

VP Bank Gruppe  
7. März 2017

# VP Bank Gruppe Jahresergebnis 2016

Park Hyatt, Zürich





## **Begrüssung und Einführung**

**Fredy Vogt  
Präsident des Verwaltungsrates**

# Programm

1

**Begrüssung und Einführung**

Fredy Vogt, Präsident des Verwaltungsrates

2

**Jahresergebnis 2016**

Siegbert Näscher, Chief Financial Officer

3

**Strategieumsetzung**

Alfred W. Moeckli, Chief Executive Officer

4

**Fragen und Antworten**



## Begrüssung und Einführung

Fredy Vogt  
Präsident des Verwaltungsrates

# Jahresergebnis 2016

Siebert Näscher  
Chief Financial Officer

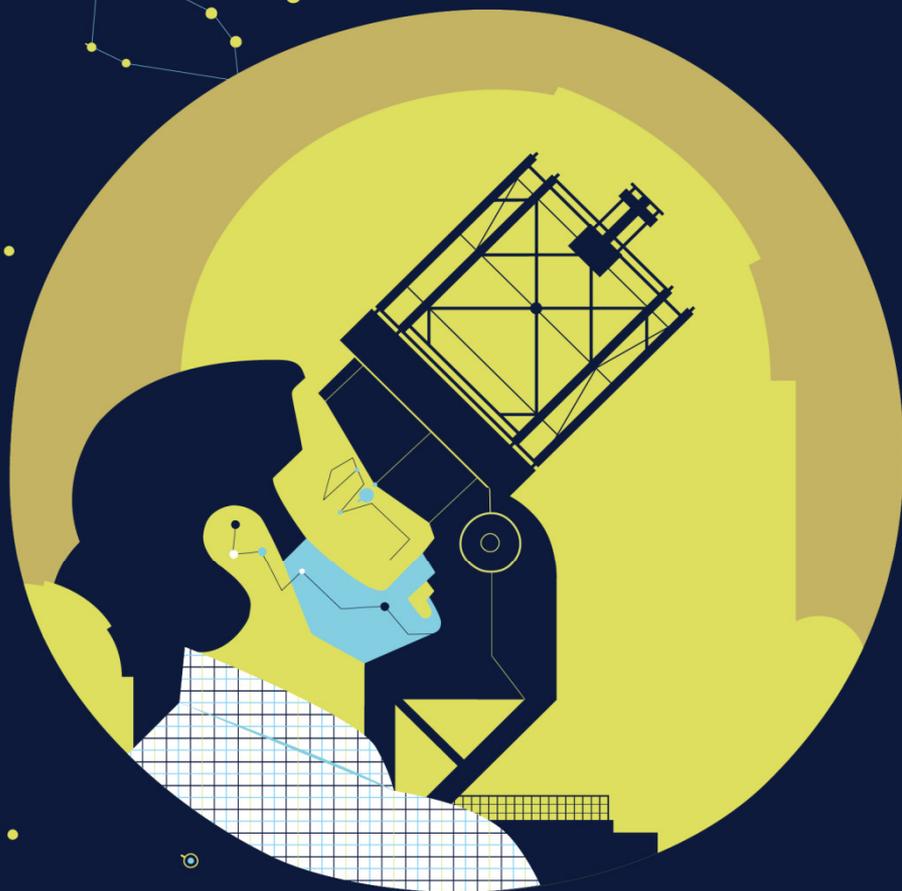


# Themenüberblick

- Profil
- Erfolgsrechnung
- Bilanz
- Betreute Kundenvermögen
- Segmente
- Dividende
- Zusammenfassung



# Profil



# Die VP Bank im Jahr 2016 (1/2)

**Konzerngewinn  
CHF 58 Mio.**

**Starker bereinigter Konzerngewinn (+90 %)**

- Ertragssteigerung in einem anspruchsvollen Marktumfeld
- Kostenrückgang dank Umsetzung weiterer Synergien aus Fusion mit Centrum Bank

**Cost/Income  
Ratio  
68.4 %**

**Deutliche Verbesserung des Netto-Neugeldzuflusses**

- Hohe Zuflüsse in unseren Wachstumsmärkten
- Abflüsse aufgrund regulatorischen Umfelds

**Personal-  
bestand (FTE)  
738**

**Netto-Neugeld  
CHF 7 Mio.**

**Betreute  
Kundenvermögen  
CHF 35.8 Mrd.**

# Die VP Bank im Jahr 2016 (2/2)

- Risikogewichtete Aktiven deutlich reduziert und Liquidität gestärkt
- Weiteres Aktienrückkaufprogramm gestartet
- Ausgezeichnetes Standard & Poor's-Rating – hohe Sicherheit und Stabilität

Tier 1 Ratio  
27.1 %

Eigenkapital  
CHF 937 Mio.

