



SARASIN

AIG

Private Bank

Gründung einer eigenständigen Bank für Kunden von Finanzdienstleistern und Direktkunden im Affluent Segment

Marco Weber / Niklaus Siegrist

9. Juli 2007

Agenda

- Inhalte der Transaktion
- Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
- Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
- Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
- Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank
- Nächste Schritte und Zeitplan
- Q & A

Agenda

- Inhalte der Transaktion
 - Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
 - Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
 - Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
 - Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank
 - Nächste Schritte und Zeitplan
 - Q & A

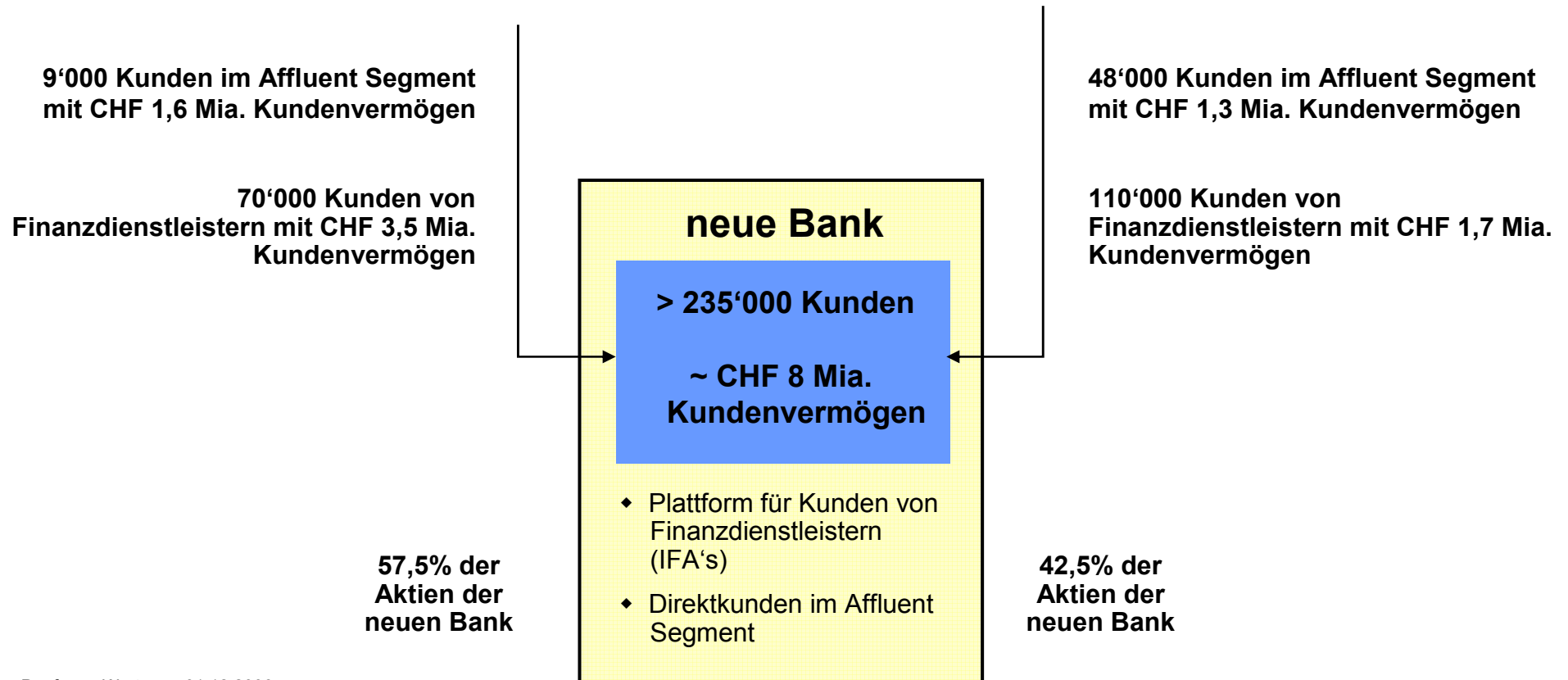
Inhalte der Transaktion (Absichtserklärung)

