

CREDIT SUISSE 



Neue Perspektiven

Jahresbericht
2007

Wir verfügen rund um den Globus über Centers of Excellence. Die vier Centers of Excellence der Credit Suisse befinden sich in verschiedenen Zeit-zonen, sodass die Dienstleistungen der gesamten Bank rund um die Uhr verfügbar sind. Mrigna Javdekar (auf der Titelseite) ist in unserem Dienstleistungszentrum im indischen Pune tätig. Sie ist Mitglied des Teams Human Capital Management des Bereichs IT.

Kennzahlen

	in der Geschäftsperiode			Veränderung in %	
	2007	2006	2005	07 / 06	06 / 05
Reingewinn (in Mio CHF)					
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	7 760	8 281	4 526	(6)	83
Reingewinn	7 760	11 327	5 850	(31)	94
Gewinn pro Aktie (in CHF)					
Reingewinn pro Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	7.43	7.53	3.98	(1)	89
Reingewinn pro Aktie	7.43	10.30	5.17	(28)	99
Verwässerter Reingewinn pro Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	6.96	7.19	3.90	(3)	84
Verwässerter Reingewinn pro Aktie	6.96	9.83	5.02	(29)	96
Eigenkapitalrendite (in %)					
Eigenkapitalrendite	18.0	27.5	15.4	-	-
Kernergebnis (in Mio CHF)					
Nettoertrag	34 953	34 940	28 415	0	23
Rückstellungen für Kreditrisiken	240	(111)	(144)	-	(23)
Geschäftsaufwand	25 565	24 311	23 200	5	5
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen, vor Steuern	9 148	10 740	5 359	(15)	100
Kernergebnis: Kennzahlen der Erfolgsrechnung (in %)					
Aufwand-Ertrag-Relation	73.1	69.6	81.6	-	-
Gewinnmarge, vor Steuern	26.2	30.7	18.9	-	-
Anwendbarer Steuersatz	13.7	22.2	17.3	-	-
Gewinnmarge aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	22.2	23.7	15.9	-	-
Reingewinnmarge	22.2	32.4	20.6	-	-
Verwaltete Vermögen und Netto-Neugelder (in Mia CHF)					
Verwaltete Vermögen	1 554.7	1 485.1	1 319.4	4.7	12.6
Netto-Neugelder	50.4	95.4	57.4	-	-
Bilanzdaten (in Mio CHF)					
Total Aktiven	1 360 680	1 255 956	1 339 052	8	(6)
Nettoausleihungen	240 534	208 127	205 671	16	1
Total Eigenkapital	43 199	43 586	42 118	(1)	3
Buchwert pro Aktie (in CHF)					
Buchwert pro Aktie	42.33	41.02	37.42	3	10
Materieller Buchwert pro Aktie	31.23	30.20	23.19	3	30
Ausstehende Aktien (in Mio)					
Ausgegebene Aktien	1 162.4	1 214.9	1 247.8	(4)	(3)
Eigene Aktien	(141.8)	(152.4)	(122.4)	(7)	25
Ausstehende Aktien	1 020.6	1 062.5	1 125.4	(4)	(6)
Börsenkapitalisierung					
Börsenkapitalisierung (in Mio CHF)	76 024	99 949	81 847	(24)	22
Börsenkapitalisierung (in Mio USD)	67 093	81 894	62 241	(18)	32
BIZ-Kennzahlen					
Risikogewichtete Aktiven (in Mio CHF)	312 068	253 676	232 891	23	9
Kernkapitalquote (in %)	11.1	13.9	11.3	-	-
Eigenmittelquote (in %)	14.5	18.4	13.7	-	-
Mitarbeiter (auf Vollzeitbasis)					
Anzahl Mitarbeiter	48 100	44 900	44 600	7	1

Ausführliche Angaben zum Finanzergebnis der Credit Suisse Group finden Sie im Geschäftsbericht 2007.

Jahresbericht

2007

Für 2007 erzielten wir ein Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen von **CHF 7,8 Milliarden**. Wir profitierten von unserer starken Kapitalausstattung und machten weitere Fortschritte bei der Umsetzung unserer kundenorientierten integrierten Bankstrategie sowie der Diversifizierung unserer Erträge. Wir verfolgen unsere Ambitionen beharrlich weiter und werden 2008 unsere globalen Fähigkeiten für spezifische Kundenlösungen noch stärker bündeln.

CHF

7760
Millionen

Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen betrug 2007 CHF 7760 Millionen, 6% weniger als 2006.

CHF

34 953
Millionen

Der Nettoertrag unseres Kerngeschäfts blieb 2007 gegenüber 2006 praktisch stabil bei CHF 34 953 Millionen.

CHF

6.96
pro Aktie

Der verwässerte Reingewinn pro Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen betrug CHF 6.96, 3% weniger als 2006.

CHF

1555
Milliarden

Die verwalteten Vermögen lagen per Ende 2007 bei CHF 1555 Milliarden, 5% höher als Ende 2006.

18
Prozent

Die Eigenkapitalrendite lag 2007 aufgrund der herausfordernden Märkte mit 18% unter den 20%, die wir über den Marktzyklus anvisieren.

48 100
Vollzeitstellen

Zum Jahresende 2007 boten wir in über 50 Ländern 48 100 Vollzeitstellen, 7% mehr als 2006.

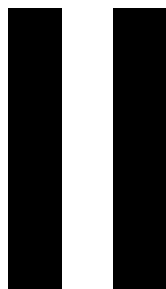


Für unsere Stakeholder

- 6 Die Credit Suisse im Überblick
 - 8 Vision, Mission und Grundsätze
 - 9 Jahresrückblick 2007
 - 10 Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten und des CEO
-

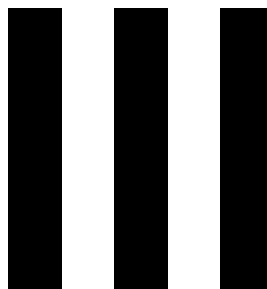
Innovation in unseren Geschäftsfeldern

- 14 Investitionen in zukunftsweisende Projekte
Masdar City, eine Stadt in der Wüste, die weder Kohlendioxid noch Abfall produziert
 - 20 Innovation im Fixed-Income-Bereich
Massgeschneiderte Finanzprodukte
 - 24 Centers of Excellence – weltweites Engagement
Aufbau von Dienstleistungszentren in wichtigen Wachstumsregionen
 - 28 Demografische Herausforderungen in Asien
Partnerschaft mit dem National Pension Fund in Südkorea
 - 32 Förderung der Mitarbeitenden in Asien Pazifik
Die Business School, ein wichtiges Instrument zur Ausbildung und Entwicklung unserer Mitarbeitenden
 - 36 Client Centricity
Eine Initiative zum besseren Verständnis der Kundenbedürfnisse
-



Corporate Governance

- 40 Verwaltungsrat und Geschäftsleitung
 - 44 Corporate Governance
 - 46 Organisationsstruktur
 - 47 Die Credit Suisse in der Gesellschaft
-



Finanzbericht

- 50 Die Strategie der Credit Suisse
 - 54 Zusammenfassung des Geschäftsergebnisses
 - 58 Konsolidierte Erfolgsrechnung
 - 59 Konsolidierte Bilanz
 - 62 Informationen für Investoren
 - 64 Weltweite Präsenz der Credit Suisse
-



Eine detaillierte Übersicht über das Geschäftsergebnis 2007 der Credit Suisse Group, die Unternehmensstruktur, das Risikomanagement sowie eine ausführliche Analyse des Betriebs- und Finanzergebnisses finden Sie im **Geschäftsbericht 2007**. Informationen, wie die Bank ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt und der Gesellschaft mit ihren diversen Anspruchsgruppen wahrnimmt, sind im **Corporate Citizenship Report 2007** zusammengefasst.

Als eine der weltweit führenden Banken bietet Credit Suisse ihren Kunden Dienstleistungen in den Bereichen Private Banking¹, Investment Banking² und Asset Management³. Sie offeriert weltweit Unternehmen, institutionellen Kunden, staatlichen Körperschaften und vermögenden Privatkunden sowie Retailkunden in der Schweiz qualifizierte Beratung, innovative Produkte und umfassende Lösungen. Die 1856 gegründete Credit Suisse ist heute in über 50 Ländern tätig und beschäftigt 48 000 Mitarbeitende aus rund 100 Nationen.

1 **Private Banking**

Im Private Banking bietet die Credit Suisse umfassende Beratung und eine breite Palette von Vermögensverwaltungslösungen an. Dazu gehören Vorsorgeplanung, Lebensversicherungsprodukte, Steuerplanung sowie Vermögens- und Erbschaftsberatung, die auf die Bedürfnisse von vermögenden Privatkunden weltweit massgeschneidert sind. In der Schweiz bietet die Credit Suisse vermögenden Privatkunden sowie Firmen- und Retailkunden Bankprodukte und -dienstleistungen an.

2 **Investment Banking**

Im Investment Banking bietet die Credit Suisse Unternehmen, institutionellen Investoren und staatlichen Körperschaften Wertschriftenprodukte und Beratungsdienstleistungen an. Zu den Produkten und Dienstleistungen gehören Emissionen, Handel mit Wertpapieren, Beratung bei Unternehmensfusionen und -übernahmen, Veräusserungen, Unternehmensverkäufe, Umstrukturierungen und Investment Research.

3 **Asset Management**

Im Asset Management bietet die Credit Suisse Institutionen, staatlichen Körperschaften und Privatkunden integrierte Anlage-lösungen und -dienstleistungen an. Die Credit Suisse verfügt über eine umfassende Produktpalette mit allen Anlagekategorien, wie Geldmarkt, Anleihen, Aktien und gemischte sowie alternative Anlagen wie Immobilien, Hedge Funds, Private Equity und Volatilitätsmanagement.

Vision, Mission und Grundsätze

Wir haben die Vision, eine der weltweit führenden und meistgeschätzten Banken zu schaffen. Der Name Credit Suisse soll für unser unverwechselbares Know-how im Investment Banking, im Private Banking und im Asset Management stehen. Wir wollen uns als kundenorientierte integrierte Bank etablieren, die sich mit ihrer Beratung, mit ihrer Innovationskraft und mit den erzielten Ergebnissen allerhöchste Wertschätzung verdient.

Um unser Ziel zu erreichen, setzen wir neue Standards: bei der Partnerschaft mit den Kunden und mit innovativen und integrierten Lösungen. Kulturelle Vielfalt ist für den Erfolg grundlegend. Wir arbeiten untereinander und mit den Kunden offen und respektvoll zusammen. Damit erzielen wir überdurchschnittliche Ergebnisse, die allen Anspruchsgruppen unserer Bank zu konkretem Nutzen und langfristigem Erfolg verhelfen.

Drei Grundsätze bilden die Basis unseres Handelns:

- Die Kundenbedürfnisse stehen immer im Mittelpunkt. Bei Credit Suisse wissen wir, dass wir nur in Partnerschaft mit unseren Kunden neue Standards setzen können. Dazu müssen wir die Kunden in den Mittelpunkt stellen und ihre Anforderungen und Bedürfnisse umfassend verstehen. Wir sind überzeugt, dass nur herausragende Leistungen zum Erfolg führen. Aufbauend auf unsere Tradition zur Innovation, streben wir nach neuartigen Lösungen, um unseren Kunden nachhaltigen Mehrwert zu bieten.
- Teamwork ist die Grundlage des Geschäfts. Wir sind bestrebt, über Geschäftsbereiche und Regionen hinweg als Team zusammenzuarbeiten, von unseren gemeinsamen Stärken und Erfahrungen zu profitieren und so den Kunden unsere Dienstleistungen aus einer Hand anzubieten. Damit können wir uns von der Konkurrenz abheben. Einsatz, Zielstrebigkeit und Kommunikation – das sind die Schlüssel zur erfolgreichen Teamarbeit bei Credit Suisse.
- Der gute Ruf ist entscheidend. Ein guter Ruf muss über Jahrzehnte erarbeitet werden und kann in kürzester Zeit zerstört werden. Wir sind in allem, was wir tun, um die Erhaltung und Stärkung unserer Reputation bemüht, indem wir Höchstleistungen anstreben, Mehrwert für unsere Kunden und Aktionäre schaffen und mit Professionalität, Integrität und Respekt unsere Leistungsorientierung und unser Verantwortungsbewusstsein gegenüber allen Anspruchsgruppen unter Beweis stellen.

Jahresrückblick 2007

Januar Aus dem Zusammenschluss unserer unabhängigen Privatbanken entstand Clariden Leu, unsere neue Schweizer Privatbank. Ferner lancierten wir BANK-now, die auf Privatkredite und Fahrzeugleasing im Schweizer Markt spezialisiert ist.

März Wir bauten unsere internationale Präsenz weiter aus und nahmen den Wertschriftenhandel in Indien auf, einem wichtigen Wachstumsmarkt für Credit Suisse.

Um die Bewirtschaftung unseres Kapitals und unserer Liquidität weiter zu stärken, zentralisierten wir die Herausgabe von Schuldtiteln und die Kapitalausstattung unserer Tochtergesellschaften.

April Wir schlossen die Einführung unseres neuen Modells für die Betreuung unserer Topkunden in der Schweiz ab. Über 1500 Mitarbeitende sind darin involviert.

Mai Brady W. Dougan übernahm die Funktion als Chief Executive Officer der Credit Suisse. Oswald J. Grübel trat nach 38 Jahren erfolgreicher Tätigkeit in den Ruhestand.

Wir wickelten den weltweit ersten Börsengang eines Mikrofinanzinstituts ab. Banco Compartamos, S. A., Mexiko, bietet Kleinunternehmen Kleinkredite und andere Finanzdienstleistungen an.

Wir übernahmen Baran Securities, eine türkische Brokerage-Firma. Mit der uneingeschränkten Broker-Dealer-Lizenz für die Istanbul Stock Exchange können wir unser Angebot in der Türkei ausweiten.

Juni Wir eröffneten Standorte in Kiew (Ukraine) und Almaty (Kasachstan), zwei weiteren dynamischen Wachstumsmärkten.

Wir gaben den Erwerb einer Beteiligung von 9,9% an EcoSecurities Group PLC bekannt. EcoSecurities ist eines der weltweit führenden Unternehmen im Handel mit Emissionsgutschriften.

Juli Um die Wachstumschancen in islamischen Märkten zu nutzen, bieten wir neu Scharia-konforme Kredite, Anlagen und weitere Dienstleistungen an.

Wir unterzeichneten eine strategische Vereinbarung mit dem National Pension Service der Republik Korea, die eine breite Dienstleistungspalette in den Bereichen Vermögensverwaltung, Risikomanagement, Governance, Ausbildung und Technologie umfasst.

Im Rahmen der verstärkten Ausrichtung unseres Schweizer Retailgeschäfts auf die Bedürfnisse der Kunden

lancierten wir das Lebenszykluskonzept. Rund 2000 Frontmitarbeitende, darunter 700 Kundenbetreuer, waren im ersten Halbjahr für diesen erweiterten Beratungsprozess geschult worden.

August Advanced Execution Services (AES®) nahm den Handel in sieben weiteren Märkten auf: Mexiko, Südafrika, Tschechische Republik, Griechenland, Ungarn, Malaysia und an der Venture Exchange in Kanada. AES® ist nun in 32 Märkten auf über 50 Handelsplattformen verfügbar.

September In einem zunehmend volatileren Marktumfeld lancierten Asset Management und Private Banking eine gemeinsame Total-Return-Strategie, die für die Anleger über die Marktzyklen hinweg positive Renditen anstrebt.

Oktober In Wroclaw (Polen) eröffneten wir unser viertes Center of Excellence. Mit diesem und unseren bestehenden Centers in Singapur, Raleigh-Durham (North Carolina, USA) und Pune (Indien) lassen sich unsere Ressourcen und Mitarbeitenden besser einsetzen.

November Im Rahmen unserer internationalen Wachstumsstrategie im Wealth Management nahmen wir Onshore-Aktivitäten in Österreich mit Geschäftsstellen in Wien und Salzburg auf. Zudem eröffneten wir eine neue Geschäftsstelle in Tel Aviv, Israel, wo wir eine breite Palette von Finanzdienstleistungen anbieten können.

Wir schlossen die Akquisition einer Mehrheitsbeteiligung an Hedging-Griffo ab, einer der führenden Vermögensverwaltungs- und Private-Banking-Firmen in Brasilien.

Ende 2007 lancierten wir mit der Anlagegruppe «CSA Swiss Index Protected» eine neue Lösung für die Altersvorsorge. Dieses neue strukturierte Produkt für die private Vorsorge richtet sich speziell an sicherheitsorientierte Anleger. Es vereint Kapitalschutz und einen Mindestertrag mit einer potenziellen Rendite durch die Partizipation am Swiss Market Index.

Dezember Wir lancierten einen 120/20 Global Natural Resources Fund für eine führende US-Versicherungsgesellschaft und demonstrieren damit unsere Innovationskraft, gerade auch bei nachhaltigen Investitionsprodukten. Unsere ausgewogenen «Future Generation»-Produkte, die wir vor einem Jahr in der Schweiz lanciert hatten, haben inzwischen Kundeneinlagen von über CHF 2,0 Mia generiert.

Vorwort des Verwaltungsratspräsidenten und des CEO

Liebe Leserinnen und Leser

Der permanente Wandel ist eine der wenigen Konstanten in den globalen Kapitalmärkten. Als Bank ist es eine unserer wichtigsten Aufgaben, die Treiber des Wandels und dessen Auswirkungen zu verstehen und innovativ darauf zu reagieren: für unsere Kunden, unsere Aktionäre und für das gesellschaftliche Umfeld, in dem wir tätig sind.

Innovation und die Art und Weise, wie wir diese in unserem täglichen Geschäft umsetzen, stehen im Zentrum des Jahresberichts 2007. Neue Herausforderungen verlangen nach neuen Lösungen. Mit einem gewissen Stolz können wir sagen, dass die Credit Suisse seit über 150 Jahren neue Lösungen sucht und Innovation fördert. So hat die Bank aktiv an der Schaffung wichtiger Industriezweige mitgewirkt und die Entwicklung des Standortes Schweiz zu einem internationalen Finanzzentrum massgeblich geprägt. Auch hat sich die Credit Suisse schon früh in den Schwellenländern engagiert, nimmt eine führende Stellung bei der Entwicklung neuer Finanzinstrumente ein und berät seit Jahrzehnten Regierungen, grosse Organisationen und Unternehmen sowie vermögende Privatpersonen und Familien.

Die bankweite Zusammenarbeit rund um den Globus schafft innerhalb der Credit Suisse einen fruchtbaren Boden für neue Ideen. Wie kein anderer Finanzdienstleister sind wir dank des integrierten Ansatzes und unserer weltweiten Präsenz in der Lage, unseren Kunden in den stetig wandelnden Märkten mit Rat beiseite zu stehen und ihnen dabei zu helfen, ihre wichtigsten langfristigen Ziele nicht aus den Augen zu verlieren. Das Verständnis und die Reaktion auf die raschen Verschiebungen der Märkte verhalfen der Credit Suisse im Jahr 2007 zu einem guten Betriebsergebnis – trotz der massiven

Verwerfungen der Kreditmärkte im zweiten Halbjahr. In einem für die gesamte Finanzbranche äusserst anspruchsvollen Umfeld veranschaulicht unser Ergebnis, wie wir als integrierte Bank von der Bündelung unserer Stärken profitieren, und es bildet eine ausgezeichnete Grundlage für eine langfristige Wertschöpfung zu Gunsten unserer Aktionäre.

Der Reingewinn sowie der Ertrag aus fortzuführenden Geschäftsbereichen betragen im Jahr 2007 beide CHF 7760 Millionen. Der Nettoertrag belief sich auf CHF 34953 Millionen. Der verwässerte Reingewinn pro Aktie war CHF 6.96, gegenüber CHF 7.19 im Vorjahr. Die Eigenkapitalrendite sank auf 18,0 Prozent gegenüber 27,5 Prozent im Vorjahr, worin allerdings bedeutende Erträge aus nicht weitergeführten Aktivitäten enthalten waren.

Unsere Ertragsquellen sind breit abgestützt – über das Kerngeschäft im Private Banking, Investment Banking und Asset Management, aber auch geografisch rund um die Welt. Das integrierte Geschäftsmodell verhilft uns zu neuen Ertragsquellen und ermöglicht es uns, unsere Möglichkeiten noch besser zu nutzen. Die Risikomanagement-Kultur innerhalb unserer Bank schützte uns weitgehend vor übertriebenen Engagements und exzessiven Verlusten, wie sie andere Häuser zu beklagen hatten.

