CREDIT SUISSE

Mediengespräch
Credit Suisse in der Schweiz
Fokus Privatkundengeschäft

Hans-Ulrich Meister, CEO Credit Suisse Schweiz
Hanspeter Kurzmeyer, Leiter Privatkundengeschäft Schweiz

Zürich, 26. November 2010

CREDIT SUISSE

Credit Suisse in der Schweiz

Hans-Ulrich Meister, CEO Credit Suisse Schweiz

Zürich, 26. November 2010

Hohe Bedeutung des Heimmarktes Schweiz

- Investment Banking Schweiz
- Asset Management Schweiz
- **Private & Business Banking**
  - 219 Privatkunden Geschäftsstellen[1)]
  - 47 Private Banking Geschäftsstellen[2)]
  - 36 Firmenkunden Standorte (KMU)

Region Schweiz

- Region mit **diversifiziertestem Geschäftsportfolio** aus Investment Banking, Asset Management und Private & Business Banking
- **Acht Sub-Regionen** mit regionalem Leiter und Management Team
- Mehr als **20'000 Mitarbeiter** (inkl. Corporate Center Funktionen)
- Rund **2 Millionen Individualkunden** & **100'000 Firmenkunden**
- Anhaltend **hoher Zufluss von Neugeldern** von CHF **~15.1 Mrd.**
  - Wealth Management Clients ~7.3 Mrd.
  - Corporate & Institutional Clients ~7.8 Mrd.

1) Inkl. 33 Neue Aargauer Bank Filialen
2) Inkl. 13 Tourist Spots

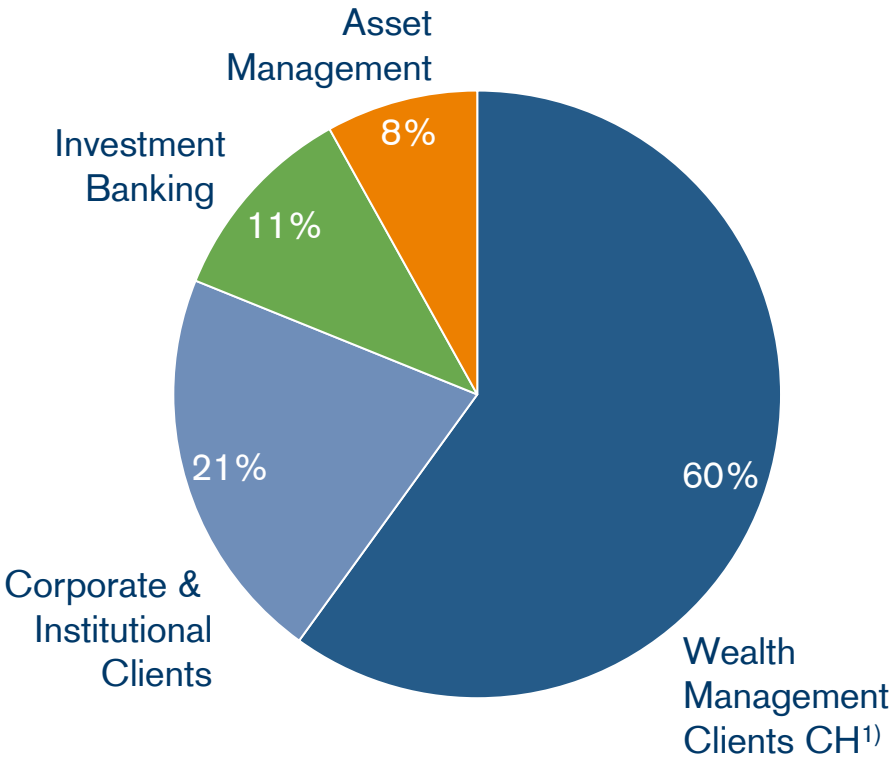
Region Schweiz mit bedeutendem und stabilem Beitrag zum Erfolg der Credit Suisse

Nettoerträge: Region Schweiz

(Per 9M10, CHF Mrd.)

Nettoerträge: nach Geschäftsbereichen

100% = CHF 6.4 Mrd.; 9M10

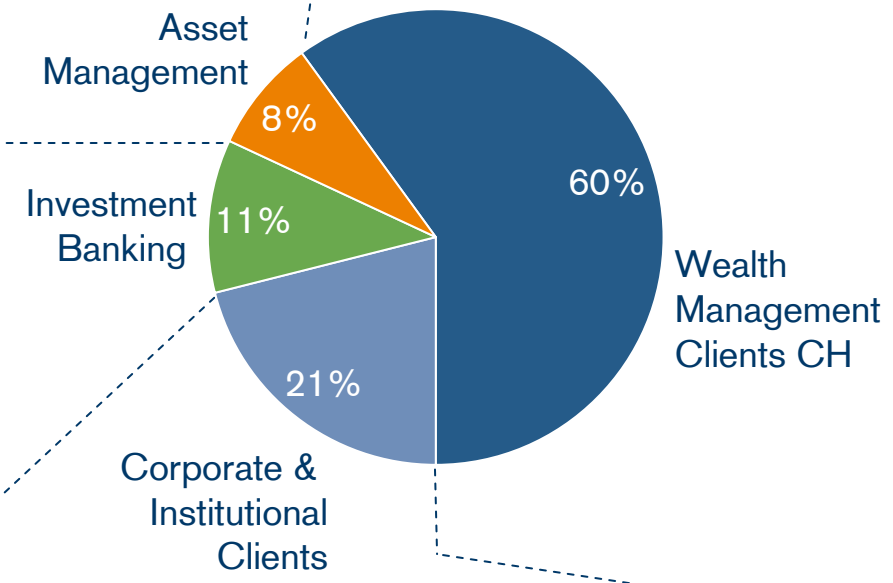


1) Wealth Management Clients umfasst die Individualkunden, inklusive Affluent, HNWI und UHNWI Klienten

Region Schweiz mit diversifiziertem Geschäftsportfolio

Nettoertrag der Region Schweiz nach Geschäftsbereichen[1)]

- **Führende Position im Markt mit Inst./Priv. Anlegern** (Index / ETF, Immobilien, CSA, traditionelle Investments)
- **Starke Produkt-innovation & -entwicklung** (z.B. LivingPlus, index-basierte Mandate)



