

27. November 2026

Strategie Raiffeisen 2030

Für unsere Kundinnen und Kunden

RAIFFEISEN

Herausforderungen im Schweizer Bankenmarkt

Demografischer Wandel
verändert die Kundenbedürfnisse und erhöht die Bedeutung von Vorsorge und generationengerechter Beratung

Steigende Kunden-erwartungen
erfordern ein durchgängig einfaches und personalisiertes Kundenerlebnis sowie hohe Qualität in der persönlichen Beratung

Technologische Entwicklungen
erhöhen die Anforderungen an Innovation und Transformations-fähigkeit

Anhaltender Margendruck
durch intensiven Wettbewerb fordert kontinuierliche Steigerung von Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit

Regulatorische Anforderungen
wie steigende Eigenmittel-, Liquiditäts- und Aufsichts-anforderungen fordern kontinuierliche Weiterentwicklung

RAIFFEISEN

Entscheidend für den Gruppenerfolg: die richtige Balance.

Digitale Lösungen

vs.

Nähe

Wachstum

vs.

Risiko

Gruppengedanke

vs.

lokales Unternehmertum

RAIFFEISEN

Raiffeisen handelt aus einer Position der Stärke

Wir sind die zweitgrösste Kraft im Schweizer Bankgeschäft

Raiffeisen mit einer Bilanzsumme von 335,2 Milliarden Schweizer Franken (per 30. Juni 2026)

Keine Bank ist so nah und lokal verankert wie Raiffeisen

Raiffeisen mit 741 Bankstellen in allen Regionen der Schweiz (per 30. September 2026)

Wir sind als Genossenschaftsbank stabil, sicher und nachhaltig

Über 90 Prozent des Gewinns verbleiben im Unternehmen

Rund jede dritte Person in der Schweiz ist Kunde bei uns

Raiffeisen mit 3,77 Millionen Kundenbeziehungen (per 30. Juni 2026)

Die Kundinnen und Kunden sind zufrieden mit uns

Raiffeisen mit einem Net Promoter Score von 35 Prozent (per 30. Juni 2026)

Der Net Promoter Score zeigt, wie viele Personen Raiffeisen aktiv weiterempfehlen würden

RAIFFEISEN

Finanzielles Wohl unserer Kundinnen und Kunden braucht mehr als eine Hypothek

Raiffeisen setzt auf Wachstum in mehreren Geschäftsfeldern

Anlegen



- Unsere Kundinnen und Kunden verfügen über immer mehr Vermögen
- Für die vermögende Kundschaft ist Raiffeisen bislang meist nur eine Nebenbank

Vorsorge



- Die Lebenserwartung steigt stetig, private Vorsorge wird immer wichtiger
- Raiffeisen ist heute stark im Hypothekargeschäft, die Begleitung der Kundinnen und Kunden soll umfassender werden