Neue Bank	<ul style="list-style-type: none">• Voll lizenzierte Schweizer Bank• Direkt- und Vertriebskundengeschäft für Kunden mit einem Vermögen bis 0,5 Mio CHF in Europa (Affluent Segment)
Aktionäre	<ul style="list-style-type: none">• Sarasin: 57,5% AIGPB: 42,5%• Einbringung von Geschäftsfeldern/Kunden
Kerngeschäft Aktionäre	<ul style="list-style-type: none">• Sarasin / AIGPB verzichten zukünftig auf die aktive Bearbeitung des übertragenen Marktsegmentes in Europa
Verwaltungsrat	<ul style="list-style-type: none">• Setzt sich aus Aktionären zusammen, darunter J. Strähle (VRP) und E. Leemann
Geschäftsleitung	<ul style="list-style-type: none">• CEO, Marco Weber (Sarasin)• Stellvertretender-CEO, Niklaus Siegrist (AIGPB)

Agenda

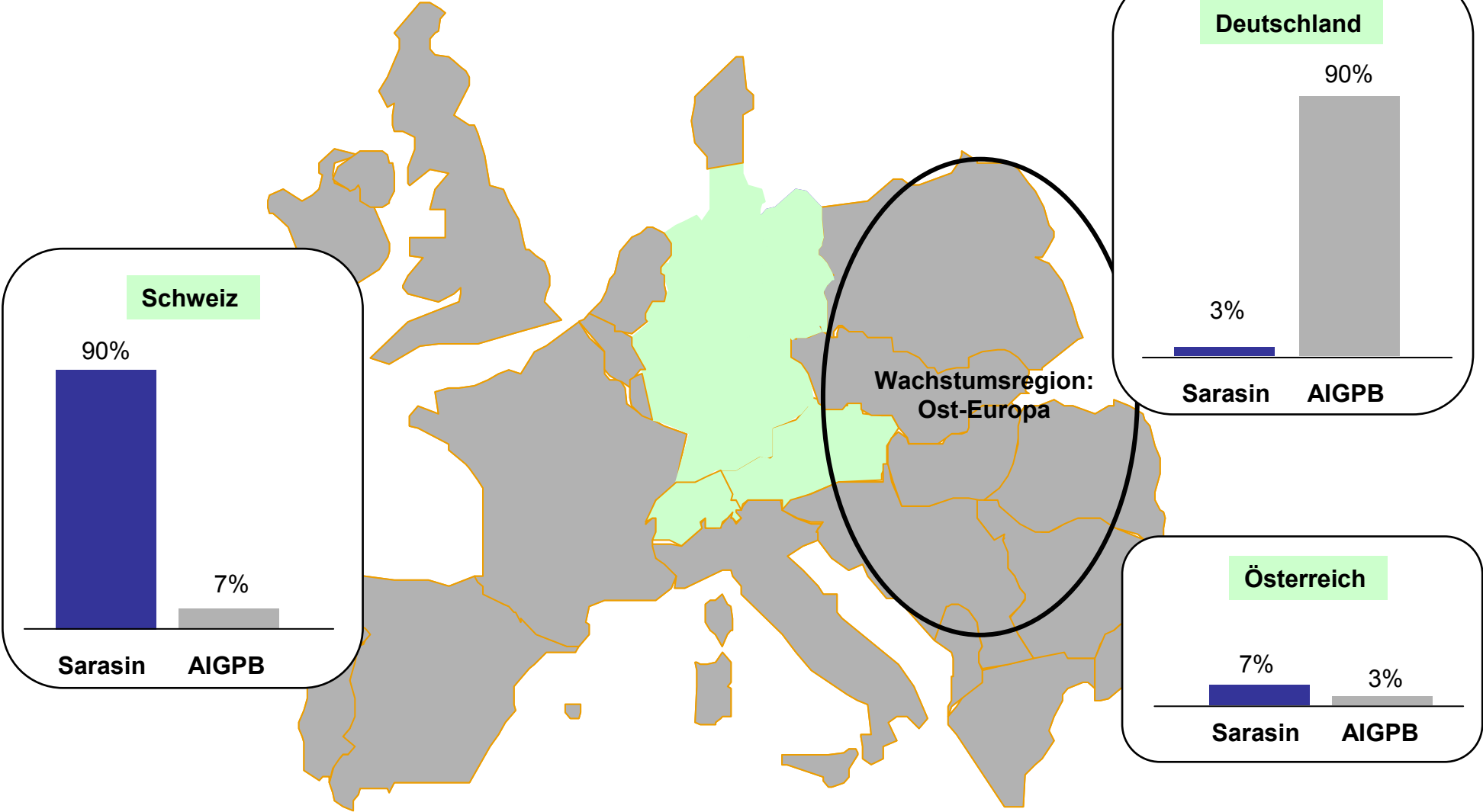
- Inhalte der Transaktion
- Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
- Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
- Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
- Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank
- Nächste Schritte und Zeitplan
- Q & A