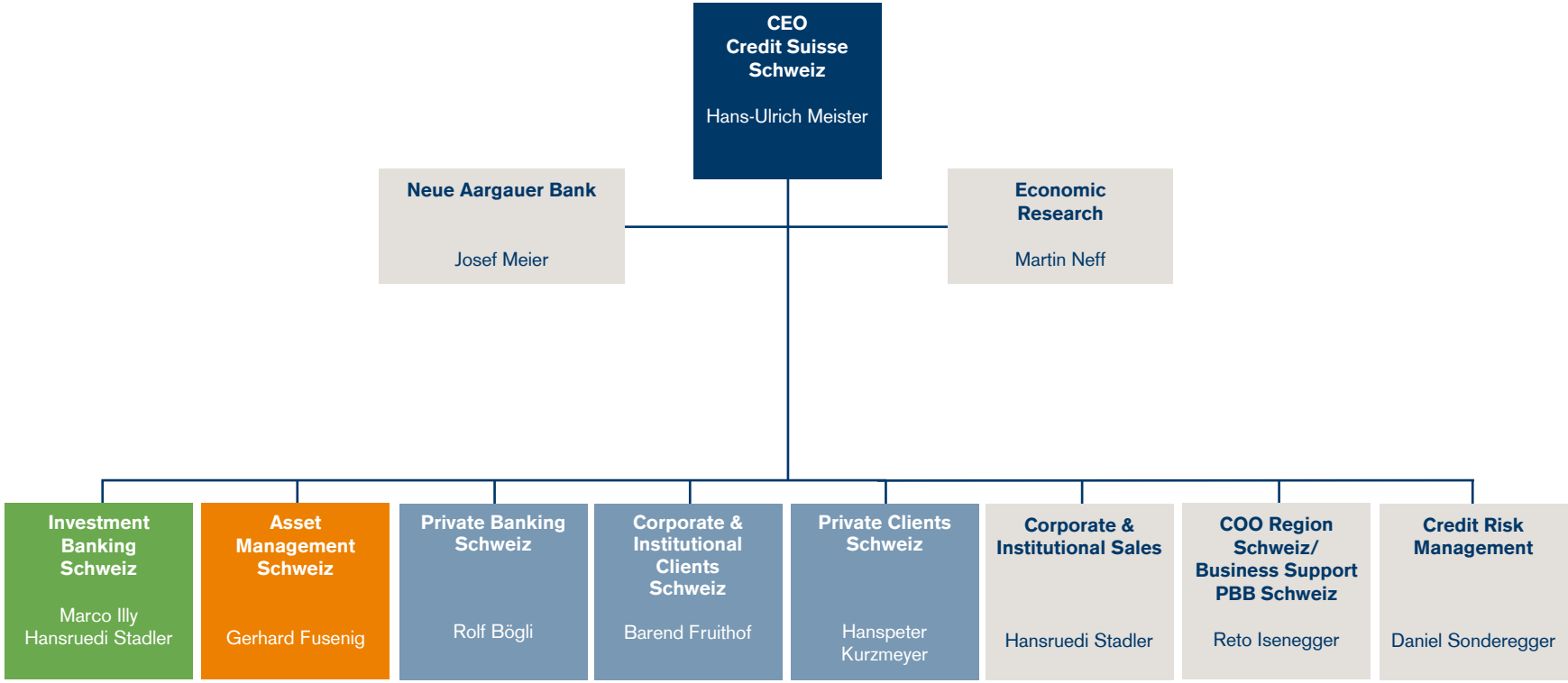
- **IBD: Marktführer** in der Schweiz
- **IB Trading: Führende Marktposition** in Fixed Income and Equity Cash
- **Umfassend integriert in die One Bank** mit Fokus auf PB Kunden

- **Führende Marktposition** in einer Reihe von Marktsegmenten, aufrecht erhalten und erweitert während der Krise
- **Key Enabler für die integrierte Bank** – massgeblicher Beitrag zu Revenues, NNA & IB-Flow
- **Unique Selling Proposition** im Schweizer Markt

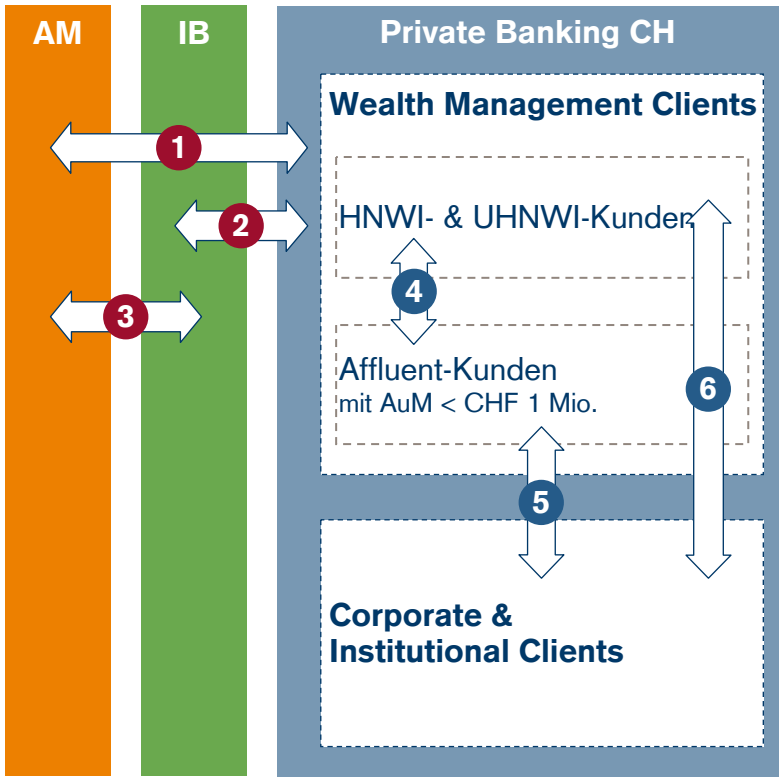
- **Herausragende Beratung und Lösungen** für die Bedürfnisse der Kunden
- Fokus auf **Servicequalität**
- **Hohe Kundennähe dank dem breiten Filialnetz**
- **Fortwährendes Kundenvertrauen,** reflektiert in positiven NNA-Zuflüssen
- **Ausgezeichnete Marktposition bei den vermögenden Kunden in der Schweiz,** unter Ausnützung des gesamten CS Know-how
- **Branchenführende Regularien hinsichtlich Compliance und grenzüberschreitendem Geschäft**

1) 100% = CHF 6.4 Mrd.; 9M10

Management Region Schweiz



Grosses Potential in der Zusammenarbeit zwischen den Geschäftsbereichen



Divisionsübergreifende Zusammenarbeit

1. **Differenzierendes, hochwertiges Produkteangebot** für PB-Kunden (z.B. Mandate, alternative Anlagen)
2. **Massgeschneiderte Lösungen** für UHNWI- und Geschäftskunden (z.B. Corporate Finance/M&A)
3. Zusätzliche Erträge durch **Securities Lending**

Erträge aus der divisionsübergreifenden Zusammenarbeit von CHF 1.4 Mrd. in CH (9M10)

Zusammenarbeit innerhalb des Private Banking CH

4. Weiterentwicklung **von Affluent-Kunden** ins (U)HNWI-Segment
5. Höherer Anteil am Kundenvermögen durch **Empfehlungen und Vermittlungen** (z.B. geschäftliche Seite von Privatkunden)
6. Umfassende Beratung in der **Nachfolgeplanung**

Win-win-Situation für Kunden (umfassende Lösungen) und **Credit Suisse** (zusätzliches Geschäft)

CREDIT SUISSE

Credit Suisse in der Schweiz

Hanspeter Kurzmeyer
Leiter Privatkundengeschäft Schweiz

Zürich, 26. November 2010

Agenda

- Vorstellung Privatkundengeschäft Schweiz
- Wie wir mit unseren Kunden zusammenarbeiten
- Exkurs Hypothekargeschäft

Agenda

- Vorstellung Privatkundengeschäft Schweiz
- Wie wir mit unseren Kunden zusammenarbeiten
- Exkurs Hypothekargeschäft