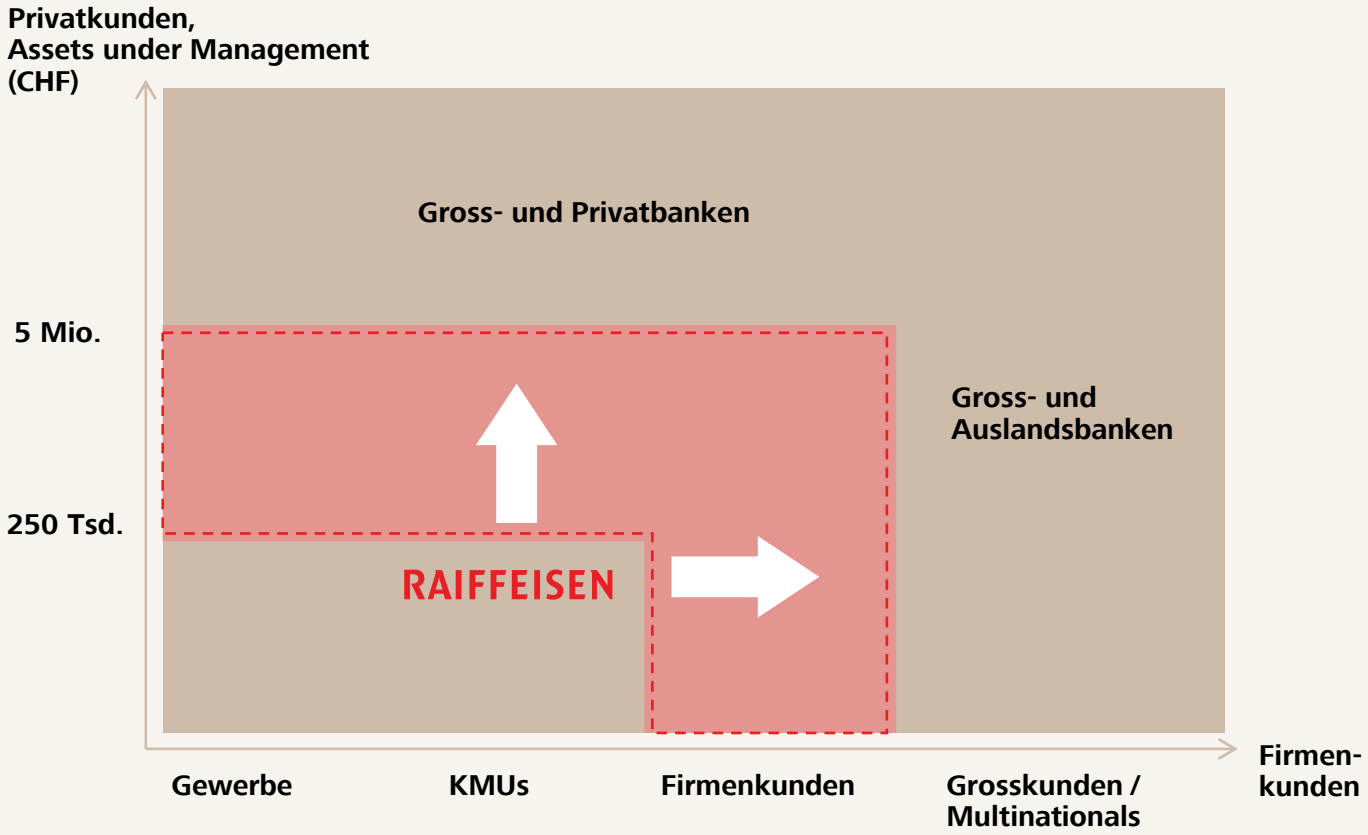
Firmenkundengeschäft



- Raiffeisen ist bei KMU stark verankert, von grossen Unternehmen wird das Angebot eher wenig genutzt
- Grosse Unternehmen suchen nach einer Alternative in der Schweiz

