



 **Santander**

GESCHÄFTSBERICHT

07



WICHTIGE DATEN	4
BRIEF DES PRÄSIDENTEN	6
BRIEF DES CHIEF EXECUTIVE OFFICER	10
REGIONEN	16
DAS GESCHÄFTSMODELL VON SANTANDER	18
SANTANDER IM JAHR 2007	20
UNSERE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	
Kontinentaleuropa	22
Konsumfinanzierung	24
Großbritannien	26
Lateinamerika	28
Globale Geschäftsbereiche	
Globales Wholesale Banking	30
Private Banking	32
Asset Management	33
Zahlungsmittel	34
Versicherungen	35
SOZIALE UNTERNEHMENSVERANTWORTUNG	36
CORPORATE GOVERNANCE	37
DIE AKTIE	38
MEILENSTEINE DES GESCHÄFTSJAHRES	40
ALLGEMEINE INFORMATIONEN	42

WICHTIGE DATEN

BILANZ UND GESCHÄFTSERFOLG

Mio. Euro

	2007	2006	Differenz (%)	2005
Aktiva gesamt	912.915	833.873	9,5	809.107
Bilanzierte Kundenforderungen	565.477	523.346	8,1	435.829
Kundeneinlagen	784.995	739.223	6,2	651.360
Eigenkapital	51.945	40.062	29,7	35.841
Fondseinlagen	1.063.892	1.000.996	6,3	961.953
Zinsmarge (ohne Dividenden)	14.882	12.076	23,2	10.324
Bruttoumsatzrendite	27.095	22.333	21,3	19.076
Verdienstspanne	14.842	11.218	32,3	8.765
Zurechenbarer Nettogewinn der Gruppe ohne Veräußerungsgewinne*	8.111	6.582	23,2	5.212
Zurechenbarer Nettogewinn der Gruppe	9.060	7.596	19,3	6.220

KENNZIFFERN

%

	2007	2006	2005
Cost-Income-Ratio	44,22	48,56	52,94
ROA	1,09	1,00	0,91
RoRWA	1,95	1,83	1,78
ROE ohne Veräußerungsgewinne*	19,61	18,54	16,64
ROE	21,91	21,39	19,86
BIS-Ratio	12,66	12,49	12,94
Tier I	7,71	7,42	7,88
Zweifelhafte Forderungen	0,95	0,78	0,89
Deckungsquote der zweifelhaften Forderungen	150,55	187,23	182,02

DIE AKTIE

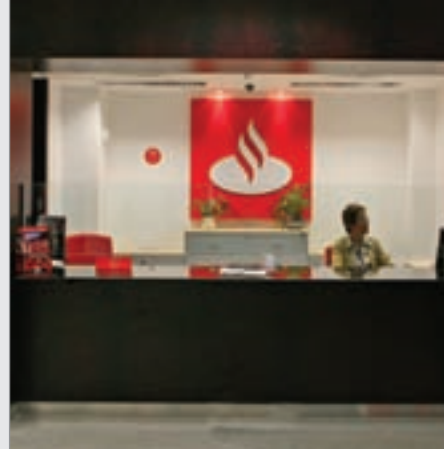
	2007	2006	2005
Zahl der Aktien im Umlauf (Mio.)	6.254	6.254	6.254
Kurs (Euro)	14,79	14,14	11,15
Marktkapitalisierung (Mio. Euro)	92.501	88.436	69.735
Zurechenbarer Nettogewinn pro Aktie ohne Veräußerungsgewinne* (Euro)	1,2789	1,0534	0,8351
Zurechenbarer Nettogewinn pro Aktie (Euro)	1,4287	1,2157	0,9967
Zurechenbarer Nettogewinn mit Kapitalverwässerung pro Aktie ohne Veräußerungsgewinne* (Euro)	1,2657	1,0477	0,8320
Zurechenbarer Nettogewinn mit Kapitalverwässerung pro Aktie (Euro)	1,4139	1,2091	0,9930
Dividende pro Aktie (Euro)	0,6508	0,5206	0,4165
Buchwert pro Aktie (Euro)	8,31	6,41	5,73
Preis / Buchwert pro Aktie (Faktor)	1,78	2,21	1,95
KGV (Kurs- / Gewinnverhältnis pro Aktie ohne Veräußerungsgewinne; Faktor)	11,56	13,42	13,35

ANDERE DATEN

	2007	2006	2005
Zahl der Aktionäre	2.278.321	2.310.846	2.443.831
Zahl der Mitarbeiter	131.819	123.731	120.047
Kontinentaleuropa	47.838	44.216	43.612
Großbritannien (Abbey)	16.827	17.146	19.084
Lateinamerika	65.628	60.871	55.889
Finanzgebaren und Beteiligungen	1.526	1.498	1.462
Filialen	11.178	10.852	10.201
Kontinentaleuropa	5.976	5.772	5.389
Großbritannien (Abbey)	704	712	712
Lateinamerika**	4.498	4.368	4.100

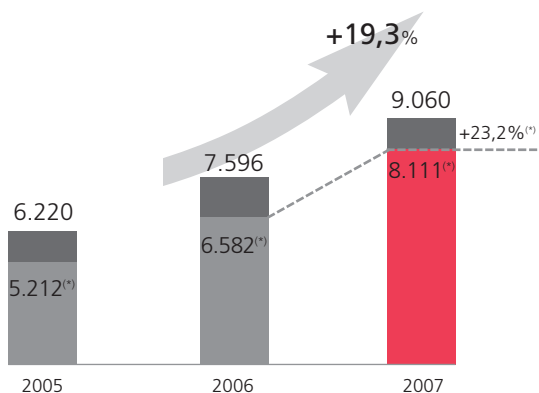
WICHTIGE DATEN

Santander ist die größte Bank in der Euro-Zone und gemessen am Gewinn die fünftgrößte Bank weltweit. Auch im Jahr 2007 hat die Bank ihre Zielsetzungen übertroffen und einen ordentlichen Gewinn von 8.111 Mio. Euro erzielt. Das entspricht einer Steigerung von 23,2 % im Vergleich zum Vorjahr