Privatkundengeschäft Schweiz – drei Geschäftsfelder

Privatkundengeschäft Schweiz

- Kerngeschäft: 1,3 Millionen Retail- und vermögende Privatkunden

BANK-now

- Führender Anbieter von Privatkredit und Auto-Leasing in der Schweiz (Tochtergesellschaft zu 100% der Credit Suisse Group)

Swisscard

- Kreditkartengeschäft: Führender Kreditkartenherausgeber in der Schweiz (Joint Venture zwischen Credit Suisse und American Express)

Privatkundengeschäft Schweiz – Facts & Figures

- 1,3 Millionen Privatkunden mit
  - Vermögenswerten bis zu CHF 1 Mio.
  - Hypothekarvolumen bis zu CHF 2 Mio.
- Kundenkontakte
  - ca. 30'000 pro Tag am Schalter
  - ca. 6000 Anrufe bei der CS Line pro Tag
- Anbieter von einem schweizweiten Premium-Service und -Produktangebots, schweizweite Filialpräsenz:
  - 186 Filialen (exklusive NAB)
  - Wichtiger Ausbildner von:
    - 2300 Mitarbeitenden
    - 280 Lernenden
    - 50 Mittelschulabsolventen

Key Figures

in Mio. CHF	2010 Sept. YTD	2009 Sept. YTD	Entwicklung
Business-Volumen	104'189	107'934	- 3.5%
NNA	2'926	1'166	+ 151%
Hypotheken	1'032	665	+ 55%
Volumen Kunden-vermittlung	4'001	1'016	+ 294%

BANK-now – Facts & Figures

- BANK-now, gegründet Anfang 2007:
  - Zusammenschluss der ehemaligen Credit Suisse Geschäftsbereiche Privatkredit und Leasing sowie der City Bank AG
- In der ganzen Schweiz tätig
- Vertrieb erfolgt über ein zentrales Kundenzentrum (Horgen):
  - 21 eigene Kleinfilialen sowie über 4000 Vertriebspartner
- Strategie:
  - Ausbau der führenden Stellung im Bereich der Schweizer Konsum- und Fahrzeugfinanzierung und Profilierung als DER Spezialist auf dem Schweizer Markt

Key Figures	
Ausleihungen (in CHF)	ca. 3 Mia.
Gewinn nach Steuern 2009 (in CHF)	59.4 Mio
Anzahl Kunden	150'000
Anzahl Mitarbeitende	300

Marktanteile	
Privatkredit (Nr. 2 in der Schweiz)	32.8%
Autoleasing (Nr. 6 in der Schweiz)	7.7%

Swisscard – Facts & Figures

AECS swisscard

- Seit der Gründung im Jahr 1998 hat Swisscard den Schweizer Kreditkartenmarkt neu gestaltet:
  - Flächendeckendes Triple-Branding
  - Attraktive Kundenbindungsprogramme
- Swisscard hat kontinuierlich Partnerschaften mit bekannten Marken aufgebaut (Swiss Miles & More, Coop und TCS), die allen involvierten Partnern substanziellen Mehrwert bieten
- Vertriebspartner für die Credit Suisse und weitere Privatbanken in der Schweiz

Marktpositionierung	
High Net Worth Individuals	Nr. 1
Frequent flyers/travelers	Nr. 1
Affluent-Kunden	Nr. 1
Corporate- und Business-Karten	Nr. 1
Co-Branding-Karten	Nr. 1

	in Tausend
Total Karten im Umlauf	1'170

Agenda

- Vorstellung Privatkundengeschäft Schweiz
- Wie wir mit unseren Kunden zusammenarbeiten
- Exkurs Hypothekargeschäft

Aspiration – Privatkundengeschäft Schweiz

Die führende Schweizer Bank für vermögende Privatkunden werden in Bezug auf:

Qualität

Wachstum

Profitabilität

Leistungsversprechen – Privatkundengeschäft Schweiz

Wie wir unsere Aspiration erreichen wollen:

Kontinuierliche Beratung

Schritt für Schritt an der Seite der Kunden – mit unserem strukturierten Beratungsprozess

Bedürfnisanalyse
Die Analyse der Bedürfnisse, der Pläne und der Lebenssituation unserer Kunden bildet den Ausgangspunkt der Beratung.

Finanzkonzept
Mit dem Ergebnis der Bedürfnisanalyse erstellen wir zusammen mit dem Kunden das persönliche Finanzkonzept und definieren gemeinsam die konkreten Handlungsfelder.

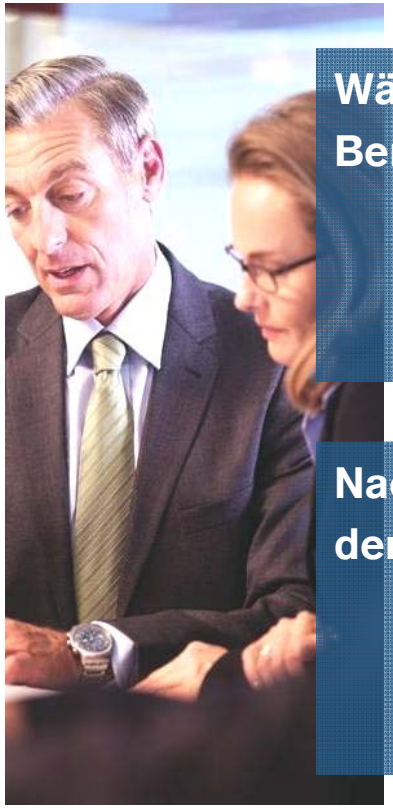
Kundenprofil
Das Kundenprofil besteht aus den beiden Elementen Risikoprofil und Anlegerprofil und bildet die Basis für die Erarbeitung der Strategie im nächsten Schritt.

Strategie
Die in den ersten drei Schritten gewonnenen Erkenntnisse werden der richtigen Strategie zugeordnet.

Umsetzung
Wir unterstützen die Kunden professionell bei der Umsetzung der getroffenen Entscheide.

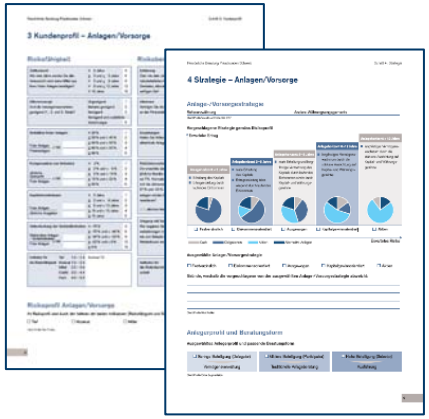
Kontinuierliche Beratung

Die richtigen Hilfsmittel als Differenzierungselemente



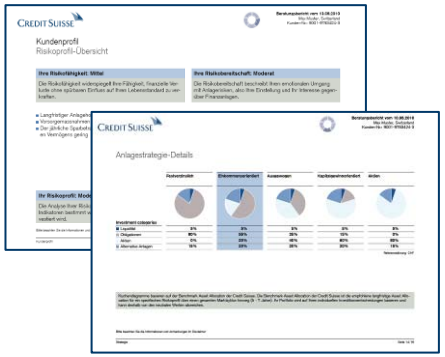
Während der Beratung

- Beratungsheft, Gesprächsleitfaden für einen strukturierten Ablauf:
  - Sichert einheitliche Qualität und bedürfnisorientiertes Vorgehen für den Kunden und den Berater