Eingebrachte Kundensegmente und Vermögenswerte



Geographische Verteilung der bestehenden Kunden und Vermögen

~ 97% der Kunden und Vermögen stammen aus nur drei Ländern; die eingebrachten Geschäftssegmente ergänzen sich ideal!




Pro forma Werte per 31.12.2006

Zielgruppe und Angebot

- Zirka 15% aller Haushalte in Europa und rund 60% der Vermögenswerte bilden die Zielgruppe der neuen Bank im Affluent Segment
- Die neue Bank bietet eine offene Produkteplattform, eine hohe Service- und Beratungsqualität und die Möglichkeit der Individualisierung der Angebote und Dienstleistungen (Segmentangebote und white labeling)
- Die private Vorsorge ist ein zusätzlicher Angebotspfeiler, der weiter an Bedeutung gewinnen wird
- Grosse Wachstumsdynamik aufgrund der Zusammenarbeit mit Finanzdienstleistungs-Konzernen

Effiziente, unabhängige und qualitativ gute Beratung und Betreuung

- Die bestehende erfolgreiche Zusammenarbeit mit den grossen Finanzdienstleistern in Europa stellt eine effiziente und unabhängige Beratung und Betreuung dieser Kunden sicher.



8700 Kuesnacht
Auflage 12x jährlich 7'051

1063053 / 224.3 / 45'510 mm2 / Farben: 3 Seite 37 01.10.2005

FINANZBERATUNG: Qualität der Beratungsgespräche in Kundentest

Verdikt der Kunden

Wer als Privatperson eine allgemeine Finanzberatung erhalten möchte, wendet sich am besten an AWD, UBS, Generali oder die Winterthur. Diese vier schneiden in einer Erhebung am besten ab.

Quelle: Schweizer Versicherung 1.10.05

Agenda

- Inhalte der Transaktion
- Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
- Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
- Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
- Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank
- Nächste Schritte und Zeitplan
- Q & A

Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank

Verwaltete Kundenvermögen ~ CHF 8 Mia.

Anzahl bestehende Kunden > 235'000

- 57'000 Direktkunden im Affluent Segment

- 180'000 Kunden von Finanzdienstleistern

sowie derzeit rund 4'000 neue Kunden pro Monat

Bruttoerträge ~ CHF 100 Mio.

