



Raiffeisen baut das eigene Anlagegeschäft weiter aus und veräussert Notenstein La Roche an Vontobel

**Raiffeisen Schweiz
St.Gallen
24. Mai 2018**

RAIFFEISEN

Raiffeisen setzt auf das eigene Anlagegeschäft

1

Wir verkaufen Notenstein La Roche an Vontobel. Dadurch schaffen wir die Voraussetzung für Erfolg von Notenstein La Roche im Private Banking-Umfeld.

2

Wir bauen das Geschäftsfeld Privat- und Anlagekunden bei Raiffeisen aus und investieren substanziell in Beratung, Kanäle und Anlagekompetenz.

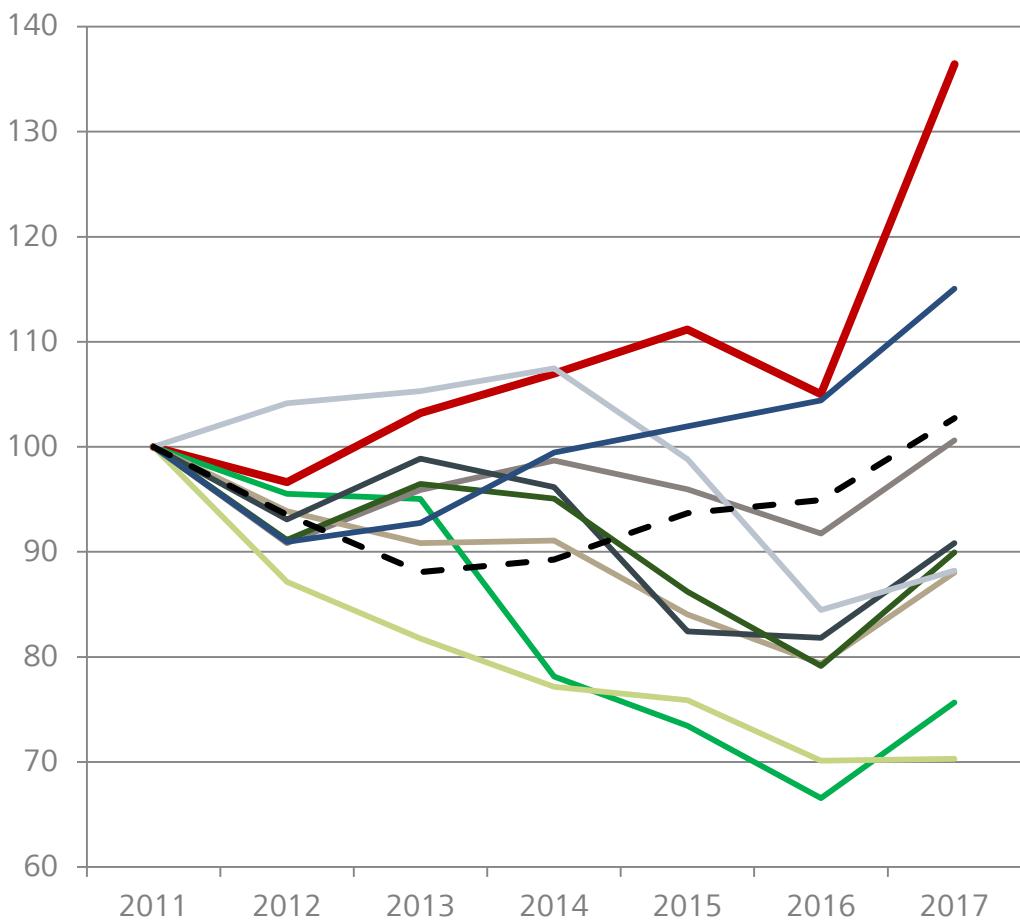
3

Wir fokussieren unser Geschäftsmodell und setzen Privatkunden mit kleinen und mittelgrossen Vermögen ins Zentrum. Die Raiffeisenbanken sind unser Schlüssel zum Kunden.