Nach der Beratung

- Beratungsbericht, Basis für die Erarbeitung von individuellen Lösungen:
  - Umfassend, transparent und nachvollziehbar



Beratungsheft: Bedürfnisanalyse/Strategie/Kundenprofil

1 Bedürfnisanalyse

Adresse

Geburtsdatum | E-Mail

Telefon | Erreichbarkeit

Client Profile/Base Data

Persönliches Umfeld Client Profile/Relations	**Ihre Pläne** ☐ Erster Vorsorgeplan ☐ Vorsorgeplan optimieren ☐ Vermögen neu ausrichten ☐ Pensionierung vorbereiten ☐ Vermögen weitergeben ☐ _____ Needs Analysis/Contacts	
Berufliches Umfeld Client Profile/Client Details	**Ihre Pläne** ☐ Studium und Berufseinstieg ☐ Karriere und Vermögen aufbauen ☐ Karriere und Vermögen optimieren ☐ _____ Needs Analysis/Contacts	**Themen**
Interessen Client Profile/Hobbies & Memberships	**Ihre Pläne** ☐ Unabhängigkeit und Spass ☐ Lebensqualität erhöhen ☐ Ruhestand geniessen ☐ _____ Needs Analysis/Contacts	
Wohnsituation Financial Concept/Assets & Liabilities	**Ihre Pläne** ☐ Erstes Wohneigentum ☐ Wohneigentum optimieren ☐ Neue Wohnträume verwirklichen ☐ _____ Needs Analysis/Contacts	Needs Analysis/Contacts

2 Finanzkonzept

Jährliches Einkommen	–	Jährliche Ausgaben	=	Jährliche Spurquote (Einkommensüberschuss/-defizit)
Financial Concept/Income & Spendings		Financial Concept/Income & Spendings		Client Profile/Risk Profiler

Anlagen			Verbindlichkeiten	
Institut	Gebundene Anlagen (zweckgebunden zur Deckung entsprechender Verbindlichkeiten / Pläne) Financial Concept/Assets & Liabilities	Betrag	Verbindlichkeiten/Pläne Financial Concept/Assets & Liabilities	Betrag
Institut	Freie Anlagen Financial Concept/Assets & Liabilities	Betrag	Übrige Verbindlichkeiten Financial Concept/Assets & Liabilities	Betrag
Institut	Übrige Anlagen Financial Concept/Assets & Liabilities	Betrag	Nettovermögen	Betrag
Total			Total	

3 Kundenprofil – Anlagen/Vorsorge

Risikofähigkeit

Zeithorizont Wie viele Jahre werden Sie aller Voraussicht nach keine Mittel aus Ihren freien Anlagen benötigen?	< 3 Jahre ≥ 3 und ≤ 5 Jahre > 5 und ≤ 8 Jahre > 8 und ≤ 12 Jahre > 12 Jahre	3 6 9 12 15
Altersvorsorge Sind die Vorsorgemassnahmen genügend (1., 2. und 3. Säule)?	Ungenügend Beinahe genügend Genügend Genügend und zusätzliche Vorkehrungen	1 2 3 5
Verhältnis freier Anlagen Freie Anlagen / Finanzanlagen x100	< 20 % ≥ 20 % und < 40 % ≥ 40 % und < 60 % ≥ 60 % und < 90 % ≥ 90 %	1 2 3 4 5
Kompensation von Verlusten Jährliche Sparquote / Freie Anlagen x100	< 2 % ≥ 2 % und < 5 % ≥ 5 % und < 10 % ≥ 10 % und < 20 % ≥ 20 %	1 2 3 4 5
Kapitalverzehrdauer Freie Anlagen / Jährliche Ausgaben	< 2 Jahre ≥ 2 und < 6 Jahre ≥ 6 und < 10 Jahre ≥ 10 und < 15 Jahre ≥ 15 Jahre	1 2 3 4 5
Unterdeckung der Verbindlichkeiten (Gebundene Anlagen – Verbindlichkeiten) / Freie Anlagen x100	< –75 % ≥ –75 % und < –40 % ≥ –40 % und < –20 % ≥ –20 % und < 0 % ≥ 0 %	3 6 9 12 15
Indikator für die Risikofähigkeit	Tief 1.0 – 1.4 Moderat 1.5 – 2.4 Mittel 2.5 – 3.4 Erhöht 3.5 – 4.4 Hoch 4.5 – 5.0	Summe/10

Risikobereitschaft

Erfahrung Über wie viele Jahre Erfahrung mit risikobehafteten Anlagen wie Aktien, Derivaten, alternativen Anlagen etc. verfügen Sie?	Keine 1 bis 2 Jahre 3 bis 5 Jahre 6 bis 15 Jahre > 15 Jahre	1 2 3 4 5
Interesse Verfolgen Sie die Entwicklungen an den Finanzmärkten?	Nie Selten Gelegentlich Regelmässig Beinahe täglich	1 2 3 4 5
Erwartungen Halten Sie Aktien langfristig für die attraktivste Anlagekategorie?	Nein Eher nicht Unentschlossen Eher ja Ja	1 2 3 4 5
Risikobewusstsein Die erwartete (aber nicht garantierte) jährliche Rendite einer Einzelanlage sei 7 %. Normalerweise bewegen sich die Jahresrenditen innerhalb von 27 % und -20 %. Wie viel Ihrer Finanzanlagen würden Sie in diese Anlage investieren? –20 % 7 % 27 % 0 % Jährliche Wertschwankungen / Durchschnittliche Jahresrendite	Keine Investition Weniger als 50 % Etwa 50 % Mehr als 50 % Fast 100 %	1 2 3 4 5
Umgang mit Verlusten Wie reagieren Sie auf Wertveränderungen in Ihrem Portfolio wie zum Beispiel eine (temporäre) Werteinbusse von 30 %?	Sofortiger Verkauf Unruhiger Schlaf Akzeptabel für Teil des Vermögens Unvermeidbares Übel Rechnet mit Schwankungen	1 2 3 4 5
Indikator für die Risikobereitschaft	Tief 1.0 – 1.4 Moderat 1.5 – 2.4 Mittel 2.5 – 3.4 Erhöht 3.5 – 4.4 Hoch 4.5 – 5.0	Summe/5

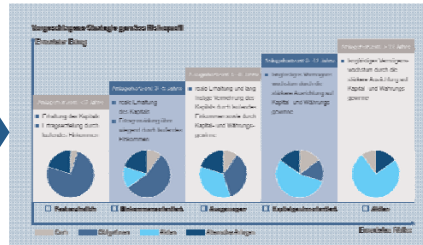
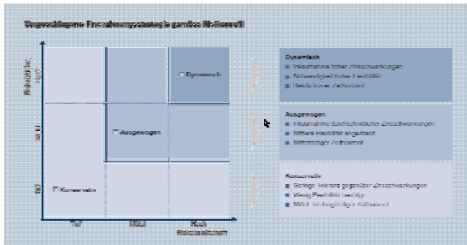
Risikoprofil Anlagen/Vorsorge