RAIFFEISEN

Wir sehen Wachstumschancen im Anlage- und Firmenkundengeschäft

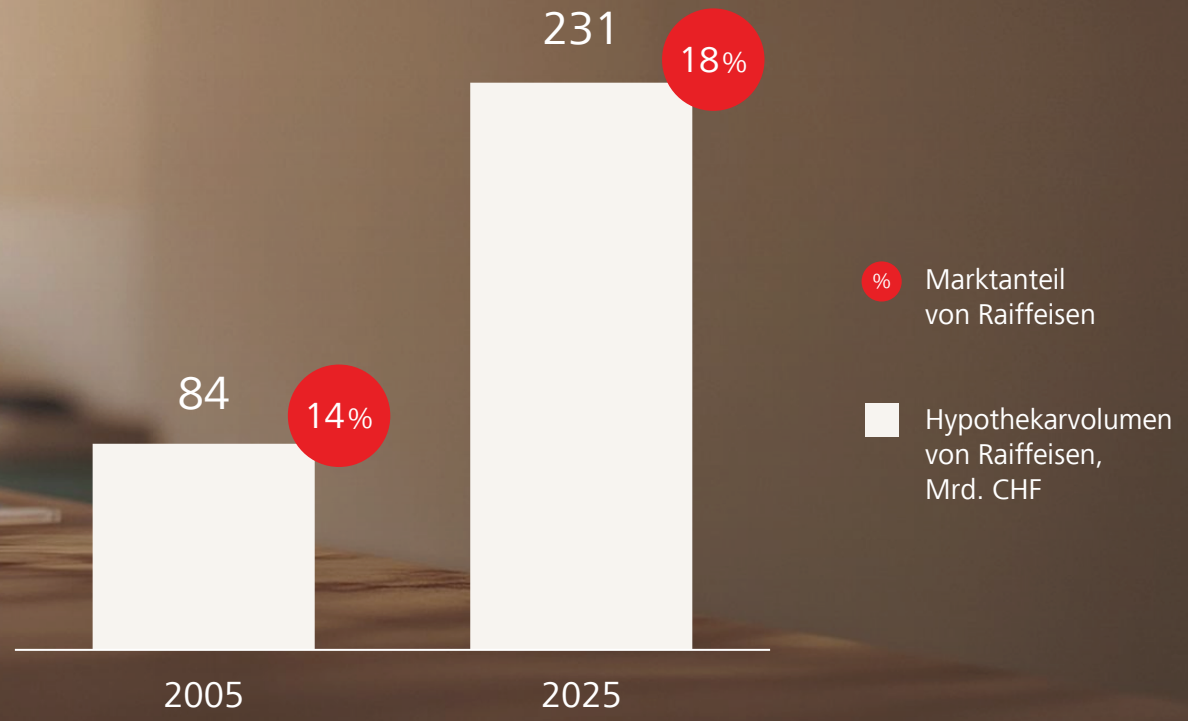




In den letzten 20 Jahren haben wir im **Hypothekargeschäft** eine Erfolgsgeschichte geschrieben.

Entwicklung Hypothekargeschäft

Quelle: Geschäftsberichte, SNB



RAIFFEISEN

Unsere langfristige Vision



In den letzten 20 Jahren haben wir im **Hypothekargeschäft** eine Erfolgsgeschichte geschrieben.

In den nächsten 10 bis 15 Jahren werden wir für unsere Kundinnen und Kunden auch **die erste Wahl im Anlagegeschäft.**

RAIFFEISEN


Was macht Raiffeisen bis 2030?
RAIFFEISEN

Unsere Gruppenstrategie stellt den Nutzen für unsere Kundinnen und Kunden ins Zentrum



Wir sind für unsere Kundinnen und Kunden die **erste Wahl im Anlage- und Vorsorgegeschäft**

Wir bauen auf unsere starke Position im **Retail** und wachsen **im Einklang mit den Einlagen**

Wir sind die **Hausbank für KMU** und die schweizweite Alternative zu Grossbanken im Firmenkundengeschäft

Wir fokussieren in der **Digitalisierung** auf **Mehrwert für Kundinnen und Kunden sowie Raiffeisenbanken**

Wir stärken unseren **Vertrieb** mit Fokus auf Anlegen und Firmenkunden

Anlegen

Erste Wahl für unsere Kundinnen und Kunden



Warum?

- Grosser Kundenstamm mit viel Potenzial
- Kundinnen und Kunden vertrauen uns
- Wir haben Kompetenzen, sind einfach und klar

Hebel zur Zielerreichung

Positionierung

Raiffeisen stärkt ihre Wahrnehmung als kompetente Anlagebank durch einen konsistenten Marktauftritt.

Produkte

Raiffeisen bietet eine einfache und fokussierte Angebotspalette mit einem Fokus auf Vermögensverwaltung.

Vertrieb

Raiffeisen befähigt ihre Beratenden, Kundenbedürfnisse proaktiv zu erkennen und kompetent zu beraten.

Vorsorgen

Erste Wahl für unsere Kundinnen und Kunden



Warum?

- Altersvorsorge gehört zu den Top-3-Anliegen der Schweizer Bevölkerung
- 60’000 Kundinnen und Kunden gehen jährlich in Pension
- Wichtiger Zubringer ins Anlagegeschäft

Hebel zur Zielerreichung

Positionierung

Raiffeisen tritt einheitlich am Markt auf und vermarktet ihre Angebote über eine neuen Sub-Brand «Raiffeisen Vorsorge Plus».

Finanzplanung

Raiffeisen bietet Kundinnen und Kunden ganzheitliche Finanzplanungen an – von der Vorsorge, über die Pension bis hin zur Erbschaft.

Vertrieb

Raiffeisen bietet umfassende Vorsorgeberatung in allen Raiffeisenbanken an – bedarfsgerecht und kompetent unterstützt durch Raiffeisen Schweiz

RAIFFEISEN

Basic Banking & Wohnen

Raiffeisen bleibt im Retailgeschäft führend und wächst entlang der Kundeneinlagen

Warum?

- Marktposition sichern und unsere grösste Stärke weiter ausbauen
- Kundeneinlagen finanzieren unser Wachstum

Hebel zur Zielerreichung

Kundenwachstum

Gezielte Weiterentwicklung des Basis-angebots mit Fokus auf junge Kundinnen und Kunden sowie Zuwandernde.