Wir sind zwar nicht immun gegen negative Marktentwicklungen, vermochten uns aber im Jahr 2007 in einem äusserst anspruchsvollen Umfeld erfolgreich zu behaupten. Wichtiger noch: Wir deckten uneingeschränkt die Bedürfnisse unserer Kunden ab und konnten dank solider Kapitalausstattung und umfangreichem Zugang zu Finanzierungen einen sicheren Hafen bei finanzieller Unsicherheit und Volatilität bieten.



Brady W. Dougan, Chief Executive Officer (links),
Walter B. Kielholz, Präsident des Verwaltungsrats.
Im Hintergrund ein Porträt von Alfred Escher, der
1856 die Schweizerische Kreditanstalt (die heutige
Credit Suisse) gründete.

Die Kernkapitalquote lag zum Jahresende bei 11,1 Prozent und zählt zu den höchsten in der Branche. Unser Ergebnis für das Berichtsjahr und unsere solide Finanzkraft sind die Basis für den Vorschlag des Verwaltungsrats, die Bardividende für 2007 auf CHF 2.50 je Aktie anzuheben.

Mit unserer Leistung im zurückliegenden Jahr haben wir eine ausgezeichnete Grundlage für Wachstum im Jahr 2008 und in den darauf folgenden Jahren gelegt. In allen Bereichen sehen wir durch die enge Zusammenarbeit der verschiedenen Geschäftsbereiche Wachstumschancen.

Im Private Banking profitieren wir nach wie vor von unserer globalen Präsenz. Durch unsere Finanzkraft sind wir auch in schwierigen Marktlagen ein verlässlicher Partner für vermögende Privatpersonen und Familien. Im laufenden Jahr wollen wir den Anteil an aktiv verwalteten Vermögen steigern und weltweit das wichtige Segment der vermögenden und sehr vermögenden Privatkunden ausbauen. Wir stellen dazu Relationship Manager ein, die ausschliesslich diese Kunden betreuen und unseren integrierten Ansatz nutzen, um die komplexen Anforderungen von vermögenden Privatpersonen und Familien abzudecken.

Das Investment Banking reagierte rasch auf das veränderte Umfeld und verlagerte Ressourcen und Personal in Bereiche, in denen mehr Aktivitäten und Potenzial auszumachen sind. Wachstumspotenzial sehen wir vor allem in den Bereichen algorithmischer Handel, Rohstoffe, Derivate, Life Finance und Prime Services. Zudem bauen wir unsere starke Präsenz in den Schwellenländern weiter aus.

Im Asset Management konzentrieren wir uns darauf, die Wachstumschancen unserer besten Anlagegefässe zu nutzen. Hierzu zählt auch das Angebot bei den alternativen Anlagen. Wir vergrössern die geografische Reichweite unserer Private-Equity-Produkte und bauen das Hedge-Fonds-Geschäft weiter aus.

Das gebündelte Wissen unserer integrierten Bank für Kunden zugänglich zu machen, spielt für die Credit Suisse eine immer wichtigere Rolle und schafft neue Ertragsquellen. Divisionsübergreifende Aktivitäten trugen 2007 CHF 5,9 Milliarden zu den Erträgen bei, wobei die Zusammenarbeit aller drei Divisionen zunahm. Noch haben wir das Potenzial der integrierten Bank zur Abdeckung von Kundenbedürfnissen nicht vollumfänglich ausgeschöpft, und wir sehen weitere Chancen für profitables Wachstum. Wir wollen uns weiter verbessern und bis im Jahr 2010 aus der engen Zusammenarbeit aller Geschäftsbereiche CHF 10 Milliarden erwirtschaften.

Das integrierte Geschäftsmodell verbessert auch unsere Effizienz. So haben wir uns bis 2010 das Ziel gesetzt, das Verhältnis von Aufwand und Ertrag in der gesamten Bank auf 65 Prozent zu senken und deutlich über CHF 1,0 Milliarden nach Steuern zu sparen.

Innovation ist Teil unserer Unternehmenskultur. Unsere starke Innovationsfähigkeit ist einer unserer wichtigsten Wettbewerbsvorteile. Aus einem ganz einfachen Grund: Kunden suchen nach Finanzdienstleistern, die ihnen neue Ideen präsentieren. Sie legen Wert auf verlässliche Institutionen, die ihr Geschäft zukunftsgerichtet führen. Genauso geht die Credit Suisse vor. Als integrierte Bank sind wir in der Lage, durch Innovation aussergewöhnliche Marktchancen zu nutzen und Mehrwert zu schaffen.

Im Jahresbericht wollen wir Ihnen die innovative Seite der Credit Suisse vorstellen und Ihnen zeigen, wohin wir als integrierte globale Bank unterwegs sind.

Walter B. Kielholz
März 2008

Brady W. Dougan



Innovation in unseren Geschäftsfeldern

Investitionen in erneuerbare Energien

Während sich die meisten wichtigen ölproduzierenden Staaten darauf beschränken, das Potenzial ihrer wertvollen natürlichen Ressourcen optimal auszuschöpfen, verfolgt Abu Dhabi einen weitsichtigeren Ansatz. Das kleine Emirat strebt eine Führungsrolle im Bereich der nachhaltigen Energien an und rüstet sich mit der Masdar-Initiative für das Zeitalter nach dem Öl. Diese Initiative umfasst den Bau der weltweit ersten kohlenstoffneutralen, abfallfreien Stadt der Welt. Die Credit Suisse unterstützt die Masdar-Initiative über den Clean Technology Fund, einen Fonds in Höhe von USD 250 Millionen, der in vielversprechende Projekte für erneuerbare Energien investiert.

Duarte Henriques da Silva, Partner der Environmental Business Group in Zürich.

Duarte Henriques da Silva vor einem Modell von Masdar in Abu Dhabi, der ersten kohlenstoffneutralen und abfallfreien Stadt der Welt. Die Credit Suisse beteiligt sich mit USD 100 Millionen am Masdar Clean Technology Fund, einem Fonds, der in Abu Dhabi mit besonderem Augenmerk auf die lokalen Klima- und Umweltbedingungen in erneuerbare Energien investiert.



«Alternative Energien können helfen, die immer grösser werdende Lücke zwischen dem wachsenden Energiebedarf und dem Angebot auf dem Weltmarkt zu schliessen. Die Welt wird immer Öl brauchen, und sei es nur für die industrielle Produktion von bestimmten Materialien.»

Sultan Ahmed Al Jaber, CEO von Masdar

Im Herzen von einem der weltweit führenden Ölproduzenten findet zurzeit eine grüne Energierevolution statt. Abu Dhabi, das den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) angehört, verfügt über rund 10 Prozent der weltweiten Erdölreserven (92 Milliarden Barrel) sowie 5 Prozent der Erdgasreserven. Und obwohl die Ölreserven auch in 100 Jahren noch nicht erschöpft sein dürften, gab das Emirat im April 2006 mit der Masdar-Initiative den Startschuss zu einem Projekt für erneuerbare Energien. Masdar, frei übersetzt «die Quelle», wird als eines der weltweit ehrgeizigsten Projekte dieser Art gefeiert. Das Herzstück der milliarden schweren Initiative bildet eine sechs Quadratkilometer grosse, kohlenstoffneutrale und abfallfreie Stadt, deren Energieversorgung durch ein 40-Megawatt-Photovoltaik-Kraftwerk und Windfarmen sichergestellt wird.

Über das Wachstumspotenzial der nachhaltigen Energieindustrie gibt es keinerlei Zweifel. Nach einem im letzten Jahr veröffentlichten Bericht des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) stiegen die Investitionen in diesem Sektor 2006 auf USD 70,9 Milliarden, was einer Zunahme von 43 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Zwar sind erneuerbare Energiequellen noch ein gutes Stück davon entfernt, direkt mit fossilen Brennstoffen zu konkurrieren, aber die Investitionen werden voraussichtlich 2007 auf über USD 85 Milliarden ansteigen, zumal sich auch die Regierungen für die Unterstützung nachhaltiger Alternativen aussprechen. Risikokapital- und Private-Equity-Investments allein erhöhten sich 2006 von jährlich USD 2,7 Milliarden auf USD 7,1 Milliarden. Mit diesem Wachstumspotenzial vor Augen hat die Masdar-Initiative zusammen mit der Credit Suisse (die sich mit USD 100 Millionen beteiligt) und der Consensus Business Group einen Clean Technology Fund in Höhe von USD 250 Millionen lanciert. Der Fonds beteiligt sich an vielversprechenden Startups und etablierten Unternehmen, die saubere Energie-, Wasser- und Umweltlösungen entwickeln.

Abu Dhabi übernimmt Führungsrolle

Abu Dhabi strebt in den Bereichen Solarenergie, Photovoltaik, Energiespeicherung, CO₂-Sequestrierung und Wassermanagement eine weltweit führende Position an. Vor 50 Jahren war Abu Dhabi noch ein verschlafenes Fischer- und Perlentaucheremirat, bevor das Öl Wohlstand und zahlreiche weitere Annehmlichkeiten brachte. Die Behauptung seines Anteils am weltweiten Energiemarkt, nachdem die Ölvorräte erschöpft sind, geniesst im Emirat oberste Priorität. Ein weiteres Ziel der Masdar-Initiative liegt in der Verbesserung der wirtschaftlichen Diversifizierung durch erstklassige Forschungsaktivitäten und Technologien, welche die Grundlage des Booms alternativer Energien bilden. Darüber hinaus will sich Abu Dhabi als Entwickler statt als Importeur neuer Technologien positionieren und einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten.



Masdar City soll bis Ende 2009 fertig gebaut sein. Die von der Abu Dhabi Future Energy Company finanzierte Stadt hofft, bis 2015 mindestens 1200 Alternativenergiefirmen anzulocken.

Dieser letzte Grundsatz inspirierte den inzwischen verstorbenen Scheich Zayed bin Sultan Al Nahyan, den geistigen Vater von Masdar. Dem visionären Präsidenten der VAE schwebte ein umweltpolitisch verantwortungsvolles Abu Dhabi vor, das in der Entwicklung nachhaltiger Energiequellen für die Welt eine zentrale Rolle spielen sollte. «Für ihn stand fest, dass Abu Dhabi zwar immer eine zentrale Rolle im Energiegeschäft spielen wird, sich auf der anderen Seite aber auch als umweltbewusste Nation hervorheben muss», sagt Sultan Ahmed Al Jaber, CEO von Masdar. «Unser ehemaliger Präsident hat dieses Selbstverständnis einer führenden Energienation mit grossem Umweltbewusstsein tief verankert. Deshalb ist das Hauptanliegen der Masdar-Initiative, nach Mitteln und Wegen zu forschen, um neue, saubere Energiequellen zu erschliessen. Für uns als langjährige Energieexperten ist die Entwicklung in diese Richtung lediglich ein logischer und natürlicher Schritt.» Für Sultan Ahmed Al Jaber besteht kein Interessenkonflikt, wenn Petrodollars mithelfen, Fortschritte im alternativen Energiesektor zu finanzieren. «Alternative Energien werden keine Konkurrenz zu den klassischen Kohlenwasserstoff-Energieträgern darstellen. Sie können höchstens eine ergänzende Funktion haben», sagt er weiter. «Sie können aber helfen, die immer grösser werdende Lücke zwischen dem wachsenden Energiebedarf und dem Angebot auf dem Weltmarkt zu schliessen. Die Welt wird immer Öl brauchen, und sei es nur für die industrielle Produktion von gewissen Materialien.»

Ein milliardenschweres Carbon-Capture-and-Storage-Programm, zu dem gerade eine Machbarkeitsstudie erstellt wird, gibt Aufschluss darüber, wie erneuerbare und fossile Energien Hand in Hand arbeiten können. Ziel des Programms ist es, die

Clean Technology Fund

Zusammen mit der Credit Suisse und der Consensus Business Group lancierte Masdar im September 2006 einen Fonds in Höhe von USD 250 Millionen, der in Unternehmen mit vielversprechenden neuen Energie- und Nachhaltigkeitstechnologien investiert. Die Credit Suisse ist mit USD 100 Millionen an diesem Fonds beteiligt. Der Clean Tech Fund beteiligt sich an globalen Unternehmen, von der Startup- bis zur späten Entwicklungsphase. Das Augenmerk liegt auf Technologien, die unter den Klima- und Umweltbedingungen Abu Dhabis angewendet werden können. «Wir sind überzeugt, dass sich unsere umfassende Transaktionserfahrung, unsere Branchenkenntnisse, unsere starken Beziehungen und unser Zugang zu erstklassigem Investitionskapital als wertvolle Ressource für den Masdar Clean Tech Fund, seine Investoren und Portfoliogesellschaften erweisen wird», sagt Michael Philipp, Chairman der Region Europe, Middle East, Africa. «Der Masdar Clean Tech Fund bietet zudem eine einzigartige Gelegenheit, sich an einem Fonds zu beteiligen, dessen Mandat die Umwelt- und Energiepolitik der Credit Suisse ideal ergänzt», fügt Philipp hinzu.

Kohlenstoffemissionen aus industrieller Produktion einzufangen und das Gas danach unterirdisch weiterzuleiten, um die Förderung in alten Ölfeldern zu verbessern. Mit dieser Methode könnte es eines Tages möglich sein, die CO₂-Emissionen der VAE um 40 Prozent zu senken und zugleich die Ölproduktion um 10 Prozent zu steigern.

Die Nutzung der Sonnenenergie bietet sich in einem Land mit Sonnenschein im Übermass geradezu an. Gemeinsam mit internationalen Partnern, hauptsächlich aus Deutschland, entwickelt Masdar Technologien in den Bereichen Photovoltaik – die direkte Umwandlung von Sonnenlicht in Energie – und Konzentration der Sonnenenergie. Das Vorzeigeprojekt ist ein grosses Sonnenkraftwerk, das direkt ans Stromnetz angeschlossen werden soll, um kohlenstofffreien Strom und sauberes Wasser nach Masdar City zu liefern. Wenn die Stadt 2009 ihre Tore öffnet, wird sie ein hochmodernes Institut für Wissenschaft und Technologie beherbergen. Ausserdem wird sie eine steuerfreie und regulierungsfreundliche Sonderwirtschaftszone enthalten, die Unternehmen aus aller Welt anlocken soll. Solche Unternehmen würden von der Möglichkeit einer vollständigen ausländischen Beteiligung und einem umfassenden Schutz von geistigem Eigentum profitieren.

Die Abu Dhabi Future Energy Company will bis 2015 mindestens 1200 Alternativenergiefirmen ins Land holen. Aber die autofreie Stadt wird auch ausserhalb der Bürozeiten keine Geisterstadt sein. Sie soll rund 30 Prozent aller Arbeitskräfte einen attraktiven Lebensraum sowie direkte Verkehrsverbindungen nach Abu Dhabi, dem dortigen Flughafen und zum Meer bieten.

Entwicklung globaler Alternativenergieplattformen

«Wir offerieren Unternehmen ein einzigartiges Paket an. Der alternative Energiesektor ist heute über die ganze Welt verstreut. Abu Dhabi bietet diesen Firmen die einmalige Chance einer gemeinsamen globalen Plattform für die Entwicklung alternativer Energien», erklärt Sultan Ahmed Al Jaber. «Wenn wir den Energie-, Wasser- und Abfallverbrauch nicht reduzieren, werden wir mit der bestehenden Infrastruktur mit Sicherheit Engpässe verursachen», meinte Sultan Ahmed Al Jaber unlängst an der Cityscape Dubai, der weltweit grössten Immobilieninvestment- und Projektentwicklungsmesse. «Die wachsende Bewegung des grünen Bauens in der Golfregion ist genau der richtige Ansatz angesichts der Tatsache, dass rund 30 Prozent des weltweiten Energieverbrauchs auf Gebäude entfallen.»

Neben den kühnen Plänen für den Bau einer Ökostadt hat die Initiative ein Forschungsnetzwerk geschaffen, das renommierte Forschungsinstitute auf drei Kontinenten miteinander verbindet, um Technologieprojekte zu entwickeln und zu vermarkten. Geforscht wird bereits an Photovoltaik-, Wasser-

management-, Sonnenwärme- und CO₂-Management-Projekten. Das Forschungsnetzwerk wird ergänzt durch ein Hochschulinstitut für Technologieforschung am Massachusetts Institute of Technology, das Master- und Doktoratsprogramme auf dem Gebiet nachhaltiger Technologien anbietet. Die Zusammenarbeit ist vergleichbar mit einer ähnlichen Initiative in Bangalore, welche die indische Stadt in den 1960er Jahren in ein globales Zentrum für Spitzentechnologie verwandelte.

Die Masdar-Initiative hat bereits mehrere internationale Umweltpreise gewonnen. So wurde sie im Februar 2008 am Cleantech Forum's Cleantech Awards in San Francisco als «Cleantech Leader of the Year» ausgezeichnet. Zudem wurde das Masdar-Stadtprojekt im September 2007 an den Global Renewable Energy Awards in London zur «Sustainable City of the Year» ernannt. Und im Juni 2007 erhielt die Masdar-Initiative in Basel den World Clean Energy Award in der Kategorie «Finance and Investment». Bei der Nominierung des Projekts begrüsst die Stiftung BASE (Basel Agency for Sustainable Energy) zur Förderung von Investitionen in Energieeffizienz und erneuerbare Energien insbesondere die Tatsache, dass die Masdar-Initiative von einem der wichtigsten Ölstaaten der Welt ins Leben gerufen wurde, und stellte in diesem Zusammenhang hoffnungsvoll die Frage: «Wenn ein ölproduzierendes Land aus dem Mittleren Osten derart weit reichende Schritte in Richtung einer sauberen Energiezukunft unternehmen kann, können wir das nicht alle tun?»

World Future Energy Summit

Als Teil ihres Engagements für die Förderung neuer Entwicklungen im Bereich erneuerbarer Energien war die Credit Suisse im Januar 2008 Hauptsponsor eines internationalen Gipfeltreffens in Abu Dhabi, das führende Experten, Innovatoren, Wissenschaftler und Risikokapitalgeber auf dem Gebiet zukünftiger Energien unter einem Dach vereinte. Das Abu Dhabi National Exhibition Centre empfing schätzungsweise 10 000 Besucher und informierte im Rahmen einer 14 000 Quadratmeter grossen Ausstellung über den gegenwärtigen Stand und die Zukunft von alternativen Energietechnologien. Angeblich handelt es sich um die weltweit grösste Zusammenkunft dieser Art. Unter den Konferenzteilnehmern befanden sich Dutzende von international bekannten Referenten, darunter Jonathon Porritt, Grossbritanniens führender Experte im Bereich nachhaltiger Entwicklung und einstiger Berater von Ex-Premierminister Tony Blair.

Die Energieversorgung der sechs Quadratkilometer grossen Stadt Masdar wird durch ein 40-Megawatt-Photovoltaik-Kraftwerk und durch Windfarmen sichergestellt. Getreu ihrem Grundsatz der Kohlenstoffneutralität wird die Stadt autofrei sein.



Norman Foster ist der britische Architekt, der den Masterplan für Masdar City entwarf. «Diese Stadt verspricht neue Massstäbe für die nachhaltige Stadt der Zukunft zu setzen», sagt er.

Innovation im Fixed-Income-Bereich

Die Entwicklung von innovativen Finanzprodukten ist für den Abschluss erfolgreicher Transaktionen von zentraler Bedeutung. Die Entwicklung massgeschneiderter Finanzprodukte setzt voraus, dass die Credit Suisse eng mit den Kunden zusammenarbeitet und ihre Bedürfnisse versteht. Aber das allein genügt nicht. Fundierte Marktkenntnisse und Finanzwissen für die Wahl der geeigneten Lösung sind ebenfalls entscheidend. «Variable Annuity Reinsurance» und «Italian VAT Receivables Trade» sind nur zwei der vielen innovativen Finanzprodukte, welche die Credit Suisse 2007 entwickelte, um die spezifischen Anforderungen von Kunden zu erfüllen.

Sudip Thakor, Leiter der Global Structuring Group in New York. Die Global Structuring Group der Credit Suisse entwickelt massgeschneiderte, innovative Finanzlösungen. Die von Sudip Thakors Team entwickelten Lösungen basieren auf der profunden Kenntnis der Kundenwünsche und komplexen mathematischen Modellen.



$$d_1 = \frac{\ln(S/K) + rT + \frac{1}{2}\sigma^2 T}{\sigma\sqrt{T}}$$

$$\sigma\sqrt{T}$$

$$Se^{-dt}N(d_1) - Ke^{-rt}N(d_2)$$

$$S_{t+1} = S_t + \mu\Delta t S_t + \sigma\sqrt{\Delta t} dZ$$



Handwritten mathematical notes and diagrams on the green floor, including the word 'return' and various symbols.

