



„Santander hat im Jahr 2005 mit 6.220 Millionen Euro, eine Steigerung von 72,5 % gegenüber dem Vorjahr, den höchsten Gewinn seiner Geschichte erzielt.“

„Die Gesamtdividende ist um 25 % gegenüber dem Vorjahr gestiegen und beträgt 0,4165 Euro pro Aktie.“

„Die Aktie Santander ist 2005 um 22,12 % gestiegen.“

Emilio Botín
Präsident

Wichtige Daten

Bilanz und Geschäftserfolg

Mio. Euro	2005	2004	Differenz (%)
Fondseinlagen	961.953	793.001	21,31
Kundenkreditforderungen (netto)	435.829	369.350	18,00
Kundeneinlagen	680.887	595.380	14,36
Verdienstspanne	9.285	6.662	39,38
Zurechenbarer Nettogewinn (ordentlich*)	5.212	3.606	44,54
Zurechenbarer Nettogewinn	6.220	3.606	72,50

Kennziffern

%	2005	2004
Wirtschaftlichkeit	52,55	52,00
ROA	0,78	1,01
ROE (ordentlich*)	16,64	19,74
ROE	19,86	19,74
BIS-Ratio	12,94	13,01
Zweifelhafte Forderungen	0,89	1,00
Deckungsquote der zweifelhaften Forderungen	182,02	165,59

Aktie und Kapitalisierung

	2005	2004	Differenz (%)
Zahl der Aktien (Mio.)	6.254	6.254	
Kurs (Euro)	11,15	9,13	22,12
Marktkapitalisierung (Mio. Euro)	69.735	57.102	22,12
Zurechenbarer Nettogewinn pro Aktie (ordentlich*) (Euro)	0,8351	0,7284	14,66
Zurechenbarer Nettogewinn pro Aktie (Euro)	0,9967	0,7284	36,84
Dividende pro Aktie (Euro)	0,4165	0,3332	25,00
KGV (Kurs- / Gewinnverhältnis)	13,35	12,53	

Andere Daten

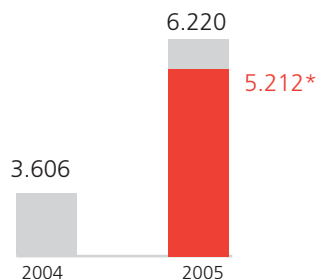
	2005	2004
Zahl der Aktionäre	2.443.831	2.685.317
Zahl der Mitarbeiter	129.196	132.001
Kontinentaleuropa	43.867	44.734
Großbritannien	21.121	25.331
Lateinamerika	62.746	60.503
Finanzgebarung und Beteiligungen	1.462	1.433
Zahl der Zweigstellen	10.201	9.973
Kontinentaleuropa	5.389	5.233
Großbritannien	712	730
Lateinamerika	4.100	4.010

(*) Umfasst nicht den außerordentlichen Wertzuwachs und die außerordentliche Abschreibung

Wichtige Daten

Zurechenbarer Nettogewinn

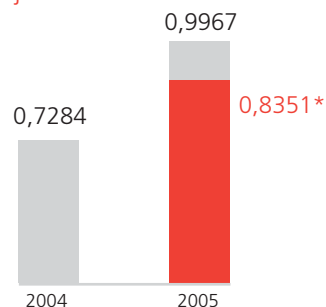
Mio. Euro



*Ordentlicher Gewinn (ohne den außerordentlichen Gewinn)

Gewinn je Aktie

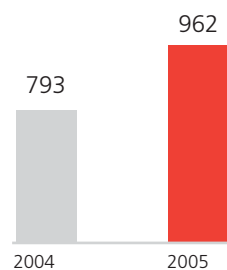
Euro



*Ordentlicher Gewinn (ohne den außerordentlichen Gewinn)

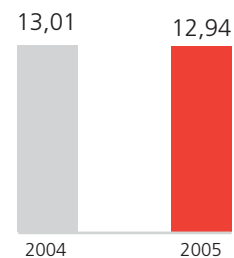
Fondseinlagen

Mrd. Euro



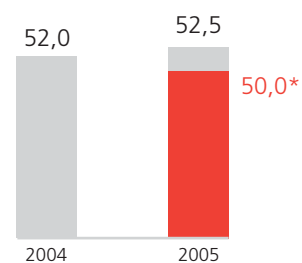
BIS-Ratio

%



Wirtschaftlichkeit

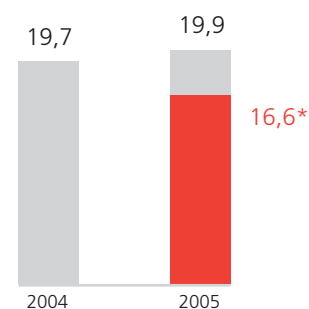
%



* Ohne Abbey

ROE

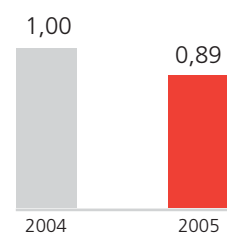
%



*In Bezug auf den ordentlichen Gewinn (ohne den außerordentlichen Gewinn)

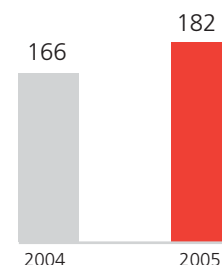
Zweifelhafte Forderungen

%



Deckungsquote der zweifelhaften Forderungen

%





Inhaltsverzeichnis

Brief des Präsidenten	3
Brief des Chief Executive Officer	9
Die Grupo Santander im Jahr 2005	
Das Modell Santander	15
Unsere Geschäftstätigkeit	17
Euro-Zone	18
Pfund Sterling-Zone	20
Dollar-Zone	22
Globale Geschäftsbereiche	
Asset Management und Versicherungen	25
Globales Wholesale Banking	26
Private Banking und Zahlungsmittel	27
Vision und globales Modell	28
Die Santander-Aktie	31
Unsere Kunden	35
Unsere Mitarbeiter	37
Santander City	39
Corporate Governance	41
Soziale Unternehmensverantwortung	45
Santander 2005	46
Allgemeine Informationen	48



„Die Gesamtdividende
ist um 25 % gegenüber
dem Vorjahr gestiegen.“

Emilio Botín,
Präsident der Grupo Santander

 Santander



Brief des Präsidenten

Santander hat im Jahr 2005 mit 6.220 Millionen Euro - eine Steigerung von 72,5 % gegenüber dem Vorjahr - den höchsten zurechenbaren Nettogewinn seiner Geschichte erzielt.

*Sehr geehrte
Aktionäreinnen und Aktionäre*

Die Gesamtdividende, die der Verwaltungsrat der Hauptversammlung vorschlägt, beträgt 0,4165 Euro - ein Plus von 25 % gegenüber dem Vorjahr.

Das Jahr 2005 war ein exzellentes Jahr.

Die Santander-Aktie ist um 22,12 % gestiegen, seit der Ankündigung der Übernahme von Abbey am 26. Juli 2004 bis zum Ende des Jahres 2005 sogar um 43 %. Santander ist die größte Bank in der Euro-Zone nach Börsenkapitalisierung.

Die Märkte beginnen die erfolgreiche Geschäftstätigkeit der Gruppe, die mit 6.220 Millionen Euro - eine Steigerung von 72,5 % gegenüber dem Vorjahr - den höchsten Gewinn ihrer Geschichte erzielt hat, zu würdigen.

Die außerordentlichen Gewinne aus dem Verkauf von Finanz- und Unternehmensbeteiligungen flossen einerseits in Rückstellungen für Frühpensionierungen, andererseits werden sie für einen Plan zur Restrukturierung von Abbey und zur Stärkung der Bilanz verwendet. Ohne die außerordentlichen Gewinne beträgt der zurechenbare Konzerngewinn 5.212 Millionen Euro, was gegenüber 2004 eine Steigerung von 44,5 % bedeutet.

Die Ergebnisse beruhen auf der gewöhnlichen und diversifizierten Geschäftstätigkeit im Endkundenbereich, die eine Garantie

für die Zukunft bietet. Die Gesamtdividende, die der Verwaltungsrat der Hauptversammlung vorschlägt, beträgt 0,4165 Euro und ist gegenüber dem Vorjahr um 25 % gestiegen. Unter Berücksichtigung der im Zuge des Kaufes von Abbey ausgegebenen Aktien bedeutet dies, dass sich der den Dividenden zurechenbare Anteil um 41,8 % erhöht hat.

Wichtigste Aktivitäten während des Geschäftsjahres

Im Jahr 2005 hat die Grupo Santander ihre Ziele zur Gänze erreicht. Die Ziele umfassten die Weiterentwicklung im Bereich Retail Banking in Europa, schnelle Fortschritte bei der Restrukturierung von Abbey, die Ausweitung der Marktanteile und die vollständige Implementierung der Geschäftsstrukturen in Lateinamerika, sowie die zeitlich vorteilhafte Veräußerung von Positionen ohne strategische Bedeutung.

Die Grupo Santander hat ihre Wettbewerbsposition in Europa gestärkt und dabei ihre Effizienz wesentlich gesteigert, sowie die



Bei der strategischen Neuausrichtung von Abbey liegen wir vor dem Zeitplan. Das Ziel, die Kosten zu reduzieren, haben wir weit übertroffen, der Umsatz konnte stabilisiert werden.

Gewinne in ihren Filialnetzen in Spanien - Santander und Banesto - und Portugal erhöht.

Bei der strategischen Neuausrichtung von Abbey liegen wir vor dem Zeitplan. Das Ziel, die Kosten zu reduzieren, haben wir weit übertroffen, der Umsatz konnte stabilisiert werden und die Geschäftstätigkeit erhielt einen beträchtlichen Impuls.

Der im Oktober präsentierte 3-Jahres-Plan ist ein Beweis für das Vertrauen, welches wir in die Umwandlung von Abbey haben: Von einer Hypothekenbank zu einer universellen Geschäftsbank für alle Produkte und Dienstleistungen, die die Kunden in Großbritannien wünschen.

Im Bereich Consumer Banking sind wir in Europa weiter gewachsen, sowohl von innen heraus als auch durch ausgewählte Akquisitionen. Dies hat zu einer internationalen Entwicklung in einem Geschäftsbereich geführt, der heute 9 % zum zurechenbaren Konzerngewinn beiträgt.

In Lateinamerika gelang im Bereich des Retail Banking ein signifikanter Fortschritt durch die Ausweitung des Marktanteiles und die Optimierung des Unternehmensmodells, die die Basis für ein zukünftiges nachhaltiges Wachstum darstellen. Der in dieser Region erzielte zurechenbare Gewinn in Höhe von 2.208 Millionen Dollar, der im Wesentlichen aus dem Retail Banking stammt, bietet über das bloße Ergebnis hinaus ein großes

Potenzial für Wachstum und Diversifikation.

Durch die Beteiligung an der nordamerikanischen Sovereign Bank werden Geldmittel der Gruppe im Retail Banking eingesetzt. Dieser Einsatz führt zu einer Umsatzdiversifizierung auf dem amerikanischen Markt, der uns bekannt ist und in dem wir in der Vergangenheit sehr positive Erfahrungen gemacht haben. Die Beteiligung an Sovereign wird sich von Anfang an positiv auf den Gewinn pro Aktie auswirken.

Im Jahr 2005 ist es der Grupo Santander auf Grundlage ihres soliden Geschäftsmodells in Spanien, Portugal und beim Consumer Banking in Europa in Verbindung mit den Optionen, die die Restrukturierungen bieten (Abbey) und einem starken Wachstum (Lateinamerika) gelungen, eine einzigartige Position im internationalen Bankensektor einzunehmen.

Vision und Globales Modell

Eine der größten Stärken der Grupo Santander ist ihre tiefe Verankerung in den Ländern, in denen sie tätig ist. Dies verhindert jedoch nicht eine zunehmende Integration innerhalb der Gruppe und die Nutzung von optimalen Prozessen und Wettbewerbsvorteilen auf internationalem Niveau. Wir verfügen über gemeinsame Technologieplattformen, eine gemeinsame Risikopolitik und ein globales Geschäftsmodell.

Seit der Ankündigung des Kaufes von Abbey bis zum Ende des Jahres 2005 ist die Aktie um 43 % gestiegen.

Die starke Position der Grupo Santander auf den dynamischsten Märkten in Europa und Lateinamerika hat zur Entwicklung von global einsetzbaren Kompetenzen in den Bereichen Private Banking, Asset Management und Wholesale Banking geführt.

Diese Geschäftsbereiche verfügen über hohe Wachstumsraten und tragen im steigenden Maße zum Gesamtumsatz der Gruppe bei.

Die Eingliederung des Fonds- und Versicherungsgeschäfts in Santander Asset Management and Insurance führt zu Kosteneinsparungen und erhöht das Vertriebs- und Innovationspotenzial in diesen Bereichen.

Auch das integrierte Management beim Wholesale Banking bringt hervorragende Ergebnisse. Das globale Beziehungsmodell mit den Groß- und institutionellen Kunden bewirkt einen starken Umsatzanstieg und einen Ausbau der Geschäfte mit einer höheren Wertschöpfung.

Die Entwicklung der globalen Produkte trägt gleichfalls zur Wertsteigerung unserer internationalen Position bei. Aus diesem Grund haben wir den Geschäftsbereich Corporate Cards eingerichtet, der alle Vertriebsnetze der Gruppe bedient. Außerdem haben wir innovative Produkte im Bereich Kundenzahlungsverkehr eingeführt, beispielsweise Santander Global Connect, die in Europa und Lateinamerika weiter ausgebaut werden.

Corporate Governance

Wir verfügen über die höchsten internationalen Standards im Bereich Corporate Governance. Grundlage unseres Modells ist die Gleichberechtigung der Aktionäre und höchste Transparenz bei unserer Geschäftstätigkeit.

Wir legen großen Wert darauf, die Rechte unserer Kleinaktionäre zu schützen, in dem wir uns strikt an das Prinzip „eine Aktie, eine Stimme“ halten. Wir liegen damit über den gesetzlich verpflichtenden Standards. Wir waren eines der ersten spanischen Unternehmen, das vollständig auf satzungsgemäße Schutzmaßnahmen gegen Übernahmen verzichtet hat.

Sie erhalten in diesem Jahr neben dem Jahresbericht einen Bericht über die soziale Unternehmensverantwortung sowie einen weiteren Bericht der Ausschüsse für Bestellung und Vergütungen und Wirtschaftsprüfung und Normerfüllung.

Der Verwaltungsrat steht im Mittelpunkt unserer Corporate Governance. Wir verfügen über einen außergewöhnlichen Verwaltungsrat, bei dem ein gutes Gleichgewicht herrscht zwischen internen Führungskräften und externen Mitgliedern, die alle große internationale Erfahrung, Prestige und beruflichen Erfolg aufweisen.



21.500 Menschen haben in den Ländern, in denen wir tätig sind, das Ausbildungszentrum von Santander durchlaufen.

In diesem Jahr ist Herr Luis Ángel Rojo Duque dem Verwaltungsrat beigetreten. Seine außergewöhnlichen beruflichen und menschlichen Qualitäten sind für die Gruppe von großem Wert. Während dieses Geschäftsjahres ist Herr Emilio Botin O'Shea, der seit seinem Eintritt in die Bank 1989 einen hervorragenden Beitrag geleistet hat, aus dem Verwaltungsrat ausgeschieden. Wir bedauern den Tod von Herrn Elías Masaveu, der uns als Ratsmitglied viele Jahre lang wertvolle Dienste geleistet hat.

Soziale Unternehmensverantwortung

Die Gruppe hat im Jahr 2005 ihre Verpflichtungen gegenüber den Aktionären, den Kunden, den Mitarbeitern, der Gesellschaft insgesamt und der Umwelt weiter verstärkt.