Kontinuierlicher Aufbau in den letzten Jahren

Diversifikationsstrategie Anlagegeschäft greift

Wertschriftenerlös im Peervergleich



Entwicklung

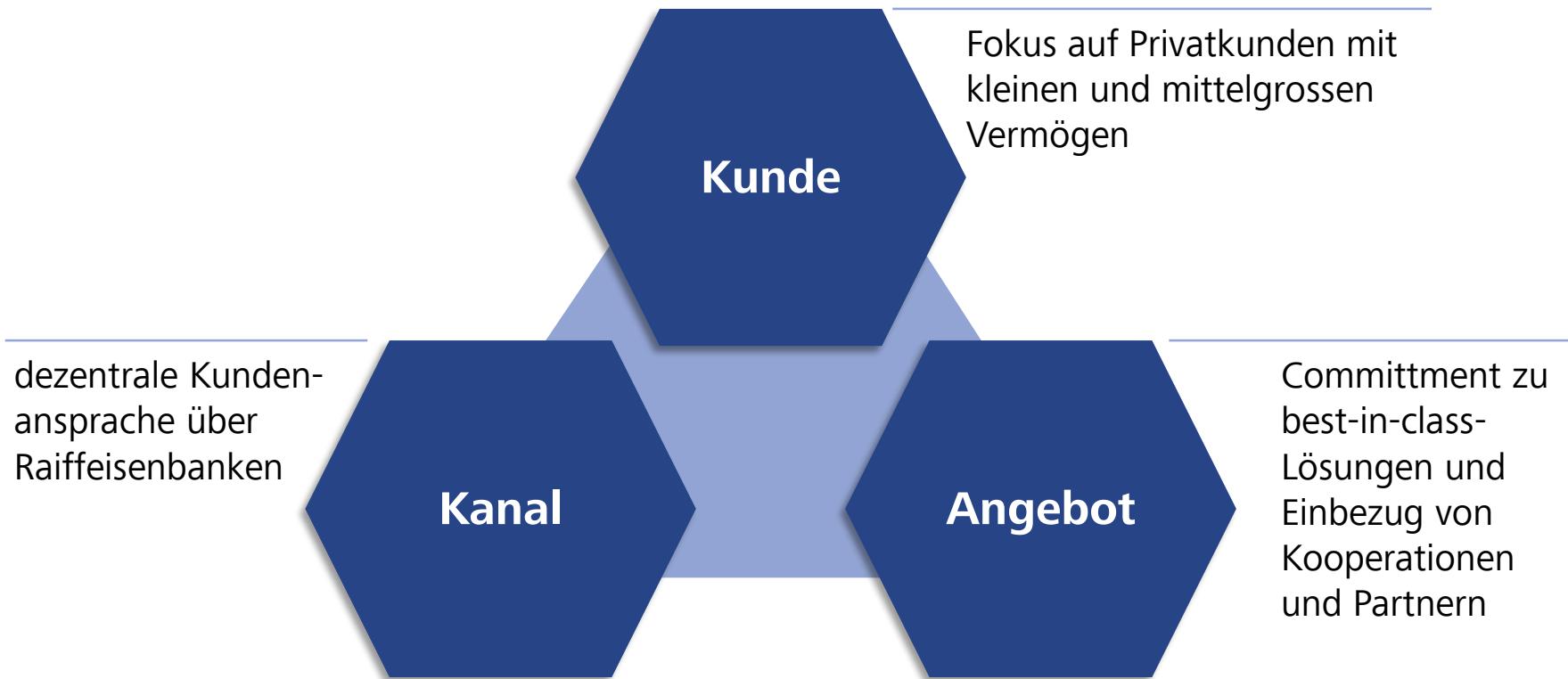
- Seit 2012 Wachstum über Peer
- Wertschriften- und Anlagegeschäft liefert substanzien Beitrag zum Ergebnis
- WS Geschäft entwickelt sich schneller als der Zinserlös aus Kundenmargen

Legende

- Raiffeisenbanken/-NL (ex NLR)
- SG Kantonalbank
- LU Kantonalbank
- TG Kantonalbank
- Berner KB
- Basellandschaftl. KB
- Bank Cler
- Valiant
- Migros Bank
- Raiffeisen: Aktiv und Passiv