«Interessant am italienischen Mehrwertsteuerkonzept ist das breite Anwendungspotenzial bei Forderungen, die für unsere Kunden eingesammelt und zu Bargeld gemacht werden können. Zurzeit wenden wir dieselbe Technologie auch bei Krankenversicherungsforderungen an und erwägen eine Ausdehnung auf Agrarsubventionen der Europäischen Union, Carbon-Credit-Streitigkeiten und viele weitere Bereiche.»

Sudip Thakor, Leiter der Global Structuring Group

Die Fixed-Income-Einheit der Credit Suisse erfreut sich einer regen Innovationstätigkeit. Zwei Produkte, die im letzten Jahr strukturiert wurden, zeigen beispielhaft auf, wie komplexe Kundenbedürfnisse erfüllt werden können. Das erste, «Variable Annuity Reinsurance» (Versicherung variabler Annuitäten), ermöglicht Versicherungsgesellschaften ein verantwortungsvolles, profitables Wachstum und bietet den Kunden dieser Unternehmen eine wertvolle Vermögensabsicherung. Das zweite Produkt, «Italian VAT Receivables» (Italienische Mehrwertsteuerforderungen), hilft Unternehmen in Italien, den Barwert ihrer Mehrwertsteuer (Value-added tax, VAT) vom italienischen Staat einzufordern.

Für Sudip Thakor, Leiter der Global Structuring Group, setzt der Innovationsprozess in den Bereichen Rückversicherung und Mehrwertsteuer ein genaues Verständnis der spezifischen Kundenbedürfnisse voraus. «Der Prozess beginnt immer beim Kunden und einem konstruktiven Dialog», sagt er. «Die Motivation, mit uns in Kontakt zu treten, bedeutet normalerweise ein besonders komplexes Bedürfnis. Die Schaffung eines massgeschneiderten Produkts basiert auf einer vertrauensvollen Beraterbeziehung sowie aufmerksamem Zuhören.»

Sobald der Kunde ein Bedürfnis angemeldet hat, beginnt der Dialog. Die Entwicklung einer Lösung erfordert eine enge Zusammenarbeit zwischen den Strukturierungs-, Produkt- und Branchenexperten der Credit Suisse – sowie jenen, die sich in den relevanten Regulierungs-, Buchführungs-, Steuer- und Kapitalfragen auskennen. Danach legen diese produktspezifischen Teams die Preise mehrerer Strukturen fest, die dem Kunden vorgelegt werden. Typischerweise modifiziert und verbessert das Team die Strukturen in einem iterativen Prozess, um die am besten geeignete Lösung zu finden.

Innovation am Beispiel «Variable Annuity Reinsurance»

Im vergangenen Jahr erkundigte sich ein amerikanischer Lebensversicherer bei der Credit Suisse nach einer Lösung, die ein diszipliniertes und umsichtig gesteuertes geschäftliches Wachstum ermöglicht. Im ersten Geschäft dieser Art sicherte die Credit Suisse für diesen Kunden das kombinierte Aktien- und Zinssatzrisiko eines Portfolios mit variablen Annuitäten ab, um einen Cashflow zu gewährleisten, der die Auszahlung der Leibrenten bis zum Ableben der Rentner ermöglicht.

Die Erfüllung der Kundenbedürfnisse erforderte eine Lösung, welche die Absicherung des Abwärtsrisikos bei Aktien mit dem Risiko niedriger Zinsen kombiniert und ausserdem das Langlebkeitsrisiko abdeckt. Die Lösung wurde als Rückversicherungsvertrag strukturiert, um dem Kunden eine optimale rechnungslegungstechnische Behandlung zu ermöglichen.

«Während sich die Generation der Babyboomer in den USA allmählich dem Rentenalter nähert, erfreut sich diese Form der Vermögensabsicherung zunehmender Beliebtheit»,

erklärt Sean Brady, Leiter Product Development bei North America Structured Origination. «Die Möglichkeit, ein zuverlässiges geschäftliches Wachstum zu erzielen, ist wichtig für das Rentabilitäts- und Risikomanagement der Versicherungsgesellschaften und ermöglicht den Kunden eine langfristige Verwaltung ihrer Renten- und Familienvermögen.»

Um in diesem Geschäftsfeld Fuss zu fassen, gründete die Credit Suisse im letzten Jahr ein neues Rückversicherungsunternehmen. Bis heute hat das Unternehmen einen Gesamtwert von USD 15 Milliarden versichert und das Interesse der amerikanischen und europäischen Rückversicherungsmärkte geweckt. Die Credit Suisse plant, in diesem Geschäft über die nächsten Jahre kräftig zu wachsen, und arbeitet zurzeit mit diesem und weiteren Kunden an ähnlichen Transaktionen.

«Was dieses Geschäft einzigartig macht», so Sudip Thakor, «ist die Tatsache, dass es sich um eine Mischform zwischen einem Zinsprodukt und einem Aktienprodukt handelt. Es vermag zugleich Rechnungslegungs-, Konjunktur- und Kapitalprobleme zu lösen. In diesem Fall nutzten wir unsere Kenntnisse der Versicherungsbranche, unsere Produktbereiche – Aktien und Zinsen – wie auch unser Wissen über die Rechnungslegungs- und Kapitalvorschriften, um eine erfolgversprechende Struktur zu entwickeln.»

Innovation am Beispiel «VAT Receivables Trade»

In Italien stellen Steuergutschriften eine illiquide (nicht sofort realisierbare) Zahlungsverpflichtung gegenüber Unternehmen dar. Obwohl es sich bei den Forderungen um zinstragende Nullcouponobligationen des italienischen Finanzministeriums handelt, sind sie mit gewissen Nachteilen verbunden: Es existiert weder ein Datum noch ein gesicherter Rückzahlungsbetrag, und die Zuwachsrate der Obligation kann möglicherweise nicht abgesichert werden. Gegenwärtig liegen bei der italienischen Regierung Steueransprüche in Milliardenhöhe von Unternehmen, die zu viel Mehrwertsteuer bezahlt haben.

Die Credit Suisse hat das erste und bisher einzige Produkt entwickelt, das es den Kunden erlaubt, ihre Forderungen auf Rückzahlung der Mehrwertsteuer in Italien schnell in Geld umzusetzen. Das funktioniert so: Die Credit Suisse sammelt die entsprechenden Forderungen ein und zahlt den Kunden im Voraus aus, sodass er umgehend über dieses Kapital verfügen kann. Danach reicht die Bank die Forderung bei der Steuerbehörde zur Bearbeitung und Bezahlung ein. Ein Beleg für den Erfolg: Viele Kunden wenden sich für Wiederholungsgeschäfte erneut an die Credit Suisse.

Das Produkt «VAT Receivables Trade» wurde nach 15-monatiger Forschungs- und Entwicklungsarbeit lanciert. Dies umfasste unter anderem das Studium der Abgabenordnung, Gespräche mit zahlreichen Experten, die Analyse der zugrunde liegenden Steuersatzberechnung sowie die Erar-

beitung eines 150-teiligen Due-Diligence-Verfahrens, das zusammen mit dem zugrunde liegenden Satz und den Kreditabsicherungen die Grundlage für das Risikomanagement des Produkts liefert.

Mit der Bereitstellung eines «True Sale»-Produkts für Mehrwertsteuerforderungen hat die Credit Suisse einen neuen Markt erschlossen. «Dank innovativer Ideen ist es der Credit Suisse gelungen, einen Wettbewerbsvorsprung zu erzielen, den die Konkurrenz bislang nicht wettmachen konnte», erklärt Alok Bhalla, Leiter der Global Structuring Group für Westeuropa.

«Wenn man eine erfolgreiche neue Struktur entwickelt hat, gibt es normalerweise verschiedene Möglichkeiten, diese anderen Situationen anzupassen», meint Sudip Thakor. «Interessant am italienischen Mehrwertsteuerkonzept ist das breite Anwendungspotenzial bei Forderungen, die für unsere Kunden eingesammelt und zu Bargeld gemacht werden können. Zurzeit wenden wir dieselbe Technologie auch bei Krankenversicherungsforderungen an und erwägen zudem die Ausdehnung auf Agrarsubventionen der Europäischen Union, Carbon-Credit-Streitigkeiten und viele weitere Bereiche.»

Innovationstätigkeit als entscheidender Faktor

«Kundenorientierte Innovationen sind für unsere Marktstellung lebenswichtig», sagt Paul Calello, CEO der Investment Bank. «Dieser Bereich ist es, der uns als Unternehmen auszeichnet. In einem Markt, in dem alle versuchen, Produkte zu verkaufen, hängt der Innovationsprozess davon ab, dass wir gemeinsam mit unseren Kunden massgeschneiderte Lösungen entwickeln. Wie das Geschäft mit Rückversicherungen und Mehrwertsteuern beweist, können wir aus den bewährten Denkmustern ausbrechen, um kreative Lösungen bereitzustellen und Geschäfte abzuwickeln, für die unsere Konkurrenten schlicht nicht gerüstet sind», meint er abschliessend. «Unser wesentlicher Vorteil beruht auf unserem unternehmerischen Denken sowie auf unserer Flexibilität und Bereitschaft, überall auf der Welt auf einzigartige Weise weniger traditionelle Produkte zusammenzustellen, um die Bedürfnisse unserer Kunden zu erfüllen.»

Globales Engagement in neuen Centers of Excellence In ihrem Streben nach grösstmöglicher Effizienz optimiert und standardisiert die Credit Suisse ihre Geschäftsprozesse. In den vergangenen zwei Jahren errichtete sie vier Dienstleistungszentren – Centers of Excellence (CoE) genannt – in Singapur, den Vereinigten Staaten, Indien und Polen, und kann so weltweit rund um die Uhr auf qualifizierte Fachkräfte zurückgreifen. Derzeit arbeiten über 10 Prozent aller Mitarbeitenden in den vier Zentren, was die Bedeutung der Wachstumsregionen für die Bank unterstreicht.

Mrigna Javdekar, Human Capital Management, IT Site Management Team, Pune, Indien. Der Schwerpunkt der CoE-Initiative der Credit Suisse liegt auf der Eröffnung neuer Servicezentren rund um den Globus. Mrigna Javdekar arbeitet im Human-Capital-Management-Team, das für die IT-Mitarbeitenden im CoE Pune zuständig ist.



«Die Credit Suisse glaubt an die Standorte der Centers of Excellence und hat dort grosse Investitionen getätigt. Das macht diese auch für neue Bewerber äusserst attraktiv. Ausserdem werden hohe Anforderungen an die Arbeitsqualität gestellt und es stehen eine Fülle von verschiedenen Stellen zur Auswahl.»

Nick Bloom, Leiter der CoE-Initiative

Im Januar 2006 lancierte die Credit Suisse die Initiative Centers of Excellence (CoE). Das Ziel ist die Weiterentwicklung der betrieblichen Infrastruktur und die Festigung ihrer führenden Position in einem hart umkämpften Markt. Der Schwerpunkt der Initiative liegt darin, weltweit Standorte zu evaluieren und neue Servicezentren in Regionen zu errichten, in denen genügend qualifizierte Mitarbeitende zur Verfügung stehen. Seit der Lancierung der Initiative wurden CoEs in Singapur, den Vereinigten Staaten, Indien und Polen eröffnet.

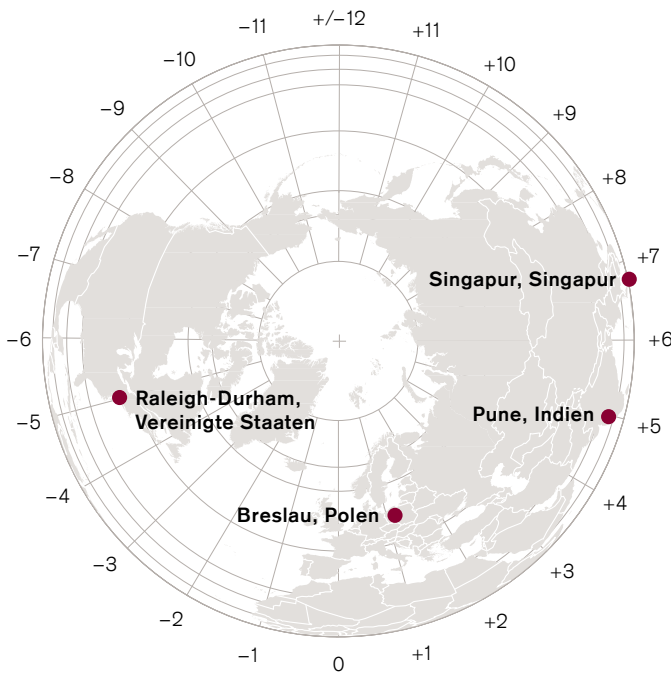
Die neuen Dienstleistungszentren bieten der integrierten Bank die Möglichkeit, ihre Prozesse noch besser aufeinander abzustimmen und die Effizienz weiter zu steigern, indem die hochmoderne Technologie in den verschiedenen Zeitzonen optimal genutzt wird. Auf Kundenbedürfnisse kann so weltweit rascher reagiert werden. Zudem stärken die CoEs die globale Präsenz der Credit Suisse und zeigen, wie wichtig diese Regionen für die Bank sind. «Wir haben das Ziel, in jeder Hinsicht den besten Service zu bieten. Daher sind alle unsere Standorte im Grunde Centers of Excellence», bestätigt Nick Bloom, Leiter der CoE-Initiative.

Die vier bisher eröffneten CoEs mussten strengen Auswahlkriterien genügen. Die Standorte bieten eine hervorragende Infrastruktur und ein wirtschaftsfreundliches Umfeld. Der wichtigste Punkt war allerdings, dass alle Centers auf genügend qualifizierte Mitarbeitende zurückgreifen konnten. «Die Credit Suisse glaubt an die Standorte der Centers of Excellence und hat dort grosse Investitionen getätigt. Das macht sie für neue Bewerber äusserst attraktiv. Ausserdem werden hohe Anforderungen an die Arbeitsqualität gestellt und es stehen eine Fülle von verschiedenen Stellen zur Auswahl», erklärt Nick Bloom. Er ist überzeugt, dass bis Ende 2008 jeder Geschäftsbereich der Credit Suisse auf eines oder mehrere CoEs zurückgreifen wird.

Vier Zentren unterstützen die globale Geschäftstätigkeit

In den vier internationalen CoEs beschäftigt die Credit Suisse derzeit rund 5000 Mitarbeitende. In den vergangenen fünf Jahren ist vor allem Singapur stark gewachsen, das im Jahr 2000 zum Zentrum der Region Asien Pazifik und 2006 offiziell ein CoE wurde. Derzeit arbeiten hier, im grössten CoE der Credit Suisse, 2700 Personen aus mehr als 25 Nationen. Nach New York, Zürich und London ist Singapur mit seinen insgesamt 4500 Beschäftigten, was 10 Prozent aller Mitarbeitenden entspricht, der viertgrösste Standort der Credit Suisse.

Das CoE in Raleigh-Durham, North Carolina, ist seit Frühling 2005 in Betrieb und beschäftigt über 900 Mitarbeitende, die für das globale Investment Banking der Credit Suisse tätig sind. Im Verlauf des Jahres 2007 bezogen die Mitarbeitenden ein neues, hochmodernes und umweltfreundliches Bürogebäude. Seit seiner Eröffnung erhielt das CoE Raleigh bereits



Die vier Centers of Excellence decken alle Zeitzonen ab

Die geografische Verteilung der vier Centers of Excellence (CoEs) der Credit Suisse hat das Ziel, die Geschäftsprozesse über die verschiedenen Zeitzonen hinweg zu optimieren. An allen Standorten kann die Bank auf genügend qualifizierte Mitarbeitende zurückgreifen und verfügt über eine kosteneffiziente Infrastruktur. Zudem besteht ein Potenzial für weitere Expansionen. Derzeit arbeiten in den vier CoEs rund 5000 Mitarbeitende.

mehrere Auszeichnungen für die Förderung der Region. Ende 2006 eröffnete die Credit Suisse ein neues CoE in Pune, Indien. Derzeit ist Pune das am schnellsten wachsende CoE mit den Bereichen IT, Finanzbuchhaltung, Investment Banking, Aktienhandel und Client Centricity.

Das jüngste CoE in Breslau, Polen, wurde im Sommer 2007 eröffnet. Es ist optimal gelegen, um Europa, den Nahen Osten und Afrika (Region EMEA) zu unterstützen. Da die Mitarbeitenden sowohl Deutsch als auch Englisch sprechen, ist es zudem prädestiniert dafür, Dienstleistungen für die Schweiz anzubieten. Denn dort, in der grössten Geschäftsregion der Bank, besteht ein starker Bedarf nach deutschsprachigem Service. Ursprünglich sollte lediglich das Private Banking in der Schweiz vom CoE Breslau bedient werden, doch im Lauf des Jahres 2008 werden weitere Bereiche der Bank dazukommen.

Innovative Partnerschaft in Indien

Dank einer innovativen Partnerschaft mit einem lokalen Technologieunternehmen konnte die Credit Suisse ihr CoE in Pune rasch und erfolgreich eröffnen. Hier galt es, einen ehrgeizigen Zeitplan einzuhalten und eine grosse Anzahl von Arbeitsplätzen im CoE zu besetzen. Durch die Zusammenarbeit mit dem Partner vor Ort konnte das CoE in Pune nicht nur sehr schnell realisiert werden, die Bank behielt gleichzeitig die Kontrolle über den gesamten Ablauf.

Die Zusammenarbeit mit dem lokalen Partner ermöglichte auch, in sehr kurzer Zeit eine grosse Anzahl hervorragend qualifizierter Mitarbeitenden zu rekrutieren, was sogar das Management-Team der Credit Suisse in Pune überraschte. So wurden in Pune bis Ende 2007 mehr als 1000 Stellen besetzt. Die Partnerschaft im CoE Pune erhielt im September 2007 mit dem «Applied Innovation Award for Business Excellence» ihre offizielle Anerkennung. Diesen begehrten Preis, der von Forbes

in New York gesponsert wird, vergibt die IAOP (International Association of Outsourcing Professionals) zusammen mit der ITAA (IT Association of America). Er geht an Unternehmen, die von der anfänglichen Projektidee bis hin zu deren Implementierung einen innovativen Ansatz sicherstellen.

«Der Applied Innovation Award ist ein Ansporn für die gesamte Initiative», meint Nick Bloom hierzu. Der erfolgreiche Aufbau des CoE in Pune ist Teil der langfristigen Strategie der Bank und ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zu einer gesteigerten Effizienz.

Centers of Excellence vereinen Innovation und Tradition

Die CoE-Initiative ist die treibende Kraft hinter der Strategie, die die globale integrierte Bank seit 2006 verfolgt. Alle vier Zentren unterstützen die Credit Suisse auf nachhaltige Weise: In den jeweiligen Regionen arbeiten hervorragend qualifizierte Arbeitskräfte. Die Bank verfügt über eine kosteneffiziente Infrastruktur und hat das Potenzial für weitere Expansionen in den kommenden Jahren. Die optimale geografische Verteilung und die Möglichkeit, Prozesse über die verschiedenen Zeitzonen hinweg zu optimieren, sind ebenfalls äusserst wichtige Faktoren.

Die CoE-Initiative der Credit Suisse stützt gleichzeitig alle anderen grossen Initiativen des Unternehmens. Die Zentren stellen wichtige Dienstleistungen für die gesamte Bank sicher, ermöglichen eine rigorose und effiziente Strukturierung der Geschäftsprozesse und bieten klare Vorteile im Bereich Kostenkontrolle. Zudem kann die Bank mithilfe der Centers of Excellence rascher auf interne und externe Anliegen eingehen. Aber der grösste Vorteil besteht darin, dass alle Geschäftsbereiche der Credit Suisse ihr Geschäftsmodell optimieren können, dass sich talentierte Mitarbeitende auf der ganzen Welt weiterentwickeln können und die globale Präsenz weiter verstärkt werden kann.

Demografische Herausforderungen in Asien meistern Im Jahr 2050 werden in Asien fast eine Milliarde Menschen 60 Jahre oder älter sein. Die Überalterung der höher entwickelten Märkte in der Region macht stetige Anpassungen der Rentensysteme erforderlich. Im letzten Jahr ging die staatliche Rentenversicherung Südkoreas eine strategische Partnerschaft mit der Credit Suisse ein, um den bevorstehenden Herausforderungen zu begegnen.