In diesem Jahr haben wir 92 Millionen Euro in den Bereich Soziale Unternehmensverantwortung investiert. Diese Investitionen erfolgen unter denselben Gesichtspunkten wie alle anderen Investitionen.

Wir konzentrieren uns auch weiterhin auf die akademische Ausbildung, die für uns der beste Weg ist, zum sozialen und wirtschaftlichen Fortschritt der Länder, in denen wir tätig sind, beizutragen. Wir haben Vereinbarungen zur Förderung von Ausbildung und Forschung mit 507 Universitäten in elf Ländern getroffen. Am Portal Universia nehmen 985 Universitäten teil.

Grupo Santander City

Der neue Geschäftssitz der Bank in Boadilla del Monte (Madrid), Grupo Santander City, ist nun voll in Betrieb und zu einem Treffpunkt für Führungskräfte und Mitarbeiter der Gruppe geworden. Dies trägt zur Stärkung unserer globalen Ausrichtung bei.

21.500 Menschen haben in den Ländern, in denen wir tätig sind, das Ausbildungszentrum von Santander durchlaufen. Dies stärkt die Integration, fördert den Austausch der besten Geschäftspraktiken und die Verbreitung der Werte und Kultur des Unternehmens.

Die Zukunft

Derzeit besteht für den Bankensektor ein günstiges Konjunkturmilieu. Es ist also genau der richtige Moment, um die Bilanz zu stärken, die Effektivität zu erhöhen und unsere Gruppe so auszurichten, dass sie erfolgreich auf mögliche Änderungen der internationalen Lage reagieren kann.

Unsere Aufgabe und Verpflichtung ist es, für die Zukunft der Gruppe zu arbeiten. Wir haben großes Vertrauen in diese Zukunft und stützen uns dabei auf:

Das Jahr 2006
wird ebenfalls
ein gutes Jahr
für die
Grupo
Santander
werden.

- unsere wichtigsten laufenden Umsätze, die auf einem erprobten und erfolgreichen Modell für Retail Banking beruhen;
- die Diversifikation unsererer Aktivitäten in zahlreichen Ländern;
- einen großen Kundenbestand - 66 Millionen Menschen;
- eine Position in Märkten und Segmenten mit einem hohen Wachstumspotenzial;
- die Fähigkeit in Bezug auf Produkte, Dienstleistungen und Technologieplattformen die Vorteile einer großen internationalen Gruppe zu nutzen.

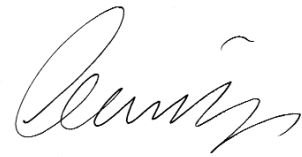
Aufgrund der sehr günstigen Perspektiven für unsere Geschäftstätigkeit in Europa und Lateinamerika wird auch das Jahr 2006 ein gutes Jahr für die Grupo Santander werden.

In den vergangenen 20 Jahren haben sich unsere Börsenkapitalisierung um den 68-fachen Wert und unser laufender Gewinn um den 50-fachen Wert erhöht. Wir werden diesen Weg fortsetzen und den Platz von Santander unter den besten und größten Banken der Welt festigen.

Wir verfügen über ein exzellentes Team an Mitarbeitern, die hervorragend ausgebildet und motiviert sind. Unsere Mitarbeiter sind beruflich erfolgreich und können an den besten Weiterbildungsprogrammen teilnehmen.

Ich bedanke mich bei den 129.000 Mitarbeitern der Gruppe für ihren Einsatz und ihre Bemühungen.

Liebe Aktionäre, wir alle hoffen, dass wir auch weiterhin auf Ihr Vertrauen und Ihre Unterstützung zählen können.



Emilio Botín
Präsident

„Die Grupo Santander hat ein gesundes, geografisch ausgeglichenes und nachhaltiges Wachstum erzielt.“

Alfredo Sáenz
Zweiter stellvertretender Vorsitzender und CEO

 Santander



Sar





Brief des CEO

Im Jahr 2005 hat die Grupo Santander weitere Schritte zur Konsolidierung ihrer globalen Führungsposition im Retail Banking unternommen.

Die guten Ergebnisse der Gruppe beruhen auf einem beträchtlichen Wachstum der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, einer strikten Kostenkontrolle und einer exzellenten Kreditqualität.

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre

Die Santander-Aktie hat ihren Aktionären im Jahr 2005 eine Gesamttrendite, einschließlich des Aktienpreises und der Dividende, von 26 % eingebracht, gegenüber den 21 % des spanischen Marktes. Im Vergleich mit anderen weltweit tätigen Banken wird unser Ergebnis nur von Banken übertroffen, die in großem Umfang im Investment Banking tätig sind, wo eine ungleich höhere Volatilität besteht. In diesem Jahr haben wir für unsere Aktionäre eine Wertschöpfung von 14.800 Millionen Euro erzielt.

Der zurechenbare Konzerngewinn beträgt 6.220 Millionen Euro (plus 72,5 %). Werden die außerordentlichen Nettogewinne nicht mit eingerechnet, so beträgt der zurechenbare Gewinn 5.212 Millionen Euro (plus 44,5 %). Dies spiegelt das große Potenzial von Santander im Hinblick auf laufende Gewinne wider. Zum ersten Mal sind auch die Gewinne von Abbey in der Bilanz enthalten. Diese betragen 811 Millionen Euro. Lässt man diese außer Acht, so ist der Gewinn gegenüber 2004 um 22 % auf 4.401 Millionen Euro gestiegen. Alle diese Werte sind die höchsten in der Geschichte der Gruppe.

Der Gewinn pro Aktie ist um 15 % auf 0,8351 Euro (einschließlich der Gewinnanteile) betragt die Erhöhung 37 %) gestiegen. Diese Steigerung ist wegen der anfänglichen Verwässerungswirkung aufgrund der Übernahme von Abbey im Verhältnis

zum ordentlichen Gewinn niedriger ausgefallen. Unser Plan, bei Abbey Wert zu generieren, hat jedoch unsere eigenen Erwartungen übertroffen. Wir hoffen, dass sich der Kauf ab 2007 positiv auswirkt.

2005 war ein gutes Geschäftsjahr

Im Jahr 2005 hat die Grupo Santander weitere Schritte zur Konsolidierung ihrer globalen Führungsposition im Retail Banking unternommen. Die Ausweitung unserer Geschäftstätigkeit, das Wachstum der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit, die Eingliederung von Abbey und die strategischen Initiativen zur Förderung unseres zukünftigen Wachstums waren die wichtigsten Punkte des Geschäftsjahres.

Für die Entwicklung unseres Betriebsergebnisses waren vor allem drei Punkte entscheidend: Erstens das beträchtliche Wachstum im Bereich der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit auf Grund der Ausweitung unseres Endkundengeschäftes in allen Ländern. Es handelt sich dabei um ein gesundes, geografisch ausgeglichenes und vor allem nachhaltiges Wachstum, welches auf der Stärke unserer Filialnetze und unserer Innovationsfähigkeit beruht.

Der zweite Schlüssel ist die strikte Kostenkontrolle. Dadurch konnten wir die Effizienz der wichtigsten Geschäftsbereiche der Gruppe verbessern. Dies ermöglicht es uns



auch weiterhin in die Entwicklung unserer Geschäftskapazität, speziell in Lateinamerika, zu investieren. Der dritte Schlüssel war die exzellente Kreditqualität der Gruppe. Wir mussten weniger Provisionen als 2004 zahlen und gleichzeitig haben wir unsere Forderungsausfalls- und Deckungsquote verbessert.

Darüber hinaus haben wir strategische Maßnahmen eingesetzt, um zusätzliche Verbesserungen der Effizienz und Produktivität zu erzielen und um uns neue Wege für ein zukünftiges Wachstum zu eröffnen.

Zur diesen Maßnahmen gehört die Implementierung der Technologieplattform Partenón im Filialnetz von Santander in Spanien. Dies ist eine wichtige Investition. Unser Ziel ist es nun, die Verbesserungsmöglichkeiten zu nutzen, die uns diese Plattform im Hinblick auf Kosten und Effizienz bietet. In die zweite Kategorie von Maßnahmen fallen die Schaffung von globalen Produktbereichen und das verstärkte Augenmerk auf die Globalisierung des Wholesale Banking.

Darüber hinaus haben wir im Rahmen unserer Strategie für effizienteren Kapitaleinsatz Beteiligungen ohne strategische Bedeutung veräußert, um in strategisch wichtige Geschäftsbereiche wie die Konsumfinanzierung und das Retail Banking zu investieren.

Und zum Ende des Jahres haben wir schließlich eine Vereinbarung über eine Beteiligung an der amerikanischen Sovereign Bank geschlossen.

Kontinentaleuropa: Anstieg der Einnahmen bei gleichbleibenden Kosten

Der zurechenbare Gewinn in Kontinentaleuropa beträgt 2.984 Millionen Euro, ein Plus von 38 % gegenüber 2004. In Europa demonstriert die Gruppe auch

weiterhin die Effektivität unseres Geschäftsmodells in den Industrieländern: Umsatzsteigerungen bei kontinuierlicher Effizienzverbesserung.

Insgesamt verzeichnen wir einen Anstieg der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit um 20 %, was auf Grund der Konsistenz und Diversifikation von hohem Wert ist, da alle wichtigen Geschäftsbereiche hier ein Wachstum von über 15 % erzielt haben.

In Spanien stützen sich die verbesserten Ergebnisse von Santander und Banesto auf ein entsprechendes Gleichgewicht zwischen dem Wachstum der Geschäftstätigkeit und der effizienten Steuerung der Rentabilität. Die Entwicklung in den Bereichen Hypotheken- und Unternehmenskreditvergabe, insbesondere an Mikrounternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen, war sehr günstig.

Santander Consumer Finance nimmt in Europa bereits eine herausragende Position in einem strukturell attraktiven Markt ein. Die Vergabe von Erstkrediten ist im Geschäftsjahr um 24 % gestiegen, der zugewiesene Gewinn um 46 %. Diese Entwicklung basiert auf unserer doppelten Wachstumsstrategie: Einerseits organisches Wachstum, andererseits Wachstum durch selektive Akquisitionen.

Unsere Geschäftstätigkeit in Portugal hat sich trotz des schwachen wirtschaftlichen Umfeldes 2005 ebenfalls positiv entwickelt. Das Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit ist auf Grund des Umsatzanstiegs und der Kostenkontrolle um 16 %, der zurechenbare Gewinn um 36 % gestiegen.

Von anderen Geschäftsbereichen ist insbesondere die Entwicklung von Banif hervorzuheben, die ihr Ergebnis

um 47 % und ihren zurechenbaren Gewinn um 20 % verbessern konnte.

Abbey: Die Umwandlung von einer Hypothekenbank in eine universelle Großbank

Als wir Abbey übernahmen, haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Bank wieder auf den Platz auf dem britischen Markt zu führen, der ihr auf Grund ihrer Größe und ihrem Potenzial zusteht. Um dies zu erreichen, haben wir uns für das Jahr 2005 drei grundlegende Ziele gesetzt: das Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit zu stabilisieren, die Produktivität zu verbessern und die schwerfällige Kostenstruktur zu verschlanken. In allen Bereichen haben wir unsere ursprünglichen Prognosen übertroffen.

Spiegelbildlich für diese positive Entwicklung waren das Betriebsergebnis in Höhe von 1.408 Millionen Euro und der von Abbey zum Konzernergebnis zurechenbare Gewinn von 811 Millionen Euro.

Wir verfolgen für die Zukunft ambitionierte Ziele und haben dafür einen 3-Jahres-Plan entwickelt. Ziel dieses Planes ist es, Abbey zur besten Bank im Bereich Retail Banking in Großbritannien zu machen. Wir stützen uns dabei auf ein neues Geschäftsmodell, erhöhen unsere Verkaufskapazität und arbeiten an einer neuen Technologieplattform für die Gruppe, was uns ab 2008 höhere Einsparungen ermöglicht. Wir sind bestrebt, das Franchising von Abbey auf die Geschäftsbereiche Karten, Privatkunden und Firmenkunden auszudehnen und Abbey zu einer universellen Großbank umzustrukturieren.

Dieses Wachstum soll zusammen mit einer verbesserten Effizienz und höheren Gewinnen erreicht werden. Der Plan sieht eine Kapitalrendite von ca. 20 % vor. Wir sind optimistisch im

Durch eine strikte Kostenkontrolle ist es uns gelungen, die Effizienz der wesentlichen Geschäftsbereiche der Gruppe zu verbessern. Daher sind wir in der Lage, auch weiterhin in die Entwicklung unserer Geschäftstätigkeit zu investieren.

Jahr 2007 eine Kapitalrendite zu erreichen, die über unseren Kapitalkosten liegt.

Lateinamerika: Impuls im Kundengeschäft

Das Jahr 2005 hat die positive Entwicklung im lateinamerikanischen Wirtschaftsraum in den letzten Jahren bestätigt. Das Bruttosozialprodukt ist insgesamt um 4 % gewachsen. Die Verbesserung der makroökonomischen Situation in der Region beruht auf einer orthodoxen Steuer- und Geldpolitik, die eine grundlegende Sanierung der Staatsfinanzen ermöglicht hat.

Unsere Positionierung, die in dieser Region einzigartig ist, ermöglicht uns eine beträchtliche Expansion der Geschäftstätigkeit im Kundengeschäft und ein starkes Wachstum der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit. Das Ergebnis ist um 32 % gestiegen, gerechnet in Dollar, der Leitwährung der Region. Der zurechenbare Gewinn beträgt 2.208 Millionen Dollar, und liegt somit um 21 % über dem von 2004.

In den drei für die Gruppe wichtigsten Märkten haben wir uns in diesem Jahr darauf konzentriert, das laufende Kundengeschäft zu stärken. Wir haben dabei ein beträchtliches Wachstum des Geschäftsvolumens sowie Verbesserungen bei der Kundenbindung und der Erhöhung des Kundenbestands erzielt. In Brasilien haben wir Zuwächse von 42 % im Kreditgeschäft und 24 % bei den Kundeneinlagen. Dies hat zu einem Ergebnisanstieg aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit um 43 % geführt. Der zugewiesene Gewinn beträgt 734 Millionen Dollar. In Mexiko ist das Ergebnis aus der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit um 24 % gestiegen und in Chile um 30 %. In Chile haben wir außerdem, ausgehend von einem Niveau von über 20 %, wesentlichen Marktanteil hinzugewonnen.

Auch in den anderen Ländern, in denen wir tätig sind, gab es einen starken Anstieg im Geschäftsvolumen und in den Ergebnissen.

Hervorzuheben sind vor allem Kolumbien und Venezuela sowie die fortschreitende wirtschaftliche Erholung von Argentinien.

Globale Bereiche: Nutzung von bislang ungenutzten Synergien

Wir sind dabei, die globale Integration des Wholesale Banking in den Ländern, in den wir tätig sind, zu vertiefen. Das Wholesale Banking ist von seiner Natur her ein globaler Geschäftsbereich und muss daher dementsprechend geführt werden. Wir haben in diesem Bereich eine große Chance, unsere Geschäftstätigkeit auszuweiten, da wir derzeit noch nicht das gesamte Potenzial einer international tätigen Bank ausschöpfen.

Im Jahr 2005 sind die Umsätze um 9 % gestiegen, wozu die verbesserte Betreuung unserer Firmenkunden durch unser globales Kundenbeziehungsmodell und Einnahmen im Kundengeschäft in diesen Märkten beigetragen haben.

Zusätzlich haben wir die globale Ausrichtung im Bereich Asset Management und Versicherungen verstärkt. Initiativen wie die Integration des Asset Managements, die Einrichtung der Global Insurance Unit sowie die Ausweitung der Aktivitäten von Optimal, unseres Spezialisten in alternativem Fondsmanagement, entsprechen diesem Ziel. Im Jahr 2005 betragen die Gesamteinnahmen aus dem Fonds- und Versicherungsgeschäft 3.696 Millionen Euro, eine Erhöhung von 63 % gegenüber 2004. Diese Einnahmen sind aufgrund ihres Volumens und ihrer Beschaffenheit - es handelt sich um wiederkehrende Einnahmen mit hohen Erträgen und geringer Volatilität - sehr bedeutend.