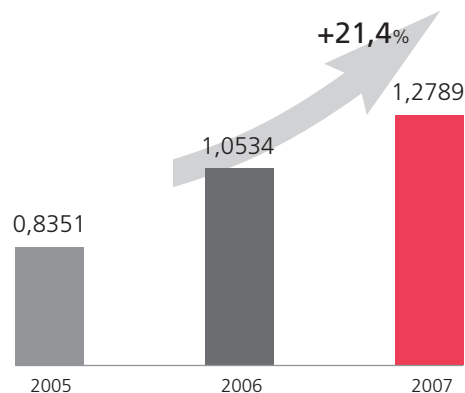
ZURECHENBARER GEWINN

Mio. Euro



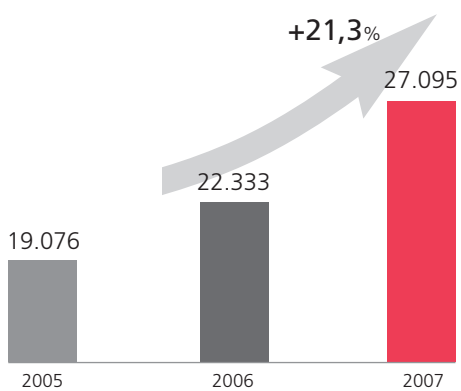
GEWINN PRO AKTIE(*)

Euro



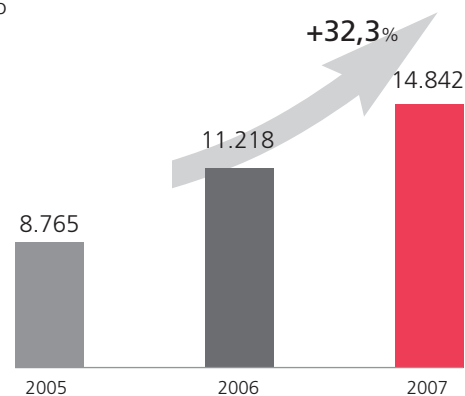
BRUTTOUMSATZRENDITE

Mio. Euro



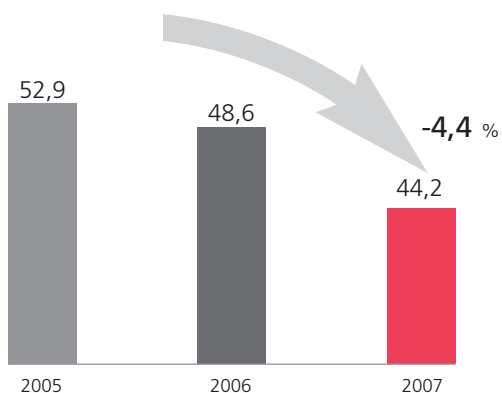
VERDIENSTSPANNE

Mio. Euro



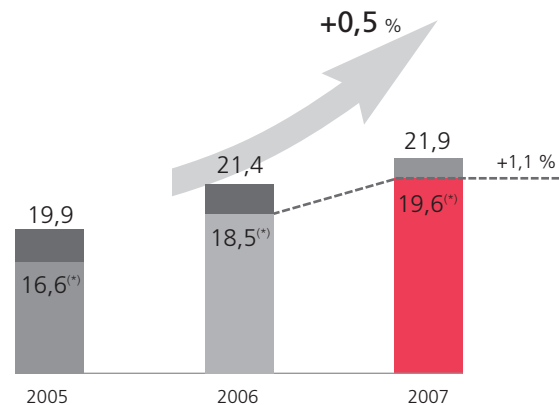
COST-INCOME-RATIO

%



ROE

%



* Ohne Veräußerungsgewinne und außerordentliche Abschreibungen.



Más de

nder

„Der ordentliche Gewinn je Aktie ist gegenüber dem Vorjahr um 21,4 % auf 1,28 Euro gestiegen.“

*Emilio Botín,
Präsident*





SANTANDER HAT 2007 ERNEUT DIE GESETZTEN ZIELE ÜBERTROFFEN UND EINEN ZURECHENBAREN GEWINN VON 9.060 MILLIONEN EURO ERZIELT

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Das Jahr 2007, in dem Banco Santander ihr 150-jähriges Unternehmensjubiläum feierte, war ein hervorragendes Jahr. Die Entwicklung der Santander-Gruppe in diesem Geschäftsjahr hat ihre Stärke und den Erfolg ihrer Strategie bewiesen. In einer besonders schwierigen Finanzmarktsituation wurden die besten Ergebnisse in der gesamten Unternehmensgeschichte erzielt, sowohl was die absoluten Zahlen als auch was die Qualität betrifft.

Der zurechenbare Gewinn der Gruppe betrug 9.060 Millionen Euro und damit 19,3 % mehr als im Jahr 2006. Somit sind wir nach Gewinnen gerechnet die fünftgrößte Bank weltweit. Der zurechenbare ordentliche Nettogewinn ohne außerordentliche Abschreibungen beträgt 8.111 Mio. Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 23,2 % gegenüber dem Vorjahr.

Dieses Geschäftsjahr fällt in einen Zeitraum, in dem es uns gelang, innerhalb der vergangenen zehn Jahre unseren zurechenbaren Gewinn um das 14fache zu steigern. Dabei konnte ein kumuliertes jährliches Wachstum von 30 % verzeichnet werden.