Shirley Yu, Leiterin Products, Investment Solutions and Marketing (PRISM), Singapur.

Asien verzeichnete 2007 einen markanten Anstieg der Geburtenrate, da man sich im Jahr des Goldenen Schweins befand, das angeblich besonderes Glück verheißt. Shirley Yu entwickelt Produkte, die neue Geschäftsperspektiven in Indien und anderen Ländern Südasiens eröffnen sollen.



«Der Inlandmarkt ist schlicht nicht gross genug, um der Höhe der Verbindlichkeiten zu entsprechen, die der National Pension Service Südkoreas in den kommenden Jahrzehnten anhäufen wird. Ausserdem sollte eine Institution, die für den Staat von so grossem Interesse ist, über eine effektive Risikoallokation verfügen.»

Anthony Iliya, Executive Vice Chairman und Leiter Asset Management Asia Pacific, Credit Suisse Asia

Die Region Asien Pazifik ist vom weltweiten Überalterungstrend nicht verschont geblieben. Im Jahr 2050 wird Asien Pazifik mit fast einer Milliarde Menschen im Alter von 60 Jahren und mehr gar die meisten Betagten der Welt aufweisen. Die Regierungen sehen sich gezwungen, ihre Rentensysteme zu überdenken und weiterzuentwickeln. Daraus ergeben sich neue Chancen für Finanzdienstleister.

Im letzten Jahr ging der National Pension Service (NPS) Südkoreas eine strategische Partnerschaft mit der Credit Suisse ein. Südkorea, eines der höher entwickelten Länder des Kontinents, führte sein Rentensystem in den späten Achtzigerjahren ein. Zum damaligen Zeitpunkt schien das neue System über alle Zweifel erhaben zu sein. Rentner erhielten ab dem 60. Altersjahr 70 Prozent ihres jährlichen Durchschnittslohns, sofern Arbeitnehmer und Arbeitgeber einen bestimmten Prozentanteil des Gehalts einzahlten. Inzwischen hat sich die Situation geändert. Hatte in den Siebzigerjahren eine koreanische Familie durchschnittlich 4,5 Kinder, sind es heute noch 1,3. Entsprechend werden 2020 nicht mehr zehn Arbeitskräfte für einen Rentner aufkommen, sondern nur noch fünf.

Neugestaltung der Einkommensstrategie

Diese Entwicklung hat Folgen für die Gegenwart und die Zukunft. Um dem Bedarf nach einer umfassenden Gesundheits- und Altersvorsorge zu entsprechen, muss die koreanische Regierung ihre Rentenversicherung standardisieren und ausbauen. Es gilt, effektive Möglichkeiten zur Finanzierung dieser Bedürfnisse zu gewährleisten, was jedoch einfacher gesagt ist als getan. «Eine Institution wie der National Pension Service investiert normalerweise stark in festverzinsliche Wertpapiere. Und das ist problematisch. Angesichts der demografischen Entwicklung werden Renditen benötigt, die deutlich höher sind, als jene, die in dieser Anlageklasse erzielt werden können», erklärt Anthony Iliya, Executive Vice Chairman und Leiter Asset Management Asia Pacific.

Aber das ist nicht der einzige Grund, weshalb eine Institution wie der koreanische NPS gezwungen ist, ihre Fixed-Income-Strategie zu überdenken. Der 1988 gegründete NPS ist alleiniger Treuhänder für die Verwaltung des südkoreanischen National Pension Scheme und des National Pension Fund of South Korea. Der NPS hält derzeit ein verwaltetes Vermögen in Höhe von 200 Milliarden US-Dollar, das jährlich um schätzungsweise 20 Milliarden US-Dollar wächst. «Der Inlandmarkt ist schlicht nicht gross genug, um der Höhe der Verbindlichkeiten zu entsprechen, die der NPS in den kommenden Jahrzehnten anhäufen wird. Ausserdem sollte eine Institution, die für den Staat von so grossem Interesse ist wie der NPS, über eine effektive Risikoallokation verfügen. Sie darf nicht nur in einen Markt investieren», erklärt Anthony Iliya. Zusammengefasst haben alle diese Faktoren den NPS veranlasst,

eine strategische Partnerschaft mit der Credit Suisse einzugehen. «Diese umfasst eine breite Palette von Dienstleistungen, darunter nicht nur die Vermögensverwaltung für den NPS, sondern auch die Nutzung der globalen Erfahrung der Credit Suisse in den Bereichen Vermögensallokation, Mitarbeitertraining und Technologie», sagt Anthony Iliya.

Seit Unterzeichnung der Partnerschaft im Juli 2007 wurde bereits eine Vielzahl von Projekten realisiert. «Neben der Entwicklung sehr spezifischer Trainings für das NPS-Personal haben wir zum Beispiel mit der Betreuung von Enhanced Equity begonnen und ein globales Fixed-Income-Programm gestartet. Zurzeit diskutieren wir mit dem NPS über Private-Equity-Investitionen», sagt Anthony Iliya.

Umfassende Lösungen anbieten

Vorausgegangen war der Vereinbarung ein offener und hart umkämpfter Angebots- und Due-Diligence-Prozess, an dem sich einige der weltweit renommiertesten Vermögensverwalter beteiligten. Für die Entscheidung des NPS, mit der Credit Suisse eine strategische Partnerschaft zu unterzeichnen, gab es mehrere Gründe. «Zu den treibenden Kräften gehörte unter anderem die Tatsache, dass wir ein integrierter Produktanbieter sind. Wir verfügen sowohl über traditionelle als auch über alternative Geschäftsfelder. Ein weiterer Faktor war die Struktur der Credit Suisse. Wir sind in der Lage, eine globale Präsenz und lokales Know-how anzubieten. Mit anderen Worten: Wir verfügen über regionale Teams, die nicht nur aus Verkaufsmitarbeitern bestehen, sondern auch aus Fachleuten für Produktentwicklungs- und Vermögensverwaltungslösungen. Die Credit Suisse fühlt sich der Region und insbesondere Südkorea seit vielen Jahren verpflichtet. Das Engagement des Unternehmens, die Palette unserer Produkte, das fundierte Wissen unserer Mitarbeiter und die Stärke unserer Marke – ich bin sicher, dass all diese Faktoren für die Entscheidung des NPS ausschlaggebend waren», betont Anthony Iliya.

Neben dem Engagement der Bank für die Region Asien Pazifik und ihrer starken Präsenz in diesen Ländern war auch die sorgfältige Vorbereitung des Projekts ein Grund für den Zuschlag. «Es handelt sich in diesem Fall eindeutig nicht um ein Standardprojekt. Wir hatten es mit einer aussergewöhnlichen Situation zu tun, die die Interaktion vieler Ebenen des Unternehmens sowie die Koordination der Bereiche Recht, Compliance, Operatives, Produktmanagement und Vermögensverwaltung erforderte», sagt David Blumer, CEO Asset Management. «Diese Partnerschaft stellt einen weiteren bedeutenden Schritt für unser Vermögensverwaltungsgeschäft in Südkorea dar. Im Hinblick auf eine weitere Verstärkung unserer Präsenz in dieser Region unterstreichen wir unsere Fähigkeit, mit Kunden Partnerschaften einzugehen, um ihnen umfassende Anlagelösungen anzubieten.»

Portfoliogewicht (in %)

	2003	2004	2005	2006	2007 (Target)
Inländische Obligationen	90.1	87.0	79.7	78.5	74.0
Ausländische Obligationen	0.6	3.2	7.3	8.7	7.5
Inländische Aktien	8.9	9.2	12.1	11.0	13.6
Ausländische Aktien	0.2	0.3	0.4	0.7	2.8
Alternative Anlagen	0.2	0.3	0.5	1.1	2.1

Anlagebetrag (in Mia Südkoreanischer Won)

	2003	2004	2005	2006
Total Portfolio	100797	134041	163326	189034
Inländische Obligationen	90834	116598	130190	148451
Ausländische Obligationen	598	4304	11961	16429
Inländische Aktien	8969	12358	19714	20722
Ausländische Aktien	159	343	681	1264
Alternative Anlagen	241	438	780	2168

Quelle: <http://www.nps.or.kr>

National Pension Service South Korea

Gegründet 1999 (NPS gegründet 1988)

189 Billionen Won verwaltete Vermögen
(Stand 31.12.2006)

164,9 Billionen Won Obligationen

22 Billionen Won Aktien

2,1 Billionen Won alternative Anlagen

Asiens Talente fördern Die Finanzindustrie wächst auf der ganzen Welt. Doch in Asien schlägt sie ein besonders forsches Tempo an. Um mit diesem Wachstum Schritt zu halten, ist die Credit Suisse auf eine wachsende Zahl von qualifizierten Mitarbeitenden angewiesen. Die Business School der Credit Suisse trägt dazu bei, diese Talente auszubilden, weiterzuentwickeln und ihnen die Grundlagen für die Strategie der integrierten Bank zu vermitteln.

Gerald Mackenzie, Head of IT institute (IT Business School), Singapur. Das von Mackenzie geleitete IT institute der Business School arbeitet eng mit dem oberen IT-Management der Region Asien Pazifik zusammen und unterstützt dieses bei der Entwicklung und Organisation von Ausbildungsprozessen.



«An allen Standorten der Centers of Excellence bieten wir den Mitarbeitenden eigens dafür konzipierte Onboarding-Programme. Darin erfahren sie alles über unser Geschäft, die Werte und Kompetenzen, die für die Credit Suisse wichtig sind.»

Siegfried Hoenle, Leiter der Business School

Die Business School wurde 2004 gegründet, als alle Ausbildungseinheiten der Bank unter einem Dach vereint wurden. «Wer die Fähigkeit hat, Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und die Mitarbeitenden gezielt zu unterstützen, hat im Markt einen echten Wettbewerbsvorteil», erklärt Siegfried Hoenle, Leiter der Business School. So hat die Credit Suisse auch früh das Potenzial des Vermögensverwaltungsgeschäfts in Asien, und wie entscheidend es ist, mit den am besten qualifizierten Mitarbeitenden ins Rennen zu gehen, erkannt. Als erstes großes Finanzinstitut hat sie 2005 in Singapur einen eigenen Ausbildungs- und Entwicklungsbereich geschaffen, den «Campus Asia». «Unser Angebot unterstützt die globale Strategie der Bank, gleichzeitig handeln wir regional, indem wir dort präsent sind, wo es der Markt erfordert», so Hoenle.

Asien ist ein hart umkämpfter Arbeitnehmermarkt. Zahlreiche globale Finanzinstitute buhlen um Universitätsabgänger und Talente. «Wenn wir potenziellen Arbeitnehmern attraktive Bedingungen, ein professionelles Einarbeitungsprogramm und ein umfassendes Ausbildungsangebot bieten, haben wir gute Karten», ist Siegfried Hoenle überzeugt. «Zudem müssen wir unseren Mitarbeitenden Perspektiven aufzeigen und gezielte Massnahmen entwickeln, um neue Arbeitskräfte zu gewinnen und erfahrene Mitarbeitende zu halten.» Und nicht zuletzt spielt das Image eine Rolle: «Wir sind in der glücklichen Lage, dass die Credit Suisse als attraktiver Arbeitgeber eingestuft wird und im asiatischen Raum hoch angesehen ist», freut sich Patsy Doerr, Verantwortliche Business School Asia Pacific.

Hohe Wertschätzung erfahren die Mitarbeitenden, indem sie etwa für Programme wie «Global Train to RM» nominiert werden. Das Programm ist darauf ausgelegt, hauseigene Talente auf ihre neue Aufgabe als Relationship Manager vorzubereiten. Die Seminarmodule werden ergänzt mit On-the-job-training, wo die jungen Berater von einem Mentor betreut werden.

Zusammenarbeit mit renommierter Universität

Auch die asiatischen Kunden erwarten, dass sie ihre Geschäfte jederzeit und überall tätigen können, und sie haben immer komplexere Bedürfnisse. Das integrierte Modell der Credit Suisse, das die Dienstleistungen und Produkte aus Private Banking, Investment Banking und Asset Management miteinander verknüpft, trägt diesen Bedürfnissen Rechnung. Auch die Business School bietet divisionenübergreifende Programme an, um die Strategie der integrierten Bank weiter voranzutreiben. Unter dem Dach von «Credit Suisse Professional» hat die Business School eine Reihe von Programmen konzipiert, die die bankübergreifende Zusammenarbeit stärken.

Im Oktober 2007 wurde beispielsweise das «Professional Diploma in Global Finance» in Zusammenarbeit mit der Chinese University of Hong Kong lanciert. «Es ist das erste Mal,

dass die Credit Suisse im asiatischen Raum mit einer tertiären Institution kooperiert. Es ist ein Paradebeispiel dafür, wie wir in die professionelle und kontinuierliche Entwicklung unserer Mitarbeitenden investieren», erklärt Eoin O'Shea, COO Asia Pacific. Zugang zum ersten Durchgang erhielten Mitarbeitende aus Singapur, Hongkong, Japan, Australien und Korea. Im 15-monatigen Programm werden ihnen finanztechnisches Wissen, aber auch Industrietrends, strategisches Management sowie Führungsfertigkeiten vermittelt.

Das Programm kommt bei Mitarbeitenden äusserst gut an: «Dieses Diplom in der Tasche zu haben, fördert nicht nur meine Karriere bei der Credit Suisse. Ich erfahre in diesem Programm auch die grösseren Zusammenhänge der Finanzindustrie. Ich schätze zudem, mit den anderen Geschäftsbereichen der Bank vertraut zu werden und mein Netzwerk in ganz Asien ausbauen zu können», sagt Michelle Singleton, Leiterin Operations Client Management in Singapur.

Ein weiteres Programm ist die Serie Credit Suisse Awareness Forum. Dazu gehören etwa «A day in the life of», «Hot Topics», «Big Wins» sowie «Product Awareness». Das Programm zielt darauf ab, das Bewusstsein der Mitarbeitenden für die Produkte und Dienstleistungen der integrierten Bank zu schärfen. In monatlichen Präsentationen geben Mitarbeitende Kollegen Einblicke in ihre Arbeit. Die Vorträge können live oder per Video-Webcast verfolgt werden.

Exzellenz auf allen Stufen

Die Business School spielt auch bei der Umsetzung der bankweiten Schlüsselinitiativen eine entscheidende Rolle. So hat sich etwa die Initiative «Centers of Excellence» zu einer Kernaufgabe der Business School in Asien entwickelt: Sie ist dafür zuständig, dass weltweit in allen Centers of Excellence – dies sind Dienstleistungszentren, die Services zu wettbewerbsfähigen Kosten erbringen – funktionspezifische Ausbildungspläne erarbeitet und umgesetzt werden. So hat die Credit Suisse 2006 ein Center of Excellence in Pune, Indien, aufgebaut, das die IT, das Finanzwesen oder den Operations-Bereich unterstützt. In diesem Center wurden allein während neun Monaten rund 900 Teilnehmer auf ihre Arbeit für die Bank vorbereitet (siehe auch S. 24).

«An allen Standorten der Centers of Excellence bieten wir den Mitarbeitenden eigens dafür konzipierte Onboarding-Programme. Darin erfahren sie alles über unser Geschäft, die Werte und Kompetenzen, die für die Credit Suisse wichtig sind», erklärt Siegfried Hoenle. «Die Weiterbildung von Mitarbeitenden und Management ist eine Investition in die Zukunft», so Hoenle. «Wir arbeiten stetig daran, qualitativ hochstehende, fokussierte und kundennahe Angebote bereitzustellen, um auch für die kommenden Herausforderungen in der Finanzindustrie bestens gewappnet zu sein.»

Die Business School 2007 in Zahlen

7294 Anzahl durchgeführte Trainings

32 375 Mitarbeitende, die an der Business School mindestens eine Ausbildung absolviert haben

197 894 Anzahl Logins in Web-Based Trainings

5 Standorte Zürich, London, Singapur, Hongkong, New York

Die Credit Suisse und die Chinese University of Hong Kong (im Bild) haben im Oktober 2007 zusammen das «Professional Diploma in Global Finance» ins Leben gerufen. Das internationale Ausbildungsprogramm zieht junge Mitarbeitende aus dem ganzen asiatischen Raum an.



Client Centricity Den Credit Suisse Kunden stand bisher ein Angebot an Produkten, Dienstleistungen und Betreuung zur Verfügung, das auf ihrer Vermögensstruktur und ihrem Kreditbedarf basierte. Dank Client Centricity gewinnt die Bank nun eine wesentlich grössere Einsicht in die Bedürfnisse der Kunden und kann dadurch massgeschneiderte Beratungen und Lösungen anbieten.

Christoph Hasenböhler, Relationship Manager, Bern. Ziel eines Curling-Spielers ist es, die geschliffenen Granitsteine in die Mitte des sogenannten Hauses zu befördern. Bei der Client-Centricity-Initiative der Credit Suisse wird ein ähnliches Ziel verfolgt: Die Kunden werden in den Mittelpunkt gestellt und erhalten auf ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmte Lösungen und Betreuung. Christoph Hasenböhler leitete Teile eines Client-Centricity-Pilotprojekts in der Schweizer Region Mittelland.



Egal, ob Privat- oder Firmenkunden: die Anliegen unterscheiden sich von Fall zu Fall und selbst innerhalb der gleichen Grössenkatgorie. Das verlangt nach einer individualisierten Betreuung durch die Bank. Damit diese nun die Wünsche und Anliegen ihrer Kunden besser verstehen und ihnen komplexere und geschäftsübergreifende Problemlösungen anbieten kann, findet seit diesem Jahr Client Centricity seine Anwendung.

Max Schläfli, Regionenleiter, und Jürg Segmüller, Marktgebietsleiter, beide Private Banking Schweiz, haben gemeinsam im letzten halben Jahr ein Client-Centricity-Pilotprojekt im Schweizer Mittelland durchgeführt. Jürg Segmüller umschreibt, was die neue Philosophie konkret bedeutet: «Unser Angebot ist jetzt noch stärker differenziert und damit besser auf die Präferenzen der Kunden abgestimmt. Unter anderem führen wir nach Absprache Kunden zusammen, die über das Potenzial für ein gemeinsames Geschäft oder über Wissen von gegenseitigem Interesse verfügen: Beispielsweise hat ein vor der Nachfolgeregelung stehender Unternehmer jetzt die Möglichkeit, sich mit einem anderen Unternehmer auszutauschen, der soeben einen solchen Prozess erfolgreich abgeschlossen hat.»

Um Informationen dieser Art über Kunden erfassen und nutzen zu können, wird im Private Banking die bestehende quantitative Kundensegmentierung mit qualitativen Informationen ergänzt. Dadurch kann künftig vertieft auf die Treiber der Vermögensherkunft wie Firmenverkauf oder Erbschaft, auf den Kundentypen und auf die Lebensphase (siehe Textbox rechts), in der sich der Kunde gerade befindet, eingegangen werden. Letzteres ist in Bezug auf Geschäftsmöglichkeiten wie zum Beispiel Finanzierung oder Nachfolgeregelung wegweisend.

Max Schläfli freut es, dass die Kunden im Pilotversuch sehr positiv auf die neuen Möglichkeiten der Beratung reagiert haben und sie auch nutzen: «Sie tätigen seither mehr Geschäfte direkt mit uns oder führen uns neue Kunden zu. Wir erleben, dass es uns durch Client Centricity gelingt, das Vertrauen und die Zufriedenheit auf lange Frist zu stärken. Vor allem aber können wir uns damit von unseren Mitbewerbern differenzieren und ein langfristig profitables Wachstum sichern.»

Für eine erfolgreiche Umsetzung eines solchen Projekts reicht jedoch eine entsprechende Infrastruktur nicht. Auch die Mitarbeitenden müssen die neue Philosophie mittragen und deren Nutzen verstehen. «Deshalb werden die Frontbereiche eng in die Konzipierung und Implementierung eingebunden», erklärt Jürg Segmüller. «Für die Umsetzung von Client Centricity wurden im Bereich Private Clients beispielsweise über 2000 Frontmitarbeitende geschult und innerhalb Private Banking Schweiz ausgewählte Mitarbeitende zu regionalen «Client Centricity Champions» ausgebildet. Diese Coachs begleiten die Ausbildung vom Regionenleiter bis zum Assistenten.»

