung Dividende auf CHF 3.50**



**VP Bank:**  
**Umsetzung Strategie**  
Alfred W. Moeckli  
Chief Executive Officer

**Chief Executive Officer**  
Alfred W. Moeckli

Group Communications & Marketing

Group Human Resources

Group Business Development

Group Legal, Compliance & Tax

**Client Business**  
Christoph Mauchle

**Chief Financial Officer & Banking Services**  
Siegbert Näscher

Private Banking

Commercial Banking

VP Bank (Schweiz) AG

VP Bank (Singapore) Ltd.

VP Wealth Management (Hong Kong) Ltd.

Intermediaries

Fund Solutions

VP Bank (Luxembourg) S.A.

VP Bank (BVI) Limited

Group Investment, Product & Market Management

Group Finance & Risk

Group Treasury & Execution

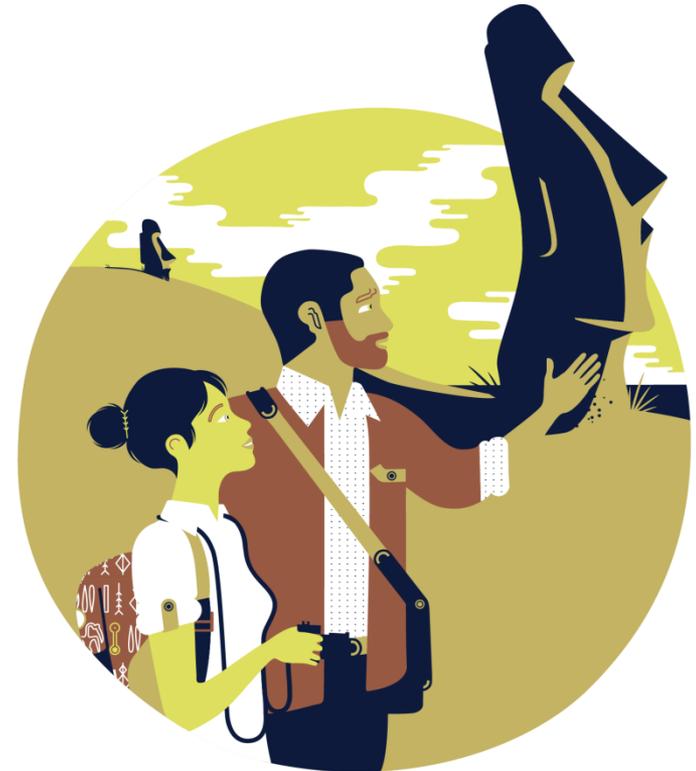
Group Information Technology

Group Operations

# Ausgangslage

## Gute Voraussetzungen und eine Reihe von Stärken ...

- Kundensegmente und Zielmärkte festgelegt
- Basis der betreuten Kundenvermögen seit 2008 weitgehend stabil
- Gute Kostendisziplin
- Starke Position im Intermediär-Geschäft
- Aussichtsreiche Positionierung in Luxemburg und Russland
- Langfristig orientierte Hauptaktionäre
- Sehr starke Kapitalisierung



# Wichtige Themen 2014

---

... aber auch eine Reihe von strategischen Herausforderungen

- Vielzahl an regulatorischen Themen
- Anhaltender Druck auf das Crossborder-Geschäft, vor allem in der Schweiz und Liechtenstein → sinkende Margen
- Unsichere Zukunft für das Geschäft mit Treuhändern
- Unscharfe Private-Banking-Positionierung
- Synergien innerhalb der Gruppe teilweise ungenutzt
- Geringe Rentabilität bei einigen Tochtergesellschaften
- Positionierung VP Fund Solutions
- Nicht vollständig ausgelastete Infrastruktur
- Akquisitionen und organisches Wachstum
- Anhaltende Kostendisziplin

# Gruppenweite Frontstrategie (1/3)

## Liechtenstein

- Spezifische Strategie Stammhaus für
  - Direktkunden (Private Banking, Affluent und Retail)
  - Externe Vermögensverwalter
  - Treuhänder
  - Regionales Kommerzgeschäft
- Vertrieb
  - Verbesserung der Vertriebseffektivität
  - Möglichkeiten zur Kostensenkung
- Pricingstrategie wird überarbeitet



# Gruppenweite Frontstrategie (2/3)

## Schweiz

- **Fokussierte Bearbeitung der Märkte Schweiz und Russland**

## Luxemburg

- **HSBC: Vom Asset Deal über die Migration zur Integration**
- **Stärkung des Fondsgeschäfts**
- **Nutzung von Gruppensynergien – verstärkte Integration**



# Gruppenweite Frontstrategie (3/3)

## Asien

- **Verstärkung der Frontkapazitäten in neuen Märkten rund um Singapur**
- **Vielversprechende Ausgangslage im Intermediär-Geschäft**

## BVI

- **Abspaltung der Treuhandgesellschaften (operative Umsetzung)**
- **Hochprofitables Hypothekargeschäft im Premium-Segment**
- **Ergänzendes Private-Banking- und Intermediär-Geschäft**

# Unsere Vision

---



**Wir sind die  
meistempfohlene  
Privatbank, da wir  
mit einzigartigen  
Kundenerlebnissen  
begeistern.**





## Fragen und Antworten