Qualitatives Kreditwachstum

Marktanteil halten, Fokus auf qualitatives Wachstum mit dem Markt.

RAIFFEISEN

Firmenkundengeschäft

Raiffeisen wird die Hausbank für KMU und die schweizweite Alternative zu Grossbanken im Firmenkundengeschäft.



Warum?

- Firmenkundengeschäft liegt seit jeher in unserer DNA
- Jedes dritte Unternehmen ist bereits Kunde bei Raiffeisen
- Opportunität bei grossen Unternehmen in der Schweiz

Hebel zur Zielerreichung

KMU

Hausbank für Schweizer KMU durch Nähe, Betreuungstiefe und die ganzheitliche Begleitung ihrer unternehmerischen Entwicklung.

MGU

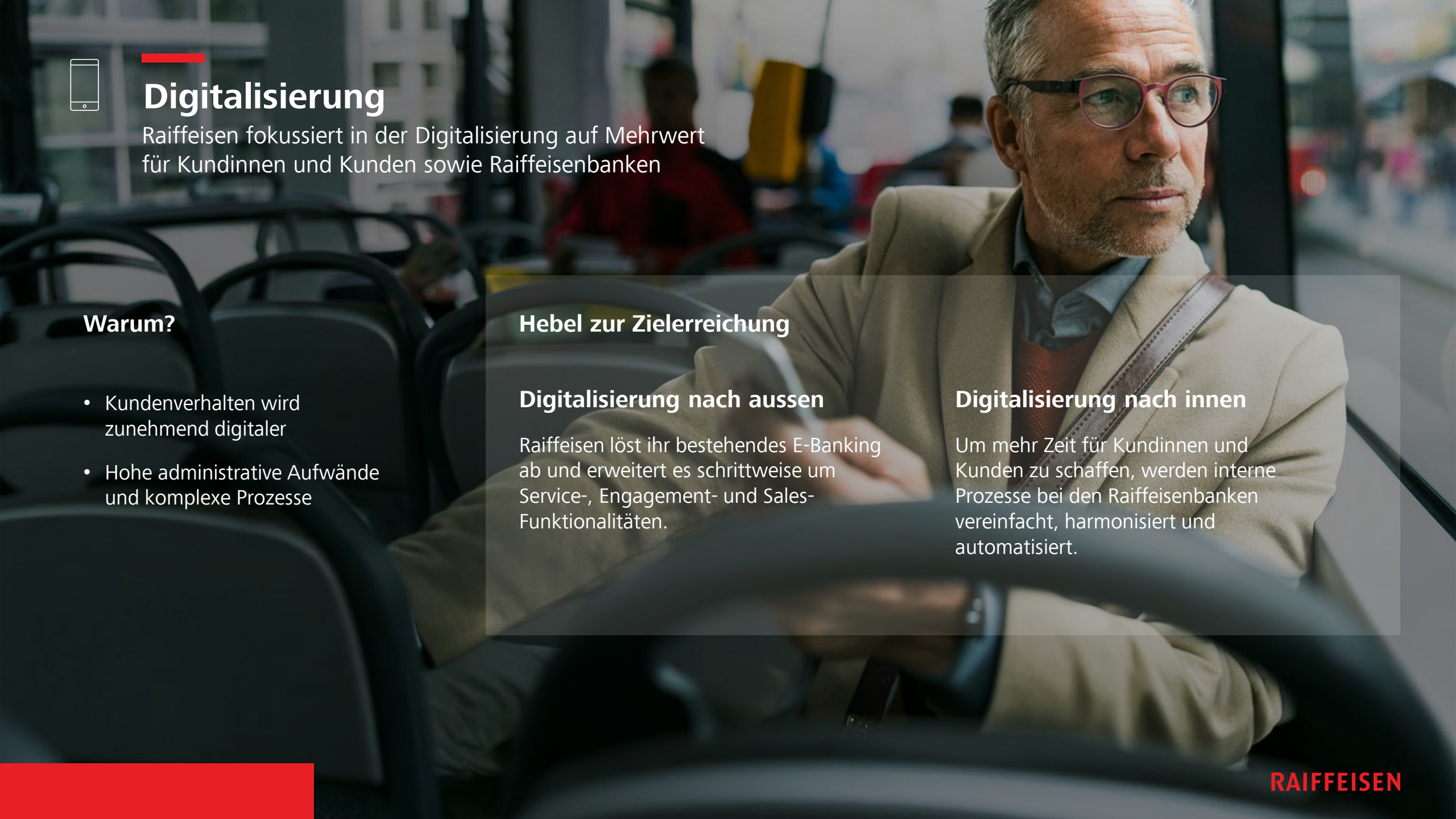
Schweizweite Expertise und bedarfsgerechte Lösungen für selektives Wachstum bei mittelgrossen Unternehmen nutzen.