Auch die Bilanz von Ulrich Körner, CEO Credit Suisse Switzerland, zum Pilotversuch ist positiv: «Es gibt bereits klare Indikationen auf eine deutliche Steigerung der Profitabilität beziehungsweise des Geschäftsvolumens der Kunden.» Mit Hilfe der neuen Funktionalitäten – dem Zusammenfassen von bisher getrennt geführten Einzelbeziehungen eines Kunden, der bedürfnisorientierten Segmentierung, der Kundenprofitabilitätsrechnung und dem neuen Sales-Management-Ansatz – seien ausgewählte Kunden systematisch analysiert und bisher ungenutzte Geschäftsmöglichkeiten realisiert worden.

Client Centricity wird nun innerhalb von Private Banking Schweiz schweizweit implementiert. Ähnliche Funktionalitäten mit einer vertieften Kundensegmentierung werden später auch im Corporate Banking eingeführt. Für 2008 hat Ulrich Körner klare Vorstellungen: «Ziel ist, dass die neuen Instrumente und Hilfsmittel, aber vor allem das Gedankengut und Verständnis im Beratungsansatz von Client Centricity per Ende Jahr ein integrierter Bestandteil unserer täglichen Arbeit geworden sind.»

Kundensegmentierung nach Lebensphasen

Im Gegensatz zum Private Banking erfolgt im Bereich Retail Banking die Segmentierung ausschliesslich durch eine Aufteilung in fünf Lebensphasen: Die erste Phase beinhaltet die Entdeckerjahre, in die der Ausbildungsabschluss und der Start ins Berufsleben hineinfallen. Darauf folgen Jahre des Aufbaus, besonders in Bezug auf Beruf und Vermögen. Ist einmal ein gewisses Niveau erreicht, beginnt die Phase drei, die des Optimierens: Wohnsituation, Karriere, Vorsorge. Ein paar Jahre vor der Pensionierung bricht dann die Zeit an, in der lang gehegte Wünsche verwirklicht werden und sich dadurch die Lebensqualität nochmals erhöht. Und als abschliessende Phase wird das Geniessen gesehen: Die Kunden erfreuen sich an ihrem Ruhestand.



Corporate Governance

Verwaltungsrat und Executive Board

Verwaltungsrat

Dem Verwaltungsrat obliegen die Gesamtleitung sowie die Aufsicht und Kontrolle der Credit Suisse. Er beurteilt regelmässig das Konkurrenzumfeld und genehmigt die Strategie- und Finanzpläne der Gruppe.

An jeder Sitzung wird dem Verwaltungsrat über die finanzielle Entwicklung der Gruppe Bericht erstattet. Zudem erhält der Verwaltungsrat periodisch Informationen, beispielsweise zur Entwicklung und finanziellen Lage der Gruppe und zur Risikoentwicklung einschliesslich möglicher Zukunftsszenarien. Die Geschäftsleitung berichtet dem Verwaltungsrat zudem regelmässig oder auf Verlangen angemessen über andere wichtige Angelegenheiten und Ereignisse.

Der Verwaltungsrat prüft und beschliesst wesentliche Veränderungen in der Organisationsstruktur der Gruppe und übernimmt eine aktive Rolle bei Akquisitionen, Verkäufen und anderen grösseren Investitionsvorhaben oder Projekten. Es steht dem Verwaltungsrat und seinen Kommissionen frei, für Belange innerhalb ihrer Zuständigkeitsbereiche auf Kosten der Gesellschaft externe Berater hinzuzuziehen. Der Verwaltungsrat führt einmal jährlich eine Selbstbeurteilung durch, anlässlich welcher er seine Zielsetzungen und den Arbeitsplan für das kommende Jahr verabschiedet.

Die Zusammensetzung des Verwaltungsrates ist wie folgt¹:

Walter B. Kielholz² Präsident, Jahrgang 1951,
Schweizer Staatsangehöriger

Hans-Ulrich Doerig^{2,3} Vizepräsident, Jahrgang 1940,
Schweizer Staatsangehöriger

Thomas W. Bechtler⁴ Jahrgang 1949,
Schweizer Staatsangehöriger

Robert H. Benmosche⁴ Jahrgang 1944,
amerikanischer Staatsangehöriger

Peter Brabeck-Letmathe Jahrgang 1944,
österreichischer Staatsangehöriger

Noreen Doyle⁵ Jahrgang 1949,
amerikanische und irische Staatsangehörige

Jean Lanier⁵ Jahrgang 1946,
französischer Staatsangehöriger

Anton van Rossum⁴ Jahrgang 1945,
holländischer Staatsangehöriger

Aziz R. D. Syriani^{2,4} Jahrgang 1942,
kanadischer Staatsangehöriger

David W. Syz⁵ Jahrgang 1944,
Schweizer Staatsangehöriger

Ernst Tanner³ Jahrgang 1946,
Schweizer Staatsangehöriger

Richard E. Thornburgh³ Jahrgang 1952,
amerikanischer Staatsangehöriger

Peter F. Weibel^{2,5} Jahrgang 1942,
Schweizer Staatsangehöriger

¹Die Zusammensetzung der Verwaltungsräte der Credit Suisse Group und der Credit Suisse ist identisch.

²Mitglied des Chairman's and Governance Committee, Vorsitz Walter B. Kielholz.

³Mitglied des Risk Committee, Vorsitz Hans-Ulrich Doerig.

⁴Mitglied des Compensation Committee, Vorsitz Aziz R. D. Syriani.

⁵Mitglied des Audit Committee, Vorsitz Peter F. Weibel.



Von links nach rechts: David W. Syz, Hans-Ulrich Doerig, Jean Lanier, Noreen Doyle, Richard E. Thornburgh, Peter Brabeck-Letmathe, Walter B. Kielholz, Robert H. Benmosche, Aziz R.D. Syriani, Anton van Rossum, Ernst Tanner, Thomas W. Bechtler, Peter F. Weibel.

Executive Board

Das Executive Board ist verantwortlich für die operative Leitung der Credit Suisse sowie für die Entwicklung und Umsetzung der vom Verwaltungsrat genehmigten strategischen Geschäftspläne der Gruppe sowie ihrer wichtigsten Geschäftsbereiche. Das Executive Board koordiniert bedeutende gruppenweite Initiativen, Projekte und Geschäftsideen in den Divisionen, den Regionen oder den Shared-Services-Bereichen und erlässt gruppenweit anwendbare Richtlinien.

Die Zusammensetzung des Executive Board ist wie folgt¹:

Brady W. Dougan Chief Executive Officer², Jahrgang 1959, amerikanischer Staatsangehöriger
Walter Berchtold Chief Executive Officer Private Banking, Jahrgang 1962, Schweizer Staatsangehöriger
David J. Blumer Chief Executive Officer Asset Management, Jahrgang 1968, Schweizer Staatsangehöriger
Paul Calello Chief Executive Officer Investment Banking³, Jahrgang 1961, amerikanischer Staatsangehöriger
D. Wilson Ervin Chief Risk Officer, Jahrgang 1960, amerikanischer Staatsangehöriger
Renato Fassbind Chief Financial Officer, Jahrgang 1955, Schweizer Staatsangehöriger
Tobias Guldemann Group Chief Risk Officer, Jahrgang 1961, Schweizer Staatsangehöriger
Ulrich Körner Chief Executive Officer Credit Suisse Switzerland, Jahrgang 1962, deutscher und Schweizer Staatsangehöriger

Kai S. Nargolwala Chief Executive Officer Credit Suisse Asia Pacific⁴, Jahrgang 1950, britischer Staatsangehöriger
Urs Rohner Chief Operating Officer und General Counsel, Jahrgang 1959, Schweizer Staatsangehöriger
Robert Shafir Chief Executive Officer Credit Suisse Americas⁵, Jahrgang 1960, amerikanischer Staatsangehöriger
Eric M. Varvel Chief Executive Officer, Credit Suisse Europe, Middle East and Africa⁶, Jahrgang 1963, amerikanischer Staatsangehöriger

¹Die Zusammensetzung der Executive Boards der Credit Suisse Group und der Credit Suisse ist identisch.

²Seit 5. Mai 2007. Zuvor war Brady W. Dougan Chief Executive Officer Investment Banking sowie bis zum 31. Juli 2007 auch Chief Executive Officer Americas.

³Seit 5. Mai 2007. Zuvor war Paul Calello Chief Executive Officer Credit Suisse Asia Pacific, eine Funktion, die er ad interim bis zum Jahresende 2007 weiter inne hatte.

⁴Seit 1. Januar 2008.

⁵Seit 1. August 2007.

⁶Seit 1. Februar 2008; bis zum 31. Januar 2008 führte Michael G. Philipp die Region Europe, Middle East and Africa.



Von links nach rechts: Ulrich Körner, Walter Berchtold, Eric M. Varvel, Brady W. Dougan, Urs Rohner, Paul Calello, Renato Fassbind, David J. Blumer, Tobias Guldemann, Robert Shafir, Kai S. Nargolwala, Michael Ryan (erweitertes Mitglied), D. Wilson Ervin.

Corporate Governance

Wie wir unseren Anspruchsgruppen begegnen, ist von entscheidender Bedeutung für unseren geschäftlichen Erfolg. Die Bewahrung unseres guten Renommees ist einer unserer drei zentralen Grundsätze. Wir sind bestrebt, jederzeit integer, verantwortungsbewusst, fair, transparent und diskret zu handeln, um das Vertrauen unserer Aktionäre, Kunden und Mitarbeitenden sowie aller anderen Anspruchsgruppen zu sichern.

Die Credit Suisse strebt die Umsetzung international anerkannter hoher Standards der Corporate Governance an. Wir sind uns der Bedeutung einer guten Corporate Governance bewusst und wissen, dass Transparenz in der Offenlegung den verschiedenen Anspruchsgruppen die Beurteilung der Qualität von Unternehmen und Management erleichtert und die Investoren bei ihren Anlageentscheidungen unterstützt.

Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien

Wir richten uns nach den im Swiss Code of Best Practice festgehaltenen Grundsätzen einschliesslich des kürzlich publizierten Anhangs mit Empfehlungen zur Ausgestaltung der Prozesse für die Festlegung von Managemententscheidungen. Als an der SWX Swiss Exchange kotiertes Unternehmen unterstehen wir der SWX-Richtlinie bezüglich Informationen zur Corporate Governance. Unsere Aktien notieren zudem in Form von American Depositary Shares an der New York Stock Exchange (NYSE), so dass auch bestimmte US-Gesetze und -Richtlinien zu beachten sind. Mit Ausnahme einer kleinen Anzahl untergeordneter Aspekte, die für ausländische Emittenten nicht relevant sind, beachten wir daher die von der NYSE erlassenen Corporate-Governance-Regeln.

Unser Corporate-Governance-Regelwerk

Die Grundlagen unserer Corporate Governance sind in verschiedenen Dokumenten festgehalten, die für die Organisation und die Führung der Gesellschaft verbindlich sind. Unser Verwaltungsrat hat «Corporate Governance Guidelines» erlassen, die der Erklärung und dem besseren Verständnis der Governance-Strukturen dienen. Andere für die Corporate Governance wichtige Dokumente sind unter anderem die Statuten, die Reglemente des Verwaltungsrats und seiner Kommissionen und der Code of Conduct.

Code of Conduct

In unserem Code of Conduct sind zwölf Grundwerte festgelegt, die für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei ihrer täglichen Arbeit verbindlich sind. Die Credit Suisse Group ist in über 50 Ländern tätig und beschäftigt Mitarbeiter aus über 100 verschiedenen Nationen. Der Code of Conduct soll das Zusammengehörigkeitsgefühl fördern und die Mitarbeitenden dabei unterstützen, sich mit den gemeinsamen Werten, Methoden und Zielen des Unternehmens zu identifizieren. Zudem spielt der Code als Richtschnur für vertrauensbildende und -erhaltende Massnahmen gegenüber unseren Anspruchsgruppen eine zentrale Rolle.

Einbezug der Aktionäre

Als Investoren und Risikoträger entscheiden unsere Aktionärinnen und Aktionäre im Einklang mit dem Schweizerischen Rechtssystem an der Generalversammlung über wesentliche unternehmerische Weichenstellungen. Wir legen Wert darauf, dass sich unsere Aktionäre auf die Genauigkeit und Transparenz unserer Berichterstattung verlassen können. Aus diesem Grund sind wir einer präzisen, zuverlässigen und verständlichen Finanzberichterstattung verpflichtet, die Leistung, Mission und strategische Ausrichtung des Unternehmens verständlich darstellt.

Risikomanagement

Unser Risikomanagement spielt eine zentrale Rolle in unserer Organisation und trägt massgeblich zum Erfolg des Unternehmens bei, indem es eine disziplinierte Risikokultur fördert und entsprechende Transparenz schafft. Darauf basierend kann die Geschäftsleitung ein angemessenes Risikoprofil für die Gesellschaft definieren. Zudem wird ein sorgfältiger, umsichtiger Umgang mit Risiken gewährleistet, so dass ein ange-

messenes Verhältnis zwischen Risiko und Ertrag sowie eine optimale Kapitalallokation innerhalb der Gruppe im Interesse aller unserer Anspruchsgruppen sichergestellt wird. Unerwünschte Engagements mit überproportionalem Risiko vermeiden wir mit einer aktiven Risikomanagement-Kultur und geeigneten qualitativen und quantitativen Instrumenten. Wir investieren regelmässig, um sicherzustellen, dass die Credit Suisse in Sachen Risikomanagement weiterhin führend bleibt.

Compliance

Sämtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind zur Einhaltung aller gesetzlichen, aufsichtsrechtlichen und internen Vorschriften sowie strikter professioneller Standards verpflichtet. In diesem Sinne beginnt Compliance für die Credit Suisse bereits bei der Personalauswahl und führt über Schulungen, detailliert beschriebene Prozesse und Regelungen bis hin zu wirkungsvollen Aufsichts- und Kontrollsystemen.

Belohnung hervorragender Leistungen

Die Credit Suisse bietet ein Vergütungssystem, das herausragende Leistungen belohnt, die Mitarbeiter anspornt, ihren bestmöglichen Beitrag zum Erfolg der Gesellschaft zu leisten, sowie die berufliche Weiterentwicklung fördert. Ferner legen wir grossen Wert darauf, dass unser Vergütungssystem die Werte und Ansprüche der Mitarbeiter mit jenen der Gesellschaft in Einklang bringt und dadurch Mehrwert für unsere Aktionäre entsteht. Da die Qualität der Mitarbeitenden entscheidend ist für den langfristigen Unternehmenserfolg, wollen wir uns als attraktiver und bevorzugter Arbeitgeber in allen unseren Geschäftsfeldern positionieren.

Organisationsstruktur

Integriertes Geschäftsmodell

Unsere regionale Struktur gewährleistet, dass wir als integrierte Bank unseren Kunden gegenüber einheitlich auftreten und dass unsere drei Divisionen und rapportierenden Segmente Investment Banking, Private Banking und Asset Management ihre Aktivitäten mit Unterstützung durch die zentralen Dienstleistungsbereiche, Shared Services, verstärkt koordinieren.

Die Führungsteams unserer drei globalen Divisionen sind für die Entwicklung und Koordination der wesentlichen Geschäftsaktivitäten zuständig. Die CEO berichten direkt anderen CEO der Gruppe, und zusammen mit den CEO der Regionen sind sie für die einheitliche strategische Ausrichtung und Umsetzung verantwortlich.

Regionen

Die Führungsteams unserer vier Regionen spielen eine zentrale Rolle, denn sie sorgen dafür, dass wir von den Kunden als Einheit wahrgenommen werden. Die Ausgestaltung unserer regionalen Struktur fördert die divisionsübergreifende Zusammenarbeit und sorgt gleichzeitig für eine bessere Nutzung der Ressourcen in den einzelnen Regionen. Die vier Regionen sind:

- Americas: besteht aus den Aktivitäten in den Vereinigten Staaten, in Kanada und in Lateinamerika.
- Asia Pacific: umfasst hauptsächlich Aktivitäten in Australien, China, Hongkong, Indien, Indonesien, Japan, Korea, Malaysia, Philippinen, Singapur, Taiwan und Thailand.
- Europa, Naher Osten und Afrika (EMEA): umfasst Aktivitäten in 28 Ländern, die zu einem grossen Teil von Grossbritannien ausgeführt werden.
- Schweiz: umfasst die Aktivitäten auf unserem Heimmarkt.

Die Regionen unterstützen auch die globalen Aktivitäten der drei Divisionen. Auf strategischer Ebene sind sie für die Entwicklung des Unternehmens als Ganzes sowie für die regionalen Geschäftspläne, Projekte und Initiativen verantwortlich. Zudem haben sie eine Aufsichtsfunktion in Bezug auf den finanziellen Erfolg in ihren Märkten.

Die Regionen sind zuständig für regulatorische Angelegenheiten und ausserdem haben sie die Verantwortung für Themen,

die die Region als Ganzes oder einzelne Länder betreffen. Zum Verantwortungsbereich gehören des Weiteren die Kundenbetreuung und Mitarbeiterführung, die Koordination der Shared Services-Leistungen sowie die operative Unterstützung.

Shared Services

Die fünf Shared-Services-Bereiche bieten dem Unternehmen Dienstleistungen und Support in den Bereichen Finanzwesen, Operationen, Recht und Compliance, Risikomanagement sowie Informatik:

- Der Bereich Chief Financial Officer (CFO) umfasst die Finance-Funktionen Finanzbuchhaltung, Group Controlling, Product Control, Steuern, Treasury, Investor Relations, Neugeschäfte und Global Insurance.
- Der Bereich Chief Operating Officer (COO) umfasst die Bereiche Human Resources, die Business School, Corporate Real Estate and Services, Corporate Development, Supply Management, Corporate Communications, Public Policy und Operational Excellence.
- Der Bereich General Counsel unterstützt das Unternehmen und andere Shared-Services-Bereiche in rechtlichen und regulatorischen Belangen und trägt damit zur Wahrung des guten Rufes der Credit Suisse bei. Der Bereich stellt den Mitarbeitenden die erforderlichen Instrumente und Anleitungen zur Verfügung, damit sie alle internen Richtlinien und externen Regeln und Gesetze einhalten können.
- Der Bereich Chief Risk Officer (CRO) umfasst die vier Gebiete Strategic Risk Management, Credit Risk Management, Risk Measurement and Management und Operational Risk Oversight, die eng zusammenarbeiten, um eine strikte Risikokontrolle zu gewährleisten und dazu beizutragen, dass unser Risikokapital vernünftig eingesetzt wird.
- Der Bereich Information Technology ist für die gesamte Informationstechnologie der Credit Suisse zuständig und unterstützt mit innovativen Systemen und Plattformen die Geschäftsbereiche sowie die übrigen Bereiche der Shared Services beim Erbringen von Dienstleistungen und bei der Abwicklung von Transaktionen.

Die Credit Suisse in der Gesellschaft

Als weltweit tätige Bank nimmt die Credit Suisse eine zentrale Rolle in der Wirtschaft und Gesellschaft ein, indem sie Regierungen, Unternehmen und Privatpersonen den Zugang zu Kapital ermöglicht, globale Kapitalflüsse steuert, Risiken bewertet und mit diesen umsichtig umgeht. Zudem sind wir davon überzeugt, dass die unternehmerische Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft ein wichtiger Faktor für dauerhaften wirtschaftlichen Erfolg ist.

Das zentrale Instrument der Credit Suisse zur Wahrnehmung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung ist der Code of Conduct. Dieser hält zwölf ethische und leistungsbezogene Grundwerte fest, die für alle Mitarbeitenden verbindlich sind. Er enthält das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Einhaltung von internationalen Vereinbarungen. Dazu gehören die Erklärung für Finanzdienstleister innerhalb des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP) sowie der UN Global Compact, der zur Einhaltung von zehn Prinzipien zu Umweltschutz, Arbeitsbedingungen, Menschenrechten und Korruptionsbekämpfung verpflichtet.

Sorgfaltspflichten wahrnehmen

Die Erfüllung von Sorgfaltspflichten über die gesetzlichen Vorgaben hinaus ist eine wichtige Voraussetzung für den langfristigen Unternehmenserfolg der Credit Suisse. Um Kredit-, Haftungs- und Reputationsrisiken zu vermeiden, durchlaufen sensitive Geschäftstransaktionen einen klar definierten Risikomanagementprozess. Bei Projektfinanzierungen kommen die Equator Principles zur Anwendung. Sie stellen eine Analyse möglicher ökologischer und gesellschaftlicher Risiken gemäss den Richtlinien der Weltbank sicher. Um ihre Reputation zu schützen, muss die Credit Suisse den Missbrauch ihrer Produkte und Dienstleistungen verhindern, ohne dabei die Privatsphäre der Kunden zu verletzen. Darum setzt sie weltweit auf die strengen Schweizer Vorgaben betreffend Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung. Die Mitarbeit in der Wolfsberg Gruppe ermöglicht es der Credit Suisse, sich international einzubringen und auf die Erstellung branchenweiter Standards hinzuwirken.