Banco Santander hat sich 2007 mit einem Zuwachs von 21,4 % einmal mehr als eine der Banken mit der weltweit größten Steigerung des ordentlichen Gewinns je Aktie erwiesen. Dieser lag im Berichtszeitraum bei 1,28 Euro.

Angesichts dieser Ergebnisse und gemäß der Dividendenpolitik der Bank, die die Ausschüttung von 50 % des ordentlichen Gewinns der Gruppe als Dividenden vorsieht, wird der Verwaltungsrat der Hauptversammlung eine Gesamtdividende von 0,65 Euro pro Aktie vorschlagen. Damit erhöht sich die Dividende im dritten Jahr in Folge um 25 % gegenüber dem Vorjahr, was die Bedeutung unterstreicht, die der Verwaltungsrat der kontinuierlichen Steigerung der Dividende beimisst.

Die Finanzmärkte haben diese hervorragende Entwicklung honoriert: so schließt Banco Santander das Geschäftsjahr gemessen an der Börsenkapitalisierung als achtgrößte Bank weltweit ab. Im Jahr 2007 befand sich Santander unter den drei Banken, die ihren Börsenwert weltweit am stärksten steigern konnten. Unsere Aktie errang ihren historischen Höchstwert. Wir waren die einzige Bank des Eurostoxx 50, deren Börsenwert stieg.

Obschon die Aktienkurse der wichtigsten internationalen Banken im ersten Quartal 2008 deutlich gefallen sind, schnitt die Santander-Aktie in diesem Zeitraum besser ab als die 25 weltweit größten Banken. Damit konnte sich Banco Santander zum Ende des ersten Quartals 2008 hinsichtlich der Börsenkapitalisierung weltweit auf Platz 7 positionieren.

Ich bin davon überzeugt, dass die Investoren auch im Jahr 2008 die Leistungen gut geführter Banken mit guten Wachstumsperspektiven honorieren werden – Banken wie Santander, die trotz des veränderten makroökonomischen Umfelds ihre angekündigte Zielvorgabe einer Steigerung des Gewinns pro Aktie von jährlich 15 % für die Jahre 2008 und 2009 aufrechterhalten.

DIE TRANSAKTION ABN AMRO

Abgesehen von der zufriedenstellenden Führung unserer ordentlichen Geschäfte ist für das Jahr 2007 die Übernahme von ABN AMRO durch die Royal Bank of Scotland, Fortis und Banco Santander für einen Betrag von insgesamt 71,1 Milliarden Euro hervorzuheben. Diese Übernahme war die größte Transaktion der gesamten Bankgeschichte. Als weitere Besonderheit gilt, dass die Transaktion durch ein Bankenkonsortium realisiert wurde.

Ganz besonders betonen möchte ich in diesem Zusammenhang die hervorragenden Leistungen von Sir Fred Goodwin, dem CEO der Royal Bank of Scotland, bei der Koordinierung dieser Transaktion. Seine Führungskompetenz war für den Erfolg der Übernahme entscheidend.

Im Rahmen dieser Transaktion war vorgesehen, dass Banco Santander als wichtigste Aktiva Banco Real in Brasilien und Antonveneta in Italien für einen Betrag von 20,615 Milliarden Euro übernimmt. Später erhielten wir, wie ich unseren Aktionären am 8. November bereits schriftlich erläutern konnte, ein attraktives Kaufangebot für Antonveneta. Wir entschlossen uns, dieses Angebot anzunehmen, da es uns vorteilhafter erschien als die Alternative, diese Bank weiterzuführen, was beträchtliche Zusatzinvestitionen auf dem italienischen Markt erfordert hätte.

Das Endergebnis ist unsere Übernahme von Banco Real, eines hervorragenden Aktivpostens, zum Preis von 10 Milliarden Euro. Damit sind wir eine der drei wichtigsten Finanzgruppen Brasiliens. Diese Transaktion wird sich schon ab dem ersten Jahr positiv auf unseren Gewinn je Aktie auswirken und eine Rendite von 18 % einbringen.

Die Transaktion ABN AMRO wurde auf sehr effiziente Weise finanziert, ohne auf eine Kapitalaufstockung zurückgreifen zu müssen:

- Wir verkauften Bürogebäude und andere Immobilien in Spanien mit einem Netto-Veräußerungsgewinn von 1.076 Mio. Euro, ohne den Verkauf von Grupo Santander City.
- Wir erzielten Netto-Veräußerungsgewinne von 1.200 Mio. Euro aus dem Verkauf unserer Beteiligung an Intesa Sanpaolo und unseres Altersvorsorgegeschäfts in Lateinamerika.
- Wir verkauften Banca Antonveneta in Italien.
- Wir begaben Anleihen in Höhe von 7 Mrd. Euro, die in Form von Aktien der Bank rückzahlbar sind. Diese Emission wurde vollständig über das Filialnetz in Spanien an 129.000 Anleger abgegeben – ein in der Bankenwelt bisher weltweit einmaliger Vorgang.

„Wir konzentrieren uns auf den Bereich Retail Banking und achten auf ein umsichtiges Risikomanagement. Dies sorgt für qualitativ hochwertige, nachhaltige Ergebnisse.“

MAXIMALE TRANSPARENZ IN EINEM SCHWIERIGEN UMFELD IM FINANZWESEN

Diese Ergebnisse und die Geschäftstätigkeit der Gruppe waren in einem für den internationalen Finanzsektor besonders schwierigen Zeitraum zu verzeichnen. Die Turbulenzen auf den Märkten, die ab Juli durch die negative Entwicklung des „Subprime-Hypothekenmarkts“ in den USA einsetzten, verstärkten sich im weiteren Verlauf des Geschäftsjahres und äußerten sich in Liquiditätsengpässen, in einer Ausweitung des Risikodifferenzials und in der deutlichen Notwendigkeit der Bilanzsanierung bei einigen Unternehmen.