Schließlich gab es im globalen Kartengeschäft eine Expansion zu verzeichnen: Das auf nur einem Produkt beruhende Geschäftsmodell wurde mit Erfolg in Mexiko und anderen Ländern in Lateinamerika und Europa, eingeführt, insbesondere in Spanien und in Großbritannien, wo wir aufgrund unserer Position große Wachstumschancen haben.

Verbesserungsmöglichkeiten

Obwohl das Jahr 2005 ein sehr gutes war, gibt es natürlich wie in jedem Geschäftsjahr Punkte, die es zu verbessern gilt. Meiner Meinung nach müssen wir uns 2006 verstärkt mit folgenden Themen auseinandersetzen:

- Die globale Integration der Bank in einer globalisierten Weltwirtschaft voranzutreiben. Ansonsten sind wir nicht in der Lage, alle Möglichkeiten auszuschöpfen, die uns die zunehmend globalen Märkte bei den Einnahmen und in Bezug auf Kosteneinsparungen durch Expansion bieten. Wir sind dabei, die globale Ausrichtung, die zum Beispiel in den Bereichen Wholesale Banking, Asset Management und Consumer Banking offensichtlich ist, auch auf andere Geschäftsbereiche (Karten, Versicherungen, etc.) und auf verschiedene Supportbereiche wie Technology and Operations auszudehnen, indem wir produktspezifische „Fabrikationsstätten“ einrichten.
- Effizienter zu sein. In den vergangenen Jahren haben wir die Effizienz der Gruppe verbessert. Trotzdem besteht noch ein beträchtlicher Spielraum in den Bereichen, in denen wir bisher in die Geschäftskapazität investiert haben und die sich jetzt im Hinblick auf die Kosten verbessern müssen.
- Die Kundenbetreuung zu verbessern, vor allem in den ausgereiften Märkten. In einem Umfeld, in dem

der Wettbewerb ständig zunimmt, ist es notwendig, den Kunden ins Zentrum der Organisation zu stellen.

Wachstumsfördernde Faktoren

Die Weltwirtschaft hat im Jahr 2005 stark zugelegt und ist zu Beginn des Jahres 2006 durch starkes Wachstum oder wirtschaftliche Verbesserungen gekennzeichnet. Die Situation für die Banken ist günstig. Wir dürfen jedoch nicht vergessen, dass die Weltwirtschaft seit mehr als zehn Jahren fast ununterbrochen stark gewachsen ist. Eine Absenkung der Zinssätze hat zu einer starken Expansion der Kreditgeschäfte und der Bankengeschäfte sowohl beim Retail Banking als auch beim Wholesale Banking geführt. Aufgrund der vorhandenen Ungleichgewichte in der Weltwirtschaft bestehen jedoch potenzielle Risiken. Die Wirtschaft verläuft zyklisch und wir müssen auf Veränderungen der makroökonomischen Situation vorbereitet sein.

Wir expandieren durch Strukturmaßnahmen und nicht auf der Grundlage eines zyklischen Wachstums des Marktes. Ich glaube, dass Santander eine hervorragende Investition für die Zukunft ist. Es gibt sieben Faktoren, die uns in den nächsten fünf Jahren ein strukturiertes Wachstum ermöglichen werden:

- 1) In den ausgereiften Märkten, in denen wir eine Intensivierung des Wettbewerbs erwarten, sind nur die effizientesten Banken in der Lage, nachhaltig zu wachsen. Unsere Strategie der Erhöhung der Einnahmen bei konstanten Kosten, die auf unserem technologischen Vorteil beruht, bietet uns die Möglichkeit von Kosteneinsparungen und einer Verbesserung unserer Effizienz.
- 2) Die Globalisierung bietet eine große Chance für die Schwellenländer. Die

Grupo Santander ist dort aufgrund unserer starken Position in Lateinamerika sehr gut vertreten, was zu einem strukturellen Wachstum der Gruppe beitragen kann.

3) Abbey bietet uns eine weitere Wachstumschance. Durch die Implementierung der gleichen Technologieplattform wie in Spanien können wir die Kosteneffizienz drastisch verbessern und somit die Gewinne erhöhen. Durch diese Maßnahme können wir mittelfristig Effizienzverbesserungen erreichen.

4) Die Amerikanisierung des globalen Konsumenten ist strukturbedingt. Die niedrigen Zinssätze haben zu einer soliden Expansion in diesem Geschäftsbereich geführt. Santander Consumer Finance ist in diesem Segment europäischer Marktführer und wir werden diesen Bereich weiter stärken.

5) Die Entwicklung des globalen Wholesale Banking auf Grundlage von hauptsächlich lokalen Banken. Dies ermöglicht uns Einsparungen im Produkt-Know-how und bei den Kosten sowie eine effizientere Geschäftsbeziehung mit großen Unternehmenskunden.

6) Die Chance von globalen Synergien nutzen. Die bessere Integration der Supportbereiche ermöglicht unternehmensweite Kostensynergien. Außerdem müssen wir Integration und Globalisierung der verschiedenen Geschäftsmodelle zur Verbesserung der Produktivität und Effizienz vorantreiben.

7) Umschichtung von Kapital aus Bereichen ohne strategische Bedeutung in Schlüsselbereiche der Bank wie Consumer Banking und Commercial Banking durch organische und nicht organische Maßnahmen unter Beibehaltung einer starken Kapitaldisziplin.

Im Jahr 2006 konzentrieren wir uns auf eine Beschleunigung der globalen Integration, die Verbesserung der Qualität von Dienstleistungen und der Effizienz.

Diese sieben Faktoren führen zu einem strukturierten Gewinnwachstum der Gruppe und unterliegen nicht den Schwankungen wirtschaftlicher Zyklen. Unserer Meinung nach bilden sie den größten Vorteil gegenüber anderen Banken und führen mittelfristig zu einer beständigen und nachhaltigen Steigerung des Gewinns pro Aktie.

Perspektiven und Prioritäten im Jahr 2006

2006 konzentriert sich die Geschäftsführung der Gruppe darauf, unsere Möglichkeiten, laufende Einnahmen zu erzielen, vollständig auszuschöpfen und die Effizienz des operativen Geschäfts zu verbessern. Zu diesem Zweck werden wir auch weiterhin in Technologie und in die Verbesserung und Ausweitung unserer Filialnetze investieren. Dabei werden wir ein strenges Augenmerk auf die Kostenkontrolle und die Kreditqualität legen.

In Europa setzen wir auf die Erhöhung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit. Dazu soll die bereits in ganz Spanien verfügbare Plattform Partenón beitragen, die derzeit auch in Portugal, in Großbritannien und bei Santander Consumer Finance implementiert wird. Das Santander-Netzwerk konzentriert sich auf Grundlage des neuen Plans „Wir möchten deine Bank sein“ auf die Akquise von Neukunden und die Kundenbindung im Privatkundenbereich. Bei Abbey soll die begonnene Umstrukturierung zu einer Verbesserung der Geschäftstätigkeit und einer Erhöhung der Einnahmen sowie zu neuerlichen Kosteneinsparungen führen. In Lateinamerika werden wir von den in den vergangenen Jahren im Zuge der Expansion der Geschäftstätigkeit getätigten Investitionen profitieren.

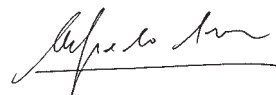
Das Segment Consumer Banking wird aufgrund der durch unsere jüngsten

Akquisitionen verbesserten Durchdringung des Marktes und der in einigen Ländern erreichten kritischen Masse stark weiterwachsen. Schließlich setzen wir auf eine starke Entwicklung beim selektiven Wholesale Banking in den Märkten, in denen wir tätig sind.

Die Gruppe überprüft jährlich ihren Geschäftsplan, um alle Geschäftsbereiche zu stärken und Steigerungen zu erzielen. Derzeit aktuell ist der Plan i06-i08. Zur Sicherstellung des zukünftigen Wachstums überprüfen wir die Herausforderungen und Chancen in jedem Geschäftsbereich und Markt. In der Praxis bedeutet dies eine ständige Überprüfung der Projekte und Tätigkeiten auf neue Geschäftschancen und Verbesserungen der Leistungsfähigkeit.

Um diese ambitionierten Ziele zu erreichen, setzt Santander auf ein exzellentes Team von Mitarbeitern mit hoher Fachkompetenz und Motivation, die sich kontinuierlich verbessern und weiterbilden.

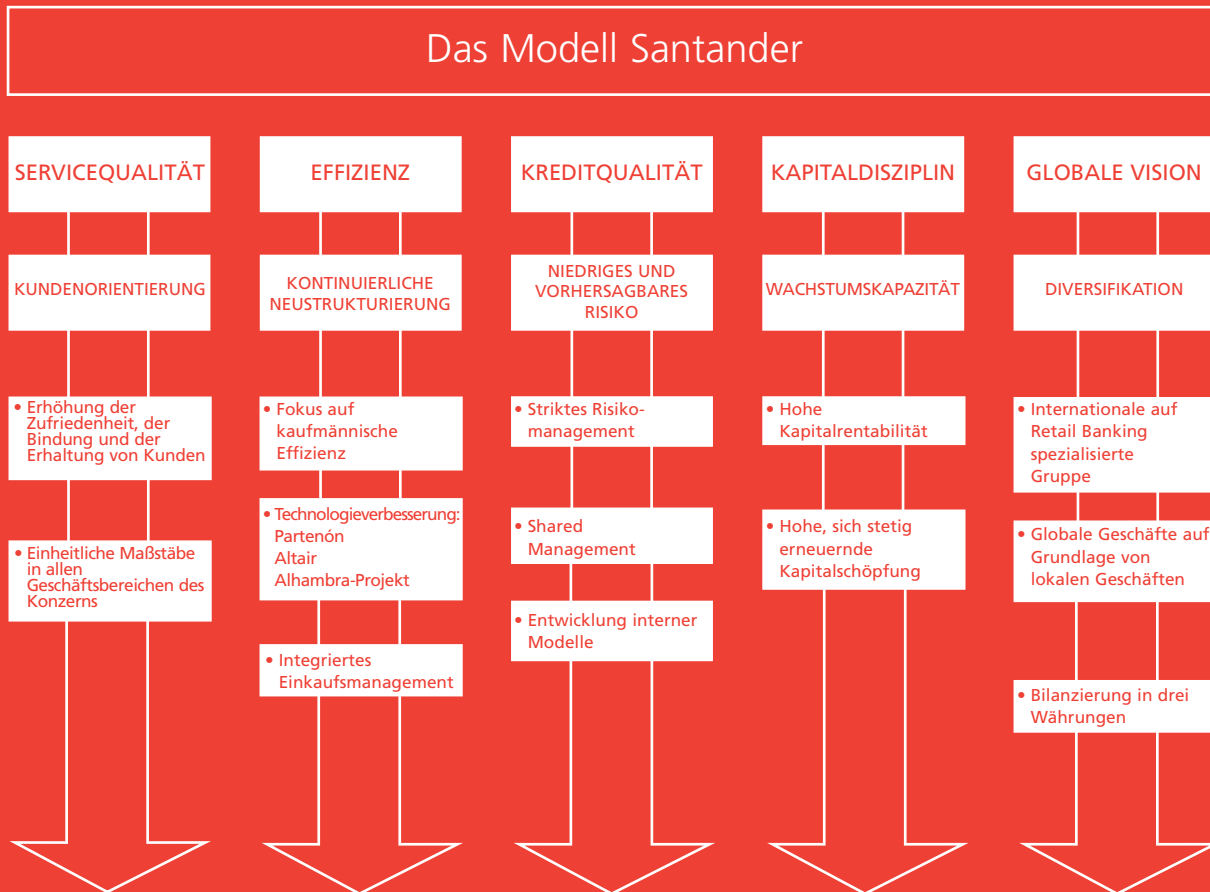
Wir vertrauen darauf, dass auch das Jahr 2006 wieder ein exzellentes Jahr für Santander wird, und wir in der Lage sind, die Wertschöpfung für unsere Aktionäre zu erhöhen. Alle Mitarbeiter der Gruppe werden sich dafür einsetzen, dieses Ziel zu erreichen.



Alfredo Sáenz

Zweiter stellvertretender Vorsitzender und Chief Executive Officer

Das Modell Santander ermöglicht die Umstellung von einer „multilokalen“ zu einer integralen und weltweit tätigen Bank.





Das Modell Santander

Santander vereint die Vorherrschaft im Retail Banking in den lokalen Märkten mit starken global ausgerichteten Kapazitäten.

Kundenorientiertes Management führt zu einer guten Kundenbeziehung und einer starken Kundenbindung - dies ist unsere strategische Priorität.



Zweigstelle der Bank Santander in Madrid, Spanien.

Das Modell Santander hat hervorragende Resultate gebracht, wie die im vergangenen Jahr erfolgte Eingliederung von Abbey in die Gruppe, ein substantielles Wachstum in allen Geschäftsbereichen in Kontinentaleuropa und die Stärkung der Position der Grupo Santander in den lateinamerikanischen Märkten.

Gestützt auf die Kundennähe der lokalen Handelsbanken treiben wir die globale Entwicklung von bestimmten Geschäftsbereichen voran. Global geführte Geschäftsbereiche, bieten globale Dienstleistungen an, die Synergien, beste Geschäftspraktiken und Wettbewerbsvorteile im internationalen Umfeld nutzen.

Das Modell Santander hat fünf Säulen:

- eine Strategie, deren Priorität in der Kundenorientierung liegt und eine starke Kundenbeziehung und Kundenbindung aufgrund einer verbesserten Servicequalität ermöglicht;
- Effizienz, die sowohl auf einer strengen Kostendisziplin als auch auf einer erstklassigen globalen Technologie beruht;
- Kreditqualität auf Grundlage von eigenen internen Risikomodellen, die ihrerseits auf einer globalen Risikostrategie beruhen;

- Kapitaldisziplin im Zuge derer die entsprechenden Mittel nur für Geschäfte mit den besten Rentabilitätschancen eingesetzt werden;
- eine globale Vision: Globale Kapazitäten und eine gemeinsame Unternehmenspolitik in Verbindung mit einem Management vor Ort.

Dieses Modell ermöglicht der Bank ein großes Wachstumspotenzial in unseren wichtigsten Geschäftsbereichen:

- Retail Banking in Kontinentaleuropa;
- Retail Banking bei Abbey;
- Retail Banking in Lateinamerika;
- Asset Management und Versicherungen;
- Globales Wholesale Banking.

Auf internationalem Niveau bedeutet das Modell Santander außerdem:

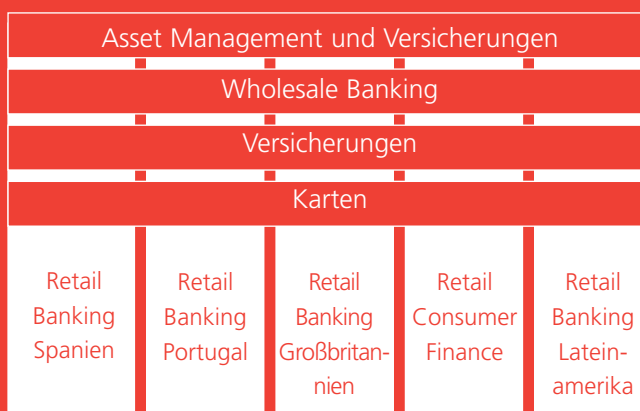
- Globale Synergien, die die Umstellung von einer „multilokalen“ zu einer integralen und weltweit tätigen Bankgruppe ermöglichen;
- die Umstrukturierung von Kapital durch Verkäufe im Unternehmensbereich und Investitionen im Bankengeschäft.

Das Modell stützt sich dabei auf ein Team von 129.000 Mitarbeitern weltweit.