Innovative Produkte und Dienstleistungen

Unternehmen mit innovativen Ideen in Bereichen wie Umwelt und Gesellschaft zu fördern, ist ein wichtiges Geschäftsfeld der Credit Suisse. Seit Jahren sorgen das Alternative Energy Team oder der Carbon Trade Desk im Investment Banking, die Clean-Tech-Private-Equity-Plattform im Asset Management

und der Bereich Investment Products im Private Banking für umfangreiche Geschäftstätigkeiten in Environmental Finance. Um der zunehmenden Bedeutung von Umweltthemen gerecht zu werden, haben wir unsere Angebotspalette 2007 substantiell erweitert, etwa mit dem Global Alternative Energy Index und dem Global Warming Index. Zudem schuf die Credit Suisse 2007 als erste Grossbank zusammen mit einer spezialisierten Firma das neuartige Finanzierungsinstrument Sustainable Carbon Finance für weltweite Aufforstungs- und Walderhaltungsprojekte. An der Eco Securities Group, die Emissionszertifikate zur Reduktion von Treibhausgasemissionen erarbeitet und vermarktet, erwarben wir eine Beteiligung.

Bewährt hat sich der 2006 in Zusammenarbeit mit der Abu Dhabi Future Energy Company lancierte Masdar Clean Tech Fund, der zu einer ökologischen Diversifizierung in der Golfregion beiträgt und in die Masdar-Initiative der Regierung von Abu Dhabi eingebunden ist. Zusammen mit Partnern aus dem Finanz- und Energiesektor gründete die Credit Suisse 2007 in New York mit The Green Exchange die an «grünen» Produkten umfassendste Börse. Nach wie vor legt die Credit Suisse grosses Gewicht auf die Mikrofinanz. Der von ihr mitbegründete responsAbility Global Microfinance Fund ermöglicht die Vermittlung von Kleinstkrediten an Mikrounternehmen in Schwellen- und Entwicklungsländern. 2007 erhielt er von der Luxembourg Fund Labelling Agency das erstmals verliehene Gütesiegel LuxFLAG. Zudem begleiteten wir den Börsengang der mexikanischen Banco Compartamos, den weltweit ersten IPO eines Mikrofinanzinstituts.

Dem Klima- und Umweltschutz Rechnung tragen

Klima- und Umweltschutz beginnt im eigenen Unternehmen. Bereits 1997 erhielt die Credit Suisse als erste Bank weltweit ein Zertifikat für ihr Umweltmanagementsystem nach ISO 14001. Seit 2006 ist die Credit Suisse als erstes Grossunternehmen in der Schweiz treibhausgasneutral. 2007 wurde die Energie-

versorgung unserer Standorte London und Frankfurt vollständig auf Strom aus erneuerbaren Energien umgestellt. Daneben konnten in New York durch die Verwendung einer neuen Software rund zehn Prozent unserer Rechner server abgestellt werden.

Seit Jahren ist die Credit Suisse in den wichtigen Dow Jones Sustainability Indices sowie im FTSE4Good Index vertreten. Im 2007 erstmals publizierten Sustainability Risk Report der Institutional Shareholder Services belegt sie den ersten Platz in der Finanzindustrie.

Die weltweit besten Mitarbeitenden

Die Credit Suisse ist bestrebt, eine vorbildliche Arbeitgeberin zu sein. Dies erleichtert es ihr, weltweit die besten Talente und Arbeitskräfte zu rekrutieren und an das Unternehmen zu binden. «Diversity», die Vielfalt unter den Mitarbeitenden, ist eine wichtige Voraussetzung, um ein breites Spektrum von Kunden zu betreuen und deren unterschiedlichen Bedürfnissen gerecht zu werden. Gegenwärtig beschäftigt die Credit Suisse Mitarbeitende aus über 100 Nationen. Sie legt grossen Wert auf die Förderung der Chancengleichheit in einem Arbeitsumfeld frei von Diskriminierungen und eine ausgewogene Balance zwischen Beruf und Privatleben.

Von zentraler Bedeutung ist die Aus- und Weiterbildung. Dabei garantiert die bankeigene Business School mit ihren Centers of Competence einen hohen Standard und individualisierte Lernangebote. Zukunftsweisend ist das 2007 mit der Chinese University of Hong Kong gestartete Programm Professional Diploma in Global Finance.

Offen gegenüber den Kunden und der Gesellschaft

Im vergangenen Jahr war es uns ein besonderes Anliegen, unsere Dienstleistungen, Produkte und Expertisen allen Interessenten uneingeschränkt zur Verfügung zu stellen. Die Rollstuhlgängigkeit gehört bei Neu- und Umbauten zum Standard. Das erfolgreich abgeschlossene Projekt Accessibility ermöglicht es auch älteren oder sehbehinderten Menschen, das Internetbasierte Dienstleistungsangebot der Credit Suisse («Direct Net») zu nutzen. Darüber hinaus wurde der Dialog mit wichtigen Kundengruppen, Geschäftspartnern, Meinungsführern und der Öffentlichkeit intensiviert, und auch 2007 fanden regelmässige Treffen mit Vertretern verschiedener Anspruchsgruppen statt. Etwa beim World Economic Forum in Davos, zu dessen strategischen Partnern die Credit Suisse gehört.

Engagement auf verschiedenen Ebenen

Immer mehr Kunden, besonders im Private Banking, möchten humanitäre, kulturelle, medizinische und ökologische Projekte unterstützen. Deshalb hat die Credit Suisse in der Schweiz die gemeinnützigen Stiftungen Accentus, Empiris und Symphysis gegründet. Die Bank sucht geeignete Projekte und übernimmt

sämtliche administrativen Kosten, damit die Kundengelder vollumfänglich dem vorbestimmten Zweck zufließen. Mit der Schaffung von Philanthropy Services wird die Beratungstätigkeit auf dem Gebiet des gemeinnützigen Engagements auf weitere Regionen ausgedehnt.

Der Zusammenschluss der bankinternen Stiftungen zur Credit Suisse Foundation erlaubt es uns, Synergieeffekte zu erzielen und uns in den Regionen, in denen wir tätig sind, noch stärker zu engagieren. Die im Jubiläumsjahr 2006 begonnene Förderung von Freiwilligeneinsätzen der Mitarbeitenden (Volunteering) wird in allen Regionen schrittweise ausgebaut und systematisiert.

Die Credit Suisse hat unter dem Motto «Innovate – Educate – Participate» vier globale Initiativen lanciert, die konkrete Umsetzungsmöglichkeiten zu unseren Unternehmenswerten bieten und grösseren ökologischen und sozialen Projekten Rechnung tragen.

1. 45 000 Ausbildungsplätze: Die Credit Suisse beurteilt Bildung als einen entscheidenden Weg aus der Armut. Sie finanziert in den Entwicklungs- und Schwellenländern Ausbildungsplätze für mehr als 45 000 Lernende – einen pro Credit Suisse Mitarbeitenden.

2. Förderung der Mikrofinanz: Die Credit Suisse unterstützt neue Ausbildungsstrukturen für Mitarbeitende von Mikrofinanzinstitutionen. Zudem fördert sie den Austausch von Know-how zwischen der Finanzwelt und den Entwicklungsorganisationen, damit Finanzdienstleistungen für arme Menschen künftig zugänglicher werden.

3. Partnerschaft mit dem Roten Kreuz: Die Credit Suisse verstärkt ihr humanitäres Engagement. Sie geht eine strategische Partnerschaft mit dem Internationalen Komitee vom Roten Kreuz ein und baut ihre Zusammenarbeit mit nationalen Rotkreuz-Gesellschaften aus.

4. Bekenntnis zum Klimaschutz: Die Credit Suisse will bis 2009 weltweit treibhausgasneutral sein. Sie hat die Energieeffizienz der bankeigenen Liegenschaften verbessert und plant vollständig auf Elektrizität aus erneuerbaren Quellen umzustellen.

Vertiefende Informationen enthalten die Jahrespublikation «Corporate Citizenship Report» sowie die Website www.credit-suisse.com/verantwortung.



Finanzbericht

Die Strategie der Credit Suisse

Wir verfolgen eine kundenorientierte integrierte Bankstrategie und konzentrieren uns auf wertschöpfungsintensive Lösungen. Dabei bauen wir auf das globale Know-how und die Erfahrung der drei Divisionen Private Banking, Investment Banking und Asset Management.

Das internationale Bankengeschäft profitiert weiterhin von günstigen grundlegenden Trends. Dazu gehören die voranschreitende Globalisierung, die Deregulierung, die Privatisierung, die demografischen Veränderungen, der technische Fortschritt und ein weiter harmonisiertes regulatorisches Umfeld für Finanzdienstleister. Trotz der Verwerfungen an den Hypothekar- und Kreditmärkten seit der zweiten Jahreshälfte 2007 rechnen wir mit einem langfristigen Wirtschaftswachstum. Dieses wird zu einer weiteren markanten Steigerung der Vermögen und schnell anwachsenden grenzüberschreitenden Kapitalflüssen beitragen, vor allem in den Schwellenländern und aufgrund paneuropäischer Aktivitäten. Das dynamische Marktumfeld im Finanzdienstleistungsbereich bietet somit grundsätzlich attraktive Wachstums- und Gewinnaussichten, wobei die Kunden vermehrt globale Präsenz, lokales Know-how und wettbewerbsfähige Produkte und Dienstleistungen verlangen. Der Wissensstand der Kunden und deren Ansprüche nehmen laufend zu, woraus eine teilweise Konvergenz der Bedürfnisse institutioneller Kunden und vermögender Privatkunden resultiert, mit steigenden Anforderungen an Transparenz und Performance. Weitere wichtige Trends in der Bankbranche sind einerseits der Druck auf Kommissionen und Margen infolge von Produktstandardisierungen, andererseits aber auch die anhaltende Marktfragmentierung und Spezialisierung.

Zur Stärkung unserer Wettbewerbsfähigkeit haben wir 2006 unsere kundenorientierte integrierte Bankstrategie lanciert, die das Private Banking, das Investment Banking und das Asset Management umfasst. Damit bauen wir auf unsere langjährige Tradition in der Finanzberatung und unsere Innovationskraft. Wir fokussieren auf komplexe Kundenbedürfnisse sowie wertschöpfungsintensive Geschäftstätigkeiten und nutzen

durch eine enge Zusammenarbeit unserer Geschäftsbereiche die in der Gruppe weltweit vorhandene Expertise. Mit unserer Strategie haben wir in den letzten zwei Jahren ein starkes Wachstum erreicht und die Profitabilität verbessert. Um das weitere vorhandene Potenzial auszuschöpfen, führen wir die Strategieumsetzung beharrlich weiter.

Integrierte Wertschöpfung

Weltweit führend und geschätzt

Wir wollen uns mit hervorragenden Leistungen und innovativen Lösungen von unseren Mitbewerbern abheben und dadurch zur weltbesten und höchst geschätzten Bank werden. Aufbauend auf unserer kundenorientierten integrierten Strategie fokussieren wir auf Innovation und Umsetzungsstärke. Wir werden unsere Organisation noch mehr auf die Kunden ausrichten, um diese umfassend und ganzheitlich zu bedienen. Davon versprechen wir uns Ertragssteigerungen und gleichzeitig den effizienteren Einsatz unserer Ressourcen. Indem wir uns mit unserer Strategie wirkungsvoll den grundlegenden Markttrends stellen, sind wir gut positioniert für überdurchschnittliches Wachstum und die weitere Diversifikation unseres Geschäftsportfolios mit dem Ziel, für unsere Aktionäre über die Marktzyklen hinweg überdurchschnittliche Renditen zu erzielen.

Innovation dank Zusammenarbeit

Seit dem Start unserer integrierten Bankstrategie vor zwei Jahren verbesserten wir die interne Zusammenarbeit unserer Divisionen messbar. 2007 wurden rund 16% oder CHF 5,9 Mia des Gesamtertrags aus divisionsübergreifenden Aktivitäten

erwirtschaftet. Wir konnten nicht nur Cross-Selling-Möglichkeiten nutzen, sondern unseren Topkunden verstärkt auch massgeschneiderte Spitzenlösungen anbieten. Dazu gehören besonders bestimmte Investment Banking- und alternative Anlageprodukte, die bei unseren sehr vermögenden Privatkunden auf Anklang stiessen. Auch haben wir unser bereichsübergreifendes Dienstleistungsangebot für Unternehmer ausgebaut. Zudem nutzen wir verstärkt unsere führende Position als Berater bei Börsengängen. So konnten wir 2007 bei einem Drittel aller Transaktionen neue Vermögensverwaltungsbeziehungen aufbauen. Diese verstärkte bereichsübergreifende Zusammenarbeit, die mittlerweile auch Teil unserer externen Berichterstattung ist, fördern wir nach Kräften bei unseren Mitarbeitenden, indem wir entsprechende Zielvereinbarungen treffen und Anreize setzen.

Verstärkte Kundenausrichtung

Bei unserem Leistungsangebot haben wir vermehrt unsere Kunden und nicht so sehr die Produkte vor Augen. In diesem Sinn wollen wir unsere Geschäftstätigkeit weiter optimieren. So führten wir 2007 unser neues Konzept für die Betreuung unserer wichtigsten Kunden in der Schweiz ein. Über 1500 Mitarbeitende sind darin involviert. Die Kundenzufriedenheit wurde dadurch deutlich und messbar verbessert. Die beschlossene Ausdehnung unseres neuen Konzepts auf andere Regionen birgt beträchtliches weiteres Potenzial. Andere Beispiele für unsere verstärkte Kundenausrichtung sind die organisatorischen Anpassungen zur Stärkung unserer Dienstleistungen für ausgesuchte Unternehmer in Europa und in Asien, die Reorganisation unseres Wertschriftengeschäfts, wodurch unsere Kunden eine einzige Anlaufstelle für sämtliche Anlagekategorien erhalten haben, und die Einführung eines Lebenszyklusmodells für Privatkunden. Zahlreiche integrierte Kundenprojekte sind derzeit noch im Gang, und wir erwarten 2008 weitere Erfolge.

Ziele und Erfolge

Profitables Wachstum und bessere Ertragsqualität

Zur externen Berichterstattung, aber auch zur Priorisierung und Führung unserer Vorhaben haben wir eine Reihe von Indikatoren für Performance, Wachstum, Effizienz und Kapitalkraft definiert, die wir über die Marktzyklen hinweg erreichen wollen.

Seit der Lancierung unserer kundenorientierten integrierten Geschäftsstrategie zu Beginn des Jahres 2006 sind wir bei der Erreichung unserer Ziele gut vorangekommen. Dabei kam uns das günstige Geschäftsumfeld im Jahr 2006 und im ersten Halbjahr 2007 zugute. Unsere Strategie stand

im anspruchsvolleren Geschäftsumfeld im zweiten Halbjahr 2007 jedoch auf dem Prüfstand. Dank unserer verstärkten Kundenausrichtung, dem ausgewogenen Geschäftsportfolio, dem konsequenten Risikomanagement und der starken Kapitalbasis erzielten wir ein relativ gutes Ergebnis. Seit 2006 verzeichneten wir nicht nur ein profitables Wachstum, sondern verbesserten auch unsere Ertragsqualität, indem wir unsere Profitabilität überproportional steigerten, unsere Erträge diversifizierten und das Kapital effizienter einsetzten.

Erweiterte Plattformen für Wachstum

In Europa, Nordamerika und in wichtigen Emerging Markets wie Brasilien, China, Mexiko, Russland und im Nahen Osten verfügen wir bereits über eine führende Marktstellung. Besonders in den Wachstumsmärkten bauten wir unsere Position in den letzten Jahren systematisch aus, um die Möglichkeiten der kontinuierlichen Globalisierung, der breiteren Kapitalflüsse und des Vermögenswachstums in diesen Märkten zu nutzen. 2007 stärkten wir unsere Präsenz weiter, sowohl in reifen Märkten (Australien, Österreich, Israel und USA) als auch in Emerging Markets (China, Indien, Kasachstan, Panama, Türkei und Ukraine). In Brasilien übernahmen wir eine Mehrheitsbeteiligung an Hedging-Griffo, einer der führenden Vermögensverwaltungs- und Private-Banking-Firmen. In vielen weiteren Märkten bauten wir unsere Präsenz durch Partnerschaften und Joint Ventures aus.

Im Rahmen unserer Strategie investierten wir ebenfalls weiter in die Entwicklung von Produkten mit grossem Wachstumspotenzial und hoher Marge. Wir wollen unsere Wettbewerbsposition nicht nur in Bereichen stärken, wo wir über Aufholpotenzial verfügen, beispielsweise bei Rohstoffen und Aktienderivaten, sondern auch neue Geschäftsfelder entwickeln, wie Finanzierung und Handel im Bereich alternativer Energien. In den letzten Jahren erhöhten wir unser Geschäft in Sparten wie Prime Services, algorithmischer Handel, Life Finance und alternative Anlagen, und wir sind überzeugt, dass wir auch in Zukunft von diesen Plattformen profitieren werden.

Strategische Prioritäten

Kontinuität

Mit unserem auf die Kundenbedürfnisse ausgerichteten integrierten Geschäftsmodell konzentrieren wir uns auf profitables Wachstum und die weitere Diversifizierung unseres Geschäftsportfolios bei gleichzeitiger Verbesserung unserer Wirtschaftlichkeit. Nachdem Brady W. Dougan seine Funktion als CEO im Mai 2007 angetreten hatte, führten wir eine umfassende Überprüfung unserer Strategie durch, die unsere allgemeine Stossrichtung bestätigte. Wir konzentrieren uns auf fünf Prioritäten:

- **Kunden:** Wir stärken weiter unseren Kundenfokus und konzentrieren uns auf potente Kunden mit komplexen und vielschichtigen Bedürfnissen. Für sehr vermögende Privatkunden, grosse und mittelgrosse Gesellschaften, Unternehmen, institutionelle Kunden und Hedge-Fonds erweitern wir unser Angebot in den Bereichen Mandatsprodukte, Derivate, alternative Anlagen, Rohstoffe, Life Finance und Prime Services.
- **Zusammenarbeit:** Wir stärken unseren strategischen Ansatz, indem wir die Erträge aus der bereichsübergreifenden Zusammenarbeit forcieren und die Kundenorientierung unserer Organisation weiter stärken. Wichtige Initiativen zur Förderung der Zusammenarbeit sind 2008 höhere Kunden- und Vermögensvermittlungen zwischen den Divisionen, innovative Produktentwicklungen, der divisionsübergreifende Vertrieb von Private-Equity- und Hedge-Fonds sowie Vorsorge- und Versicherungslösungen.
- **Kapital und Risiko:** Wir setzen das Kapital weiterhin diszipliniert ein und streben nach einer weiteren Verbesserung unseres Risikoprofils durch die Diversifizierung unserer Erträge im Laufe der Zeit. Wir wollen eine starke Kapitalbasis bewahren unter Berücksichtigung des Kapitalbedarfs für Wachstum und für Rückzahlungen an die Aktionäre. Während wir uns auf organisches Wachstum konzentrieren, prüfen wir weiterhin Gelegenheiten für passende Akquisitionen, um unsere Produktdiversifizierung voranzutreiben oder lokal unsere Marktposition zu stärken.
- **Effizienz:** Wir forcieren unser Kostenmanagement und unsere Initiativen zur Effizienzsteigerung. Wir setzen uns kontinuierlich für die Standardisierung und Optimierung der Prozesse ein, einschliesslich der Konsolidierung der IT-Plattformen und der Integration der Beschaffungs- und Zahlungsaktivitäten. In den nächsten Jahren streben wir weitere substantielle Verbesserungen beim Kosten-Ertrags-Verhältnis an.
- **Mitarbeitende:** Wir wollen weiterhin hoch qualifizierte Mitarbeitende anziehen, entwickeln und an uns binden. Wir erkunden weitere Möglichkeiten, um unseren Mitarbeiterfokus zu stärken.