Rating Standard &  
Poor's (S&P)  
A-/Positiv/A-2\*

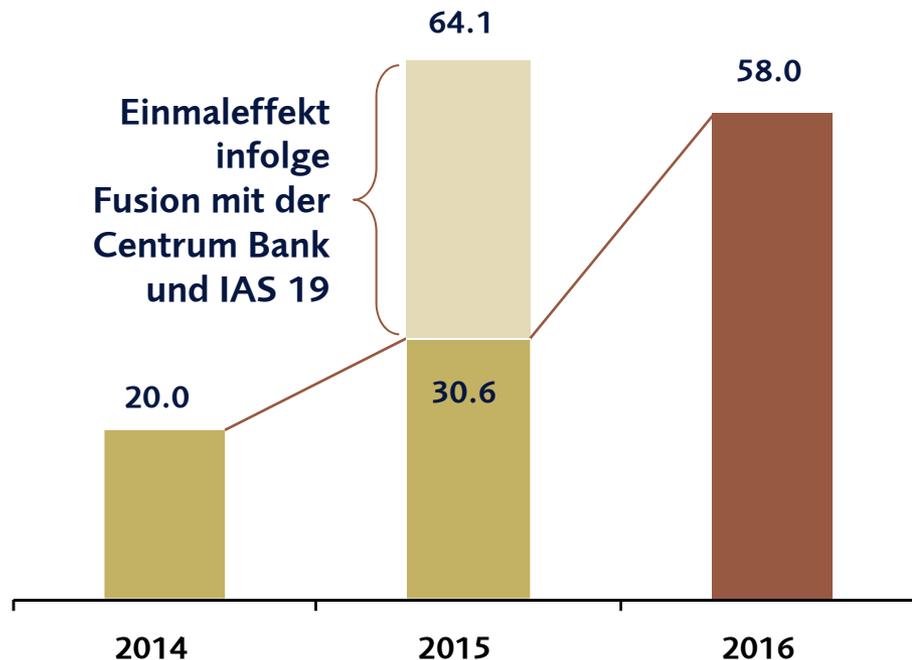
Umwandlung der  
Inhaberaktien in  
Namenaktien A

# Erfolgsrechnung



# Bereinigter Konzerngewinn steigt deutlich

in CHF Mio.



- Deutliche Verbesserung des bereinigten Konzerngewinns über die letzten drei Jahre
  - Steigerung der Erträge
  - Aktives Kostenmanagement
- Steigerung um 90 % im Jahr 2016

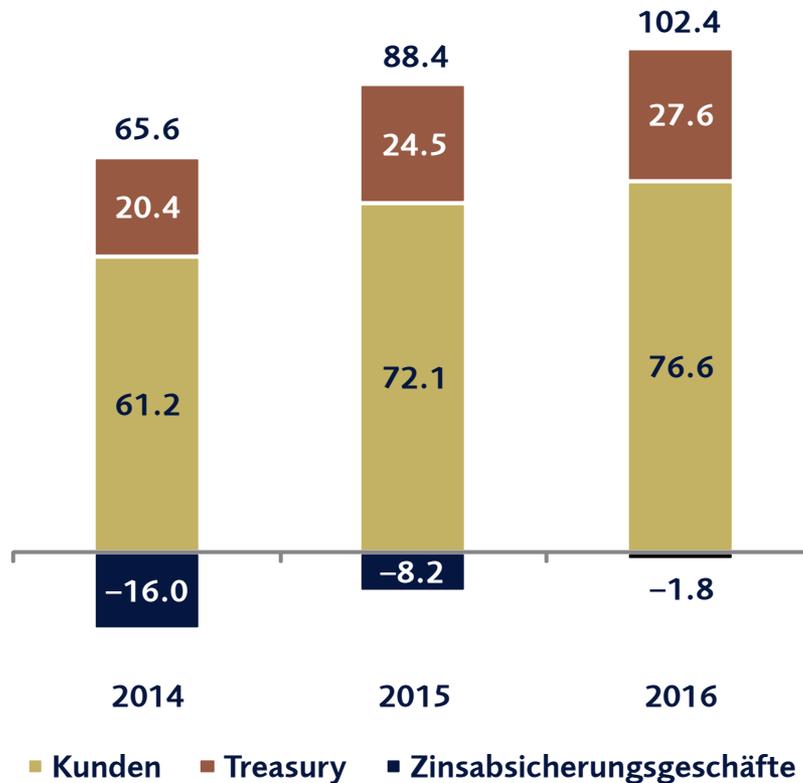
# Erfolgsrechnung

in CHF Mio.

	2014	2015	2016
Geschäftsertrag	222.7	306.6	273.2
Geschäftsaufwand	-202.1	-246.4	-212.2
Steuern	-0.6	3.9	-3.0
<b>Konzerngewinn</b>	<b>20.0</b>	<b>64.1</b>	<b>58.0</b>