„Keine Bank verfügt über ein besser entwickeltes Retail Banking als Santander.“

Euromoney im Juli 2005

Globale Geschäftstätigkeit gestützt auf lokale Aktivitäten



Aufschlüsselung des zurechenbaren Gewinnes nach Regionen:

Kontinentaleuropa	54 %
Großbritannien (Abbey)	14 %
Lateinamerika	32 %

Aufschlüsselung des Ergebnisses vor Steuern nach Geschäftsbereichen:

Retail Banking	78 %
Globales Wholesale Banking	13 %
Asset Management und Versicherungen	9 %



Unsere Geschäftstätigkeit

Die „Beste Bank der Welt“ (laut Euromoney) übertrifft ihre Ziele für 2005 und erzielt einen Gewinn von 6.220 Millionen Euro.

Im Juli 2005 wählte das Fachmagazin Euromoney Santander zur besten Bank der Welt. Zum ersten Mal hat eine spanische Bank diese wichtige Auszeichnung erhalten. Damit werden das herausragende Wachstum der Gruppe in den zurückliegenden zwanzig Jahren und die gute Strategie gewürdigt, im Zuge derer im vergangenen Jahr die Übernahme von Abbey erfolgte.



Matías Rodríguez Inciarte
Dritter stellvertretender Vorsitzender

Die Würdigung durch die führende Zeitschrift im Bereich Banken und internationale Finanzmärkte erfolgt in einem Jahr, in dem Santander einen zurechenbaren Gewinn in Höhe von 6.220 Millionen Euro erzielt hat, was einer Steigerung von 72,5 % gegenüber dem vergangenen Geschäftsjahr entspricht.

In diesem Geschäftsjahr hat die Weltwirtschaft ein weiteres Wachstum um ca. 4 % erfahren, obwohl infolge des gestiegenen Ölpreises in den zurückliegenden Monaten größere Unsicherheit herrschte.

In diesem Umfeld hat Santander seine Strategie eines organischen Wachstums in seinen traditionellen Märkten beibehalten. Die Gruppe hat die wirtschaftliche und operative Effizienz aufgrund ihrer Technologie, ihres Kundenmodells und ihrer zunehmenden globalen Kapazitäten, die grenzüberschreitende Synergien ermöglichen und der Gruppe neue Wachstumsmöglichkeiten bieten, verbessert.

Die hervorragenden Ergebnisse des Jahres 2005 beruhen auf allen Geschäftsbereichen der Gruppe, die nachhaltig gewachsen sind, obwohl der Fokus auch weiterhin auf dem Retail Banking ruht, mit dem 84 % der Einnahmen des operativen Bereiches und 78 % des Ergebnisses vor Steuern erzielt werden.

Die hohe Kreditqualität spiegelt sich in der geringen Forderungsausfallrate (0,89 %) wider. Auch Wirtschaftlichkeit und Kapitalrendite haben sich wesentlich verbessert.

Unsere gewöhnlichen zurechenbaren Erträge, abzüglich des Wertzuwachses aus dem Verkauf von nicht strategischen Beteiligungen, sind dank des starken Wachstums unserer laufenden Einnahmen in Kontinentaleuropa, der Dynamik des Kundengeschäfts in Lateinamerika und dem Beitrag von Abbey, die in ihrem ersten Jahr der Gruppenzugehörigkeit einen zurechenbaren Gewinn von 811 Millionen Euro erzielt hat, um 45 % gestiegen.



Euro-Zone

Santander hat seinen Platz als führende Retail-Bank in der Euro-Zone gefestigt.

Santander ist klarer Marktführer in Spanien, nach Gewinnen gerechnet die zweitgrößte Bank im Privatsektor in Portugal und Marktführer in Europa im Bereich Consumer Banking, mit hohen Marktanteilen in Spanien, Portugal, Deutschland, Polen und Norwegen.

In Kontinentaleuropa ist Santander im Retail Banking sowie im Consumer Banking in elf Ländern vertreten, insbesondere in Spanien, Portugal, Deutschland, Polen und Norwegen.

Dazu kommen die globalen Bereiche Asset Management und Versicherungen und das Global Wholesale Banking.

Während des Geschäftsjahres 2005 gab es in Kontinentaleuropa, wo 54 % der zurechenbaren Gewinne im operativen Bereich der Gruppe erwirtschaftet werden, ein beträchtliches Wachstum bei den Einnahmen aufgrund der guten Entwicklung im Verhältnis Einnahmen/Kosten. Das Kostenniveau ist fast gleich geblieben. Aufgrund der hohen Risikoqualität und der Anwendung von IFRS (Internationale Rechnungslegungsvorschriften) wurden geringere Rückstellungen für Kreditausfälle benötigt.

Aus diesem Grund ist der zurechenbare Gewinn auf 2.984 Millionen Euro gestiegen, was eine Erhöhung von 38,2 % gegenüber dem Jahr 2004 bedeutet. Dieses Ergebnis beruht auf der Geschäftstätigkeit in den Bereichen Retail Banking, Asset Management und Wholesale Banking.

Spanien

Santander-Netzwerk

Das Santander-Netzwerk in Spanien erlebte ein außergewöhnlich gutes Jahr. Es wurden neue und innovative Produkte eingeführt, beispielsweise die Hypothek Super Revolución oder die Kampagne zur direkten Einzahlung von Lohn- oder Gehaltszahlungen auf ein spezielles Konto für besondere

Verwendungsmöglichkeiten wie Telefon-, Gas- und Elektrizitätskosten.

Hervorzuheben ist vor allem der Abschluss von 70.000 neuen Hypotheken im Wert von 11.500 Millionen Euro, ein Erfolg, der auf die neue Hypothek Super Revolución zurückzuführen ist. Dieses Produkt, mit dem jungen Menschen der Zugang zu einem eigenen Zuhause erleichtert werden soll, verfügt über eine lange Laufzeit und einen festen Zinssatz während der ersten fünf Jahre.

Inzwischen wurde die Implementierung von Partenón in allen Zweigstellen von Santander in Spanien abgeschlossen. Dies hat zu einer verbesserten Effizienz und Servicequalität und in der Folge zu Vertrauensbildung und zu neuen Kunden geführt.

Banesto

Banesto hat alle seine Ziele in punkto Effizienz, Wirtschaftlichkeit und Marktanteil, die im Plan 2004+2 vorgesehen waren, bereits ein Jahr früher erreicht.

Produkte wie Banesto Selección, eine neue Dienstleistung im Bereich Bestandsverwaltung und elektronische Abrechnung, haben sich neuerlich durch ihren hohen zusätzlichen Wert für Unternehmen und Privatkunden ausgezeichnet.

Sowohl Banesto als auch Santander bereiten sich derzeit durch Diversifikation in Richtung anderer Marktsegmente mit großem Wachstumspotenzial wie Konsumkredit, kleine und mittlere Unternehmen und Karten auf eine mögliche Abschwächung des spanischen Hypothekenmarktes vor.

Banif

Banif bietet höchste Qualität im Private Banking und legt dabei besonderes Augenmerk darauf, maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. Im Jahr 2005 wurde sowohl in der Geschäftstätigkeit als auch im Ergebnis ein beträchtlicher Zuwachs verzeichnet. Entsprechend der Strategie, durch die Nähe zum Kunden auch als sein Finanzberater tätig zu werden, plant Banif für 2006 die Eröffnung neuer Zweigstellen.

Portugal

In Portugal hat es Santander Totta durch ein beträchtliches Wachstum in Bereichen wie Hypotheken, Versicherungen und Karten geschafft, den Gewinn innerhalb von vier Jahren zu verdoppeln und den zweiten Platz im Bereich Private Banking zu erreichen. Die hervorragende Entwicklung der Bank ist umso bemerkenswerter, als sie in einem Umfeld mit niedrigerem wirtschaftlichem Wachstum erfolgt ist.

Die Produkte Crédito Habitacao, Super Tranquilo, Crédito Automóvel Super Tranquilo und die Cartao Premium Travel sind sehr gut aufgenommen worden.

Santander Consumer Finance

Der Bereich Konsumfinanzierung in Europa erfolgt über Santander Consumer Finance, die in elf europäischen Ländern tätig ist: Spanien, Portugal, Deutschland, Italien, Österreich, Tschechische Republik, Polen, Ungarn, Norwegen, den Niederlanden und Schweden.



Enrique García Candelas
Generaldirektor
Abteilung Retail Banking



Ana P. Botín
Vorsitzende
Banesto



Juan Rodríguez Inciarte
Generaldirektor
Abteilung Europa und Consumer
Finance



Antonio Horta Osorio
Vorsitzender
Santander Totta



Javier Marín
CEO
Banif

	Santander Netzwerk	Banesto	Santander Consumer Finance	Santander Totta	Banif
Millionen Euro					
Kunden (Millionen)	7,6	2,3	7,7	1,8	0,1
Zweigstellen (Zahl)	2.669	1.703	267	693	42
Kreditvolumen*	92.145	49.973	30.008	25.861	2.130
Kundeneinlagen	97.627	71.231	18.868	26.613	24.400***
Betriebsergebnis	2.101	1.140	1.073	498	61
Zurechenbarer Gewinn	1.285	498	487	345	24
Effizienz**	44,0%	42,6%	33,9%	49,4%	54,6%

(*) Abzüglich Verbriefungswirkung

(**) Einschließlich Abschreibungen

(***) Umfasst alle verwalteten Aktiva, einschließlich der deponierten Werte

In Spanien, Deutschland und Italien werden 90 % der Einlagen verwaltet, die insgesamt 31.849 Millionen Euro betragen.

Im Jahr 2005 verstärkte Santander Consumer Finance seine Präsenz auf dem europäischen Markt durch ein starkes organisches Wachstum, der hundertprozentigen Übernahme der norwegischen Bankia Bank sowie einer 50,001-prozentigen Beteiligung an der portugiesischen Interbanco im Wert von 118 Millionen Euro.

Durch die Beteiligung an Interbanco hat Santander Consumer Finance die Marktführerschaft im Bereich Kfz-Finanzierung in Portugal mit einem Marktanteil von ungefähr 13 % bei Neuwagenfinanzierung übernommen.

Seit August 2005 ist Santander Consumer Finance durch die

neugeschaffene Geschäftseinheit Santander Consumer Finance UK auch in Großbritannien vertreten. Für den Anfang befasst sich diese Geschäftseinheit ausschließlich mit der Finanzierung von Automobilen. In den nächsten fünf Jahren soll die Einheit zu einer der drei führenden Firmen auf dem britischen Markt werden, dem nach Konsumkreditvolumen größten Markt in Europa.

Hervorzuheben sind auch die Kampagne zur Neugewinnung von Einlagen in Italien und der Neustart der Direktbankingeinheit Openbank in Spanien.

Openbank verfügt über ein umfassendes Produktangebot, 338.000 Kunden und verwaltet Einlagen in Höhe von 5.400 Millionen Euro.





Pfund Sterling-Zone

Abbey trägt 555 Millionen Pfund zum Konzerngewinn bei.

Innerhalb von nur einem Jahr nach ihrem Erwerb hat Abbey ihre Prognosen in Bezug auf Kostenreduzierung, Stabilisierung der Einnahmen und ihre Neustrukturierung bereits übertroffen. Auf Grundlage der Technologieplattform Partenón und des Geschäftsmodells von Santander verfügt Abbey über das Potenzial, zur größten Retail-Bank in Großbritannien zu werden.

Im Jahr 2005 sind die ersten Schritte zur Positionierung von Abbey erfolgt. Das Hypothekengeschäft, ihre traditionelle Stärke, ist gegenüber dem Vorjahr um 10 % und somit stärker als bei ihren wichtigsten Mitbewerbern gewachsen. Es wurden zwei neue Produkte angeboten: Zum einen Flexible Plus Mortgage Deal for Life, das flexible Rückzahlungsquoten anbietet, bei denen Zahlungen erhöht, reduziert oder hinausgeschoben werden können. Zum anderen No Fee Mortgage, die einen gebührenfreien Hypothekenwechsel zu Abbey ermöglicht. Beide Produkte werden sowohl über die Zweigstellen der Bank als auch über Cahoot, die Internetbank von Abbey, vertrieben.

In den neuen Geschäftsbereichen, in denen Abbey bestrebt ist, ihre Position zu verbessern, wurde im Oktober ein für den britischen Markt revolutionäres neues Produkt eingeführt: ein gebührenfreies Nummernkonto mit einem effektiven Zinssatz in Höhe von 6 % während zwölf Monaten.

Diese Initiativen haben zusammen mit einer verbesserten Effizienz zu einem Gewinn von 555 Millionen Pfund - 811 Millionen Euro - geführt.

Der im Oktober vorgestellte 3-Jahres-Plan sieht für Bereiche wie das Hypothekengeschäft, in denen Abbey bereits über eine entsprechende Position verfügt, eine Konsolidierung des Marktanteils und in anderen Marktsegmenten die Umstrukturierung zu einer universell tätigen Geschäftsbank mit einem umfangreichen Angebot von Produkten und Dienstleistungen vor.

Unser Ziel ist es, Abbey zur besten Retail-Bank in Großbritannien zu machen:

- die Beste sowohl für die Kunden als auch für die Mitarbeiter.
- die effizienteste und rentabelste.

Die wesentlichen Grundlagen um dieses Ziel zu erreichen sind:

- Servicequalität
- Cross Selling
- die Kundenbindung
- Effizienz

Die Implementierung der Technologieplattform Partenón erlaubt ständige Verbesserungen bei den Kosten, reduziert die Größe des Back und Middle Office, verbessert die Produktivität der Zweigstellen und reduziert die Ausgaben für IT. Partenón verbessert die wirtschaftliche Effizienz und das Wissen über Kunden und wird uns gegenüber den Wettbewerbern in Großbritannien einen strukturellen Wettbewerbsvorteil bieten

Die Verbesserung der Vertriebskapazität spiegelt sich im Jahr 2005 im Bruttowachstum bei den Hypotheken, der Neuveranlagung von Ersparnissen und den Konsumentenkrediten wider.





Von links nach rechts: Jorge Morán, Lord Burns und Francisco Gómez Roldán: COO, Vorsitzender und CEO von Abbey



Francisco Gómez Roldán
CEO von Abbey

2004

Als wir die Übernahme ankündigten, haben wir uns dazu verpflichtet:

- die Kosten in drei Jahren um 300 Millionen Pfund zu reduzieren;
- die Einnahmen 2005 zu stabilisieren und sie bis 2007 um 150 Millionen Pfund zu steigern;
- die Bank neu zu positionieren.

2005

In diesem Jahr haben wir:

- die Kosten um 224 Millionen Pfund reduziert (75 % des auf drei Jahre festgelegten Ziels);
- die laufenden Einnahmen um 4 % erhöht;
- die Bank neu positioniert: neue Corporate Identity, exzellentes Managementteam, kommerzielle Ausrichtung.

2006 bis 2008

Drei-Jahres-Plan:

- die Umwandlung von einer Hypothekenbank in eine universell tätige Großbank;
- den Umsatz in drei Jahren insgesamt zwischen 5 und 10 % zu erhöhen;
- die Wirtschaftlichkeit ständig zu verbessern und schließlich eine Wirtschaftlichkeitsrate von 45 % zu erreichen;
- ein ROE von 18 %;
- die Deckung der Kapitalkosten im Jahr 2007.

Abbey in Zahlen

Millionen Pfund

Kunden (Millionen)	18,3
Zweigstellen (Anzahl)	712
Kreditvolumen	117.732
Kundeneinlagen	155.609
Betriebsergebnis	963
Zurechenbarer Gewinn	555
Effizienz*	63,2 %

(*) Einschließlich Abschreibungen



Dollar-Zone

Santander erzielte in Lateinamerika ein starkes Wachstum im Kundengeschäft.