Sorgfältige Umsetzung

Bei der Umsetzung dieser Prioritäten profitieren wir zunehmend von Kompetenzen, die wir im Lauf der Jahre aufgebaut haben und gruppenweit bewirtschaften:

Markenführung

Im Rahmen unseres integrierten Geschäftsmodells verfolgen wir eine einheitliche Markenstrategie. Die Marke Credit Suisse steht für erstklassige Finanzberatung und Innovation. Mit unserer preisgekrönten weltweiten Kampagne, die wir 2006 lancierten, stärken wir laufend unsere Bekanntheit. Dazu dienen

auch hochkarätige Sponsoringaktivitäten wie zum Beispiel für die New Yorker Philharmoniker, die Festspiele in Salzburg und Luzern, das Bolschoi-Theater und die Formel 1.

Kapital- und Risikomanagement

Im Rahmen der integrierten globalen Organisation stärkten wir unser Finanzierungs- und Liquiditätsmodell Anfang 2007, indem wir die Herausgabe von Schuldtiteln und die Kapitalausstattung unserer Tochtergesellschaften zentralisierten. Im zweiten Halbjahr 2007 kam uns unsere konservative Liquiditäts- und Finanzierungspolitik zugute: Wir behielten eine komfortable Liquiditäts- und Kapitalposition trotz der Liquiditätsengpässe an den Finanzierungsmärkten. Als globale integrierte Bank haben wir insgesamt einen vorteilhaften Zugang zu Liquidität, und wir profitieren von den Einlagen der Retail- und Privatkunden als stabile Kapitalquelle.

Wir nutzen unser ökonomisches Kapitalmodell als konsistentes und umfassendes Tool, um Risiken und Kapital zu bewirtschaften, die Planungsprozesse zu steuern und die Performance zu messen. Das ökonomische Kapital dient als solider Rahmen zur Entwicklung unseres Risikoprofils und zur Steuerung unserer Risikoneigung in Relation zur vorhandenen Kapitalausstattung. Das Risikomanagement hat bei uns einen hohen Stellenwert und wir verfeinern laufend unsere Standards.

Centers of Excellence

Um die Prozesse für die integrierte Bank zu bündeln und unsere Kunden rund um die Uhr besser zu betreuen, haben wir globale Dienstleistungszentren aufgebaut. Ende 2007 beschäftigten wir rund 5000 Mitarbeitende bzw. zirka 10% des Personals in unseren Centers of Excellence in Singapur, Raleigh-Durham (North Carolina, USA), Pune (Indien) und Breslau (Polen). Die Standorte wurden aufgrund des Zugangs zu qualifizierten Mitarbeitenden und der guten Infrastruktur ausgewählt. Gleichzeitig stärken sie die globale Präsenz der Credit Suisse und bestätigen unser Engagement für diese Regionen. Wir werden in Zukunft alles daransetzen, um das Potenzial der Centers of Excellence voll auszuschöpfen.

Kostenmanagement

Im Lauf des Jahres 2007 stärkten wir die Steuerung unserer verschiedenen Aktivitäten im Kostenmanagement durch ein kleines zentrales Team, das die Kosteninitiativen auf Gruppenebene koordiniert. Die Hauptlast liegt aber bei den divisionalen Teams, die weitere Effizienzverbesserungen beim Personal- und Geschäftsaufwand vorantreiben. Wir sind daran, gruppenweite Standards und Weisungen zum Kostenmanagement zu implementieren, und wir verfolgen standardisierte Effizienz-, Produktivitäts- und Kostenziele, um weitere Kostensynergien zu erkennen und zu erzielen.

Operational Excellence

Auch bei der Umsetzung unseres Programms «Operational Excellence» verzeichneten wir weitere Erfolge. Unter dem methodischen Ansatz von Lean Sigma sind zahlreiche Projekte im Gang, und im Verlauf des Jahres 2007 schlossen wir diverse Projekte erfolgreich ab. Beispielsweise verkürzten und verbesserten wir den Kundenzulassungsprozess bei Private-Equity-Fonds und optimierten den Marktzugang für vermögende Privatkunden, so dass Kundenzufriedenheit, Erträge und Effizienz gesteigert werden konnten. Unser Operational-Excellence-Programm besteht nun seit mehr als drei Jahren. Es stärkt unsere Kultur der kontinuierlichen Verbesserung sowie unsere Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse und ist ein anerkanntes Instrument zur Umsetzung unserer Schlüsselinitiativen.

Divisionale und regionale Strategien

In Übereinstimmung mit unserer Strategie und unseren Prioritäten haben wir divisionale und regionale Strategien definiert. Auf Divisionsebene bauen wir weiter auf unsere Stärken, um unser innovatives Produktangebot in wertschöpfungsintensiven Geschäftsbereichen für Kunden mit hohem Potenzial zu erweitern und zu diversifizieren. Dabei verfolgen wir weiterhin einen dynamischen und disziplinierten Ansatz zur Entwicklung unseres Geschäftsportfolios und bei der Kapitalverwendung. Unser Fokus liegt auf der Entwicklung einer ausgewogenen Mischung von Geschäftsfeldern mit hoher Performance über die Marktzyklen hinweg, um unsere Abhängigkeit von korrelierenden Aktivitäten zu vermindern. Für zusätzliches Wachstum werden wir die technischen Kompetenzen und Vertriebspotenziale der drei Divisionen besser nutzen.

In den Regionen streben wir nach organischem Wachstum, um auch mit Hilfe von Kooperationen Marktanteile zu gewinnen und unsere integrierte Value Proposition weiter zu entwickeln. Wir sehen Geschäftsmöglichkeiten sowohl in Emerging Markets als auch in reifen Märkten. Wir konzentrieren uns auf potente Kunden mit vielschichtigen Kundenbedürfnissen, zum Beispiel sehr vermögende Privatkunden, Unternehmer, grosse und mittelgrosse Gesellschaften und institutionelle Kunden. Das integrierte Geschäftsmodell bietet eine dynamische Plattform, um unsere Produkt- und Marktkompetenzen weltweit zu nutzen. Unsere Pläne für die Regionen beinhalten auch weitere Investitionen in Systeme und Technologien sowie die Optimierung unserer Risikomanagement- und Kapitalallokations-Prozesse.

Zusammenfassung des Geschäftsergebnisses

Das Ergebnis der Credit Suisse im Geschäftsjahr 2007 machte die Vorteile unseres diversifizierten Geschäftsportfolios, gerade in einem schwierigen Marktumfeld, deutlich. Wir verzeichneten einen Reingewinn von CHF 7760 Mio. Das Private Banking erzielte ein Rekordergebnis, trotz Marktturbulenzen und vorsichtigem Anlegerverhalten im zweiten Halbjahr. Das Ergebnis im Investment Banking war von den Verwerfungen an den Kreditmärkten geprägt. Das Asset Management litt unter den Wertminderungen bei Wertschriften, die aus Geldmarktfonds erworben wurden. Es erzielte jedoch – vor Abzug dieser Wertminderungen – ein gutes Ergebnis.

Die Credit Suisse erzielte im Jahr 2007 einen Reingewinn von CHF 7760 Mio. Dies entspricht einem Rückgang um 31 % gegenüber 2006, worin noch das Ergebnis aus nicht weitergeführten Aktivitäten von CHF 3070 Mio enthalten war. Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen ging 2007 gegenüber dem Vorjahr um 6 % auf CHF 7760 Mio zurück.

Der verwässerte Reingewinn pro Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen betrug CHF 6.96 gegenüber CHF 7.19 im Vorjahr. Die Eigenkapitalrendite lag bei 18,0 %, gegenüber 27,5 % im Vorjahr, worin Erträge aus nicht weitergeführten Aktivitäten enthalten waren. Wir blieben im Jahr 2007 sehr gut kapitalisiert und verzeichneten zum Jahresende eine BIZ-Kernkapitalquote von 11,1%. Per Ende 2006 lag sie bei 13,9%.

Das ökonomische Umfeld

Weltweit wurden insbesondere in der ersten Jahreshälfte 2007 solide ökonomische Fundamentaldaten verzeichnet, was für ein insgesamt günstiges Geschäftsumfeld sorgte. Nach einer vorübergehenden Verlangsamung im ersten Quartal legte die

US-Wirtschaft im zweiten Quartal dank starker Arbeitsmarktzahlen und einer verbesserten Konjunkturstimmung wieder an Dynamik zu. Allerdings wirkten sich dann die Turbulenzen an den Kreditmärkten in der zweiten Jahreshälfte negativ auf die US-Wachstumsprognosen aus. Im Gegensatz zu den USA vermochte sich die Wirtschaft in Europa und insbesondere in Asien und anderen Emerging Markets relativ gut zu halten und setzte ihr robustes Wachstum fort. Befürchtungen über einen höheren Inflationsdruck, die vor allem im soliden zweiten Quartal aufgekommen waren, liessen mit den gedämpften Wachstumsprognosen für die Weltwirtschaft nach.

Gesamtergebnis

Der Reingewinn belief sich 2007 auf CHF 7760 Mio. Dies entspricht einem Rückgang um 31 % gegenüber 2006, worin das Ergebnis aus nicht weitergeführten Aktivitäten von CHF 3070 Mio enthalten war. Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen belief sich 2007 ebenfalls auf CHF 7760 Mio, was einem Rückgang gegenüber 2006 um 6 % entspricht. Der Netto-

Credit Suisse Group

in Mio CHF, soweit nicht anders vermerkt	2007	2006
Nettoertrag, Kernergebnis	34 953	34 940
Geschäftsaufwand	25 747	24 414
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen	7 760	8 821
Reingewinn	7 760	11 327
Eigenkapitalrendite	18,0%	27,5%
Verwässerter Reingewinn pro Aktie aus fortzuführenden Geschäftsbereichen, in CHF	6.96	7.19
BIZ-Kernkapitalquote (Tier 1)	11,1 %	13,9%
Mitarbeitende (auf Vollzeitbasis)	48 100	44 900
Verwaltete Vermögen, in Mia CHF	1 554,7	1 485,1

ertrag (Kernergebnis) blieb unverändert und betrug CHF 34 953 Mio. Der Geschäftsaufwand stieg um 5% auf CHF 25 747 Mio.

Das Kernergebnis für 2007 widerspiegelte eine starke Leistung im ersten Halbjahr, das von den günstigen Märkten profitierte. Das zweite Halbjahr jedoch war geprägt von den äusserst schwierigen Bedingungen an den Hypothekar- und Kreditmärkten aufgrund der Verwerfungen im Subprime-Hypothekarmarkt in den USA. Das Private Banking konnte weiterhin profitabel wachsen und erzielte ein Rekordergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern und einen rekordhohen Nettoertrag. Im Investment Banking entwickelten sich das Aktien- und das Beratungsgeschäft gut, während das Anleihengeschäft von geringeren Erträgen, einschliesslich erheblicher Wertminderungen bei strukturierten Produkten und Leveraged-Loan-Verpflichtungen, beeinträchtigt wurde. Das Asset Management litt unter den erheblichen Wertminderungen bei Wertschriften, die aus Geldmarktfonds erworben wurden. Es erzielte jedoch – vor Abzug dieser Wertminderungen – ein gutes Ergebnis.

Unser Ergebnis verzeichnete zudem Fair-Value-Gewinne auf Fremdkapital der Credit Suisse, die vorwiegend dem Investment Banking zugute kamen. Der Geschäftsaufwand stieg insbesondere aufgrund höherer leistungsbezogener Personalkosten. Dies wurde durch die Erhöhung des Anteils aufgeschobener aktienbasierter Vergütungen teilweise wettgemacht. Der Steueraufwand profitierte von der Aktivierung von latenten Steuerguthaben sowie weiteren geschäfts- und steuerbezogenen Posten. Diese umfassen nicht steuerbare Erträge, strukturelle Anpassungen bestimmter Rechtseinheiten sowie die geografische Diversifizierung des Einkommens vor Steuern, die durch höhere Wertberichtigungen auf latenten Steuerguthaben neutralisiert wurden. Dies ist auf die tieferen Geschäftsergebnisse in gewissen Einheiten zurückzuführen. Wir verzeichneten Zuflüsse an Netto-Neugeldern von CHF 50,4 Mia, von denen CHF 50,2 Mia aus dem Wealth Management stammten.

Neubewertung von Positionen im ABS-Handelsgeschäft

Wir haben am 19. Februar 2008 bekannt gegeben, dass bei einer Überprüfung im Rahmen unserer internen Kontrollprozesse Fehlbewertungen durch eine kleine Zahl von Händlern festgestellt wurden. Dies betraf gewisse Asset-backed-Securities-Positionen im Handelsgeschäft mit Collateralized Debt Obligations (CDO) im Investment Banking. Wir haben unverzüglich eine interne Untersuchung angestrengt.

Aufgrund der Ergebnisse dieser Untersuchung haben wir auf den fraglichen Positionen eine Wertminderung von CHF 2,86 Mia (USD 2,65 Mia) verbucht. Ein Grossteil dieser Wertminderung resultierte aus der sehr negativen Marktentwicklung im ersten Quartal 2008. Das vierte Quartal und das Gesamtjahr 2007 wurden von diesen Wertminderungen durch eine Reduktion des ursprünglich bekannt gegebenen Nettoertrags um CHF 1177 Mio und des Reingewinns um CHF 789 Mio betroffen. Diese Reduktionen sind im umfassenden Finanzbericht berücksichtigt (siehe Geschäftsbericht 2007).

Private Banking

In der zweiten Jahreshälfte 2007 operierten wir in einem schwierigen Marktumfeld. Im Private Banking war es gekennzeichnet durch volatile Märkte und zurückhaltende, risikoaverse Anleger. Trotzdem setzten wir ausgewählte Wachstumsprojekte erfolgreich um und verstärkten unsere weltweite Präsenz. So wurde die Akquisition von Hedging-Griffo am 1. November 2007 erfolgreich abgeschlossen. In unseren Schlüsselmärkten haben wir den Mitarbeiterbestand erhöht, unsere Geschäftsbereichen ausgebaut und die Produktinnovation gefördert.

Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern betrug rekordhohe CHF 5486 Mio. Dies entspricht einer Zunahme um 19% gegenüber 2006. Der Nettoertrag stieg um 16% auf einen Rekordwert von CHF 13 522 Mio. Niedrigere Finanzierungskosten sowie höhere Passivmargen und -volumen wirkten sich vorteilhaft auf den Zinserfolg aus, der teilweise durch rückläufige Aktivmargen belastet wurde, die weiter-

Private Banking

in Mio CHF, soweit nicht anders vermerkt	2007	2006
Nettoertrag	13 522	11 678
Geschäftsaufwand	8095	7155
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern	5486	4596
davon Wealth Management	3865	3237
davon Corporate & Retail Banking	1621	1359
Gewinnmarge vor Steuern	40,6%	39,4%
Netto-Neugelder, in Mia CHF	53,5	52,2
Verwaltete Vermögen, in Mia CHF	995,4	940,3

hin unter Wettbewerbsdruck standen. Der zinsneutrale Ertrag erhöhte sich hauptsächlich infolge höherer Kommissions- und Gebührenerträge, insbesondere durch wiederkehrende Erträge im Zusammenhang mit Mandatsprodukten im Wealth Management und Minderheitsanteile eines konsolidierten Joint Ventures im Corporate & Retail Banking. Bei den Rückstellungen für Kreditrisiken waren Auflösungen in Höhe von CHF 59 Mio zu verzeichnen, gegenüber Auflösungen in Höhe von CHF 73 Mio im Jahr 2006. Der Geschäftsaufwand stieg im Vergleich zu 2006 um 13 % auf CHF 8095 Mio. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf höhere Personal- und Geschäftskosten im Zusammenhang mit der internationalen Expansion des Wealth Managements, einen höheren Kommissionsaufwand, höhere Marketing- und Verkaufskosten sowie höhere Aufwendungen im Zusammenhang mit Minderheitsanteilen des konsolidierten Joint Ventures zurückzuführen.

Per Ende 2007 lagen die verwalteten Vermögen bei CHF 995,4 Mia und damit um 5,9 % höher als Ende 2006. Zu dieser Erhöhung haben im Berichtsjahr vor allem der Netto-Neugeldzufluss, die positive Marktentwicklung und die Akquisition von Hedging-Griffo beigetragen. Dem standen jedoch negative Wechselkurseffekte und Abflüsse von Firmengeldern, die nun nur noch als Kundenvermögen verbucht werden, gegenüber. Die Netto-Neugelder betragen CHF 53,5 Mia, gegenüber CHF 52,2 Mia im Jahr 2006. Dazu beigetragen haben das Wealth Management mit CHF 50,2 Mia und das Corporate & Retail Banking mit CHF 3,3 Mia.

Im Wealth Management belief sich das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern auf rekordhohe CHF 3865 Mio. Dies entspricht einer Zunahme um 19% gegenüber 2006. Der Nettoertrag stieg um 17% auf einen Rekordwert von CHF 9583 Mio. Die wiederkehrenden Erträge, die 67% des Nettoertrags darstellten, stiegen dabei um 23%. Dazu beigetragen haben ein höherer Zinserfolg, insbesondere infolge niedrigerer Finanzierungskosten und höherer Passivmargen und -volumen sowie höhere Kommissions- und Gebührenerträge, vorwiegend im Zusammenhang mit Mandatsprodukten und performance-bezogenen Gebühren. Die

transaktionsabhängigen Erträge stiegen um 7 % infolge höherer Erträge aus Courtagen, höherer Kundendevisenerträge und Erträge aus Produktmissionen. Der Geschäftsaufwand stieg um 15 % auf CHF 5715 Mio. Der Anstieg des Personalaufwands um 14 % ist vor allem auf die strategischen Investitionen in den weltweiten Ausbau des Geschäfts und die höheren leistungsbezogenen Entschädigungen zurückzuführen. Die Zunahme des sonstigen Geschäftsaufwands um 16 % erfolgte aufgrund höherer Infrastruktur- und Geschäftskosten im Zusammenhang mit der internationalen Expansion in unseren Schlüsselmärkten, höherem Kommissionsaufwand sowie mehr Marketing- und Verkaufsaktivitäten.

Im Corporate & Retail Banking stieg das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern um 19 % auf rekordhohe CHF 1621 Mio. Der Nettoertrag stieg um 13 % auf CHF 3939 Mio, ebenfalls ein Rekordwert. Der Zinserfolg stieg um 7 % infolge höherer Passivmargen und -volumen sowie niedrigerer Finanzierungskosten, was teilweise durch rückläufige Aktivmargen neutralisiert wurde. Der zinsneutrale Ertrag erhöhte sich hauptsächlich infolge höherer Kommissions- und Gebührenerträge im Zusammenhang mit Minderheitsanteilen eines konsolidierten Joint Ventures deutlich. Die Auflösung von Kreditrückstellungen betrug CHF 62 Mio, gegenüber Auflösungen in Höhe von CHF 54 Mio im Jahr 2006. Der Geschäftsaufwand stieg um 9 % auf CHF 2380 Mio. Dies ist vor allem dem höheren Personalaufwand sowie höheren Aufwendungen im Zusammenhang mit Minderheitsanteilen eines konsolidierten Joint Ventures zuzuschreiben. Die Netto-Neugelder beliefen sich auf CHF 3,3 Mia. Dazu beigetragen haben insbesondere Zuflüsse im Pensionskassen- und Retailkundengeschäft.

Investment Banking

Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern für 2007 betrug CHF 3649 Mio. Das entspricht gegenüber 2006 einem Rückgang um 39%. Der Nettoertrag belief sich auf CHF 18958 Mio, was einem Rückgang gegenüber 2006 um 7 % entspricht. Den höheren Erträgen aus dem Handel und der Emission von Aktien sowie aus dem Beratungsgeschäft

Investment Banking

in Mio CHF, soweit nicht anders vermerkt	2007	2006
Nettoertrag	18 958	20 469
davon Erträge aus dem Emissionsgeschäft	3 308	3 476
davon Beratungs- und andere Erträge	2 253	1 900
davon Handelsertrag	13 835	15 479
Geschäftsaufwand	15 009	14 556
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern	3 649	5 951
Gewinnmarge vor Steuern	19,2%	29,1%

standen deutlich geringere Erträge aus dem Handel und der Emission von Anleihen gegenüber. Letzteres ist auf die schwierigen Marktbedingungen in der zweiten Jahreshälfte zurückzuführen. Der Geschäftsaufwand stieg um 3 %, insbesondere infolge einer im Vorjahr verbuchten Gutschrift in Höhe von CHF 508 Mio aus der Abrechnung von Versicherungsleistungen für Rechtsstreitigkeiten. Die Abschwächung des US-Dollars gegenüber dem Schweizer Franken wirkte sich auf den Ertrag negativ und auf den Aufwand positiv aus. In US-Dollars ging der Nettoertrag um 5 % zurück, der Geschäftsaufwand stieg um 7 %.