# Zinsgeschäft

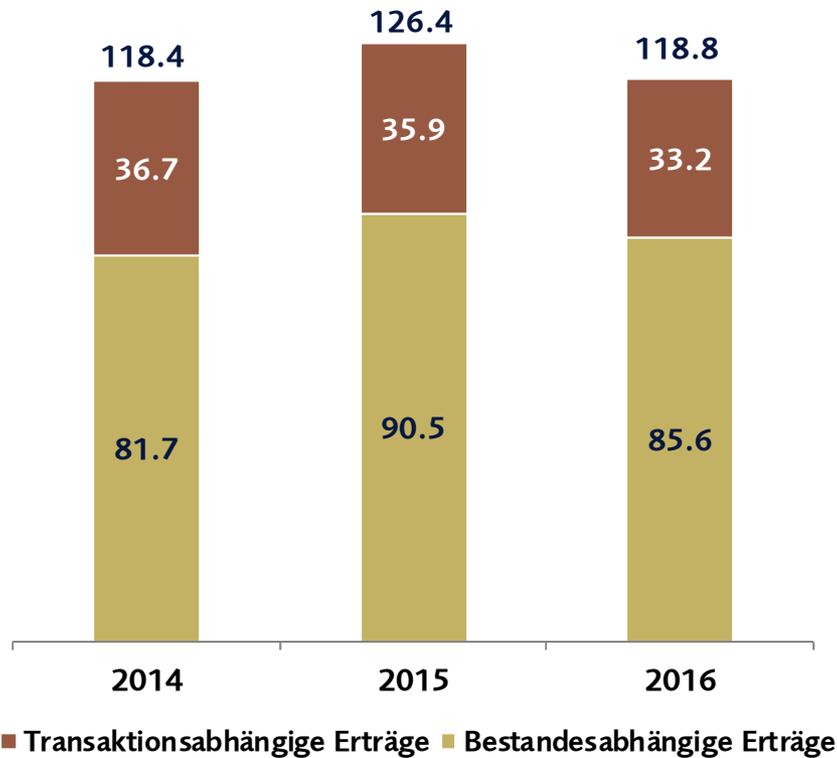
in CHF Mio.



- Volumenerhöhung bei den Kundenausleihungen und Ausweitung der Margen
- Negativzinsen und Rückgang bei den Kundeneinlagen
- Aktives Treasury-Management und Optimierung Risiko/Rendite-Profil der Bilanz

# Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft

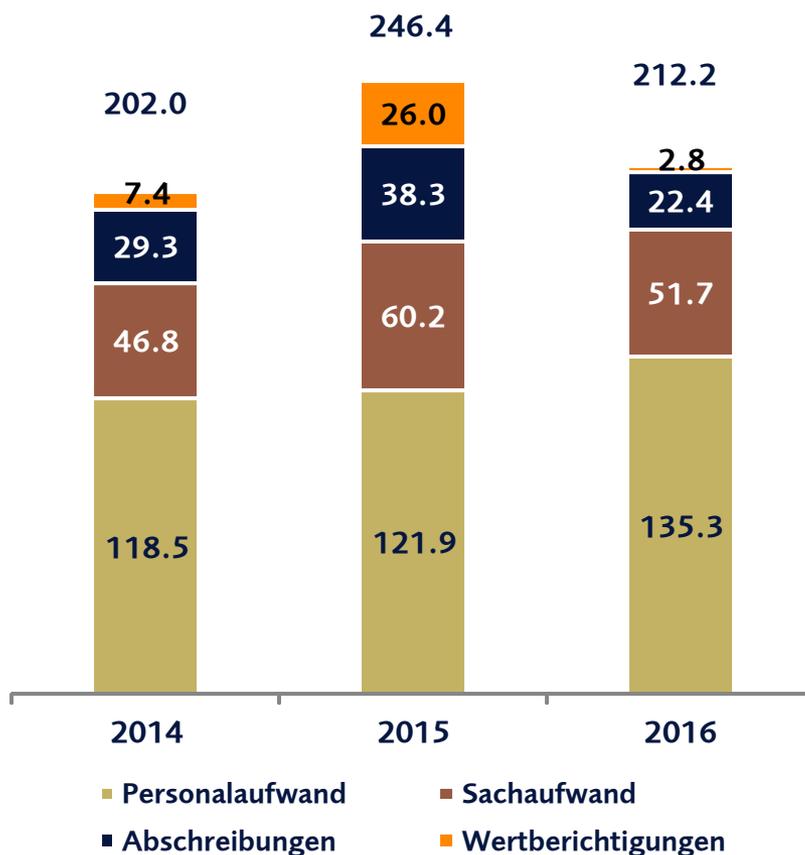
in CHF Mio.



- Volatile Finanzmärkte und Verunsicherung der Kunden
- Verhaltene Transaktionsvolumen