Santander der größte Finanzdienstleister von Lateinamerika hat auf Grund eines starken Impulses in seiner Geschäftstätigkeit und der Fokussierung der Gruppe auf jene Geschäftsbereiche und Länder, die Priorität genießen, ein exzellentes Ergebnis erzielt.

Das Umfeld in Lateinamerika war im Jahr 2005 auf Grund eines Wirtschaftswachstums von 4% günstig. Ziel der Wirtschaftspolitik der wichtigsten Länder der Region war es, die Inflation zu kontrollieren und eine nachhaltige Entwicklung zu erzielen.

In Lateinamerika ist das Geschäftsmodell der Gruppe am Kunden orientiert und stützt sich dabei auf die Technologie. Die Ergebnisse zeigen einen starken Anstieg im Retail Banking. Die Kredite und Kundeneinlagen sind in Brasilien, Mexiko und Chile im Schnitt um über 20 % angewachsen.

Santander ist optimal positioniert, um eine Wertschöpfung in einer Region zu erzielen, die dank ihres Marktes von 450 Millionen Menschen und einer relativ geringen Bankendichte über ein hohes Entwicklungspotenzial verfügt.

Das Management stützt sich dabei auf acht Richtlinien:

1. Organisches Wachstum, Erhöhung der Bankendichte in der Region;
2. Wachstums- und Vertriebskultur: Fokussierung auf Kleinkunden, globale Produkte (Zahlungsmittel, Außenhandel, Transaktionengeschäft, Fonds und Versicherungen), die je nach Land und Kunden, für die sie angeboten werden, stark segmentiert sind;

3. Effizienz und wirtschaftliche Leistungsfähigkeit: Festlegung von Zielen zur Steigerung des Umsatzes;
4. Risikoprognosemanagement: Verwendung von neuen Technologien und Werkzeugen im Bereich Risikomanagement;
5. Technologische Effizienz und Kostendisziplin: Abschluss der Implementierung des neuen Technologieplanes (Altair) und weitere Investitionen in Technologie;
6. Humankapital: Verbesserung der Ausbildung in allen Bereichen;
7. Marke Santander: einzige Marke ab 2007;
8. Kapitalstärke und Finanzdisziplin: Kapitalquote nach Basel II über den Mindeststandards.

Brasilien

Der wirtschaftliche Schub und die Konzentration auf das Kundengeschäft haben bei Santander Banespa zu einem beträchtlichen Wachstum geführt. Das Kreditgeschäft ist in diesem Jahr um 42 % gewachsen, die Kundeneinlagen und die Veranlagung in Anlagenfonds sind jeweils um 24 % gestiegen. Das Ergebnis ist um 33 % gestiegen und der zurechenbare Gewinn betrug 734 Millionen Dollar.

Die erfolgreichsten Produkte in diesem Jahr waren der Credito Prestamista und die Tarjeta Platinum.





Francisco Luzón
Geschäftsführender Vorstand und
Generaldirektor Abteilung Amerika



Gabriel Jaramillo
Vorsitzender
Santander Banespa



Marcos Martínez
CEO
Santander Serfin



Mauricio Larraín
Vorsitzender
Santander Santiago

Millionen Dollar	Santander Banespa	Santander Serfin	Santander Santiago
Kunden (Millionen)*	7,1	9,4	2,9
Zweigstellen (Anzahl)	1.897	1.005	401
Kreditvolumen	12.584	15.616	17.657
Kundeneinlagen	29.494	42.690	30.221
Betriebsergebnis	1.524	816	742
Zurechenbarer Gewinn	734	468	420
Effizienz**	52,5 %	54,1 %	45,4 %

(*) Kunden im Commercial Banking und Teilnehmer an Pensionsplänen

(**) Einschließlich Abschreibungen

Die Implementierung neuer Technologien, die Prozesse, Strukturen und wirtschaftliche Kapazitäten modernisiert, und reife Wachstumsprojekte, die 2004 und 2005 begonnen wurden (Zahlungsmittel, Insurance Banking, Consumer Banking, etc.) werden in einem Land, das sich in einer Phase der Expansion befindetet, zusätzliche Wertschöpfung erzielen.

Mexiko

Die dynamische Wirtschaft spiegelte sich in einem starken Wachstum bei den Spareinlagen wider, die aufgrund des starken Zuwachses bei den Anlagenfonds und den privaten Spareinlagen um 21 % gestiegen sind.

Das Kreditgeschäft ist um 35 % gewachsen.

Die Einlagen sind um 23 % gestiegen, wozu vor allem das Produkt Nómina beigetragen hat.

Der zurechenbare Gewinn ist um 16 % auf 468 Millionen Dollar gewachsen.

Chile

In Chile hat Santander dank der günstigen Entwicklung der Einnahmen und Kosten ein beträchtliches Wachstum im Finanzierungsgeschäft erzielt, mit einer Gewinnzunahme von über 45 %. Santander ist Marktführer in Chile. Die Chancen für weiteres Wachstum in einem sehr dynamischen wirtschaftlichen und

unternehmerischen Umfeld stehen ausgezeichnet.

Das Einlagengeschäft (Einlagen und Anlagenfonds) verzeichnete einen Zuwachs von 16 %. Im Kreditgeschäft wurde aufgrund der Expansion in den Segmenten kleine und mittlere Unternehmen (33 %), Karten und Konsum (43 %) und Hypotheken (15 %) ein Wachstum von 19 % erzielt. Das Betriebsergebnis stieg um 23 % und der zurechenbare Gewinn um 45 % auf 420 Millionen Dollar.

Die erfolgreichsten Produkte in Chile waren in diesem Jahr die Karten Titanio und Superexpress.

Grupo Santander in Lateinamerika

* Millionen Dollar

Länder	10
Anzahl der Zweigstellen	4.100
Mitarbeiter	62.746
Kunden im Retail Banking	20,3
Teilnehmer an Pensionsplänen	8,0
Kreditvolumen*	59.884
Kundeneinlagen*	145.446
Betriebsergebnis*	3.886
Zurechenbarer Gewinn*	2.208

Zurechenbarer Gewinn nach Region und Geschäftseinheit

Millionen Dollar

	Zurechenbarer Gewinn	Veränderungen in %
Brasilien	734	4,10
Mexiko	468	16,25
Chile	420	45,48
Venezuela	165	38,67
Argentinien	97	188,62
Puerto Rico	60	2,71
Andere Länder	120	17,60
Santander Private Banking	144	24,79
Gesamt	2.208	21,02

Im Jahr 2005 hat Santander seine Ziele in Kontinentaleuropa, in Großbritannien und in Lateinamerika vollständig erreicht.



Marcial Portela
Generaldirektor
Abteilung Amerika

Enrique Cristofani
Vorsitzender
Banco Rio

Jesús M. Zabalza
Generaldirektor
Abteilung Amerika



Marta Elorza
Unterabteilungsleiterin
Interne Revision

David Arce
Generaldirektor
Interne Revision

José Tejón
Generaldirektor
Rechnungswesen und Controlling



José María Fuster
Technischer Direktor

Michel J. Goguikian
Vorsitzender
Banco de Venezuela

Javier Peralta
Generaldirektor
Abteilung Risikomanagement



Globale Geschäftstätigkeit:
Asset Management und Versicherungen

Im Jahr 2005 ist im Bereich Asset Management und Versicherungen die Konsolidierung als globaler Geschäftsbereich gelungen.

Die Anlagenbetreuer in allen Ländern, in denen Santander tätig ist, wurden unter der Marke Santander Asset Management zusammengeführt.



Joan David Grimà
Generaldirektor
Asset Management und Versicherungen

Der Bereich Asset Management und Versicherungen hat ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von 688 Millionen Euro erzielt, ein Plus von 86 % gegenüber dem vergangenen Geschäftsjahr (+ 37 % ohne Berücksichtigung von Abbey).

Santander Asset Management

Durch die Verknüpfung der Kenntnisse der verschiedenen Märkte und lokalen Erfordernisse mit den globalen Kapazitäten der Gruppe im Bereich der Geschäftsführung und der Entwicklung von neuen Investitionsmodellen ist Santander Asset Management zu einem globalen Geschäftsbereich geworden. Im Mittelpunkt standen die Einführung von Produkten mit Wertschöpfung und das Angebot einer dem individuellen Risikoprofil des Kunden entsprechenden Beratung.

Bei einer Geschäftstätigkeit in vierzehn Ländern wurden Vermögenswerte von mehr als 138.000 Millionen Euro verwaltet. Vor allem Spanien mit einem verwalteten Vermögen von 84.000 Millionen Euro ist dabei hervorzuheben. Dort sind wir bei den Anlagenfonds und privaten Pensionsplänen Marktführer.

Das verwaltete Vermögen im Bereich Immobilienfonds beträgt 3.300 Millionen Euro. In Spanien sind wir in diesem Bereich Marktführer mit einem Anteil von 51 %.

Im Bereich alternatives Anlagenmanagement verwaltet unsere darauf spezialisierte Geschäftseinheit Optimal ein Vermögen von 4.200 Millionen Euro, ein Plus von 48 % gegenüber 2004.

In Lateinamerika hat sich Santander als führende internationale Finanzgruppe nach dem Umfang der im Bereich Anlagenfonds verwalteten Einlagen positioniert.

Im Jahr 2005 hat Santander Private Equity den Anlagenfonds Santander Infraestructuras FCR geschaffen, der mit einem Vermögen von 184 Millionen Euro der führende Fonds für Investitionen in Infrastruktur und die Zusammenarbeit zwischen Institutionen und private Initiativen in Spanien ist.

Santander Insurance

Santander Insurance verkauft über die Filialnetze von Santander Versicherungen, wobei sie in den Ländern, in denen das Geschäftsvolumen die Schaffung von Produkten mit einer gewissen Rentabilität ermöglicht, mit eigenen Versicherern arbeitet.

Insgesamt betragen die Einnahmen aus dem Versicherungsgeschäft der Gruppe 1.740 Millionen Euro, ein Plus von 153,8 % gegenüber 2004 (+ 30,4 % ohne Abbey).



Globale Geschäftstätigkeit:
Global Wholesale Banking

Das Wholesale Banking hat neue Märkte erschlossen und sich als integrale Geschäftseinheit konsolidiert.

Aufgrund der Größe der Gruppe und der zunehmenden Globalität bei Kunden, Märkten und Produkten hat sich Santander dazu entschieden, das Wholesale Banking durch Eingliederung der Geschäftsbereiche in Lateinamerika und Portugal stärker global auszurichten und so seine Wettbewerbsposition zu stärken.



Adolfo Lagos
Generaldirektor
Global Wholesale Banking

Wholesale Banking ist in 21 Ländern mit 2.200 Mitarbeitern im Firmenkundengeschäft, Investment Banking und im Bereich der Märkte tätig.

Wholesale Banking hat gestützt auf den Anstieg von erfolgreich abgeschlossenen Kundengeschäften ein Ergebnis vor Steuern in Höhe von 1.069 Millionen Euro erreicht, ein Plus von 22 % gegenüber 2004.

Der Geschäftsbereich beruht auf drei Achsen:

Kunden: Firmen- und institutionelle Kunden. Die wichtigsten Kunden sind in das globale Kundenbeziehungsmodell mit einbezogen, das geschaffen wurde, um im Rahmen einer integrierten Dienstleistung alle Produkte in allen Regionen anbieten zu können.

Produkte: globale Transaktionsdienstleistungen, Investment Banking und Märkte.

Regionen: Spanien, Portugal und Lateinamerika, insbesondere Brasilien Mexiko und Chile.

Die zwei wichtigsten Ziele im Bereich Wholesale Banking sind eine Konsolidierung in Portugal und Lateinamerika sowie eine selektive Ausweitung der Geschäftstätigkeit in Europa. Diese zwei Wachstumsstrategien werden in

verschiedenen Projekten in den einzelnen Bereichen des Wholesale Banking umgesetzt.

Im Investment Banking haben wir die Projekte „Triana“ und „Pinar“ gestartet. Unser Ziel ist es, die Bedürfnisse unserer Kunden im Bereich Commercial Banking nach Corporate Finance- und Structured Finance-Produkten zu decken. Darüber hinaus hat das Projekt „Atlántico“ eine Ausweitung des Geschäftsbereiches Project Finance in Europa und den Vereinigten Staaten zum Ziel.

Im Bereich der Märkte hat die Gruppe zwei Projekte eingeführt: Santander Global Connect (SGC), im Zuge dessen Kunden in Spanien und Portugal über das Filialnetz Risikomanagementlösungen angeboten werden und Santander Global Markets (SGM), das sich an institutionelle und Firmenkunden wendet. Beide Projekte haben sich sehr vorteilhaft entwickelt. Bei SGC lag das Wachstum der verkauften Produkte bei über 100 %, bei SGM bei über 30 %.

Santander ist dabei, die globale Integration des Wholesale Banking in den Ländern, in denen sie tätig ist, zu vertiefen. Dies ermöglicht Kosteneinsparungen durch Wachstum und eine effizientere Beziehung zu den Kunden.



Globale Geschäftstätigkeit:
Private Banking

Santander Private Banking verwaltet Vermögenswerte im Wert von 24.000 Millionen Dollar.

Gerechnet nach dem Umfang des verwalteten Vermögens nimmt Santander einen Platz unter den Top 25 beim Globalen Private Banking ein.



José Manuel Maceda
Generaldirektor Santander Private Banking

Santander Private Banking ist der Geschäftsbereich der Gruppe für die internationale Finanzberatung von Einzelpersonen und Familien mit hohem Privatvermögen.

Im Bereich Private Banking wurden an den Geschäftssitzen in Miami (USA), Genf (Schweiz) und Nassau (Bahamas) Vermögenswerte in Höhe von 24.000 Millionen Dollar verwaltet.

Die Geschäftstätigkeit hat sich im Jahr 2005 mit einem Wachstum des Geschäftsvolumens von 12 %, des Ergebnisses vor Steuern von 15 % und

des zurechenbaren Gewinnes von ca. 25 % sehr positiv entwickelt.

Die Effizienzquote ist von 46 auf 43 % zurückgegangen.

Aufgrund dieser Ergebnisse wurde Santander Private Banking vom Magazin Euromoney zur drittbesten Privatbank von Lateinamerika gewählt.

Berücksichtigt man das Private Banking der verschiedenen Banken der Gruppe, so nimmt Santander - gerechnet nach verwalteten Vermögenswerten - einen Platz unter den Top 25 im Bereich Globale Private Banking ein.

Globale Geschäftstätigkeit:
Zahlungsmitteln

Im Jahr 2005 wurde der globale Geschäftsbereich Karten „Santander Cards“ eingeführt.

Santander Cards hat im Jahr 2005 ein Abrechnungsvolumen von 88.400 Millionen Euro erzielt. Insgesamt wurden 49 Millionen Kredit- und Debitkarten ausgegeben.



Ramón Tellaeche
Direktor Santander Cards

Im Jahr 2005 wurde der globale Geschäftsbereich Karten unter dem Namen Santander Cards geschaffen.

Der globale Geschäftsbereich Karten, der direkt dem CEO untersteht, entwickelt zusammen mit den lokalen Geschäftsbereichen Produkte und kümmert sich um die Vermarktung, das Risikomanagement und die Vertriebskanäle. Dadurch sollen beste Geschäftspraktiken entwickelt und weitergegeben, Synergien genutzt und Kosteneinsparungen für die Gruppe erzielt werden.

Die erzielten Ergebnisse waren hervorragend. Es wurde ein Ergebnis von mehr als 1.266 Millionen Euro erwirtschaftet, ein Plus von 26,3 %. Das Kreditvolumen, das mehr als 5.000 Millionen Euro beträgt, erzielt auch weiterhin Wachstumsraten von über 50 %.

Die Anzahl der Karten ist kontinuierlich gewachsen. Insgesamt wurden bereits 49 Millionen Kredit- und Debitkarten ausgegeben.