GRU

Positionierung mit vorhandener, breiter Produktpalette als bedeutende Schweizer Alternative zu Grossbanken für Grossunternehmen.

KMU: bis 49 Mitarbeitende; MGU: 50 bis 249 Mitarbeitende; GRU: 250 Mitarbeitende und mehr

RAIFFEISEN



Digitalisierung

Raiffeisen fokussiert in der Digitalisierung auf Mehrwert für Kundinnen und Kunden sowie Raiffeisenbanken

Warum?

- Kundenverhalten wird zunehmend digitaler
- Hohe administrative Aufwände und komplexe Prozesse

Hebel zur Zielerreichung

Digitalisierung nach aussen

Raiffeisen löst ihr bestehendes E-Banking ab und erweitert es schrittweise um Service-, Engagement- und Sales-Funktionalitäten.

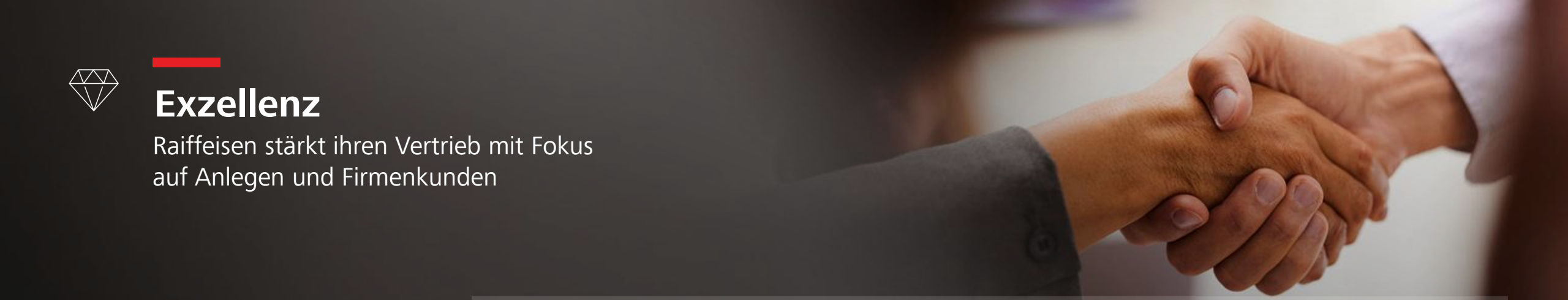
Digitalisierung nach innen

Um mehr Zeit für Kundinnen und Kunden zu schaffen, werden interne Prozesse bei den Raiffeisenbanken vereinfacht, harmonisiert und automatisiert.

RAIFFEISEN

Exzellenz

Raiffeisen stärkt ihren Vertrieb mit Fokus auf Anlegen und Firmenkunden



Warum?

- Erhebliches auszuschöpfendes Kundenpotenzial
- Steigende Anforderungen an die Beratungsqualität
- Zunehmendes Kundenbedürfnis nach persönlicher und relevanter Ansprache

Hebel zur Zielerreichung

Kapazität

Raiffeisen optimiert die Kundenbetreuung und schafft mehr Zeit für ihre Kundinnen und Kunden.

Qualität

Raiffeisen bietet ihren Kundinnen und Kunden eine exzellente, bedürfnis-orientierte Beratung.

Aktivität

Raiffeisen nutzt Kunden-potenziale durch eine proaktive und gezielte Marktbearbeitung.

RAIFFEISEN



Unsere Ambition bis Ende 2030 – gezieltes Wachstum, höhere Profitabilität, hohe Stabilität

Wachstum gezielt steigern

Profitabilität nachhaltig erhöhen

Finanzielle Stabilität weiter ausbauen

RAIFFEISEN



Strategie Raiffeisen 2030

Für unsere Kundinnen und Kunden

RAIFFEISEN