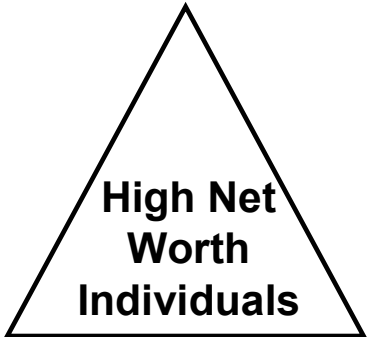


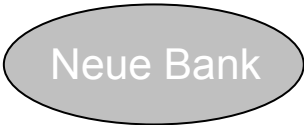
Mitarbeiter/Innen ~ 100 FTE

Synergiepotential auf der Kostenseite durch Nutzung der Infrastruktur, Systeme und Dienstleistungen der Aktionärsbanken über Service Level Agreements

Agenda

- Inhalte der Transaktion
- Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
- Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
- Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
- Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank
- Nächste Schritte und Zeitplan
- Q & A

Abgrenzung der Kundengruppen zwischen Bank Sarasin, AIGPB und der neuen Bank

Kundengruppe	Angebot / Anbieter	Kundenvermögen
 <p>High Net Worth Individuals</p>	<p>„Private Banking“ „Wealth Management“</p> 	<p>> CHF 500'000</p>
 <p>Affluent Kunden und Kunden von IFA's</p>	<p>„Guided Banking“</p> 	<p>< CHF 500'000</p>

Neue Bank – Differenzierungsmerkmale zum Wettbewerb

Discount Brokers

Zielposition der neuen Bank

Universal- und Gross-Banken

“Guided Banking”

Vorteile der neuen Bank

Effizienz dank Trennung Vertrieb und „Banking“

Höhere Kundenbindung über breiteres Produktangebot und Beratung und Betreuung

Standing und Internationalität der Aktionärsbanken

- Einfacher Zugang (Öffnungszeiten, Kanäle)
- Beratung zu Hause
- Tools (Depotanalyse, -optimierung Risikoprofilierung)
- Unabhängigkeit (Produkte, VV)
- Differenziertes Erscheinungsbild und Reporting (white labling)
- Online Trading und Zahlungsverkehr

Vorteile der neuen Bank

Effizienz dank Trennung Vertrieb und „Banking“

Fokus auf ein Zielsegment

Unabhängigkeit des Angebots (Beratung, Produkte)

Agenda

- Inhalte der Transaktion
- Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
- Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
- Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
- **Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank**
- Nächste Schritte und Zeitplan
- Q & A

Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank

Marktposition

- Führende Bank in der Schweiz für Kunden von Finanzdienstleistern (IFA's)
- Starke Position im Direktkundengeschäft
- „State of the art“ IT-Plattform / E-Banking
- Optimierte Kosten durch Skaleneffekte und Einkauf von Services bei Aktionären
- Erstklassiges Standing dank Aktionären (Rabo / Sarasin und AIG)

Ausrichtung

- Fokus auf Zusammenarbeit mit grossen IFA's (AWD, OVB, ..)
- Ausbau der Geschäftsaktivitäten in (Ost-) Europa
- Aktive Partizipation im Konsolidierungsprozess in der Schweiz (M&A)
- „Can do“ Mentalität im Management und bei Mitarbeiter/Innen

Verdoppelung der eingebrachten Kundenvermögen in den ersten drei Betriebsjahren

Agenda

- Inhalte der Transaktion
- Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
- Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
- Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
- Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank
- Nächste Schritte und Zeitplan
- Q & A

Zeitplan

- 9. Juli Information der Mitarbeitenden und der Öffentlichkeit

- ab 9. Juli Detailplanung weitere Umsetzung
 - Erarbeitung der Verträge
 - Erarbeiten eines detaillierten Business Plans
 - Festlegen des Namens und der Standorte der neuen Bank
 - Einreichung Gesuch um Bankenlizenz bei der EBK

- Spätestens Ende 2008 Aufnahme des Betriebs und Konsolidierung der Kundendaten auf neuer IT Plattform

Agenda

- Inhalte der Transaktion
 - Eingebachte Kundensegmente und Vermögenswerte
 - Geographische Verteilung der bestehenden Kunden
 - Zielgruppe, Angebot, Beratung und Betreuungsansatz
 - Pro-Forma Eckdaten der neuen Bank
 - Abgrenzung zur Bank Sarasin, AIG Privat Bank und den Mitbewerbern
 - Marktposition, Ausrichtung und Zielsetzung der neuen Bank
 - Nächste Schritte und Zeitplan
- Q & A