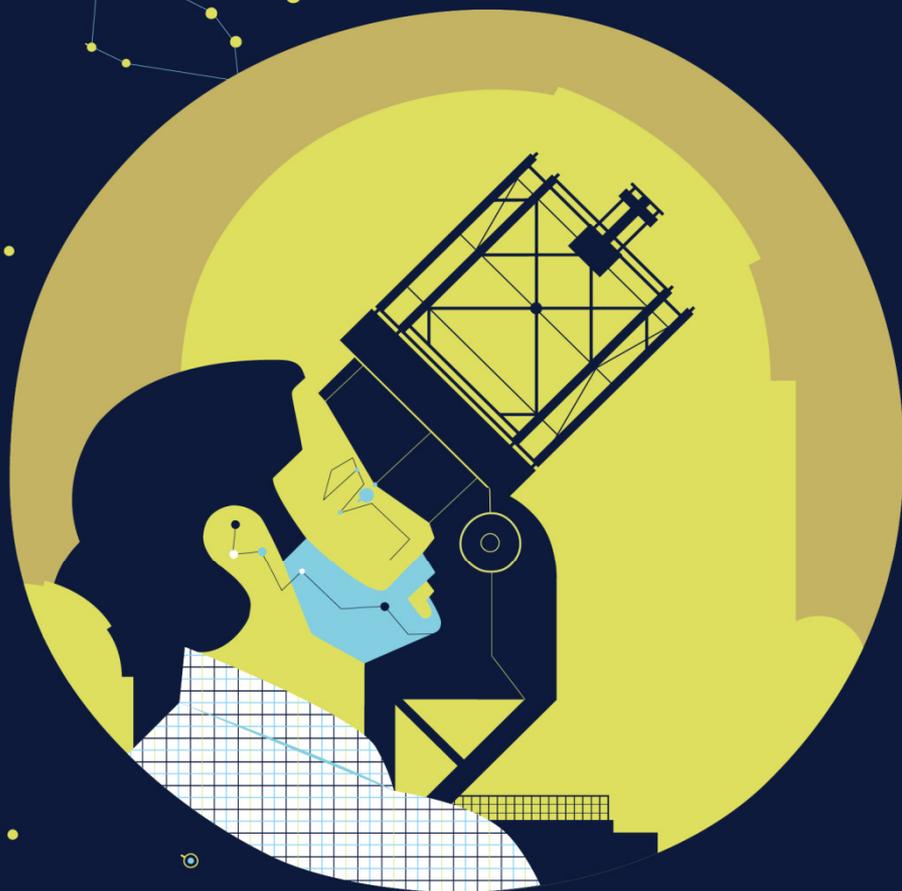
# Geschäftsaufwand

in CHF Mio.



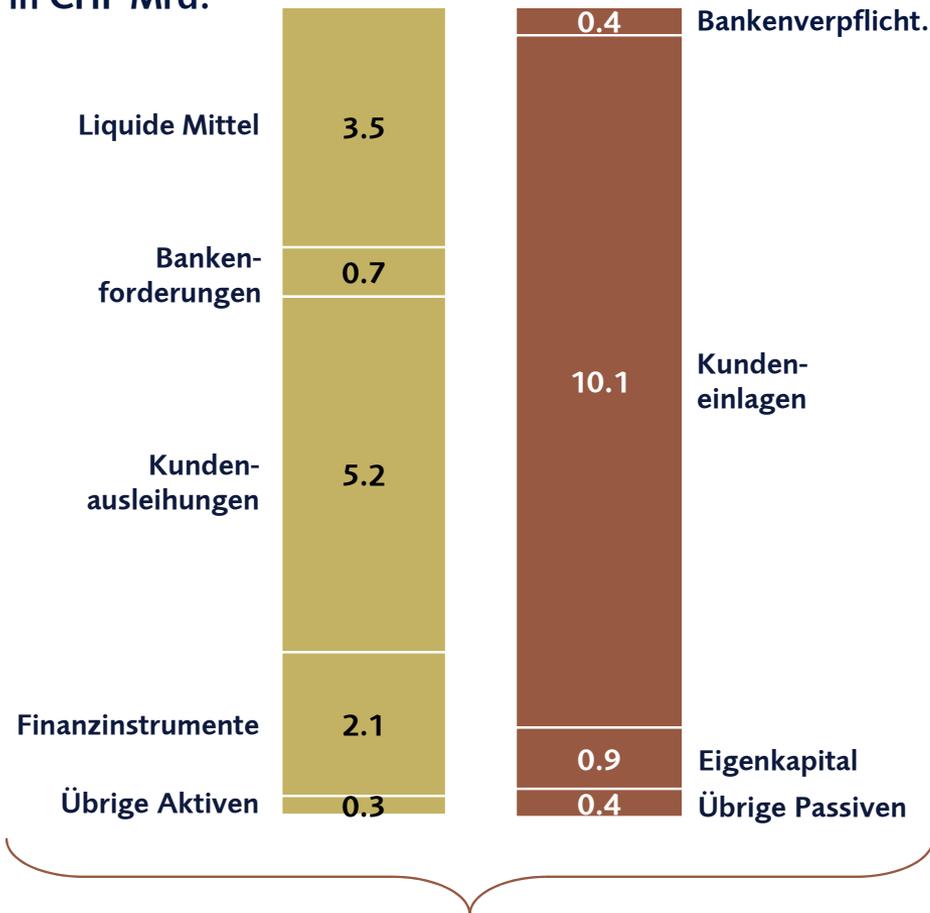
- Wegfall der Integrationskosten im Zusammenhang mit der Fusion der Centrum Bank
- Kostenreduktion dank Nutzung von Synergien
- Ausbau der Frontaktivitäten

# Bilanz



# Solide Bilanz per 31. Dezember 2016

in CHF Mrd.



- Reduktion der Bilanzsumme
- Zuwachs bei den Kundenausleihungen
- Hohe Liquiditätshaltung und deutlicher Abbau der Bankenforderungen
- Abbau von Kundeneinlagen
- Weitere Reduktion der risikogewichteten Aktiven

# Solide Bilanz und starke Bilanzkennzahlen

	31.12.2014	31.12.2015	31.12.2016
<b>Bilanzsumme</b> in CHF Mrd.	11.2	12.4	11.8
<b>Risikogew. Aktiven</b> in CHF Mrd.	4.2	3.7	3.5
<b>Eigenkapital</b> in CHF Mio.	868.5	918.1	936.9
<b>Kernkapital<sup>1</sup></b> in CHF Mio.	860.5	911.2	938.5
<b>Tier 1 Ratio<sup>1</sup></b>	20.5 %	24.4 %	27.1 %
<b>Leverage Ratio<sup>2</sup></b>	7.7 %	7.0 %	7.8 %
<b>Loan to Deposit Ratio<sup>3</sup></b>	44.2 %	46.5 %	52.2 %
<b>Non-Performing Loans<sup>4</sup></b>	0.3 %	0.4 %	0.9 %

<sup>1</sup> 2016 und 2015: Berechnung nach Regelwerk Basel III; 2014: Berechnung nach Regelwerk Basel II.