Ihr Risikoprofil wird durch den tieferen der beiden Indikatoren (Risikofähigkeit und Risikobereitschaft) bestimmt

☐ Tief ☐ Moderat ☐ Mittel ☐ Erhöht ☐ Hoch

Client Profile/Risk Profiler

Integrierte Lösungen

	Anlage/Vorsorge	Finanzierung
Kundenprofil	**Risikofähigkeit** Zeithorizont, Altersvorsorge, Kompensation, Verluste usw. **Risikobereitschaft** Erfahrung, Interesse, Erwartungen, Risikobewusstsein	**Risikofähigkeit** Markt-, Objekt- und Personenrisiken **Risikobereitschaft** Erfahrung, Zinsschwankungen, Flexibilität
	Risikoprofil	**Risikoprofil**
Strategie	 ▪ Festverzinslich ▪ Einkommens-orientiert ▪ Ausgewogen ▪ Kapitalgewinn-orientiert ▪ Aktien	 ▪ Konservativ ▪ Ausgewo-gen ▪ Dynamisch
Umsetzung	▪ Core-Satellite-Anlagevorschlag im INVESTnet ▪ Check-up Vorsorge	▪ Hypothekarlösungen, basierend auf der Finanzierungsstrategie, dem aktuellen Zinsumfeld und den Prognosen für die kommenden zwölf Monate

Überprüfung der Asset Allocation

Asset Classes | Core-Satellite

Asset Allocation vs. Initial Portfolio

		Liquidity	Bonds	Equities	Alterna Investm		
Switzerland	Target AA	3.0	27.0	17.0			
	Initial	3.0	0.0	33.3			
	Action	0.0	27.0	-16.3			
Europe	Target AA			5.0			
	Initial			0.0			
	Action			5.0			
Europe non-EUR	Target AA		0.0	0.0			
	Initial		6.1	29.6			
	Action		-6.1	-29.6			
North America	Target AA	0.0	0.0	7.0			
	Initial	2.5	7.0	3.8			
	Action	-2.5	-7.0	3.2			
Asia/Pacific	Target AA			5.0			
	Initial			0.0			0.0
	Action			5.0			5.0
Japan	Target AA						
	Initial						
	Action						
Mixed/Others	Target AA		5.0	9.0	12.0		26.0
	Initial		0.0	2.0	12.6		14.6
	Action		5.0	7.0	-0.6		11.4
Total	Target AA	3.0	32.0	43.0	22.0		100.0
	Initial	5.5	13.0	68.8	12.6		100.0
	Action	-2.5	19.0	-25.8	9.4		0.0

Beispiel:

Kunde hat viel zu hohes Risiko im Portfolio

Sein Profil: MEDIUM

Tatsächliches Risiko: HIGH

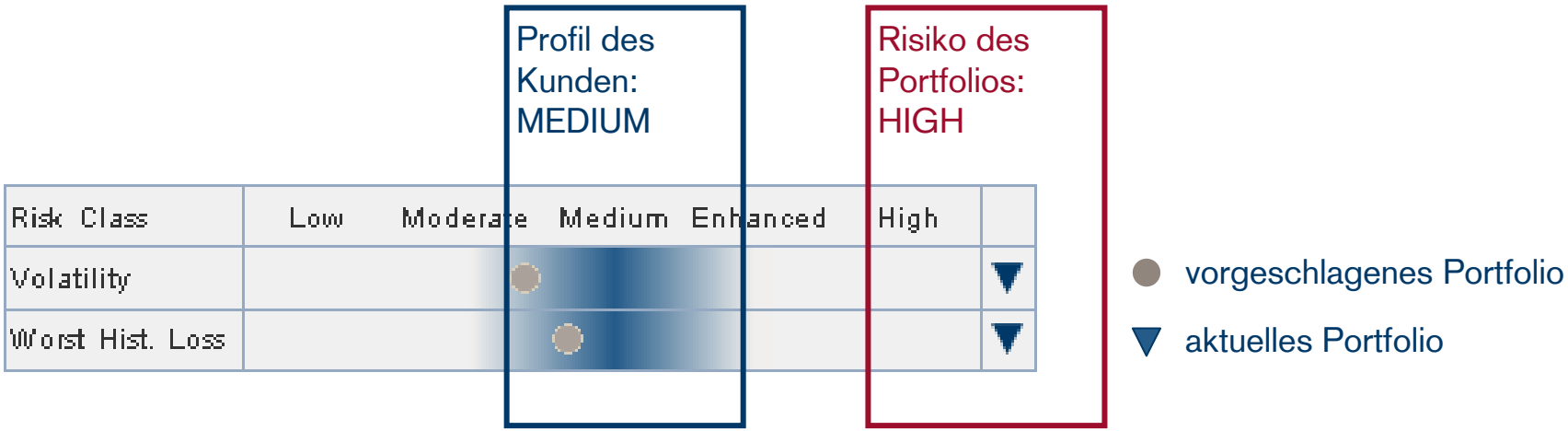
Grund dafür ist, dass er zu viel in Aktien und zu wenig in Obligationen und alternative Anlagen investiert ist

Analysen mit dem Portfolio Risk Analyzer

Zur Beantwortung der drei wichtigsten Fragen des Kunden:

a) Stimmt meine Strategie mit meinem Risikoprofil überein?

Vergleich Ist- mit Soll-Risiko



Analysen mit dem Portfolio Risk Analyzer

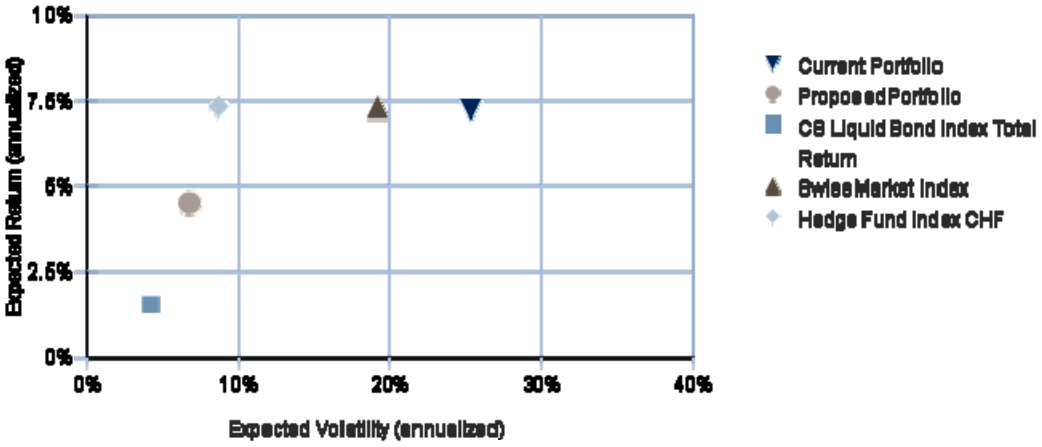
b) Was kann ich erwarten?

