

Dr. Willi Gerster Präsident des Verwaltungsrates

Es gilt das gesprochene Wort

(Folie 1: Herzlich willkommen zur Bilanzmedienkonferenz)

(Folie 2: Bild Dr. Willi Gerster)

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich begrüße Sie herzlich zur Bilanzmedienkonferenz der Bank Coop.
Es freut mich ausserordentlich, dass wir Ihnen heute ein Rekordergebnis vorstellen können - das beste Ergebnis, das die Bank Coop in ihrer 80jährigen Geschichte erreicht hat. Ein Ergebnis, das ein Beweis dafür ist, dass wir mit der Neupositionierung der Bank Coop auf dem richtigen Weg sind und uns gut im Schweizer Markt behauptet haben.

(Folie 3: Jahresabschluss 2006)

Ich freue mich, Ihnen die wichtigsten Zahlen unseres Geschäftsjahres 2006 vorzustellen. Andreas Waespi, Vorsitzender der Geschäftsleitung, wird im Anschluss das Ergebnis im Detail kommentieren. Wir präsentieren Ihnen den Abschluss 2006 der Bank Coop als Einzelabschluss nach dem "True and Fair View" Prinzip.

Einen überragenden Anstieg hat der Bruttogewinn verzeichnet. Er ist 2006 um stolze 20 Mio. CHF auf 126 Mio. CHF angestiegen. Dies entspricht einer Zunahme von 19% gegenüber dem Vorjahr. Mit einem Bruttogewinn von 126 Mio. CHF wurde die bisherige Höchstmarke aus dem Jahr 2000 (damals erwirtschaftete die Bank Coop einen Bruttogewinn von 117 Mio. CHF) deutlich übertroffen. Sehr erfreulich hat sich auch das Betriebsergebnis entwickelt. Es konnte 2006 um sagenhafte 32% auf 100

Mio. CHF gesteigert werden. Und mit einem Jahresgewinn von 68 Mio. CHF weist die Bank Coop Ende 2006 auch hier eine markante Grösse aus.

Die Bilanzsumme hat sich gegenüber dem Vorjahr um 3% auf 11,6 Milliarden CHF erhöht. Die von der Bank Coop verwalteten Kundenvermögenswerte, die sogenannten "Assets under Management", sind im Jahresvergleich um 4% auf 16 Milliarden CHF gestiegen. Und auch die Kundenausleihungen – das sind die Hypothekarforderungen und die Forderungen gegenüber Kunden - sind gewachsen - und zwar um 6%. Sie betragen per 31.12.2006 gesamthaft 9,8 Milliarden CHF.

Dieses Rekordergebnis ist das Resultat der Neupositionierung der Bank Coop und eines guten Wirtschaftsjahres in der Schweiz. Die Strategie der Bank Coop besteht darin, sich konsequent auf den Vertrieb und die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden auszurichten. Zusammen mit der Basler Kantonalbank werden zunehmend Synergien im Interesse beider Banken genutzt. Damit positioniert sich die Bank Coop klar als wettbewerbsfähige, schweizerische Vertriebsbank mit nachhaltiger Ertragskraft.

(Folie 4: Dividendenerhöhung)

Aufgrund des ausgezeichneten Ergebnisses wird der Verwaltungsrat der Generalversammlung am 24.04.2007 für das Geschäftsjahr 2006 eine Dividendenerhöhung von CHF 1.70 auf CHF 1.80 je Aktie beantragen. So können wir neben der erfolgreichen Kursentwicklung einen weiteren Mehrwert für unsere Aktionäre schaffen.

Auch der Aktienkurs der Bank Coop Aktie hat sich in den vergangenen Jahren sehr gut entwickelt und widerspiegelt die gesteigerte Ertragskraft. Im letzten Jahr ist der Aktienkurs um 12,8% gestiegen. Betrachtet man die Entwicklung über die letzten beiden Jahre hat sich der Kurs sogar um 54,7% bzw. über die letzten 3 Jahre um 74,6% erhöht. Ende 2006 lag der Kurs der Bank Coop Aktie bei 81,20 CHF.