Vision und globales Modell

Die Präsenz von Santander auf zwei Kontinenten und in drei Geldzonen - Euro, Pfund Sterling und Dollar - ermöglicht eine umfangreiche regionale Diversifizierung der Geschäftstätigkeit. Die Stärke der Gruppe ist eine solide örtliche Präsenz gepaart mit starken globalen Kapazitäten in allen Geschäftsbereichen.

Technologie

- Durch die Implementierung von Partenón, die im Santander-Netzwerk bereits in diesem Jahr abgeschlossen wurde und bei Abbey, Santander Totta und Santander Consumer Finance vor Ende 2008 abgeschlossen wird, errichten wir eine gemeinsame Technologieplattform. Partenón erlaubt eine umfassende Kundenperspektive sowie eine Reduktion der Kosten.
- In Lateinamerika werden im Zuge der Implementierung der Plattform Altair Systeme konsolidiert und nichtstrategische Plattformen eliminiert.
- Das Alhambra-Projekt bildet eine technologische Schnittstelle zwischen Altair und Partenón und ist die Grundlage für die zukünftige technologische Strategie von Santander.
- Der Geschäftsbereich Operations kümmert sich um die Implementierung von Partenón sowie die technologische Adaptierung in den verschiedenen Banken der Gruppe.

Risikomanagement

- Santander verfügt über ein einheitliches Risikomanagement, das an die örtlichen Erfordernisse angepasst wird.
- Der Risikobereich agiert auf globaler Ebene, umfasst die verschiedenen Risikotypen und stellt eine einheitliche Behandlung der Kunden sicher.
- Der Risikoausschluss legt die Risikopolitik fest und überwacht das Risiko innerhalb der Gruppe.
- Es wurden Techniken und Instrumente entwickelt, die eine Einschätzung des globalen Risikoprofils im Hinblick auf das Wirtschaftskapital sowie der mit dem Risiko verbundenen Rentabilität ermöglichen.

Image und Marke

- Die Marke Santander, unter der ab dem Jahr 2007 alle Einheiten der Gruppe zusammengefasst werden, ist ein Sinnbild für die Identität, das Wesen und die Positionierung der Gruppe und vermittelt eine globale Präsenz, die unabhängig von der Strategie in den einzelnen Märkten, Vertriebskanälen oder Produkten ist.
- Im Laufe des Jahres 2005 hat die Gruppe die Homogenisierung bei den einzelnen Marken vorangetrieben. Ein klares Beispiel dafür ist die neue Marke Abbey, die nun die Flamme und die Farbe Rot beinhaltet.
- Im Jahr 2006 wird die Marke Santander Banespa in Brasilien eingeführt. In Mexiko wird Santander Serfin im Laufe des Jahres zu Santander.
- Banesto wird als einziges Unternehmen der Gruppe seine eigene Marke behalten.

Servicequalität

- Im Jahr 2005 wurde die Geschäftseinheit Kunden gegründet, die sich um die Entwicklung eines neuen homogenen Kundenmodells in allen Ländern auf Grundlage einheitlicher Kunden- und Servicemaßstäbe bemüht.
- Die Kundenorientierung ist einer der Schlüssel des Modells Santander. Um eine stabile und dauerhafte Beziehung zu unseren Kunden zu erreichen, ist es unser Bestreben ein höchstes Maß an Kundenzufriedenheit zu erreichen.
- Die Kundenorientierung beruht auf drei wesentlichen Punkten:
 - Höchste Servicequalität und genaue Kenntnis des Kunden;
 - Innovative Produkte und Dienstleistungen, die an die Bedürfnisse des Kunden angepasst sind;
 - Eine hervorragende Technologie, die einen aktiven und effizienten Kundenkontakt ermöglicht.

Management von Führungskräften

- Im Jahr 2005 wurde ein Modell für Führungskräfte implementiert, welches die Grundlage für die Entwicklung des Human Capital der Gruppe bildet. Im Rahmen des Modells werden auf allen Ebenen Ziele festgelegt, eine formale und individuelle Bewertung der erbrachten Leistungen sowie eine im Einklang mit dieser Bewertung liegende Kompensation vorgenommen.
- Es wurde eine Managementstruktur geschaffen, von der sich ein Teil auf die ganze Gruppe erstreckt. Diese Struktur wird von einer darauf spezialisierten Einheit betreut.
- Das Ausbildungs- und Weiterbildungszentrum bildet den Schlüssel für die Entwicklung der Führungskräfte der Gruppe.

Interne Revision

- Die Abteilung für interne Revision überprüft die Einhaltung und Effizienz der internen Kontrollsysteme sowie die Zuverlässigkeit und Qualität des Rechnungswesens.
- Alle Geschäftseinheiten und Länder werden, auf Grundlage einer einheitlichen von AENOR geprüften und beglaubigten Methode, einer Prüfung unterzogen.

Einhaltung der Vorschriften und Prävention in Bezug auf Geldwäsche

- Die Gruppe verfügt über Richtlinien, Verfahrensweisen und Verhaltensregeln sowie interne Kontrollen zur Wahrung ihrer Integrität und Reputation und zur strikten Einhaltung der geltenden Vorschriften und ethischen Standards. Ihre Anwendung ist in allen Bereichen der Gruppe einheitlich:
 - Allgemeiner Verhaltenskodex, Börsenverhaltenskodex sowie spezifische Verhaltensregeln für bestimmte Aktivitäten, wie Börsenanalyse, das Management von Investmentfonds, etc.;
 - Richtlinien und Verfahrensweisen zur Verhinderung von Geldwäsche;
 - Genehmigungsverfahren für neue Produkte.

Rechnungswesen und Controlling

- Die Abteilung Rechnungswesen ist verantwortlich für eine gemäß den besten internationalen Praktiken zu erstellende Buchführung. Sie regelt die Beziehungen zur Bankenaufsichtsbehörde und legt die Regeln für die Einführung und Anwendung der für das Finanzgebaren geltenden Normen fest.
- Die Controllingabteilung koordiniert die Erstellung der Budgets der Geschäftseinheiten, ermittelt den Beitrag jeder einzelnen Geschäftseinheit am Gesamtgeschäft der Gruppe und kontrolliert die Einhaltung ihrer Ziele.

Finanzmanagement und wirtschaftliches Kapital

- Das Finanzmanagement ist für das globale Risikomanagement in Bezug auf Zinsen, Wechselkurse, Kredite und Liquidität verantwortlich und legt die Politiken und Strategien fest, die dann von lokalen Geschäftseinheiten umgesetzt werden.
- Der Bereich ist außerdem für die Analyse und das Management des Wirtschaftskapitals der Gruppe verantwortlich und weist dieses den Geschäftseinheiten der Gruppe zu, abhängig von deren Fähigkeit, eine Wertschöpfung zu erzielen.

Beschaffungsmanagement

- Ein globales Beschaffungsmodell ermöglicht bei den Geschäftsverhandlungen die Nutzung von Kosteneinsparungen und der Diversifizierung der Gruppe und trägt so zu einer Reduzierung der Kosten bei.
- Im Jahr 2005 wurde das Modell in sieben Ländern, in denen der Konzern tätig ist, vollständig implementiert. Es wurden Einkäufe im Werte von 1.900 Millionen Euro getätigt.
- Der Bereich globale Beschaffung gliedert sich in fünf Kategorien: Technologie und Telekommunikation, Werbung und Marketing, externe Dienstleistungen, Versorgungsleistungen und Infrastruktur.
- Ziel der Gruppe ist es, in den nächsten drei Jahren 300 Millionen Euro einzusparen.

Die kumulierte Jahresrendite der Santander-Aktie in den vergangenen zehn Jahren beträgt 17,44 %. Die Rendite ist damit eine der höchsten auf dem Markt.



10 Euro, die im Jahr 1995 in Aktien von Santander angelegt wurden, haben am 31. Dezember 2005 einen Wert von 49,92 Euro.



Die Dividende ist gegenüber dem Vorjahr um 25 % gestiegen, das ist das höchste Wachstum in den vergangenen 17 Jahren.



Seit der Ankündigung der Übernahme von Abbey bis Ende 2005 ist der Wert der Aktie um 43 % gestiegen.



Die Santander-Aktie

Der Wert der Santander-Aktie ist um 22,12 % und die Dividende um 25 % gegenüber dem Jahr 2004 gestiegen.

Der Börsenwert beträgt zum 31. Dezember 2005 69.735 Millionen Euro, damit ist Santander nach dem Börsenwert gerechnet das zehntgrößte Finanzinstitut der Welt.



José Antonio Álvarez
Director General,
Generaldirektor Finanzmanagement
und Investor-Relations

Zum Ende des Geschäftsjahres 2005 hat die Santander-Aktie einen Wert von 11,15 Euro, ein Plus von 22,12 % gegenüber dem Jahresende 2004, und liegt somit über den entsprechenden Referenzindizes. Der Ibex 35 Spanien ist um 18,20 % gestiegen, der Dow Jones Euro Stocks 50 um 21,27 % und der FTSE Euro Top 100 um 21,56 %. Die letzten beiden enthalten die 50 beziehungsweise 100 höchstkapitalisierten Börsenwerte in Europa.

Der Börsenwert der Bank beträgt zum 31. Dezember 2005 69.735 Millionen

Euro. Damit ist Santander nach dem Börsenwert gerechnet das zehntgrößte Finanzinstitut der Welt, das viertgrößte in Europa und das Größte in der Euro-Zone.

Das Handelsvolumen der Santander-Aktien betrug 2005 16.226,4 Millionen Aktien. Damit entwickelte sich die Santander-Aktie zu einem der liquidesten Werte in den Referenzindizes Ibex 35 Spanien, Dow Jones Euro Stocks 50 und FTSE Euro Top 100.



Dividendenzahlungen pro Aktie

		Euro
Erste Dividende	01.08.2005	0,09296
Zweite Dividende	01.11.2005	0,09296
Dritte Dividende	01.02.2006	0,09296
Vierte Dividende	01.05.2006	0,13762



Im Jahr 2005 wurde die Santander-Aktie in zwei neuen Märkten zur Notierung zugelassen - in London ab Juli und in Mexiko ab Oktober. Die Santander-Aktie notiert an den vier spanischen Börsen sowie an den Börsen von London, New York, Mailand, Lissabon, Mexiko und Buenos Aires.

Rendite der Aktie

Die direkte Vergütung der Aktionäre in Form von Dividenden beträgt für das Geschäftsjahr 2005 0,4165 Euro pro Aktie, ein Plus von 25 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2004 - gleichzeitig der höchste Anstieg der Dividenden in den zurückliegenden 17 Jahren. Diese werden wie gewöhnlich viermal jährlich ausgezahlt, wobei die Auszahlung eines Bruttobetragtes in Höhe von 0,09296 Euro pro Aktie für die ersten drei Quartale bereits erfolgt ist (August und November 2005 und Februar 2006). Die vierte Auszahlung erfolgt im Mai 2006. Der Bruttobetrag beträgt 0,13762 Euro pro Aktie.

Die Rendite der Santander-Aktie ist unter Annahme eines Reinvestments der Dividenden und gegebenenfalls Kapitalerhöhungen eine der höchsten in den vergangenen zehn Jahren. Wie aus der unten stehenden Grafik zu entnehmen ist, haben 10 Euro, die im Jahr 1995 investiert worden sind, zum 31. Dezember 2005 einen Wert von 49,92 Euro, was eine kumulierte Rendite von 399,20 % (17,44 % jährlich) bedeutet.

Unser Ziel ist es, mittelfristig einen Platz unter den führenden Banken weltweit in Bezug auf das Wachstum beim Gewinn pro Aktie und der Gesamtrentabilität für den Aktionär zu erreichen.

Reinvestitionsplan für die Aktionäre

Mehr als 500.000 Aktionäre profitieren von mit der Santander-Aktie verbundenen Finanzprodukten zu günstigen Konditionen wie dem Plan zum Reinvestment der Dividende in Spanien, dem Plan für junge Aktionäre und dem Aktionärskonto, in Großbritannien der Santander Shareholder Account und in Portugal die Conta Accionista.

Der Reinvestment-Plan der Dividende in Spanien und der Santander Shareholder Account in Großbritannien ermöglichen den Aktionären, ihre Dividende in Aktien der Bank zu reinvestieren. Auf Grund der vorteilhaften Bedingungen dieser Pläne kommt es zu einem automatischen und günstigen Wachstum der Investitionen in die Santander-Aktie. Der Plan für junge Aktionäre in Spanien hat die gleichen Eigenschaften, wendet sich jedoch an jüngere Kundensegmente.

Aktionärsbasis

Zum Abschluss des Geschäftsjahres verfügt die Bank über eine Basis von 2.443.831 Aktionären, von denen 99 % Einzelaktionäre sind, die im Durchschnitt 811 Aktien halten, und insgesamt 31,26 % des Kapitals besitzen. Der Rest sind institutionelle Anleger.

Kein Aktionär verfügt über eine höhere Beteiligung als 5 %. Der Verwaltungsrat hält eine Beteiligung von 4,65 %.

Kumulierte Rendite der Santander-Aktie

%		Austrittsjahr									
Eintrittsjahr		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1995	SAN	41,28	165,41	207,98	315,66	330,81	266,62	166,14	293,95	296,21	399,20
	lbex-35	45,22	109,30	189,36	247,76	177,25	160,66	92,36	151,89	203,08	267,19
1996	SAN		87,86	117,99	194,21	204,93	159,50	88,38	178,84	180,44	253,34
	lbex-35		44,12	99,25	139,47	90,91	79,49	32,46	73,45	108,70	152,85
1997	SAN			16,04	56,61	62,32	38,14	0,28	48,43	49,29	88,09
	lbex-35			38,25	66,16	32,47	24,54	(8,09)	20,35	44,81	75,44
1998	SAN				34,96	39,88	19,04	(13,59)	27,91	28,65	62,09
	lbex-35				20,18	(4,19)	(9,92)	(33,52)	(12,95)	4,74	26,90
1999	SAN					3,65	(11,80)	(35,97)	(5,22)	(4,68)	20,10
	lbex-35					(20,28)	(25,05)	(44,69)	(27,57)	(12,85)	5,59
2000	SAN						(14,90)	(38,22)	(8,56)	(8,03)	15,87
	lbex-35						(5,98)	(30,62)	(9,15)	9,32	32,44
2001	SAN							(27,41)	7,45	8,07	36,16
	lbex-35							(26,20)	(3,37)	16,28	40,87
2002	SAN								48,03	48,88	87,57
	lbex-35								30,95	57,56	90,89
2003	SAN									0,57	26,72
	lbex-35									20,33	45,78
2004	SAN										25,99
	lbex-35										21,15

Quelle: Bloomberg
Einschließlich Anstieg der Aktie und der jährlichen Reinvestition der Bruttodividende



Gonzalo Milans del Bosch
Direktor Investitionen und Beteiligungen



Eduardo Suárez
Direktor Strategie und Investor-Relations



Vicente Iglesias
Direktor Abteilung Aktionäre

Aufteilung des Stammkapitals nach Anzahl der Aktien

	Aktionäre	Aktien	% Stammkapital
1-200	1.556.530	155.589.657	2,49
201-1.000	601.254	310.550.848	4,97
1.001-3.000	175.261	297.899.923	4,76
3.001-30.000	101.989	799.711.209	12,79
30.001-400.000	8.108	614.970.508	9,83
Mehr als 400.000	689	4.075.574.434	65,16
Gesamt	2.443.831	6.254.296.579	100,00

Regionale Aufteilung des Stammkapitals

%	Europa	Amerika	Rest	Gesamt
Institutionelle Anleger	58,83	9,67	0,24	68,74
Private Aktionäre	30,93	0,29	0,04	31,26
Gesamt	89,76	9,96	0,28	100,00

Aufteilung des Stammkapitals nach Art der Eigentümer

	%
Verwaltungsrat	4,65
Institutionelle Anleger	64,59
Private Aktionäre	30,76
Gesamt	100,00

Im Jahr 2005 hat Santander ein neues Kunden- und Qualitätsmodell entwickelt.