Vergleich der Volatilität und der Rendite des aktuellen Portfolios mit ausgewählten Benchmarks

Long Term Assumptions

Risk Return Chart

	Current Portfolio	Proposed Portfolio
Expected Returns (Annualized)	7.2%	4.5%
Expected Volatility (Annualized)	25.4%	6.8%



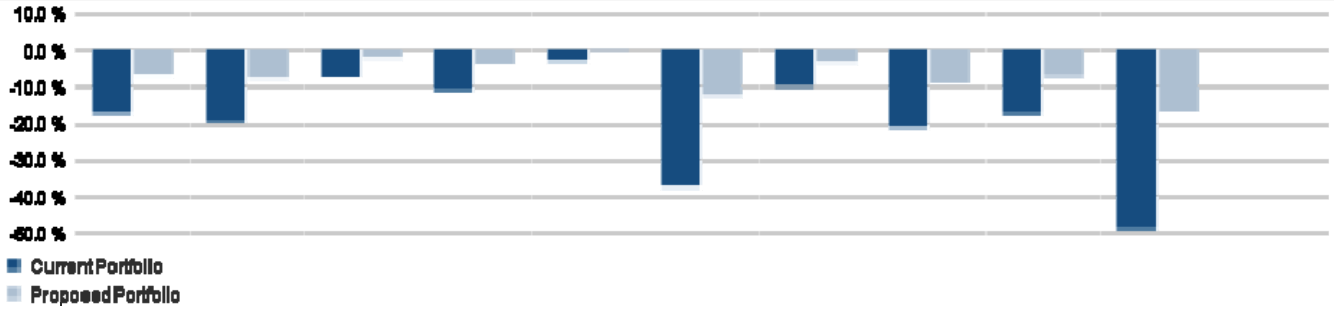
Analysen mit dem Portfolio Risk Analyzer

c) Wie viel kann ich verlieren, wenn alles schiefgeht?

Szenario-Analyse in wilden Märkten: So viel hätte das Portfolio während einzelner Krisen verloren (basierend auf historischen Daten)

Scenario Analysis

	Black Monday*	Gulf War*	Gulf War + 9 months*	Interest rate hike series*	Asia Crisis*	Russian Crisis*	Russian Crisis + 1 month*	Technology bubble burst*	Sep 11th 2001*	Global financial crisis	Your Scenario Begin / End
Show in Client Output	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☑	☐
Current Portfolio	-17.3%	-19.5%	-6.7%	-10.8%	-2.7%	-37.4%	-9.8%	-21.0%	-17.4%	-48.9%	
Proposed Portfolio	-6.8%	-7.7%	-1.9%	-3.0%	0.2%	-12.3%	-3.1%	-8.4%	-7.1%	-16.3%	



Exzellenter Service

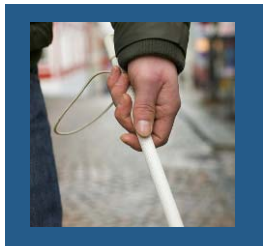
Branch Excellence: Start der Umsetzung im Jahr 2005 mit der Geschäftsstelle Bülach. Bis Ende 2010 sind 50 % der Geschäftsstellen (93) umgebaut.

- Einheitliches Erscheinungsbild
  - Schaffen einer einladenden und transparenten Atmosphäre
  - Klare Orientierung: Diskretions- und Self-Service-Bereiche
  - Corporate Identity, Architekturmanual

- Floor Manager
  - Begrüsst die Kunden und leitet sie ihren Bedürfnissen entsprechend weiter (Beratungsgespräch, Schalter usw.)
  - Verkauf von Standardprodukten und Kontoeröffnungen
  - Unterstützt Kunden bei der Bedienung der Bancomaten

Exzellenter Service

Respektvoller Umgang mit unseren Kunden. Vorreiter bezüglich Zugänglichkeit der Bank in der Schweiz. Verpflichtung als guter Corporate Citizen.



- Barrierefreie Kundenkommunikation
  - Homepage und Direct Net (AA-Zertifikat)
  - Dokumente für Kunden (Grossschrift/Brailleschrift)

- Rollstuhlgängige Geschäftsstellen und Büroflächen
- Bis Ende 2010 sind 35 Bankomaten auf reduzierter Höhe eingebaut
- 350 ATM mit Sprachausgabe in DE, EN, FR und IT

- Obligatorische Schulung für Mitarbeitende mit Kundenkontakt:
  - Empfang, Security, Relationship Manager, Mitarbeitende in Geschäftsstellen, Linienvorgesetzte
- Bis Ende Oktober 2010 sind 2000 Mitarbeitende geschult

Engagierte Mitarbeitende

Kontinuierliche Investitionen in unsere Mitarbeitenden

Departements- und Unternehmenskultur

Corporate Volunteering

Engagierte Mitarbeitende

Kontinuierliche Investitionen in unsere Mitarbeitenden

- Unsere Mitarbeitenden sind in der Beratungskompetenz Benchmark
- 10'000 Personentage Ausbildung pro Jahr
- Umfassender Test und Zertifizierungen zu:
  - Beratungsqualität in Bezug auf Risikoabklärung und -aufklärung
  - Bank- und Produktekenntnisse
  - Serviceverhalten
- Eintritt von Mitarbeitenden ins Privatkundengeschäft und Weiterentwicklung innerhalb des Departements und der Bank

Anzahl zertifizierte Mitarbeitende:	Ende 2010	Ende 2011	Ende 2012
Beratung	20%	45%	91%
Contact Center		26%	74%
Cash Service	33%	43%	72%

Engagierte Mitarbeitende

Unternehmens- und Departementskultur

- Code of Conduct der Credit Suisse
- Förderung von gemeinsamen Werten im Privatkundengeschäft Schweiz

Verantwortung

Engagement

Service & Höchstleistungen

Zusammenarbeit

Nachhaltigkeit

Corporate Volunteering

Seit 2008 Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Die Partnerschaft mit 12 gemeinnützigen Organisationen und die Zusammenarbeit mit vielen weiteren NPO gewährleisten ein vielfältiges Angebot an Freiwilligeneinsätzen:

- Schweizerisches Rotes Kreuz
- Procap
- Plusport
- Love Ride
- Young Enterprise Switzerland
- Right To Play
- Ernst Schmidheiny Stiftung
- Stiftung Bergwaldprojekt
- Schweizer Tafel
- WWF
- Dampfbahn Furka
- Krebsliga Schweiz