Diese Umstände haben bewiesen, dass Fragen der Liquidität und des Kapitals bei der Führung der Finanzunternehmen besonderer Aufmerksamkeit bedürfen und dass es notwendig ist, im Kreditgeschäft ein vernünftiges Gleichgewicht zwischen Rentabilität und Risiko wiederherzustellen.

In derartigen Zeiten ist die Transparenz entscheidend, wenn es darum geht, das Vertrauen der Investoren wiederherzustellen. Aus diesen Gründen räumt Banco Santander der Transparenz bei der Veröffentlichung der Ergebnisse, der Ziele, der Strategie und der Risikopolitik der Bank höchste Priorität ein.

DIE STRATEGIE VON SANTANDER IN DIESER SITUATION

Im vergangenen Jahr habe ich an gleicher Stelle in meinem Schreiben zum Jahresbericht angeführt, dass sich „unsere Führungsposition auch bei einer etwaigen Konjunkturabschwächung auf die größere Nachhaltigkeit unseres Unternehmens im Vergleich zu einer Vielzahl unserer Wettbewerber gründet, die in stärkerem Maße von der Marktentwicklung abhängen, welche definitionsgemäß einer größeren Volatilität unterliegt“. Das Geschäftsjahr 2007 hat ganz deutlich die Vorteile der Strategie von Banco Santander aufgezeigt, einem Modell, das auf sechs soliden Pfeilern fußt:

1) Diversifizierung unserer Geschäftstätigkeit – sie verbindet eine starke Präsenz in Schwellenländern sowie in ausgereiften Märkten.

Die Präsenz in Schwellenländern wurde immer Schritt um Schritt und mit profundem Wissen über die Märkte ausgebaut, in denen wir investierten, wie etwa im Falle Lateinamerikas. Die Kombination einer adäquaten Diversifizierung und einer starken Position auf den Märkten, auf denen wir präsent sind, ermöglicht es uns, das erforderliche Gleichgewicht aus hohen Einnahmewachstums, Effizienz in der Unternehmensführung und moderatem Risiko zu erzielen.

2) Wir konzentrieren uns auf den Bereich Retail Banking und achten auf ein umsichtiges Risikomanagement. Dies sorgt für qualitativ hochwertige, nachhaltige Ergebnisse.

Wir sind eine Retailbank, bei der Privatkunden sowie kleine und mittlere Unternehmen eine zentrale Position einnehmen. Wir legen

Wert auf die Nähe zum Kunden und auf maximale Servicequalität. Aus diesem Grund verfügen wir über 11.178 Filialen (mit Banco Real 13.000). Damit sind wir die internationale Bank mit dem größten Filialnetz weltweit. 84 % der Geschäftsergebnisse von Santander stammen aus dem Bereich Retail Banking gegenüber 16 % aus dem Geschäftskundenbereich. Die Grundlage für das Wachstum unserer Ergebnisse bilden laufende Geschäfte. Die hervorragende Stabilität unserer Ergebnisse wurde im Lauf des Geschäftsjahres 2007 deutlich, waren wir doch von der Krise der Finanzmärkte nicht betroffen.

Dank dieses Modells – in Verbindung mit dem traditionell umsichtigen Risikomanagement bei Santander – konnten wir die Liquiditätsprobleme umgehen, mit denen sich andere Banken durch die umfangreiche Nutzung von „Conduits“ und speziellen Anlageinstrumenten konfrontiert sahen. Damit konnten wir uns von Investitionen in Finanztitel und -strukturen fernhalten, die von der Krise betroffen waren und sich durch ihre Komplexität und ihre schwierige Wertermittlung als besonders anfällig erwiesen haben.

Infolgedessen war bei uns keinerlei Bilanzsanierung der diversen Prognosen hinsichtlich der Kredite und der ordentlichen Investitionen erforderlich. Zudem kann unsere Gruppe zum Abschluss des Geschäftsjahres allgemeine Rückstellungen in Höhe von 6.027 Mio. Euro ausweisen.

3) Wir sind bestrebt, optimale Technologie als Basis für unseren geschäftlichen Erfolg, für die Innovation sowie für die permanente Steigerung unserer Kosteneffizienz zu nutzen.

Dank der Technologie verbessern wir unsere Cost-Income-Ratio ständig: im Jahr 2005 lag diese bei 52,9 %, 2007 liegt sie bei 44,2 %, und wir erwarten, dass sie im Jahr 2009 bei etwa 40 % liegen wird. Zudem ist unsere innovative Technologie von entscheidender Bedeutung bei der schnellen Optimierung der Kosten für neue Übernahmen, wie wir dies im Falle von Abbey unter Beweis stellen konnten.

4) Wir generieren Wertschöpfung durch Übernahmen sowie durch den Verkauf von nicht strategischen Aktiva.

Um auch künftig ein nachhaltiges Wachstum des Gewinns pro Aktie zu erzielen, das den Gewinn unserer Wettbewerber übertrifft, ist das aktive Management unseres Geschäftsportfolios von entscheidender Bedeutung. Dabei investieren wir unter Wahrung der Preisdisziplin in Banken und Märkte, bei denen unser Management für Wertschöpfung sorgt, und veräußern Aktiva, die für unseren Erfolg nicht entscheidend sind und in denen für uns ein geringes Wertschöpfungspotenzial zu verzeichnen ist.

Unsere Übernahmepolitik wird selektiv ausgerichtet und basiert auf rein strategischen und finanziellen Kriterien. Die Rendite aus derartigen Investitionen muss in jedem Fall innerhalb eines Zeitraums von maximal drei Jahren die Kapitalkosten übersteigen.