<sup>2</sup> Verhältnis anrechenbares Eigenkapital zu Bilanzsumme.

<sup>3</sup> Verhältnis Kundenausleihungen zu Kundeneinlagen.

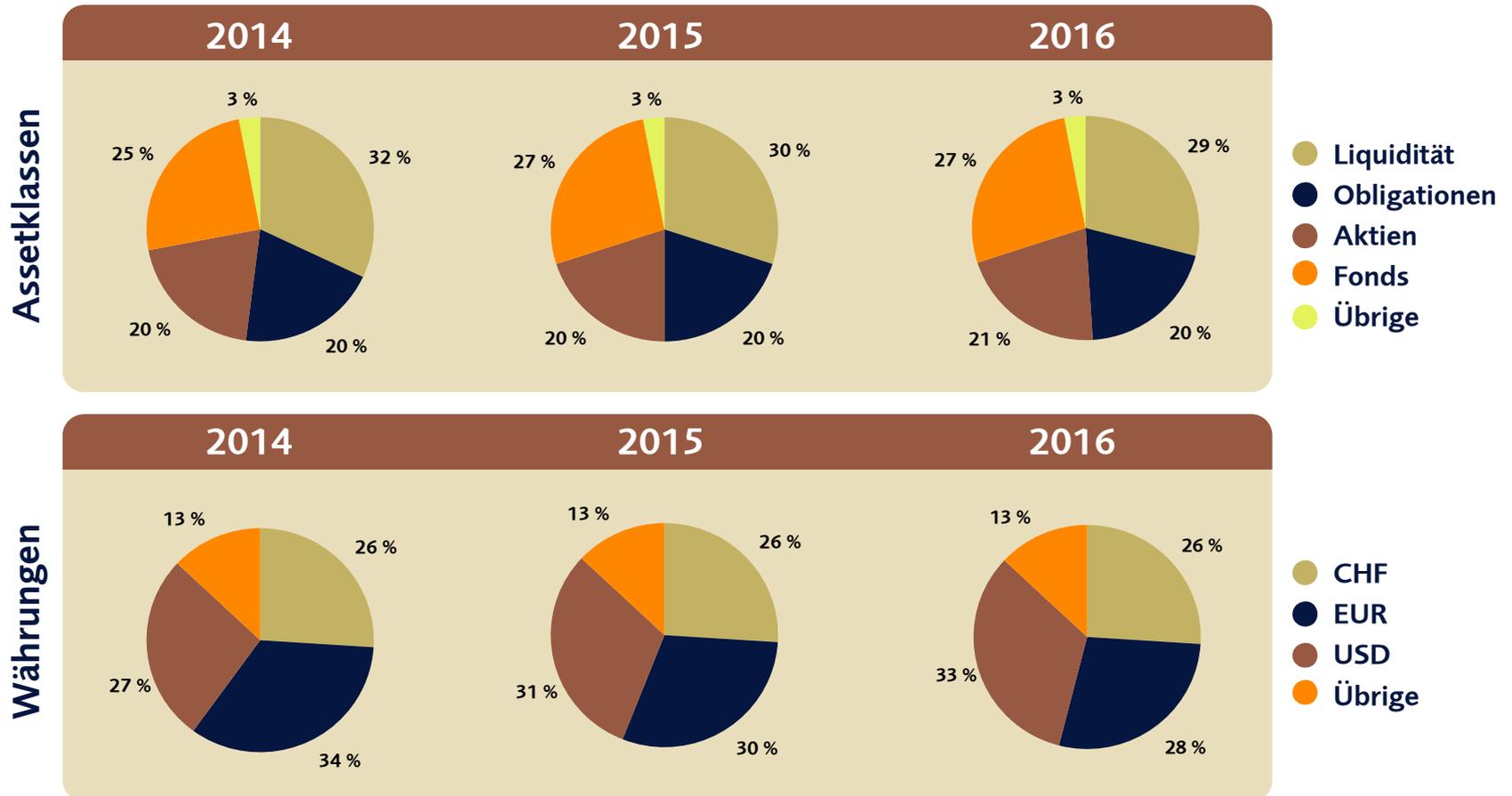
<sup>4</sup> Verhältnis ertragslose Kredite zu Kundenausleihungen.