Kunden	
Retail Banking	
Kontinentaleuropa	11.732.831
Großbritannien	18.267.197
Lateinamerika	20.247.401
Consumer Finance	
Santander Consumer Finance	7.702.324
Andere Geschäftsbereiche	
Pensionsanbieter	8.040.000
Private Banking	81.948
Global Wholesale Banking	11.498
Kunden gesamt	66.083.199

GRUNDLAGEN DES MODELLS

Bewertungsmaßstäbe in Bezug auf die Kunden

- Wachstum bei den Stammkunden
- Prozentsatz des Kundenabgangs

Bewertungsmaßstäbe in Bezug auf die Qualität

- Prozentsatz der zufriedenen Kunden
- Bewertung der Behandlung und der Beratungstätigkeit
 - Bewertung der Wartezeiten
 - Reklamationen



Unsere Kunden

Das neue Kunden- und Qualitätsmodell erhöht die Zufriedenheit und die Kundenbindung.

Die Servicequalität, die Santander seinen 66 Millionen Kunden weltweit bietet, ist einer der Grundpfeiler unserer Strategie.



Kunden

Ob im Retail Banking oder im Private Banking, bei Unternehmenskunden oder großen Gesellschaften: Kunden beanspruchen die verschiedensten Dienstleistungen - von den ganz einfachen bis zu den ganz komplizierten.

Daher bieten wir unsere Dienstleistungen sowohl in unseren weltweit mehr als 10.000 Zweigstellen als auch über Online- und Telebanking an.

2005 wurde mit der Umsetzung unseres Kunden- und Qualitätsmodells begonnen, um neue Aktivitäten, neue Verfahren und neue Praktiken zu entwickeln und die Qualität unseres Kundenservices zu erhöhen.

Spanien

Ende 2005 hat Santander das Projekt Meta 100 abgeschlossen, in dem wir sämtliche Aktivitäten zur Verbesserung der Kundenzufriedenheit gebündelt haben. Meta 100 hat drei Eckpfeiler: Erstens einen Indikator für die Kundenorientierung, der alle messbaren Elemente der Kundenzufriedenheit erfasst und daraus Anreize für die Mitarbeiter ableitet; zweitens, eine Strategie für die ständige Verbesserung der Abläufe in den Filialen; drittens, ständige Kommunikation und Weiterbildung.

Auf Grundlage seines Modells Q-10 wurde Banesto zum ersten spanischen Finanzinstitut, welches den Preis AENOR für Servicequalität und Kundenzufriedenheit erhält. Ein wesentlicher Faktor für den Erfolg von Q-10 ist die Einbindung der Vertriebsteams.

In Portugal hat Santander Totta mit der Umsetzung seines Modells Barómetro de las Redes (Netzwerkbarometer) zur Messung von Wachstum sowie Kundentreue und -zufriedenheit und der Schaffung von leistungsbezogenen Anreizen für die Filialen begonnen.

Großbritannien

Abbey hat ein System zur Überwachung und Verbesserung der Servicequalität eingeführt. Die Kundenzufriedenheit in Bezug auf die von den Zweigstellen angebotenen Dienstleistungen wird ebenso wie die Telefonberatung und Finanzmakler vierteljährlich überprüft.

Lateinamerika

Die Amerika-Abteilung hat für die verschiedenen Länder ein einheitliches Qualitätssicherungsprogramm eingeführt.

In Brasilien hat das Programm A+ von Santander Banespa dank Instrumenten wie dem Panel de Clientes (Kundenforum), die sich auf die Verbesserung der Kundenbetreuung in den Zweigstellen konzentrieren, einen sehr positiven Einfluss auf die Positionierung der Bank.

In Chile führt Santander Santiago Qualitätskontrollen anhand des Cuadro de Mando de Sucursales (Führungsmodell für die Zweigstellen), wo Variable wie die Abwanderungsrate und der Grad der Kundenzufriedenheit gegenübergestellt werden.

Die Führungskräfte zeigen und kommunizieren die Werte und die Ausrichtung des Konzerns.



Pedro Mateache
Generaldirektor,
Abteilung Mittel und Kosten

Jorge Maortua
Generaldirektor,
Liquiditätsmanagement

Juan Guitard
Generaldirektor,
Stellvertretender Generalsekretär und
Sekretär des Verwaltungsrates



Joaquín Alzamora
Direktor Kunden

Ana Bolado
Direktorin Ausbildung der
Führungskräfte

José Luis Gómez Alciturri
Stellvertretender Generaldirektor,
Personal



Fermín Colomés
Stellvertretender Generaldirektor,
Operations

Juan Manuel Cendoya
Generaldirektor,
Research und Kommunikation



Unsere Mitarbeiter

Santander hat ein globales Ausbildungsmodell für alle Mitarbeiter entwickelt.

Santander hat das Ziel, das Personal - und Teammanagement gemäß seiner Wettbewerbsposition und seiner globalen Ansprüchen zu entwickeln. Die Gruppe hat ein Managementmodell für Führungskräfte auf Konzernebene eingeführt. Zugleich wird derzeit ein Modell erarbeitet, welches das Gleichgewicht zwischen dem lokalen Management einerseits und dem Zusammenhalt und der Integration der Konzernführung andererseits sicherstellt.



Im Jahr 2005 wurden neue Konzernrichtlinien mit dem Ziel einer Evaluierung und Vergütung auf individuellem Niveau sowie einer konzernweiten Betreuung der höchsten Führungskräfte verankert.

Der wesentliche Grundstein für das Personalmanagement ist das im April 2005 eröffnete Ausbildungszentrum „El Solaruco“ in Grupo Santander City.

El Solaruco

Das Ausbildungszentrum, das als Hommage an das traditionelle Ausbildungszentrum in Santander auf den Namen El Solaruco getauft wurde, soll zu einer Verbesserung und zu einer Übertragung der Kapazitäten und Kompetenzen der Führungskräfte und Mitarbeiter der Gruppe beitragen und in der Folge zu einer Steigerung der Geschäftstätigkeit und zu Wettbewerbsvorteilen führen.

Die Führungskräfte von Santander wurden im Jahr 2005 zu wichtigen Akteuren des Ausbildungszentrums und werden dies auch in Zukunft sein. Die höchsten Führungskräfte der Gruppe nehmen aktiv an den Programmen, wie bei dem Programm Top 200 oder dem Programm zur Eingliederung von neuen Mitarbeitern, teil. Sie bringen dabei nicht nur ihre Erfahrung ein, sondern vermitteln auch die globale Vision der Gruppe und ihre strategischen Ziele.

Damit zeigen und kommunizieren die Führungskräfte die Werte und die Ausrichtung der Gruppe.

Treffpunkt

In El Solaruco soll die Vision einer umfassenden Ausbildung innerhalb der Gruppe durch den Austausch von Erfahrungen und die Veranschaulichung der Kultur und Werte von Santander Realität werden. Seit seiner Eröffnung im Jahr 2005 haben 21.500 Mitarbeiter aus allen Ländern, in denen die Bank tätig ist, verschiedene Stationen des Ausbildungszentrums durchlaufen und an Schulungen und anderen Aktivitäten teilgenommen.

Das Ausbildungszentrum gliedert sich im Wesentlichen in drei Zentren:

- Das Zentrum für die Entwicklung von Führungskräften, dessen Ziel die strategische Ausbildung sowie die Weiterbildung von Führungskräften der Gruppe ist. Im Jahr 2005 haben etwa 80 % der 200 Top-Manager Schulungen im El Solaruco absolviert. Im Verlauf des Jahres 2006 wird der Rest des Managements ebenfalls an Schulungen teilgenommen haben.
- Die Fachausbildungszentren der Gruppe, die die Prozesse beim Aufbau von Geschäftsbereichen und beim globalen Support unterstützen sollen.
- Das Integrationszentrum, welches die weltweite Aufnahme von Mitarbeitern erleichtern soll, sowie die entsprechenden Verfahren und Belange der Gruppe koordinieren soll. Mehr als 500 Personen haben während des Geschäftsjahres 2005 an Integrationsprogrammen in El Solaruco teilgenommen.

Santander-City verfügt
über modernste
Technologie.





Grupo Santander-City

Grupo Santander-City erhält das Umweltzertifikat ISO 14.001.

Die Zertifizierung nach ISO 14.001 demonstriert die Bemühungen der letzten Jahre, aus dem Sitz der Gruppe einen Vorzeigestandort zu machen, von dem Impulse für das Geschäftsmodell, die soziale Verantwortung und das Umweltengagement von Santander ausgehen.



Serafin Méndez
Generaldirektor,
Immobilien und Sicherheit

Ein idealer Ort, um zu arbeiten

Grupo Santander City verfügt über Räumlichkeiten für mehr als 6.500 Mitarbeiter. Dies fördert die persönliche Kommunikation und steigert die Effizienz.

Ein Ort, um sich das Leben leichter zu machen

Sie verfügt über die besten Einrichtungen für die täglichen Bedürfnisse der Mitarbeiter und ermöglicht es damit, Berufs- und Privatleben besser miteinander zu vereinbaren. Die besten Beispiele dafür sind der Vorschulkindergarten, der Platz für 400 Kinder bietet und das Sportzentrum El Sadinero, wo den Mitarbeitern der Gruppe die modernsten Sporteinrichtungen zur Verfügung stehen.

Ein Ort der Technologie

Grupo Santander City verfügt über modernst ausgestattete Arbeitsplätze und Kommunikationsnetzwerke. Darüber hinaus gewährleisten zwei Datenverarbeitungszentren höchste Sicherheit bei der Abwicklung der Geschäftstätigkeit.

Ein Ort für die Ausbildung

Das Ausbildungszentrum El Solaruco ist ein Treffpunkt für Mitarbeiter der Gruppe und verfügt außerdem über ein Hotel mit 160 Betten.

Ein Ort mit bester medizinischer Versorgung

Das medizinische Zentrum, in dem die innovativsten Methoden und Apparate zum Einsatz kommen, zählt zu den modernsten in Europa. Neben

der medizinischen Versorgung werden auch Dienstleistungen in Bezug auf die Vermeidung von Arbeitsrisiken und sogar im Bereich Ernährung angeboten.

Ein ökologischer und effizienter Ort

Die Grünanlagen von Grupo Santander City beheimaten verschiedenste Pflanzenarten. Der tausendjährige Olivenhain am Haupteingang ist Teil eines Ökologiesystems von mehr als 10.000 Sträuchern und 4.000 Bäumen, darunter Eichen, Pappeln und Eschen.

Unsere Energiesparmaßnahmen durch Anwendung neuester Systeme wie die Bepflanzung der Dächer - wodurch die Gebäude thermisch isoliert werden - haben zu einer Optimierung der Energie und des Wasserverbrauchs geführt. Papierrecycling und die Entsorgung von Abfällen tragen ebenfalls zum Schutz der Umwelt bei.

Ein Ort der Kunst

Im Kunstraum, der sich im Gebäude Pereda befindet, werden die Kunstschätze von Santander aufbewahrt und ausgestellt. Der Raum verfügt über eine Größe von 2.855 Quadratmetern und ist perfekt für die Aufbewahrung von mehr als 1.000 katalogisierten Werken geeignet, darunter spanische und europäische Malerei vom Mittelalter bis zur Moderne. Über die Grupo Santander City verteilt findet sich außerdem eine bedeutende Sammlung von Skulpturen.

Die Rechte der Aktionäre und die Transparenz der Geschäftstätigkeit sind zwei wesentliche Pfeiler des Corporate Governance von Santander.



Alfredo Sáenz
Zweiter stellvertretender Vorsitzender
und Geschäftsführender Vorstand

Emilio Botín
Präsident

Ignacio Benjumea
Generalsekretär



Fernando de Asúa
Erster stellvertretender Vorsitzender,
Vorsitzender des Ausschusses
Bestellungen und Vergütung

Manuel Soto
Vierter stellvertretender Vorsitzender,
Vorsitzender des Ausschusses
Wirtschaftsprüfung und Normerfüllung



Antonio Basagoiti
Vorstandsmitglied

Antonio Escámez
Vorstandsmitglied



Corporate Governance

Der Verwaltungsrat treibt die Entwicklung von Corporate Governance bei Santander voran.

Für Santander ist es von höchster strategischer Wichtigkeit, den Anforderungen des Marktes und den geltenden Normen zuvorzukommen. Dies erfordert eine ständige Anpassung.



Pereda Haus
Santander City



Die Konzernpolitik des Verwaltungsrates im Bereich Corporate Governance beruht auf zwei Pfeilern: den Rechten der Aktionäre und der Transparenz der Geschäftstätigkeit, auf die sich der Verwaltungsrat bei seinen Entscheidungen und bei der Bekanntgabe von Informationen stützt.

Rechte der Aktionäre und Gleichbehandlung

Wir haben 2,4 Millionen Aktionäre, eine Zahl, die nur von wenigen Unternehmen erreicht wird. Diese starke Aktionärsbasis ist einerseits eine große Stärke und verlangt andererseits nach großer Verantwortung. Daher war es für Santander immer wichtig seine Aktionäre gleichzubehandeln. Aus diesem Grund wurden auch im Juni 2003 die satzungsgemäßen Schutzmaßnahmen beseitigt und das Prinzip „eine Aktie, eine Stimme, eine Dividende“ eingeführt.

Ebenso hat Santander großen Wert darauf gelegt, die Beteiligung von Aktionären bei der Entscheidungsfindung und der Kontrolle über bestimmte wichtige Entscheidungen zu stärken.

Transparenz

Die Transparenz bei Santander weist zwei Facetten auf: einerseits wird versucht den Märkten genaue Informationen über alle Vorfälle, die Auswirkungen auf den Wert der von Santander ausgegebenen Aktien haben können, mitzuteilen und andererseits wird sichergestellt, dass die Aktionäre über alle notwendigen Informationen verfügen um ihre Entscheidungen entsprechend treffen zu können. Dies soll einerseits

Vertrauen schaffen und andererseits zur Sicherheit auf dem Aktienmarkt beitragen. Im Jahr 2005 hat Santander 53 wichtige Mitteilungen veröffentlicht. An der Spitze stehen dabei auch weiterhin Informationen über die Vergütungen der Verwaltungsratsmitglieder, die entsprechend individuell aufgeschlüsselt werden. Schließlich erfolgt eine Veröffentlichung eines eigenen Berichts des Ausschusses für Wirtschaftsprüfung und Normerfüllung und des Ausschusses für Bestellungen und Vergütungen. Außerdem nehmen die Vorsitzenden beider Ausschüsse an der Hauptversammlung teil.

Tätigkeit des Verwaltungsrates und seiner Ausschüsse

Der Verwaltungsrat treibt mit seiner Tätigkeit die Entwicklung von Santander im Bereich Corporate Governance voran. Die entsprechende Zusammensetzung des Verwaltungsrates und seiner Ausschüsse, seine einheitliche Vorgehensweise, das Halten einer wesentlichen Beteiligung am Gesellschaftskapital und eine entsprechende Geschäftsordnung für den Verwaltungsrat sorgen dafür, dass seine Interessen im Einklang mit denen der restlichen Aktionäre stehen. Zusätzlich zur jährlichen Selbstevaluierung unter Hinzunahme eines externen Fachmannes wurde im Jahr 2005 mit einem Ausbildungsprogramm für Verwaltungsratsmitglieder begonnen, das aus vier Modulen besteht: (I) Finanzmärkte, (II) Corporate Governance, (III) Überwachung und Regulierung und (IV) Finanzinformation.

Die Transparenz schafft Vertrauen in den Märkten.

Santander hat sich verstärkt darum bemüht, die Beteiligung der Aktionäre und ihre Einflussmöglichkeiten bei bestimmten wichtigen Entscheidungen zu erhöhen.