Die Übernahme von Banco Real im Jahr 2007 und der Verkauf unseres Altersvorsorgegeschäfts in Lateinamerika, der Immobilien in Spanien sowie von Antonveneta sind ein Beispiel für unsere



„Wir generieren Wertschöpfung durch Übernahmen sowie durch den Verkauf von nicht strategischen Aktiva.“

Kapitaldisziplin, die all unseren Entscheidungen zugrunde liegt. Das Ziel dabei ist immer, die Wertschöpfung für die Aktionäre der Bank zu maximieren.

5) Wir wissen die Wettbewerbsvorteile zu nutzen, die aus unserer Größe und unserer internationalen Strategie erwachsen.

Unsere Banken sind in der Lage, eine bessere Cost-Income-Ratio zu erzielen als unsere Wettbewerber vor Ort, indem sie die Größenvorteile nutzen, die durch „globale operative Fabrikationsstätten und -systeme“ entstehen.

Außerdem bietet die Entwicklung der globalen Geschäftsbereiche Wholesale Banking, Kartengeschäft, Asset Management, Versicherungen und Private Banking den lokalen Banken die Möglichkeit, in allen Märkten bewährte Geschäftspraktiken zu nutzen.

Auf diese Weise ist Banco Santander in der Lage, für unser Geschäftsportfolio Wertschöpfung zu erzielen, so dass der Wert der Gruppe die Summe der einzelnen Teile übersteigt.

6) Der sechste Pfeiler, der meiner Auffassung nach entscheidend ist, ist die Fähigkeit von Banco Santander, beste Mitarbeiter zu gewinnen, weiterzubilden und an uns zu binden.

Das Humankapital ist im Geschäftsmodell von Santander tief verwurzelt. Wir sind in der Lage, unseren qualifizierten Mitarbeitern optimale Möglichkeiten für ihre berufliche Entwicklung innerhalb der Santander-Gruppe zu bieten und auf diese Weise das beste Humankapital an uns zu binden. Ebenso waren wir im Rahmen unserer Globalisierung in der Lage, neue talentierte Fachkräfte verschiedenster Spezialgebiete an die Gruppe zu binden. Die Entwicklung des besten Management-Teams war in der Vergangenheit und wird auch künftig der zentrale Pfeiler der Kompetenz unserer Bank sein, um unseren Aktionären echte Wertschöpfung zu bieten.

CORPORATE GOVERNANCE UND GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

Banco Santander konnte die Konsolidierung und Implementierung bewährter Geschäftspraktiken hinsichtlich der Corporate Governance fortführen.

Wir profitieren von der Führungskompetenz eines hervorragenden Verwaltungsrats, dessen Mitglieder sich durch höchste Fachkompetenz, Erfahrung und Sachverstand auszeichnen. Der Verwaltungsrat ist ausgewogen zusammengesetzt und hat bei seinen Entscheidungen stets seine Kompetenz und Flexibilität unter Beweis gestellt.

Aus dem Verwaltungsrat ausgeschieden ist infolge des Verkaufs der Aktienbeteiligung von Mutua Madrileña an der Bank der Vertreter der Versicherung Luis Rodríguez Durón. Neu in den Verwaltungsrat aufgenommen wurden Isabel Tocino Biscarolasaga als unabhängiges externes Mitglied und Juan Rodríguez Inciarte als Mitglied der

Unternehmensleitung. Ich bin fest davon überzeugt, dass diese beiden neuen Mitglieder mit ihren persönlichen und beruflichen Qualitäten einen sehr positiven Beitrag zur Arbeit des Verwaltungsrats leisten werden.

Die Bank wird ihr gesellschaftliches Engagement fortsetzen. Dieses manifestiert sich durch Investitionen im Bereich der sozialen Unternehmensverantwortung in Höhe von 119 Mio. Euro. Diese Maßnahmen konzentrieren sich auf den Hochschulbereich. Banco Santander unterhält Vereinbarungen mit 623 Hochschulen in 15 Ländern. Als Ausdruck der hohen Bedeutung, die wir unseren weltweiten Aktivitäten im Hochschulbereich beimessen, wurde 2007 der globale Unternehmensbereich Santander Universidades gegründet.

Im Jahr 2007 wurde die Standardisierung der einheitlichen Marke Santander abgeschlossen. Gleichzeitig wurde die internationale Bekanntheit und Positionierung unserer Marke ausgebaut. Heute kennt man die Bank weltweit unter demselben Markenimage. Ein Image, das Solidität, Modernität und Internationalität einer der weltweit wichtigsten Finanzinstitute mit der Nähe der Geschäftsbanknetze verbindet, die auf ihren jeweiligen lokalen Märkten führend sind.

UNSERE ZUKUNFTSVISION

Wir sind sehr zuversichtlich, was unsere Zukunft betrifft. Ungeachtet der Situation der Volkswirtschaften in den Ländern, in denen unsere Gruppe tätig ist, bringt uns das Geschäftsmodell von Santander klare Wettbewerbsvorteile.

Wir sind bestrebt, diesen Kurs der hervorragenden Leistungen fortzuführen, damit der Gewinn je Aktie von Banco Santander und die Steigerung der Dividenden Jahr für Jahr die Ergebnisse unserer wichtigsten Wettbewerber übertreffen. Dank all dieser Zielsetzungen werden wir den positiven Kurs der Wertschöpfung für unsere Aktionäre fortsetzen können, denen ich auch in diesem Jahr für ihr Vertrauen und ihre Unterstützung danken möchte.