# Betreute Kundenvermögen





# Geringe Änderungen bei Assetklassen/Währungen



# Segmente



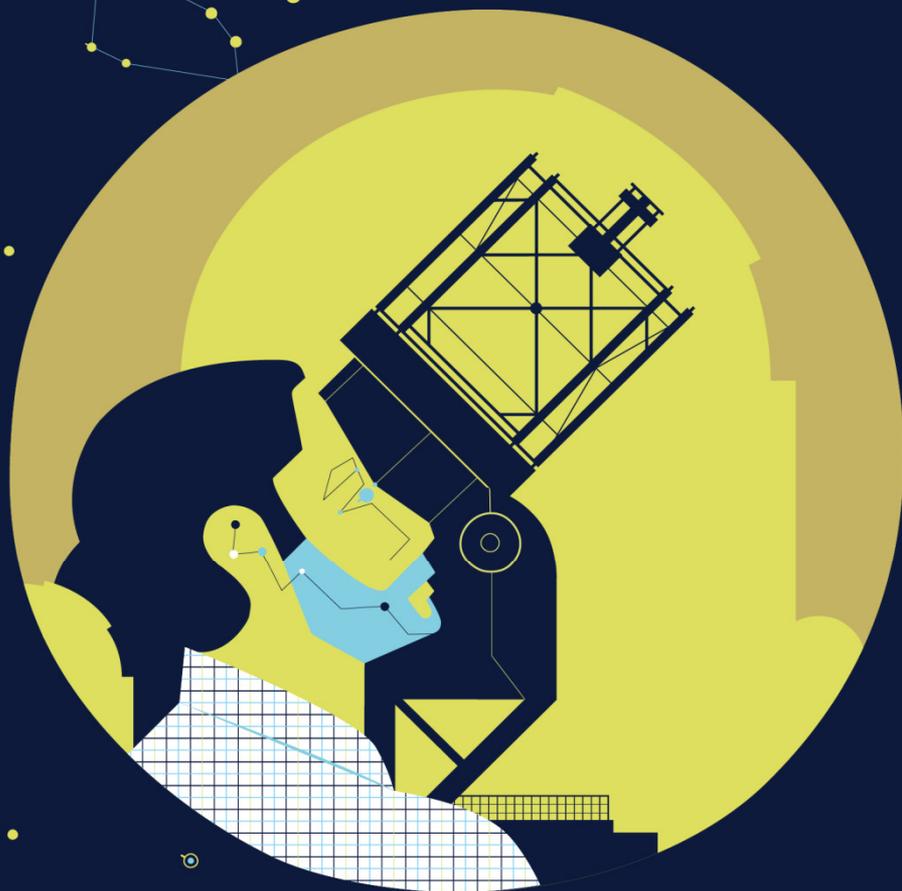
# Segmentübersicht per 31. Dezember 2016

	Client Business Liechtenstein	Client Business International	Corporate Center	Konzern
Geschäftsvolumen in CHF <sup>1</sup>	28.9 Mrd.	12.1 Mrd.	–	41.0 Mrd.
Netto-Neugeldzufluss in CHF	-0.2 Mrd.	0.2 Mrd.	–	0.0 Mrd.
Ergebnis vor Steuern in CHF	94.7 Mio.	2.3 Mio.	-35.8 Mio.	61.0 Mio.
Bruttomarge in Basispunkten <sup>2</sup>	62	57	–	–
Personalbestand in FTE	174	233	331	738

<sup>1</sup> Betreute Kundenvermögen und Kundenausleihungen.

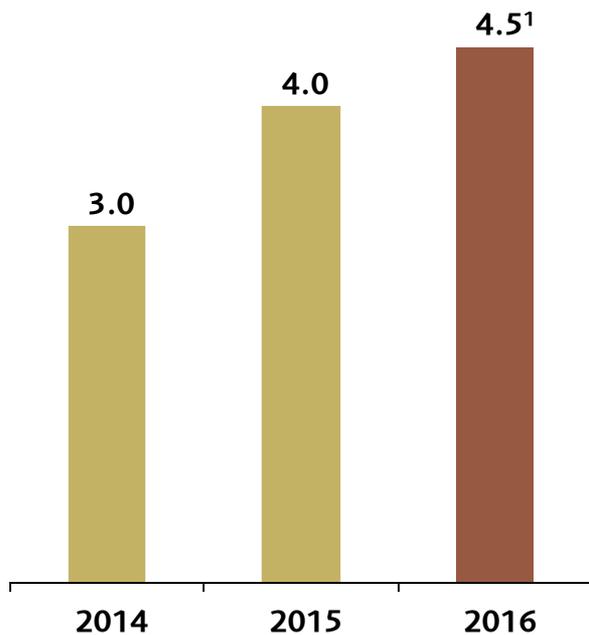
<sup>2</sup> Bruttoerfolg durch durchschnittliches Geschäftsvolumen.