Die Ergebnisse für 2007 wurden durch die Verwerfungen bei den strukturierten Produkten und an den Kreditmärkten in der zweiten Jahreshälfte beeinträchtigt. Dies führte zu einem deutlich tieferen Ergebnis aus dem Anleihengeschäft gegenüber 2006. Diesem standen starke Ergebnisse in den Bereichen Emerging-Markets-Handel und Zinsprodukte in den USA und in Europa gegenüber. Unser Ergebnis aus Anleihenemissionen wurde von den ungünstigen Marktbedingungen bei den strukturierten Produkten und an den Kreditmärkten ebenfalls beeinträchtigt. Der Aktienhandel verzeichnete ein gutes Ergebnis bei Global Cash, Prime Services, Derivaten und Eigenhandel. Der Anleihenhandel und der Aktienhandel profitierten zudem von Fair-Value-Gewinnen infolge der Ausweitung der Credit Spreads auf Fremdkapital der Credit Suisse in Höhe von CHF 1111 Mio.

Unser Beratungs- und Emissionsgeschäft verzeichnete im Jahr 2007 einen Anstieg der Erträge. Die Erhöhung der Rückstellungen für Kreditrisiken ist insbesondere auf höhere Rückstellungen für eine Garantie zurückzuführen, die in einem früheren Jahr für eine Drittbank gestellt wurde.

Asset Management

Das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern für 2007 belief sich auf CHF 354 Mio, was einem Rückgang um 30 % gegenüber 2006 entspricht. Das Ergebnis enthält Wertminderungen in Höhe von CHF 920 Mio auf Wertschriften, die aus Geldmarktfonds erworben wurden. Positiv wirkten sich aber Ertragssteigerungen im Bereich der alternativen Anlagen und der Balanced Assets, höhere Private-

Equity-Erträge und übrige Kapitalmarktgewinne aus. Dazu kam der Abschluss der Akquisition von Hedging-Griffo per 1. November 2007. Vor Abzug der genannten Wertminderungen betrug das Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen CHF 1274 Mio.

Der Nettoertrag ging um 10 % auf CHF 2577 Mio zurück. Vor Abzug der genannten Wertminderungen lag der Nettoertrag bei CHF 3497 Mio, was gegenüber 2006 eine Zunahme um 22 % bedeutet. Die Asset-Management- und Verwaltungsgebühren waren stark und profitierten im Jahr 2007 von der Zunahme der verwalteten Vermögen, insbesondere im Bereich alternative Anlagen und Balanced Assets. Die performancebezogenen Gebühren nahmen deutlich zu. Aufgrund unseres sehr starken Private-Equity-Geschäfts legten auch die entsprechenden Kommissionserträge zu. Private-Equity- und andere Anlagegewinne stiegen um 36 % auf CHF 681 Mio. Dieses Ergebnis ist hauptsächlich auf den gestiegenen Marktwert unserer Anlagen zurückzuführen. Der Geschäftsaufwand betrug CHF 2224 Mio, was einem Rückgang um 5 % gegenüber 2006 entspricht, in welchem Restrukturierungskosten von CHF 225 Mio enthalten waren.

Die verwalteten Vermögen beliefen sich per Ende 2007 auf CHF 691,3 Mia gegenüber CHF 669,9 Mia per Ende 2006. Dieser Anstieg ist auf die verwalteten Vermögen in Höhe von CHF 16,6 Mia von Hedging-Griffo, Marktbewegungen von CHF 14,9 Mia sowie Netto-Neugeldern in Höhe von CHF 3,6 Mia zurückzuführen. Dieser Entwicklung standen negative Wechselkurseffekte in Höhe von CHF 12,2 Mia gegenüber. Die Zuflüsse an Netto-Neugeldern verteilten sich wie folgt: alternative Anlagen CHF 25,4 Mia, diversifizierte Aktiven CHF 6,7 Mia und Anleihen CHF 4,7 Mia. Diesem Neugeldzufluss stand ein Abfluss bei Geldmarktanlagen in Höhe von CHF 28,4 Mia und bei Aktien in Höhe von CHF 5,1 Mia gegenüber.

Ausführliche Angaben zum Finanzergebnis der Credit Suisse Group finden Sie im Geschäftsbericht 2007.

Asset Management

in Mio CHF, soweit nicht anders vermerkt

	2007	2006
Nettoertrag	2577	2861
Geschäftsaufwand	2224	2352
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern	354	508
Gewinnmarge vor Steuern	13,7 %	17,8 %
Netto-Neugelder, in Mia CHF	3,6	50,8
Verwaltete Vermögen, in Mia CHF	691,3	669,9

Konsolidierte Erfolgsrechnung

	in		
	2007	2006	2005
Konsolidierte Erfolgsrechnung (Mio CHF)			
Zins- und Dividendenertrag	62 562	50 269	36 116
Zinsaufwand	(54 109)	(43 703)	(29 198)
Zinserfolg	8 453	6 566	6 918
Kommissions- und Dienstleistungserfolg	19 329	17 647	14 323
Handelserfolg	6 148	9 428	5 634
Übriger Ertrag	5 805	4 962	3 614
Nettoertrag	39 735	38 603	30 489
Rückstellungen für Kreditrisiken			
Personalaufwand	16 219	15 697	13 974
Sachaufwand	6 916	6 445	7 378
Kommissionsaufwand	2 612	2 272	1 880
Total sonstiger Geschäftsaufwand	9 528	8 717	9 258
Geschäftsaufwand	25 747	24 414	23 232
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen vor Steuern, Minderheitsanteilen, ausserordentlichem Erfolg und kumuliertem Effekt aus Änderungen der Rechnungslegung			
	13 748	14 300	7 401
Ertragssteuern	1 250	2 389	927
Minderheitsanteile	4 738	3 630	1 948
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen, vor ausserordentlichem Erfolg und kumuliertem Effekt aus Änderungen der Rechnungslegung			
	7 760	8 281	4 526
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	0	3 070	1 310
Ausserordentlicher Erfolg, nach Steuern	0	(24)	0
Kumulierter Effekt aus Änderungen der Rechnungslegung, nach Steuern	-	-	14
Reingewinn	7 760	11 327	5 850
Reingewinn pro Aktie (CHF)			
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen, vor ausserordentlichem Erfolg und kumuliertem Effekt aus Änderungen der Rechnungslegung			
	7.43	7.53	3.98
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	0.00	2.79	1.18
Ausserordentlicher Erfolg, nach Steuern	0.00	(0.02)	0.00
Kumulierter Effekt aus Änderungen der Rechnungslegung, nach Steuern	-	-	0.01
Reingewinn	7.43	10.30	5.17
Verwässerter Reingewinn pro Aktie (CHF)			
Ergebnis aus fortzuführenden Geschäftsbereichen, vor ausserordentlichem Erfolg und kumuliertem Effekt aus Änderungen der Rechnungslegung			
	6.96	7.19	3.90
Gewinn aus aufgegebenen Geschäftsbereichen, nach Steuern	0.00	2.66	1.11
Ausserordentlicher Erfolg, nach Steuern	0.00	(0.02)	0.00
Kumulierter Effekt aus Änderungen der Rechnungslegung, nach Steuern	-	-	0.01
Reingewinn	6.96	9.83	5.02

Ausführliche Angaben zum Finanzergebnis der Credit Suisse Group finden Sie im Geschäftsbericht 2007.

Konsolidierte Bilanz

	Ende	
	2007	2006
Aktiven (Mio CHF)		
Flüssige Mittel und Forderungen gegenüber Banken	38 459	29 040
Zinstragende Einlagen bei Banken	3 759	8 128
Forderungen aus übertragenen Zentralbankeinlagen, Reverse-Repurchase-Geschäften und Wertpapierleihen	296 709	319 048
davon zum Fair Value bewertet	183 719	–
Als Sicherheit erhaltene Wertschriften, zu Fair Value	28 314	32 385
Handelsaktiven, zu Fair Value	532 083	450 780
davon belastet	141 764	141 404
Anlagen in Wertschriften	15 731	21 394
davon zum Fair Value bewertet	15 453	20 622
davon belastet	1 908	54
Sonstige Finanzanlagen	28 120	20 478
davon zum Fair Value bewertet	25 195	17 887
Nettoausleihungen	240 534	208 127
davon zum Fair Value bewertet	31 047	–
Wertberichtigung für Kreditverluste	1 234	1 484
Immobilien und Einrichtungen	6 149	5 990
Goodwill	10 882	11 023
Sonstige immaterielle Werte	444	476
davon zum Fair Value bewertet	179	181
Sonstige Aktiven	159 496	149 087
davon zum Fair Value bewertet	49 326	11 265
davon belastet	12 084	26 426
Total Aktiven	1 360 680	1 255 956

→ Konsolidierte Bilanz (Fortsetzung auf der nächsten Seite)

→ Konsolidierte Bilanz (Fortsetzung)

	Ende	
	2007	2006
Passiven (Mio CHF)		
Verpflichtungen gegenüber Banken	90 864	97 514
davon zum Fair Value bewertet	6 047	–
Kundeneinlagen	335 505	290 864
davon zum Fair Value bewertet	6 134	–
Verbindlichkeiten aus übertragenen Zentralbankeinlagen, Repurchase-Geschäften und Wertpapieranleihen	300 381	288 444
davon zum Fair Value bewertet	140 424	–
Verpflichtungen aus als Sicherheit erhaltenen Wertschriften, zu Fair Value	28 314	32 385
Handelsaktiven, zu Fair Value	201 809	198 422
Kurzfristige Geldaufnahmen	19 390	21 556
davon zum Fair Value bewertet	8 120	2 764
Langfristige Verbindlichkeiten	160 157	147 832
davon zum Fair Value bewertet	111 293	44 709
Sonstige Verbindlichkeiten	164 421	120 035
davon zum Fair Value bewertet	24 233	14 916
Minderheitsanteile	16 640	15 318
Total Fremdkapital	1 317 481	1 212 370
Aktien- kapital	46	607
Kapitalreserve	24 553	24 817
Bilanzgewinn	33 670	32 306
Eigene Aktien (Anschaffungswert)	(9 378)	(9 111)
Erfolgsneutrale Eigenkapitalveränderung	(5 692)	(5 033)
Total Eigenkapital	43 199	43 586
Total Passiven	1 360 680	1 255 956

	Ende	
	2007	2006
Ergänzende Aktieninformationen		
Nominalwert (CHF)	0.04	0.50
Genehmigte Aktien (Mio)	1 359.3	1 413.3
Ausgegebene Aktien (Mio)	1 162.4	1 214.9
Zurückgekauften Aktien (Mio)	(141.8)	(152.4)
Ausstehende Aktien (in Mio)	1 020.6	1 062.5

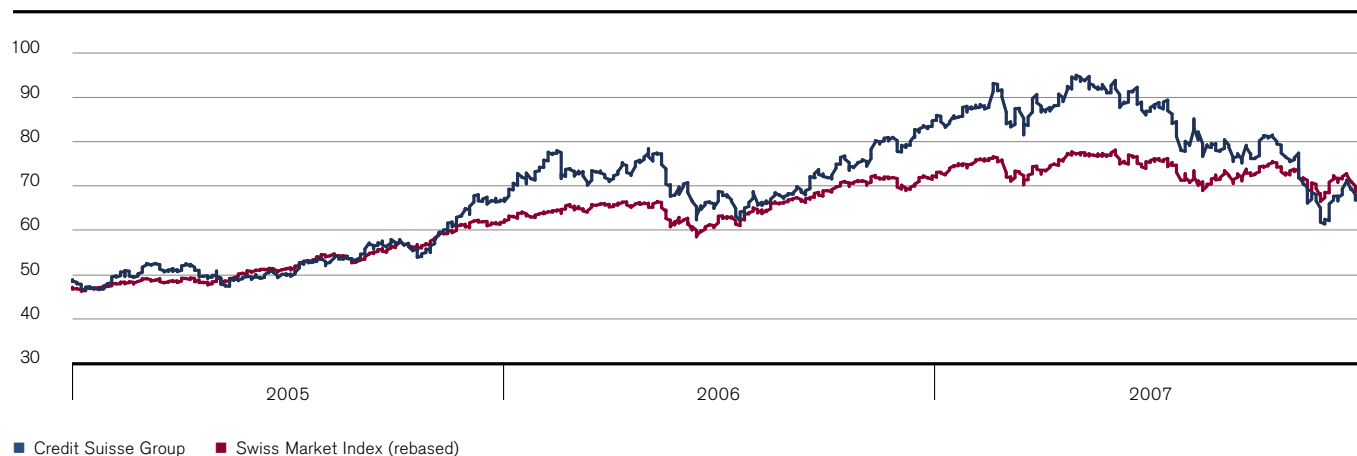
Ausführliche Angaben zum Finanzergebnis der Credit Suisse Group finden Sie im Geschäftsbericht 2007.

Angaben zu den Aktien

in der Geschäftsperiode	2007	2006	2005	2004
Aktienpreis (Namenaktien, CHF)				
Durchschnitt	83.02	73.13	54.19	43.90
Minimum	61.90	62.70	46.85	37.35
Maximum	95.45	85.35	68.50	49.50
Ende der Periode	68.10	85.25	67.00	47.80
Aktienpreis (American Depositary Shares, USD)				
Durchschnitt	68.97	58.46	43.40	30.04
Minimum	55.93	50.07	38.75	35.44
Maximum	79.03	70.00	52.91	42.50
Ende der Periode	60.10	69.85	50.95	42.19
Börsenkaptalisierung				
Börsenkaptalisierung (in Mio CHF)	76 024	86 576	81 847	58 025
Börsenkaptalisierung (in Mio USD)	67 093	74 290	62 241	51 215
Dividende je Aktie (in CHF)				
Dividende je Aktie	2.50 ¹	2.24	2.00	1.50
Nennwertreduktion	–	0.46	–	–

¹ Antrag des Verwaltungsrats an die Generalversammlung am 25. April 2008.

Kursentwicklung



Tickersymbole / Börsenkotierung

	Aktienkapital	ADS ¹
Tickersymbole		
Bloomberg	CSGN VX	CS US
Reuters	CSGN.VX	CS.N
Telekurs	CSGN,380	CS,065
Börsenkotierung		
Valorennummer	1213853	570660
ISIN-Nummer	CH0012138530	US2254011081
CUSIP-Nummer	-	225 401 108

¹ Eine American Depository Share (ADS) entspricht einer Aktie.

Bond Ratings

	Moody's	Standard & Poor's	Fitch Ratings
Credit Suisse Group Ratings			
Kurzfristig	-	A-1	F1+
Langfristig	Aa2	A+	AA-
Ausblick	stabil	Credit Watch: Negative	stabil
Credit Suisse (Bank) Ratings			
Kurzfristig	P-1	A-1+	F1+
Langfristig	Aa1	AA-	AA-
Ausblick	stabil	Credit Watch: Negative	stabil

Cautionary Statement Regarding Forward-Looking Information

This report contains statements that constitute forward-looking statements within the meaning of the Private Securities Litigation Reform Act. In addition, in the future we, and others on our behalf, may make statements that constitute forward-looking statements. Such forward-looking statements may include, without limitation, statements relating to the following:

- our plans, objectives or goals;
- our future economic performance or prospects;
- the potential effect on our future performance of certain contingencies; and
- assumptions underlying any such statements.

Words such as “believes,” “anticipates,” “expects,” “intends” and “plans” and similar expressions are intended to identify forward-looking statements but are not the exclusive means of identifying such statements. We do not intend to update these forward-looking statements except as may be required by applicable securities laws.

By their very nature, forward-looking statements involve inherent risks and uncertainties, both general and specific, and risks exist that predictions, forecasts, projections and other outcomes described or implied in forward-looking statements will not be achieved. We caution you that a number of important factors could cause results to differ materially from the plans, objectives, expectations, estimates and intentions expressed in such forward-looking statements. These factors include:

- the ability to maintain sufficient liquidity and access capital markets;
- market and interest rate fluctuations;
- the strength of the global economy in general and the strength of the economies of the countries in which we conduct our operations, in particular the risk of a US or global economic downturn in 2008;
- the direct and indirect impacts of continuing deterioration of subprime and other real estate markets;
- further adverse rating actions by credit rating agencies in respect of structured credit products or other credit-related exposures or of monoline insurers;
- the ability of counterparties to meet their obligations to us;
- the effects of, and changes in, fiscal, monetary, trade and tax policies, and currency fluctuations;
- political and social developments, including war, civil unrest or terrorist activity;
- the possibility of foreign exchange controls, expropriation, nationalization or confiscation of assets in countries in which we conduct our operations;
- operational factors such as systems failure, human error, or the failure to implement procedures properly;
- actions taken by regulators with respect to our business and practices in one or more of the countries in which we conduct our operations;
- the effects of changes in laws, regulations or accounting policies or practices;
- competition in geographic and business areas in which we conduct our operations;
- the ability to retain and recruit qualified personnel;
- the ability to maintain our reputation and promote our brand;
- the ability to increase market share and control expenses;
- technological changes;
- the adverse resolution of litigation and other contingencies;
- the timely development and acceptance of our new products and services and the perceived overall value of these products and services by users;
- acquisitions, including the ability to integrate acquired businesses successfully, and divestitures, including the ability to sell non-core assets;
- the adverse resolution of litigation and other contingencies; and
- our success at managing the risks involved in the foregoing.

We caution you that the foregoing list of important factors is not exclusive. When evaluating forward-looking statements, you should carefully consider the foregoing factors and other uncertainties and events, as well as the information set forth in our Form 20-F Item 3 – Key Information – Risk Factors.

Die Credit Suisse weltweit Wir betreuen unsere Kunden in allen Regionen rund um den Globus. Angesichts der fortschreitenden Globalisierung, der breiteren Kapitalströme und des zunehmenden Wohlstands in den neuen Märkten bauen wir unsere Präsenz weiter aus. 2007 stärkten wir beispielsweise unsere Position in Australien, China, Israel, Indien, Kasachstan, Österreich, Panama, der Ukraine und in den USA. In Brasilien erwarben wir Hedging-Griffo, ein führendes Vermögensverwaltungs- und Private-Banking-Unternehmen. In vielen Märkten vertieften wir unsere zahlreichen Partnerschaften und Jointventures. Mit der Eröffnung eines vierten Center of Excellence in Breslau (Polen), und durch die Expansion unserer bestehenden Centers in Raleigh-Durham (North Carolina, USA), Pune (Indien) und Singapur schufen wir zahlreiche neue Arbeitsplätze und steigerten unsere Effizienz.

Weltweite Präsenz der Credit Suisse



Hauptsitze der Regionen

Credit Suisse
Paradeplatz 8
8070 Zürich
Schweiz
Tel. +41 44 212 16 16
Fax +41 44 333 25 87

Credit Suisse
Eleven Madison Avenue
New York, NY 10010-3629
USA
Tel. +1 212 325 2000
Fax +1 212 325 6665

Credit Suisse
One Cabot Square
London E14 4QL
Grossbritannien
Tel. +44 20 7888 8888
Fax +44 20 7888 1600

Credit Suisse
Three Exchange Square
22nd Floor
8 Connaught Place, Central
Hongkong
Tel. +852 2101 6000
Fax +852 2101 7990



- Standorte der Credit Suisse
- Hauptsitze der Regionen
- Centers of Excellence

Finanzkalender

Erstes Quartalsresultat 2008	Donnerstag, 24. April, 2008
Generalversammlung	Freitag, 25. April, 2008
Dividendenzahlung	Freitag, 2. Mai, 2008
Zweites Quartalsresultat 2008	Donnerstag, 24. Juli, 2008
Drittes Quartalsresultat 2008	Donnerstag, 23. Oktober, 2008

Anfragen

Credit Suisse

Investor Relations
Tel. +41 44 333 71 49
investor.relations@credit-suisse.com

Credit Suisse

Corporate Communications
Tel. +41 44 333 88 44
media.relations@credit-suisse.com

Fotografie: Noè Flum, Zürich; Hans Schürmann, Zürich;
Yannis Kontos, Athen; Nigel Young/Foster + Partners;
Panos Pictures/VISUM; www.hkia.net
Gestaltung: www.arnold.inhaltundform.com
Produktion: Management Digital Data AG, Zürich
Druck: NZZ Fretz AG, Zürich
Papier: Chromolux 700, einseitig spiegelglanz, 250 gm² (Umschlag)
Dominant Plus FSC, Offset, weiss, matt, 90 gm², holzfrei (Inhalt)

CREDIT SUISSE
Paradeplatz 8
8070 Zürich
Schweiz
Tel. +41 44 212 16 16
Fax +41 44 333 25 87

www.credit-suisse.com