Aktionäre

Zur Förderung ihrer Teilnahme:

- Eliminierung aller satzungsgemäßen Schutzmaßnahmen
- Strikte Einhaltung des Prinzips „eine Aktie, eine Dividende, eine Stimme“
- Bereits der Besitz nur einer Aktie ermöglicht die Teilnahme an der Hauptversammlung
- Teilnahmemöglichkeit an der Hauptversammlung über elektronische Kommunikationsmittel
- Möglichkeiten der Delegation des Stimmrechtes, Ausübung des Stimmrechts per Post oder Internet

Zur Stärkung der Kontrollbefugnis hinsichtlich bestimmter Entscheidungen:

- Vorlage der im Zusammenhang mit der Entwicklung der Aktien stehenden Entlohnungsmodelle an die Hauptversammlung, unabhängig davon, wer begünstigt wird
- Individuelle Abstimmung über Ernennungen oder die Wiederwahl von Verwaltungsratsmitgliedern
- Reduzierung der Befugnis des Verwaltungsrates eine Kapitalerhöhung vorzunehmen von fünf auf drei Jahre



Sitzung des Exekutivausschusses
 9. Februar 2006
 Grupo Santander City
 Boadilla del Monte
 Madrid

Transparenz

- Eigene Berichte der Ausschüsse für Wirtschaftsprüfung und Normerfüllung sowie für Bestellungen und Vergütung
- Individuelle Auflistung der einzelnen Vergütungen der Verwaltungsratsmitglieder
- Periodische Finanzberichte (Jahresbericht, Quartalsbericht, Aktionärsbericht)
- Jahresbericht zu Corporate Governance
- Veröffentlichung sämtlicher gesellschaftlicher und finanziell relevanter Informationen auf der Website der Gruppe
- Informationstreffen für institutionelle Anleger und private Aktionäre
- Ständige Kommunikation durch die Geschäftsbereiche Aktionäre, Investor-Relations und Marktanalyse
- Veröffentlichung von 53 wichtigen Ereignissen im Jahr 2005

Verwaltungsrat

- Ausgewogene Besetzung des Verwaltungsrates:
 18 Mitglieder: Fünf Führungskräfte und 13 externe Mitglieder, von denen sechs unabhängig sind
- Ausschüsse mit Entscheidungsbefugnis: Exekutivausschuss und Risikoausschuss
- Beratende Ausschüsse: Wirtschaftsprüfung und Normerfüllung, Ernennungen und Vergütungen, Technologie, Produktivität und Qualität, Internationaler Ausschuss
- Programm zur Weiterbildung der Verwaltungsratsmitglieder
- Jährliche Selbst-Evaluierung unter Hinzunahme eines externen Fachmannes

**Deminor
 Rating*
 8/10**

* Deminor Rating ist eine unabhängige auf die Bewertung von Börsengesellschaften im Bereich Corporate Governance spezialisierte Ratingagentur.

Für Santander ist die soziale Unternehmensverantwortung Teil seiner Geschäftsstrategie.



Vorschulkindergarten Altamira
Grupo Santander City



Säuberung von Stränden
Puerto Rico



Computerlabor
Universia



Skitage
Spanien



„Macht es dir leicht“
Mexiko



Plan „Von der Schule zur Arbeit“
Argentinien



Die akademische Ausbildung ist ein wesentlicher Pfeiler unseres sozialen Engagements.

Für Santander ist die Erzielung von hervorragenden wirtschaftlichen Ergebnissen eng mit dem Engagement für seine Interessensgruppen verbunden.



Überreichung eines Stipendiums in der Universität von Salamanca
8. März 2005

Für Santander ist soziale Unternehmensverantwortung ein Teil der Geschäftsstrategie.

Die Bank ist der Überzeugung, dass ein Engagement im Bereich der akademischen Ausbildung der beste Weg ist, zu einer sozialen Entwicklung der Länder, in denen wir tätig sind, beizutragen. Für diese Investitionen gelten die gleichen Voraussetzungen in Bezug auf Wirtschaftlichkeit und Effizienz wie für alle anderen Investitionen der Bank.

Santander-Universitäten

Seit neun Jahren arbeitet Santander im Rahmen dieses Programms mit Universitäten in Spanien, Portugal und Lateinamerika zusammen.

Die Aktivitäten von Santander beruhen auf zwei Säulen:

- Vereinbarungen über die Förderung von Ausbildung und Forschung;
- das Portal Universia.

Santander-Universitäten in Zahlen

Gegenseitige Vereinbarungen

Santander hat mit 507 Universitäten und Forschungszentren Vereinbarungen geschlossen und fördert auf dieser Grundlage Lehr- und Forschungsprogramme, sowie den Wissenstransfer und die Erneuerung von Technologie. Die Zusammenarbeit spiegelt sich in einigen globalen Zahlen wider:

- Mehr als 9.800 Studenten und Forschende haben Stipendien und Studienbeihilfen erhalten;
- 42 Stellen für Forschung und Lehre;
- 3 Millionen Euro für den Unifondo I+D, einen Risikokapitalfonds für ein

Konsortium von 16 spanischen Universitäten;

- Finanzielle Unterstützung für sieben Wissenschaftszentren, die von spanischen Universitäten gefördert werden;
- Mehr als 2 Millionen Kreditkarten von Santander;
- 175 Internet-Zentren in Universitäten sowie Verleihung von sechzehn Preisen für junge Unternehmer und unternehmerische Innovation in Lateinamerika.

Universia

Universia ist ein Netzwerk für Kooperation und Zusammenarbeit von 985 Universitäten in Spanien, Portugal und Lateinamerika im Bereich des südamerikanischen Raumes zur Verbreitung und Modernisierung von Lehre und Forschung.

Das Portal Universia ist mit 3,5 Millionen registrierten Nutzern die am häufigsten besuchte akademische Webseite im Internet. Aus den angebotenen Dienstleistungen sind vor allem das Jobportal, die Bibliothek für Lehrbücher und der zusammen mit dem Massachusetts Institute of Technology (MIT) geschaffene Bereich OpenCourseWare hervorzuheben.

Andererseits hat Santander an der Entwicklung der virtuellen Bibliothek Miguel de Cervantes mitgearbeitet, dem mit mehr als 17.000 unentgeltlichen bibliografischen Einträgen wichtigsten Werkzeug zur Verbreitung der hispanoamerikanischen Kultur. Im Jahr 2005 wurden 88 Millionen Dokumente zur Verfügung gestellt.



Santander im Jahr 2005.

2005 war für Santander ein ausgezeichnetes Jahr. Die Gruppe konnte ihren Platz als führende Bank in der Euro-Zone konsolidieren.

Januar

- Die Grupo Santander wird in den Dow Jones iTraxx aufgenommen, den Referenzindex für den Kreditmarkt in Europa.
- Der Verkauf der gesamten Aktienbeteiligung in Höhe von 2,57 % an der Royal Bank of Scotland bringt einen Wertzuwachs von 717 Millionen Euro. Die 1988 begonnene Allianz brachte Santander über den Zeitraum von sechzehn Jahren eine kumulierte jährliche Rendite von 23,6 %.

Februar

- Santander zahlt als dritte Dividende für das Geschäftsjahr 2004 einen Bruttobetrag von 0,083 Euro pro Aktie, ein Plus von 7,1 % gegenüber dem Vorjahr.
- Der Konzern gibt bekannt, dass im Jahr 2004 ein zurechenbarer Gewinn von 3.136 Millionen Euro (nach IFRS-Standards 3.606 Millionen Euro) erzielt wurde, ein Plus von 20 % gegenüber 2003.

März

- Santander Consumer Finance übernimmt 100 % der norwegischen Bank Bankia Bank ASA für einen Betrag von 54 Millionen Euro.
- Schaffung des European Business Committee der Grupo Santander.

April

- Unterzeichnung einer Vereinbarung mit den Gewerkschaften in Spanien zur besseren Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben, um die gesetzlichen Anforderungen im Hinblick auf die Flexibilität der Arbeitszeiten, die Reduktion der Arbeitszeit, die Karenz und die Freistellung zur Pflege von Angehörigen zu verbessern.
- Ernennung von Luis Ángel Rojo als Mitglied des Verwaltungsrates.

Mai

- Santander zahlt als vierte Dividende für das Geschäftsjahr 2004 einen Bruttobetrag von 0,0842 Euro pro Aktie, ein Plus von 20 % gegenüber dem Vorjahr. Die gesamte Dividende für das Geschäftsjahr 2004 beträgt somit 0,3332 Euro pro Aktie, ein Plus von 10 % gegenüber dem Geschäftsjahr 2003.
- Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Quartals des Geschäftsjahres: ein zugewiesener Gewinn von 1.185 Millionen Euro, ein Plus von 38,5 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Geschäftsjahres 2004.

Juni

- Am 18. Juni findet die ordentliche Hauptversammlung in Santander statt. Zum ersten Mal hatten die Aktionäre die Möglichkeit, per Internet an der Versammlung teilzunehmen und ihre Rechte auszuüben.

Juli

- Santander wird zur Notierung an der Börse von London zugelassen.
- Endesa, Santander und Unión Fenosa treffen eine Vereinbarung mit Orange, einer Tochter der France Telekom, über den Verkauf des Mobiltelefonanbieters Amena, einer Tochter der Auna.
- Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Halbjahres, in dem ein zurechenbarer Gewinn von 2.551 Millionen Euro erzielt wurde, ein Plus von 35,2 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Geschäftsjahres 2004.
- Erwerb von 50,001 % der portugiesischen Bank Interbanco für 118 Millionen Euro, im Zuge der Allianz mit Solucoes Automóvel Globais (SAG) zur Entwicklung des Geschäftsbereiches Kfz-Finanzierung und -Vermietung in Portugal.



August

- Santander, Endesa und Unión Fenosa erzielen eine Vereinbarung über den Verkauf des Geschäftsbereiches Auna TLC an ONO.
- Santander zahlt als erste Dividende für das Geschäftsjahr 2005 einen Bruttobetrag von 0,09296 Euro pro Aktie, ein Plus von 12 % gegenüber 2004.
- Aufnahme der Geschäftstätigkeit von Santander Consumer UK in Großbritannien.

September

- Santander vereinbart den Verkauf seiner Beteiligung an Unión Fenosa in Höhe von 22,07 % an ACS und erzielt dabei einen Bruttogewinn von 1.157 Millionen Euro.
- Santander ist zum ersten Mal das spanische Unternehmen mit dem höchsten Börsenwert.
- Die Aktie Santander wird neuerlich in die Indizes für sozial verantwortliche Investitionen den Dow Jones Sustainability Index (DJSI) und den FTSE4 Good aufgenommen.

Oktober

- Vereinbarung mit der nordamerikanischen Sovereign Bank Corp. über den Erwerb von einer Unternehmensbeteiligung in Höhe von 19,8 %. Die Gesamtinvestition von Santander bei Sovereign beträgt 2.400 Millionen Dollar. Mit diesem Kapital wird Sovereign die Independence Community Bank in New York erwerben.
- Santander notiert an der Börse von Mexiko.
- Veröffentlichung der Ergebnisse der Gruppe bis September: ein zugewiesener Gewinn von 3.878 Millionen Euro, ein Plus von 36,8 % gegenüber dem ordentlichen zugewiesenen Gewinn im Vergleichszeitraum 2004.
- Sitzung des Verwaltungsrates in London und Bekanntgabe des 3-Jahres-Planes für Abbey.

November

- Santander zahlt als zweite Dividende für das Geschäftsjahr 2005 einen Bruttobetrag von 0,09296 Euro pro Aktie, ein Plus von 12 % gegenüber 2004.

Dezember

- Zertifizierung nach ISO 14.001 für Grupo Santander City in Boadilla del Monte (Madrid).

Wichtigste Preise und Auszeichnungen im Jahr 2005

- Santander wird von dem Magazin Euromoney als „Beste Bank der Welt“ ausgezeichnet, und ist damit die erste spanische Bank, die diese Auszeichnung erhält. Außerdem erhält Santander den Preis für die beste Bank in Spanien, Portugal, Chile und Argentinien.
- Das Magazin The Banker zeichnet Santander als „Beste Bank des Jahres in Westeuropa“ aus. Außerdem erhält Santander den Preis für die beste Bank des Jahres in Spanien, Argentinien und Puerto Rico.
- Das Magazin Global Finance kürt Santander zur „Besten Bank“, zur „Besten Investmentbank“, „Besten Bank im Trade Finance“ und als „Bester Unterverwahrer“ in Spanien.
- Im zweiten Jahr hintereinander erster Platz unter den besten Unternehmen im Hinblick auf Investor-Relations bei Institutional Investor.
- Banif wird von dem Magazin Euromoney im zweiten Jahr hintereinander zur besten Bank im Private Banking ernannt.
- Santander Asset Management belegt bei Morgan Stanley den zweiten Platz in der Kategorie Anlagevermittler mit der höchsten Rendite.
- Das Magazin América Economía verleiht Santander Santiago den Preis der „Besten Bank in Lateinamerika“.



Allgemeine Information

Banco Santander Central Hispano S.A.

Das Stammhaus der Grupo Santander wurde in seiner heutigen Form am 21. März 1857 durch öffentliche Urkunde vom 14. Januar 1875 gegründet, die ins Handelsregister, Folium 157 Rückseite und Folgende, Eintrag 859, der Abteilung des Ministeriums für öffentliche Arbeiten für die Provinz Santander eingetragen wurde. Seine Satzung wurde am 8. Juni 1992 mittels notarieller Urkunde an das gültige Aktiengesetz angepasst und im Handelsregister von Santander in Buch 448, allgemeine Sektion, Folium 1, Registerblatt 1.960, ergänzende Eintragung 1 eingetragen.

Banco Santander Central Hispano S.A. ist im registro especial de bancos y banqueros (dem spanischen Bankenregister) unter der Nummer 0049 eingetragen. Ihre Steuernummer lautet A-39000013. Sie ist Mitglied des Fondo de Garantía de depósitos en establecimientos bancarios (des Bankeinlagensicherungsfonds).

Gesellschaftssitz

An ihrem Gesellschaftssitz in Paseo de Pereda, Nummer 9-12, Santander, kann die Gesellschaftssatzung eingesehen werden und sind weitere Informationen über die Gesellschaft erhältlich.

Hauptgeschäftssitz

Ciudad Grupo Santander
Avda. de Cantabria s/n
28660 Boadilla del Monte
Madrid

Allgemeine Informationen

Telefon: +34 902 11 22 11
Telefon: +34 91 659 75 17

Bereich Aktionäre

Ciudad Grupo Santander
Edificio Pampa, Primera Planta
Avenida de Cantabria, s/n.
28660 Boadilla del Monte
Madrid (Spanien)
Telefon: +34 902 11 17 11 - +34 91 526 96 97

Bereich Anleger und Finanzanalysten

Ciudad Grupo Santander
Edificio Pereda, 1ª planta
Avda. de Cantabria s/n
28660 Boadilla del Monte
Madrid (Spanien)
Telefon: +34 91 259 65 20 / +34 91 259 65 16

Kundendienst

Ciudad Grupo Santander
Avda. de Cantabria s/n
28660 Boadilla del Monte
Madrid (Spanien)
Telefon: +34 91 257 30 80
Fax: +34 91 254 10 38
atencie@gruposantander.com

Kundenanwalt

Herr José Luis Gómez-Dégano.
Apartado de Correos 14019
28080 Madrid (Spanien).

Website des Unternehmens
www.gruposantander.com

Dieser Jahresbericht ist auf umweltfreundlichem Papier
gedruckt und wurde auf umweltschonende Weise hergestellt.

© April 2006, Santander-Gruppe

Design: Alvaro Reyero Pita, See the change

Fotografie: Javier Vázquez, Jaime Guitart, Luis Asín, Gunnar Knechtel, Paisajes Españoles

Layout: Litofinter, S.A.

Hinterlegung: M-14.607-2006



www.gruposantander.com