**Dividende**

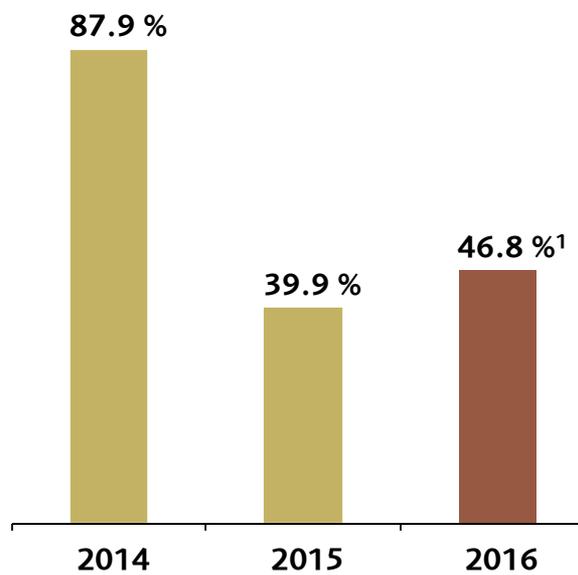


# Dividende

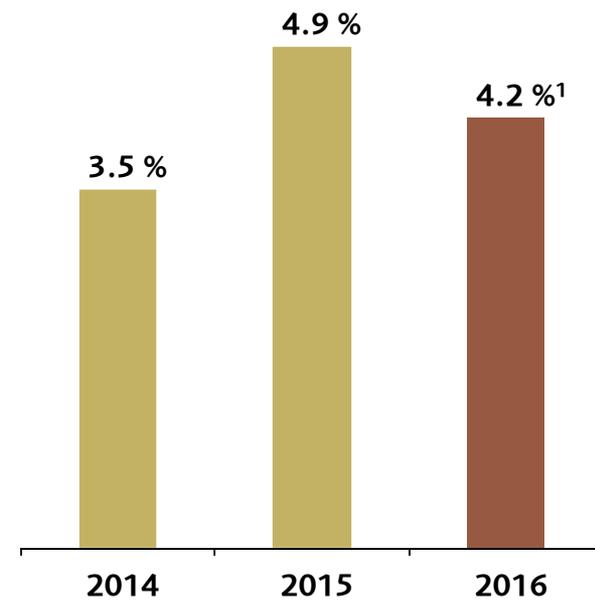
## Dividende in CHF



## Payout Ratio



## Dividendenrendite



# Zusammenfassung



# VP Bank Gruppe – Zusammenfassung



## Strategiekonformes Wachstum

- Gute Netto-Neugeldzuflüsse in unseren Wachstumsmärkten

## Starke operative Leistungen

- Steigerung der Erträge
- Reduktion der Kosten dank Nutzung von Synergien

## Sichere und stabile Bank

- Hohe Liquiditätshaltung
- Solides Eigenkapital und starke Tier 1 Ratio
- Ausgezeichnetes Standard & Poor's Rating



# Strategieumsetzung

Alfred W. Moeckli  
Chief Executive Officer

# Ausgewiesener kumulativer Reingewinn über drei Jahre

Periode	Kumulativer Reingewinn über drei Jahre in CHF
2010 bis 2012	65.5 Mio.
2011 bis 2013	89.1 Mio.
2012 bis 2014	105.9 Mio.
2013 bis 2015	122.8 Mio.
2014 bis 2016	142.1 Mio.

# Mittelfristziele 2020

**Betreute  
Kundenvermögen  
von CHF 50 Mrd.**

**Cost-Income-  
Ratio unter  
70 %**

**Konzerngewinn  
von CHF 80 Mio.**

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1** Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2** Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3** Internationalisierung
- 4** Ausbau Kundenfront
- 5** Stärkung Intermediärposition
- 6** Stärkung Private Banking
- 7** Digitalisierung
- 8** Wachstum durch Zukäufe



## Kultur

- 9** Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10** Förderung der unternehmerischen Kultur

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



## Kultur

- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



## Kultur

- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Internationalisierung

## Schweiz

- Wichtiger Zielmarkt, auch zur Bearbeitung von Deutschland und Osteuropa
- Erhöhte Marketingaktivitäten in Deutschland
- Gezielte Einstellung neuer Kundenberater
- Erfreuliche Entwicklung im Netto-Neugeld

## Luxemburg

- Fondsgeschäft als attraktives Wachstumssegment
- Turnaround bei Wachstum und Profitabilität als Ziel

## Asien

- Grösstes Wachstumspotenzial
- Beachtliche Zuflüsse an Neugeldern
- Boutique-Ansatz
- Wachstum über Weiterempfehlung
- Umzug in neue Büroräumlichkeiten
- Verstärkte Führungsmannschaft
- Ausbau Kundenfront

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 **Ausbau Kundenfront**
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



## Kultur

- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Projekt «Relationship Manager Hiring»

**Einbezug  
etablierter lokaler  
Executive-  
Search-  
Unternehmen**

**Insgesamt  
rund 75  
Kundenberater in  
den nächsten  
3 Jahren**

**Die Hälfte der  
neuen Kundenberater  
in Asien, der Rest  
verteilt auf die Schweiz,  
Liechtenstein und  
Luxemburg**

**Erste  
vielversprechende  
Kundenberater  
bereits gewonnen**

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 **Stärkung Intermediärposition**
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



## Kultur

- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Intermediäre

Differenziertes  
persönliches  
Angebot

Segmentierung

Neuer  
umfassender  
Beratungsansatz  
mittels  
Key-Account-  
Management

ProLink –  
Die neue  
Informations-  
plattform für  
Intermediäre

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 **Stärkung Private Banking**
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



## Kultur

- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Stärkung Private-Banking-Segment

## Stellhebel: Beratungsqualität und Offering

### Beratungskunden

- Gruppenweit einheitliche, hochstehende Beratungsqualität
- Umsetzbares Leistungsversprechen
- Preis für Beratungsleistung

### UHNWI

- Komplexe Bedürfnisse erfordern interdisziplinäre Lösungen
- Systematische Bündelung und Nutzung von Kompetenzen