Engagierte Mitarbeitende

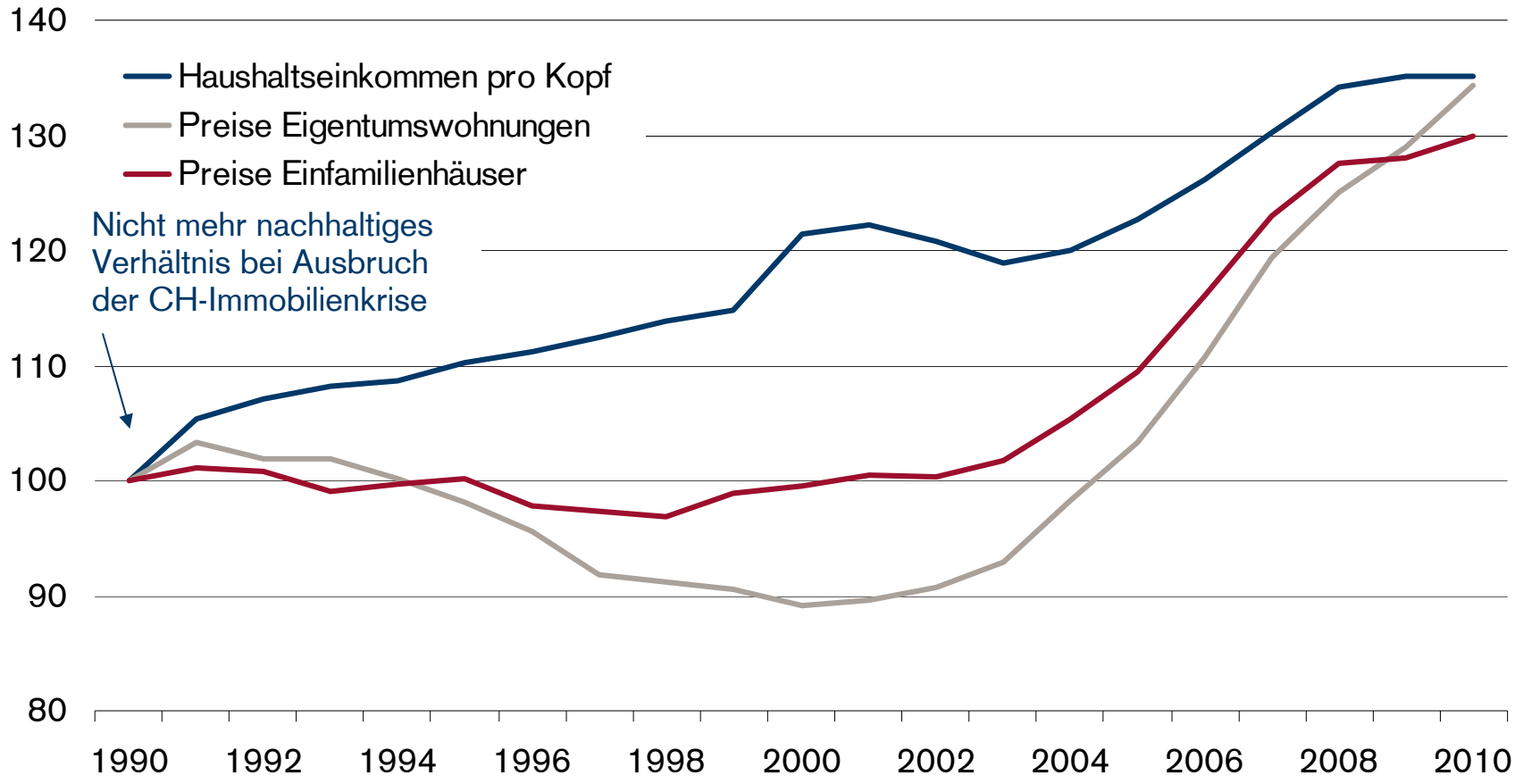
2009: Total ca. 4500 Volunteering-Tage in der Schweiz
2010: Geplant sind 5000 Volunteering-Tage in der Schweiz

Agenda

- Vorstellung Privatkundengeschäft Schweiz
- Wie wir mit unseren Kunden zusammenarbeiten
- Exkurs Hypothekargeschäft

Preisniveau stattlich, aber noch keine Blase

Gegenüberstellung von Preis- und Einkommensentwicklung, indexiert, 1990 = 100



Quelle: Credit Suisse Economic Research, Wüest & Partner

Ingredienzien für eine Immobilienpreisblase

Stand heute:

trifft zu

- Übermässige Liquidität
- Druck auf Marge

zu wenig ausgeprägt

- Lang anhaltende Phase ansteigender Immobilienpreise
- Entkoppelung der Immobilienpreise von der Entwicklung der Einkommen

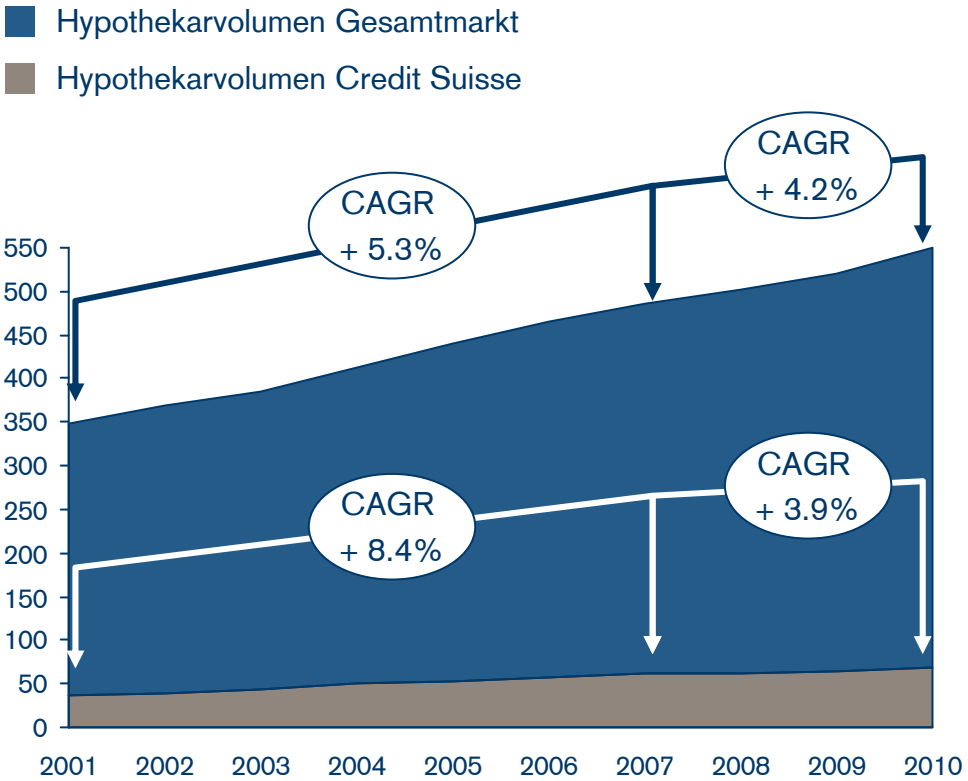
trifft nicht zu

- Übertriebener Risikoappetit
- Hoher Anteil spekulativer Immobilientransaktionen
- Überschiessende Bautätigkeit und Angebotsüberhang

Hypothekarmarkt Schweiz

Hypothekarvolumen Gesamtmarkt 2001–2010 (CAGR + 4,9 %)