Emilio Botín
Präsident



„Wertschöpfung für die Aktionäre erzielt man durch das Kundengeschäft und nicht, indem man größere finanzielle Risiken eingeht.“

*Alfredo Sáenz,
zweiter stellvertretender
Vorsitzender und CEO*





SANTANDER ERZIELT EINEN ORDENTLICHEN GEWINN VON 8.111 MIO. EURO, DER AUF DEM WACHSTUM IN ALLEN GESCHÄFTSBEREICHEN BERUHT

Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre,

Im Jahr 2007 haben wir bei den Gewinnen Rekordergebnisse erzielt: 9.060 Mio. Euro. Ohne Netto-Veräußerungsgewinne und außerordentliche Abschreibungen betrug der Gewinn 8.111 Mio. Euro. Diese Zahl beschreibt am besten die Erzielung laufender Gewinne der Gruppe. Infolge dieser Ergebnisse stieg der Gewinn je Aktie ohne außerordentliche Abschreibungen um 21,4 % auf 1,28 Euro pro Aktie.

Trotz der Turbulenzen auf den Finanzmärkten konnten wir unsere Wachstumsrate in der zweiten Hälfte des Geschäftsjahres beibehalten. Folglich haben wir die Effektivität unseres Wachstumsmodells in einem schwierigen Geschäftsjahr unter Beweis gestellt.

Das positive Wachstum unserer Gewinne hat es möglich gemacht, dass unsere Aktien für die Aktionäre im Jahresverlauf eine Rendite von insgesamt 8,5 % einschließlich Kursgewinnen und Dividenden erzielen konnten. Diese Entwicklung an der Börse ist im Hinblick auf das schwierige Jahr für den internationalen Bankensektor besonders positiv zu bewerten. Von den 20 europäischen und amerikanischen Banken, die wir als Referenzgruppe ausgewählt haben, ist Santander eine der wenigen Banken, die im Jahr 2007 eine positive Rendite verzeichnen konnten.

Zudem haben wir in diesem Jahr erfolgreich eine Transaktion mit großer Tragweite für unser Unternehmen abgewickelt: die zusammen mit der Royal Bank of Scotland und Fortis durchgeführte Übernahme von ABN AMRO. Später werde ich noch auf diese Transaktion eingehen.

UNSERE MANAGEMENT-PRINZIPIEN

Das gute Abschneiden der Aktie und die positive Entwicklung unserer Ergebnisse sind die direkte Folge unserer Management-Prinzipien.

Meiner Meinung nach ist der internationale Bankensektor in den vergangenen Jahren der Versuchung erlegen, das Wachstum durch Eingehen eines höheren finanziellen Risikos, Marktrisikos und Kreditrisikos stärker zu beschleunigen, als dies durch das reine Kundengeschäft möglich gewesen wäre.

Wir haben uns immer dagegen verwahrt, uns dieser Dynamik anzuschließen, bei der die Risikobereitschaft auf Kosten der Kundenorientierung gesteigert wird. Für uns war es immer völlig klar, dass man mittel- und langfristig Wertschöpfung für die Aktionäre erzielt, indem man Mehrwert für unsere Kunden schafft und nicht, indem man größere finanzielle Risiken eingeht. Auch dies ist eine unvermeidliche Komponente unserer Geschäftstätigkeit, die wir handhaben müssen. Doch keinesfalls darf dies der wichtigste Motor unseres Wachstums sein.

Die Entscheidung, unsere Kreditvergabekriterien nicht zu lockern, bedeutete in den vergangenen Jahren zwar eine gewisse Einbuße hinsichtlich des Wachstums im Vergleich zu unseren aggressivsten Wettbewerbern. Stets waren uns die natürlichen, zyklischen Zusammenhänge des Bankwesens voll bewusst: Just in den günstigen

Zeiträumen gilt es, eine strenge Risikodisziplin (in allen Belangen) zu wahren.

Daher haben wir in der jetzigen Situation, in der viele unserer Wettbewerber erwägen, zum traditionellen Bankgeschäft zurückzukehren, den Vorteil, dass wir uns nie aus diesem zurückgezogen haben.

Zusammenfassend lassen sich unsere Management-Prinzipien und unser Geschäftsmodell mit den folgenden Prinzipien beschreiben:

- 1. Unser Geschäftsmodell basiert auf dem Retail Banking,** dem Kundengeschäft, das sich auf umfangreiche Vertriebsnetze (Filialen, Telefon, Internet, Agenturen usw.) stützt.
- 2. Vertikale Strategie im Bereich Retail Banking:** Meiner Meinung nach wird in der derzeitigen Situation das Modell der universellen Bank bestätigt, die sich auf das Transaktionsgeschäft stützt, da dies die nötige Stabilität und die Möglichkeit des Cross Selling gewährleistet. Dieses Modell sah sich in den vergangenen Jahren, in denen das Kreditgeschäft als „Starprodukt“ galt, in Frage gestellt.
- 3. Die große Bedeutung des Modells der universellen Bank und der Einlagenbank:** ein leistungsstarkes, wettbewerbsfähiges operatives Geschäft auf attraktiven Märkten im Gegensatz zu einem Alternativmodell, das in zahlreichen Ländern präsent ist, jedoch auf den einzelnen Märkten keine kritische Masse erreicht. Die Relevanz als Bank im Retail Banking erfordert Relevanz auf den einzelnen lokalen Märkten.
- 4. Konzentration auf die operative Effizienz:** Im Bereich Retail Banking verfügen wir über ein Modell, das es uns gestattet, eine Steigerung der Einnahmen zu erzielen (die auf dem Wachstum des Kundengeschäftes beruht) und dabei gleichzeitig die Kosten konstant zu halten. Diese kontinuierliche Produktivitäts- und Effizienzsteigerung basiert teils auf den Vorteilen durch unsere Technologieplattform, teils auf unserer Politik der permanenten Restrukturierung der operativen Bereiche. Auf diese Weise sind wir in der Lage, ein ausgewogenes Gleichgewicht zwischen langfristigen Investitionen und der Übererfüllung unserer Ziele (und der Erwartungen des Marktes) im kurzfristigen Zeithorizont zu erzielen.
- 5. Größenvorteile nutzen:** Wir sind davon überzeugt, dass unsere globale Dimension die Grundlage für Wettbewerbsvorteile darstellen muss, die unsere lokalen Geschäftsbereiche nutzen sollten.