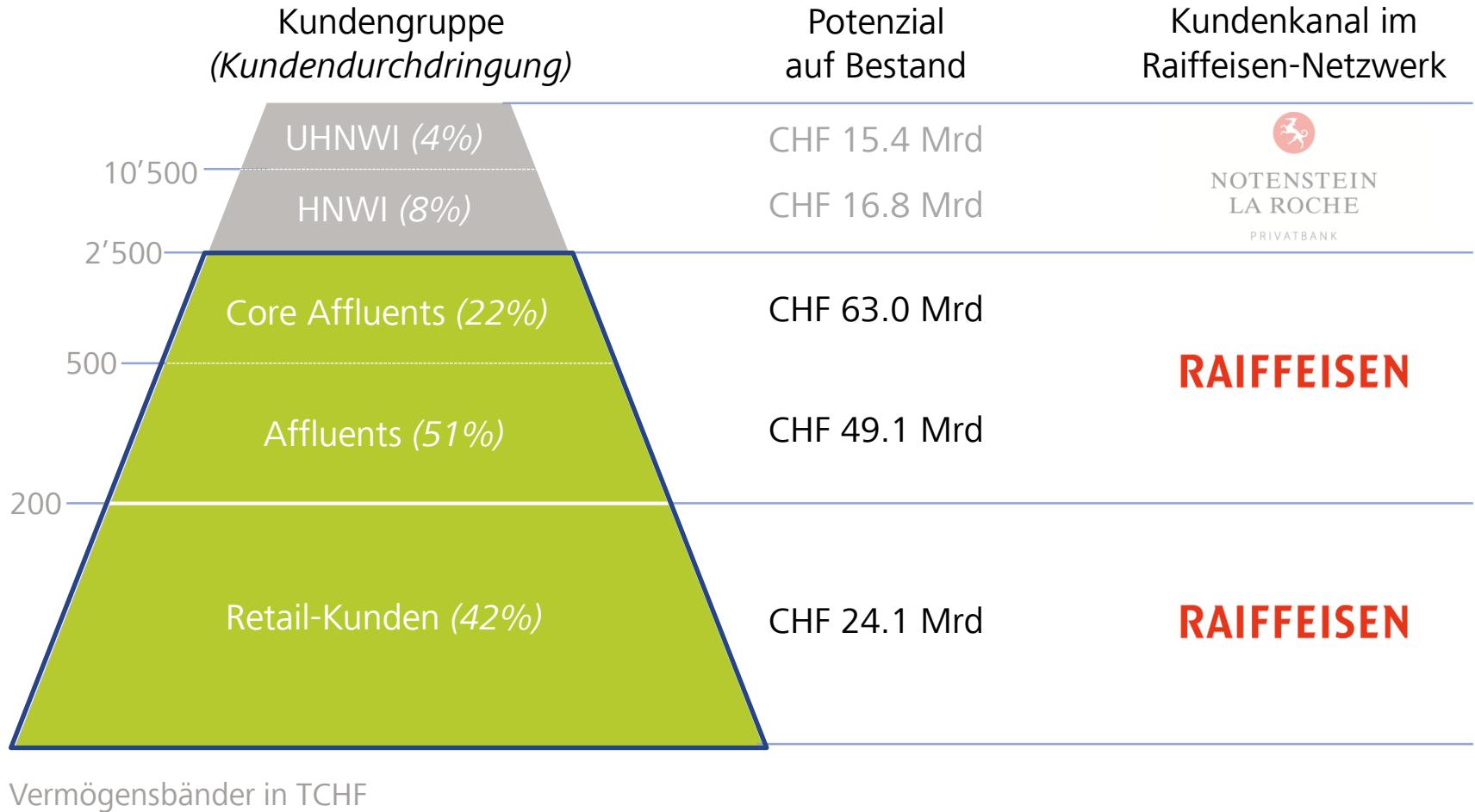
Wir schärfen unseren Fokus im PK & AK-Geschäft

Drei Stellschrauben, an denen angesetzt werden soll





Wir konzentrieren uns auf Kundensegmente mit Affinität zu Raiffeisen





Wir bauen die Dienstleistungspalette aus

Substanzielle Investitionen in der Zukunft



Breites Angebot an performanten Kollektivanlagen



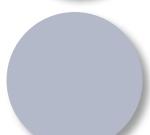
Leistungsfähige Infrastruktur für eine anspruchsvolle Kundschaft (Performance- und Vermögens-Reporting, Steuerausweise, ergänzende Beratungsleistungen)



Aufbau eines in-house Investment-Offices



Schaffung eines Kompetenzzentrums für Vermögens- und Steuerplanung



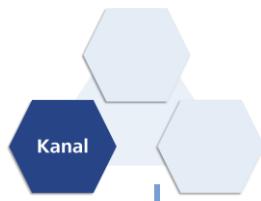
Weiterentwicklung des Angebots in der Vermögensverwaltung und in der Beratung



Investition in den Ausbau der digitalen Kundenschnittstelle

Raiffeisenbanken als starker Kundenkanal

Physische Nähe in Verbindung mit digitaler Ansprache



3,7 Mio. Kundinnen und Kunden