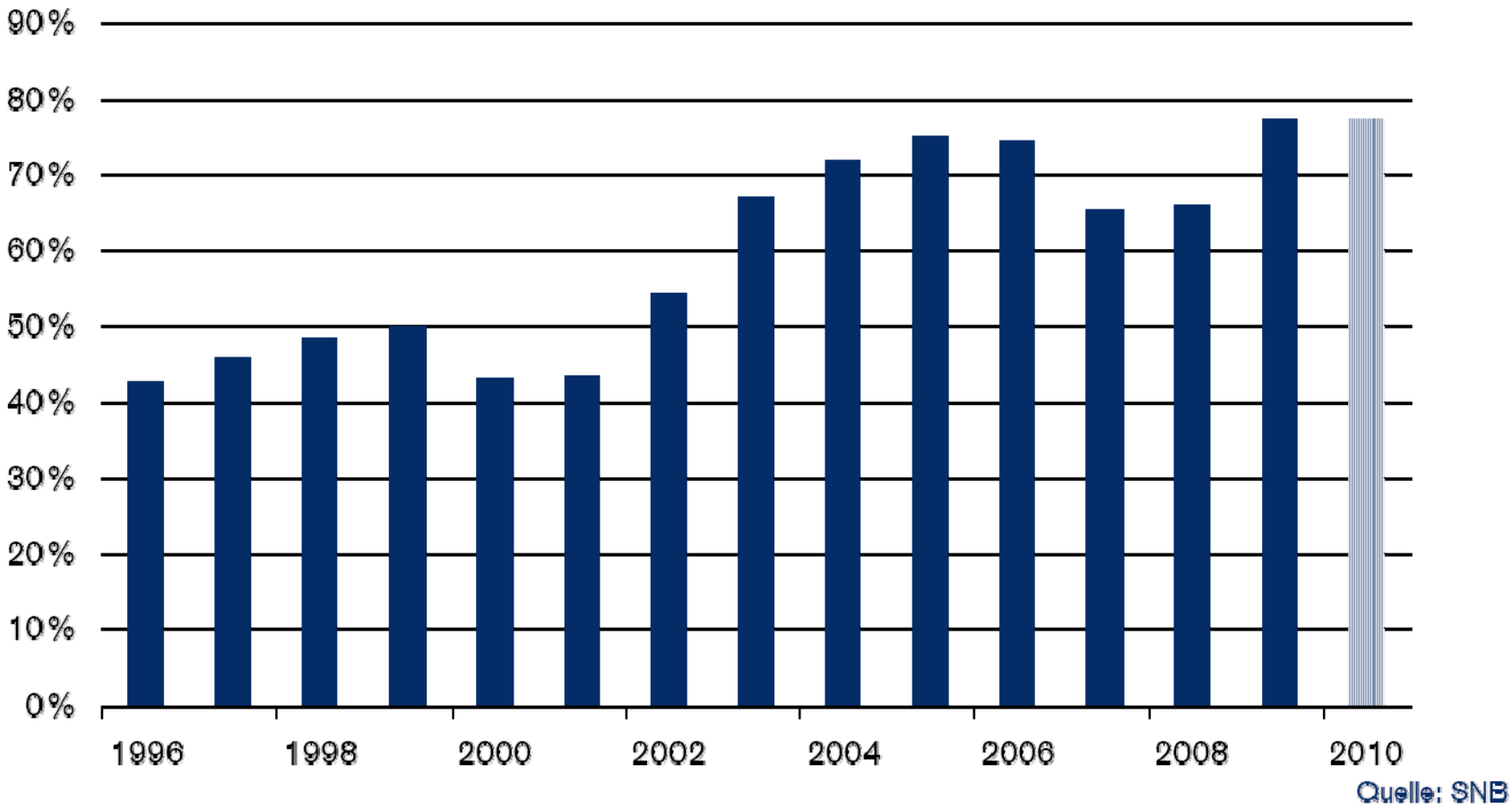
Hypothekarvolumen Credit Suisse 2001–2010 (CAGR + 6,9 %)



- An Privathaushalte gewährte Hypotheken machen einen Marktanteil von 75 % am Schweizer Gesamthypothekarmarkt aus
- Von Januar 2001 bis Januar 2010 ist das Hypothekarvolumen der Privathaushalte in der Schweiz von CHF 349 Mia. auf CHF 555 Mia. gestiegen (CAGR + 4.9%)
- Wachstum des Credit Suisse Hypothekarvolumens der Privathaushalte zwischen 2000 und 2010 von CHF 37 Mia. auf CHF 68 Mia. (CAGR + 6,9%)
- Wachstumsrückgang ab dem Jahr 2007:
  - Gesamtmarkt CAGR + 5.3% -> 4.2%
  - Credit Suisse CAGR + 8.4% -> 3.9%

Zinsrisiko begrenzt, da Fixhypotheken weit verbreitet

Anteil der Fixhypotheken am Gesamthypothekenbestand



Zusammenfassung

«Best Private Banking Services Overall»
«Best Private Banking Services Switzerland»

«Best Global Bank»
«Best Bank in Switzerland»

Privatkunden-geschäft Schweiz

- Starker Partner vor Ort (186 Filialen)
- Integriertes Geschäftsmodell One Bank
- Klare Fokussierung auf Retail- und vermögende Privatkunden
- Umfassende Wertschöpfungskette

Wie wir mit unseren Kunden zusammen-arbeiten

- Die Bedürfnisse des Kunden stehen im Zentrum
- Ganzheitlicher Beratungsprozess mit Fokus auf Risikoaufklärung und -abklärung
- State-of-the-Art-Tools zur Unterstützung der Kundenberatung
- 10'000 Personentage Ausbildung mit Zertifizierungen
- Mehr als 280 Lernende im Privatkundengeschäft, konstante Weiterentwicklung der Mitarbeitenden innerhalb des Privatkundengeschäfts und der Bank
- Engagierte Mitarbeitende (Entwicklungsmassnahmen, gemeinsame Kultur, Volunteering)

Exkurs Hypothekar-markt

- Klare Kreditpolitik mit Fokus auf Tragbarkeit und Refinanzierung
- Keine Anzeichen für eine Schweizer Immobilienblase vorhanden

Disclaimer

Das vorliegende Dokument wurde von der Credit Suisse AG erstellt. Die darin geäusserten Meinungen sind diejenigen der Credit Suisse AG zum Zeitpunkt der Redaktion und können jederzeit ändern. Das Dokument dient nur zu Informationszwecken und für die Verwendung durch den Empfänger. Es stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung seitens oder im Auftrag der Credit Suisse AG zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren dar. Ein Bezug auf die Performance der Vergangenheit ist nicht als Hinweis auf die Zukunft zu verstehen. Die in der vorliegenden Publikation enthaltenen Informationen und Analysen wurden aus Quellen zusammengetragen, die als zuverlässig gelten. Die Credit Suisse AG gibt jedoch keine Gewähr hinsichtlich deren Zuverlässigkeit und Vollständigkeit und lehnt jede Haftung für Verluste ab, die sich aus der Verwendung dieser Informationen ergeben.

USA: Weder das vorliegende Dokument noch Kopien davon dürfen in die Vereinigten Staaten versandt, dorthin mitgenommen oder an US-Personen abgegeben werden.

Örtliche Gesetze oder Vorschriften können die Verteilung in bestimmten Rechtsordnungen einschränken. Das vorliegende Dokument darf ohne schriftliche Genehmigung der Credit Suisse AG weder ganz noch auszugsweise vervielfältigt werden. Copyright © 2010 Credit Suisse Group AG und / oder mit ihr verbundene Unternehmen. Alle Rechte vorbehalten.

CREDIT SUISSE