Redesign  
Beratungs-  
prozess

Einführung  
Beratungs-  
pakete

Einführung  
Anlage-  
beratungstool  
«FinFox»

Virtuelles Team  
für die Bearbeitung  
komplexer  
Kundenbedürfnisse

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 **Digitalisierung**
- 8 Wachstum durch Zukäufe

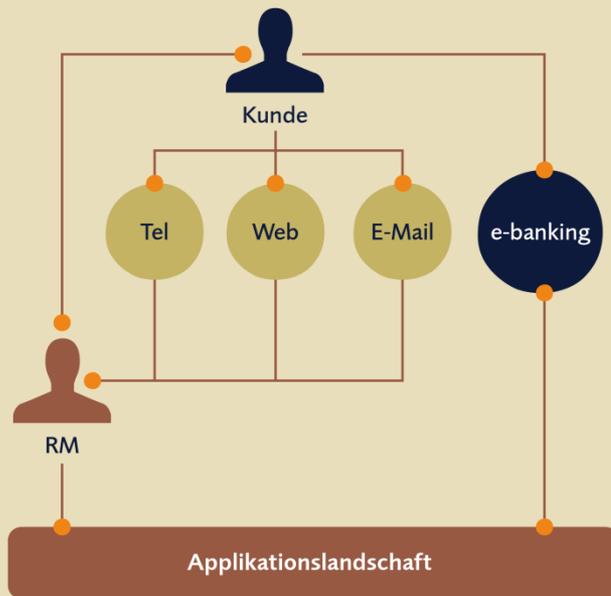


## Kultur

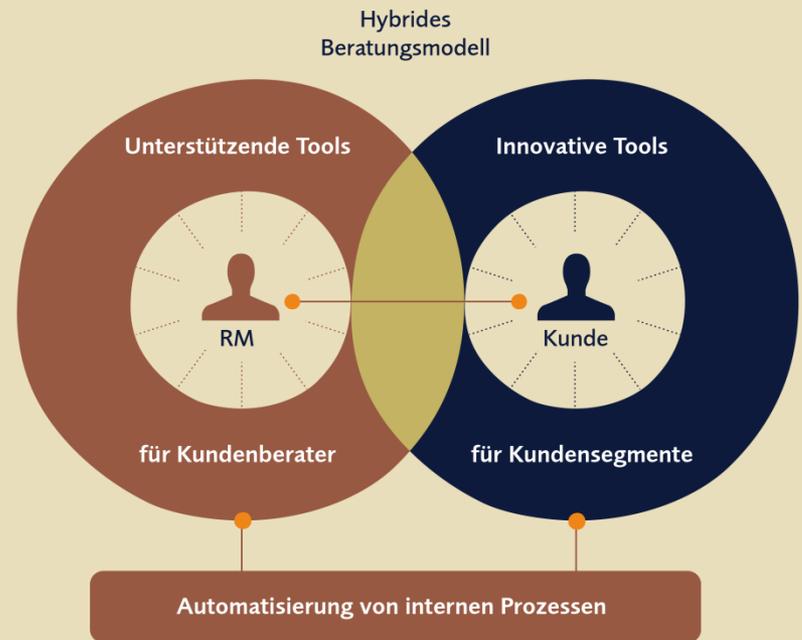
- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Digitalisierung – Bedeutung für die VP Bank

## Vergangenheit



## Gegenwart und Zukunft



# Digitalisierungsprogramm «Next»

## Phase 1

Modernisierung  
der bestehenden  
Online-  
Services

## Phase 2

Gezielte Investition in  
Systeme und Daten,  
Ausbau Online-  
Service-Offering

# Wichtige Themenfelder 2016



## Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



## Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



## Kultur

- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Nutzung von Akquisitionsoportunitäten

Übernahme von  
ausgewählten  
Portfolios sowie  
Beratungsteams

Zwischen  
CHF 5 und 25 Mrd.  
an betreuten  
Kundenvermögen

Genügend  
Eigenkapital  
vorhanden

Kultureller  
Fit zwingend  
notwendig

# Wichtige Themenfelder 2016



Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkte- und Serviceangebotes



Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



Kultur

- 9 **Festigung der Verkaufs- und Performancekultur**
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Wichtige Themenfelder 2016



Fokus

- 1 Ausschöpfen von Einsparungspotenzialen
- 2 Optimierung des Produkt- und Serviceangebotes



Wachstum

- 3 Internationalisierung
- 4 Ausbau Kundenfront
- 5 Stärkung Intermediärposition
- 6 Stärkung Private Banking
- 7 Digitalisierung
- 8 Wachstum durch Zukäufe



Kultur

- 9 Festigung der Verkaufs- und Performancekultur
- 10 Förderung der unternehmerischen Kultur

# Massnahmen zur Stärkung der Kultur

## Massnahmenableitung aus Mitarbeiterbefragung

- Einbindung der Mitarbeitenden
- Zusammenarbeit im Unternehmen
- Strukturen und Abläufe
- Wissenstransfer

Leadership-  
Seminare

Spürbar  
verbessertes  
Arbeitsklima

Ideen- und  
Innovations-  
management  
«myContribution»

35 Ideen  
eingereicht

Förderung von  
Lernenden,  
jungen Fachkräften,  
Studenten und  
Studienabgängern



## Fragen und Antworten