Unser Management der Banken in den einzelnen Ländern orientiert sich an der Einhaltung des folgenden Prozesses:

- In erster Linie sind die einzelnen lokalen Banken gehalten, den höchstmöglichen lokalen Standard in puncto Cost-Income-Ratio, Rentabilität und Wachstum zu erzielen, sich also aus eigener Kraft an eine Spitzenposition unter den Banken des Systems zu bringen.

„Von den 20 europäischen und amerikanischen Banken, die wir als Referenzgruppe ausgewählt haben, ist Santander eine der wenigen Banken, die im Jahr 2007 eine positive Rendite verzeichnen konnten.“

- Zweitens haben die einzelnen lokalen Banken die Möglichkeit, die Größenvorteile der Santander-Gruppe zu nutzen. Dabei können sie beispielsweise operative Zentralen und Technologieentwicklungszentren der Gruppe nutzen. Damit lassen sich Effizienzsteigerungen erzielen, die den Wettbewerbern vor Ort verwehrt sind.
- An dritter Stelle ist die Interaktion der einzelnen lokalen Geschäftsbereiche mit unseren globalen Geschäftsbereichen für bestimmte Produkte (Versicherungen, Kartengeschäft usw.) zu nennen, die in der Lage sein muss, das Wachstum durch die Umsetzung bewährter Geschäftspraktiken in den einzelnen lokalen Märkten zu fördern, wobei die Erfahrungen und die Größenvorteile der Gruppe genutzt werden.
- Zudem müssen die einzelnen lokalen Geschäftsbereiche in der Lage sein, die Kompetenzen, Fachkenntnisse und Erfahrungen zu nutzen, die in anderen lokalen Geschäftsbereichen vorhanden sind. Dieses Konzept setzen wir mithilfe von „Unternehmensprojekten“ um, die es gestatten, Geschäftsmodelle aus bereits in der Santander-Gruppe vorhandenen Kompetenzen zu entwickeln.

6. ...ohne in die Ineffizienz zu verfallen, die für zu große Organisationen charakteristisch ist. Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass große Organisationen durch ihre schiere Größe Gefahren unterliegen, die sich beispielsweise durch unnötige Kostensteigerungen aufgrund der Bürokratie, durch Verlust des unternehmerischen Bisses und des Strebens nach Wachstum sowie durch ein weniger strenges Risikomanagement ergeben können.

Wir sind davon überzeugt, dass es uns nicht nur frei steht, den maximalen Nutzen aus unserer globalen Dimension zu ziehen und als Gruppe Wertschöpfung zu erzielen. Dies sind vielmehr zwingende Erfordernisse. Die Kräfte des Marktes sorgen dafür, dass Banken aufgeteilt werden, die nicht in der Lage sind, als Gruppe Wertschöpfung zu erzielen, sondern lediglich als Ansammlung von Einzelunternehmen existieren.

Daher ist es die Zielsetzung unserer Management-Strategie für die Organisation, die Vorteile unserer globalen Dimension zu maximieren und etwaige Nachteile, die daraus entstehen könnten, zu vermeiden. Meiner Meinung nach sind wir dabei erfolgreich. Dennoch müssen wir ganz realistisch sein: Wir stehen erst am Anfang unseres Weges. Weder wir noch unsere internationalen Mitbewerber haben es bisher geschafft, das gesamte Potenzial zu nutzen, das eine global operierende Organisation bietet – weder im Hinblick auf die Cost-Income-Ratio noch im Hinblick auf die Fähigkeit, Einnahmen zu realisieren. Daher bin ich davon überzeugt, dass diese Nutzung „globaler Synergieeffekte“ in den kommenden Jahren eine sehr wichtige Säule für das Wachstum und die Wertschöpfung darstellen wird.

7. Nicht zuletzt sollten wir uns auch unsere strategische Flexibilität bewahren und das Gleichgewicht in unserer Gruppe ständig neu austarieren, indem wir uns in Bereichen einkaufen, die sich durch Wachstum und hohe Rentabilität auszeichnen, und gleichzeitig Beteiligungen in weniger attraktiven Bereichen verkaufen. In diesem Jahr haben wir

Transaktionen dieser beiden Kategorien durchgeführt, wobei die Übernahme der niederländischen Bank ABN AMRO zusammen mit unseren Partnern The Royal Bank of Scotland und Fortis herausragt. Abgesehen von der strategischen Bedeutung dieser Übernahme für Banco Santander, die auch im Schreiben unseres Präsidenten erläutert wurde, möchte ich die folgenden operativen Aspekte dieser Übernahme hervorheben, die durch ihre Neuartigkeit ins Auge fallen:

- Es handelte sich um eine Transaktion, die durch ein Bankenkonsortium realisiert wurde – ein bisher undenkbarer Vorgang. Künftig wird die Größe kein Hindernis mehr dafür darstellen, dass Banken mit mittelmäßigen Ergebnissen von anderen Banken, die ebenfalls als Konsortien auftreten, als mögliche Ziele für Übernahmen angesehen werden.
- Diese Transaktion ist für Santander hervorragend, da sie unsere Position in Brasilien verstärkt (vertikale Strategie) und uns dort zur führenden Bank macht, wobei Synergieeffekte mit geringem Durchführungsrisiko genutzt werden können.
- Ein weiterer positiver Aspekt ist die Finanzierung: Die Bilanz der Gruppe wurde optimiert, um die Übernahme ohne Aktienemission realisieren zu können. Dadurch wird sich diese Transaktion schon ab dem ersten Jahr positiv auf unseren Gewinn je Aktie auswirken.