(Folie 5: 80 Jahre Bank Coop)

2007 feiert die Bank Coop ihr 80jähriges Jubiläum.

Gegründet wurde die Bank Coop am 30. Oktober 1927 vom Verband Schweizerischer Konsumvereine (heute Coop) und dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund. Damals hiess die Bank - wegen ihrer Eigentümer - "Bank der Genossenschaften und Gewerkschaften". 1928 änderte man erstmals den Namen der Bank, die fortan "Genossenschaftliche Zentralbank" hiess. 1970 beschloss die Delegiertenversammlung der Genossenschafter die Umwandlung in eine Aktiengesellschaft und 1995 erfolgte die zweite Umbenennung - und zwar in "Coop Bank". Anfang 2000 übernahm die Basler Kantonalbank die Mehrheitsbeteiligung. Ein Jahr später erfolgte schliesslich die Namensänderung in die heutige Bank Coop. Wir haben uns nach der Übernahme der Mehrheitsbeteiligung durch die BKB im Jahre 2000 für die Strategie "Vertriebsbank" entschieden und sind diesen Weg in den vergangenen Jahren konsequent weiter gegangen. Dabei haben wir auch Opportunitäten wie personelle Veränderungen genutzt, um jeweils den nächsten Schritt einzuleiten. Mit der Anfang letzten Jahres erfolgten Reduktion auf eine 3er GL sind die Führungsstrukturen der Bank Coop nochmals schlanker geworden.

(Folie 6: Erfolgreicher Start der Competence Centers im Konzern)

Um die Synergien mit dem Mutterhaus Basler Kantonalbank optimal zu nutzen, haben wir im 2006 drei weitere Kompetenzzentren gebildet, die das Know-how beider Banken optimal bündeln. Ein Kompetenzzentrum führt zwei bisherige Abteilungen beider Banken zu einer gemeinsamen Organisationseinheit zusammen. Am 01.08.2006 wurden das Competence Center Finanzen und das Competence Center Marketing gegründet. Am 01.11.2006 startete das Competence Center Personal. Durch die Bildung dieser drei Kompetenzzentren konnte die Basis für weitere Kosteneinsparungen im Konzern gelegt werden.

(Folie 7: Neuer Auftritt BKB Konzern fair banking)

Seit Montag zeigt sich der BKB-Konzern mit einem neuen Auftritt. Die Bank Coop und ihr Mutterhaus, die Basler Kantonalbank, treten neu gemeinsam unter dem Claim "fair banking" auf. Neben dem gemeinsamen Claim haben wir uns auch für gleiche Bildwelten entschieden. So wird die Zusammengehörigkeit beider Banken zum gleichen Konzern stärker zum Ausdruck gebracht. Dennoch muss betont werden, dass beide Banken operativ getrennt sind und eigene Strategien verfolgen.

(Folie 8: fair banking heisst:)

- Zuverlässige Bankdienstleistungen zu fairen Konditionen
- Faire Partnerschaft mit unseren Kundinnen und Kunden
- Fairer Umgang mit Gesellschaft und Umwelt

(Folie 9: fair banking ist ein Anspruch)

fair banking ist für uns aber mehr als nur ein Motto. fair banking ist für uns ein Anspruch, der gelebt wird. Und zwar gelebt wird gegenüber der Kundschaft, den Mitarbeitenden, der Gesellschaft und der Umwelt.

(Folie 10 - 12: Umsetzungsbeispiele von fair banking)

Ich möchte Ihnen nun gerne ein paar visuelle Impressionen des neuen Auftritts geben.

- 1 - So sieht unsere neue Anzeigenkampagne aus.
- 2 - Hier sehen Sie die Broschüren
- 3 - und hier die Plakate.

Die klare strategische Ausrichtung, die Nutzung der Synergien mit dem Mutterhaus und das geplante, nachhaltige Wachstum der Bank Coop sind hervorragende Grundpfeiler für die Zukunft. Wie die Bank Coop weiter wachsen will sowie die Details zum Jahresergebnis wird Ihnen nun Andreas Waespi vorstellen.