DIE ERGEBNISSE UNSERER UNTERNEHMENSBEREICHE SIND EIN ABBILD UNSERER MANAGEMENT-PRINZIPIEN

I. Kontinentaleuropa

In Kontinentaleuropa haben wir sehr gute Ergebnisse erzielt. Dort konnten wir einen zurechenbaren Nettogewinn ohne Veräußerungsgewinne von 4.423 Mio. Euro verbuchen. Das entspricht einer Steigerung von 27,4 % im Vergleich zum Jahr 2006. Es handelt sich um ein solides Wachstum bei großer Diversifizierung. Alle Unternehmensbereiche konnten ihre Einnahmen um zweistellige Werte steigern und ihre Cost-Income-Ratio optimieren.

a. Retail Banking

In diesem Geschäftsjahr wurden hohe Investitionen in die Geschäftskapazität getätigt. Wir haben es geschafft, bei unseren Unternehmensbereichen im Bereich Retail Banking in Kontinentaleuropa eine Differenz von 8,7 Prozentpunkten zwischen der Steigerung der Einnahmen und dem Anstieg der Kosten zu erzielen. Auf diese Weise gelingt es uns, eine anhaltende Steigerung der Einnahmen zu erzielen, die zwischen 5 und 10 Prozentpunkten über dem Anstieg der Kosten liegt.

Beim Santander-Netzwerk stieg der Gewinn um 19,9 % auf 1.806 Mio. Euro. Das Programm „Queremos ser tu Banco“ („Wir möchten deine Bank sein“) bringt hervorragende Ergebnisse. Als wir das Programm auflegten, brachten wir einen hohen Einsatz ein, indem wir die Servicegebühren für unsere festen Kunden erlassen haben. Auch im Jahr 2007 hat dieser Einsatz Früchte getragen.



„Die Transaktion ABN AMRO wirkt sich schon ab dem ersten Jahr positiv auf unseren Gewinn je Aktie aus.“

Banesto konnte das Ergebnis aus der ordentlichen Geschäftstätigkeit um 24,2 % steigern. Der Unternehmensbereich erzielt starke Wachstumsraten in den Segmenten, die als Schlüsselsegmente erkannt wurden: im Sektor der kleinen und mittleren Unternehmen, beim Konsumentenkreditgeschäft, im Kartengeschäft und im Privatkundenbereich. Im Einzelnen erzielte Banesto im Sektor der kleinen und mittleren Unternehmen starke Wachstumsraten des Volumens; so war bei den Krediten an Kleinunternehmen eine Steigerung um 31 % und bei den Krediten an mittlere Unternehmen eine Steigerung um 26 % zu verzeichnen.

Santander Totta in Portugal konnte erneut zweistellige Steigerungsraten der Einnahmen bei effizienter Kostenkontrolle verbuchen. Dadurch konnten wir den Gewinn ohne Veräußerungsgewinne auf 511 Millionen Euro steigern, was einem Anstieg um 20,8 % entspricht. Wir tätigen nach wie vor hohe Investitionen zur Stärkung unseres Filialnetzes und zur Anwerbung von Neukunden sowie zur Kundenbindung (Strategie „Comissões Zero“ [Null Servicegebühren]).

b. Konsumentenkreditgeschäft

Der andere Geschäftsbereich von Gewicht in Kontinentaleuropa ist Santander Consumer Finance. Er konnte im Jahr 2007 einen zurechenbaren Gewinn von 719 Mio. Euro verbuchen, was einer Steigerung von 8,2 % ohne die Übernahme von Drive bzw. von 27,1 % einschließlich der Übernahme entspricht. Diese Ergebnisse wurden trotz der negativen Auswirkungen der Zinssteigerungen in der Euro-Zone auf die Gewinnmargen dieses Unternehmensbereichs erzielt. Die Entwicklung von Drive im ersten Jahr, in dem das Unternehmen zur Santander-Gruppe gehört, ist sehr positiv, insbesondere wenn man die Konjunkturabschwächung der US-amerikanischen Wirtschaft berücksichtigt.

II. Abbey

Abbey hat im Jahr 2007 einen zurechenbaren Gewinn von 1.201 Mio. Euro erzielt, also 19,8 % mehr als im Jahr 2006. Damit liegt die Kapitalrendite im dritten Jahr wie prognostiziert über den Kapitalkosten.

Der Konsolidierungsprozess bei Abbey schreitet so voran, wie wir erwartet hatten. In den ersten drei Jahren haben wir eine Steigerung der Cost-Income-Ratio von über 20 Prozentpunkten erzielt: von einem Wert über 70 % im ersten Quartal 2005, als wir die Bank übernahmen, bis auf einen Wert von 50,1 % im Jahr 2007. Abbey schreitet erfolgreich auf dem Weg von einer Hypothekenbank zu einer Geschäftsbank voran, die in Marktsegmenten wie KMU oder im Kartengeschäft wettbewerbsfähig operiert. Wir haben große Fortschritte erzielt. Anzuführen wären hierbei Steigerungen der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit des Filialnetzes sowie Initiativen wie der Neustart des Kartengeschäfts in der zweiten Hälfte des Jahres 2007. Außerdem haben wir einen ehrgeizigen Plan zur Eröffnung neuer Filialen.

Dennoch sind wir der Ansicht, dass noch ein langer Weg zurückzulegen ist. Dieses Potenzial auszunutzen ist eine der wichtigsten Herausforderungen, denen wir uns als Santander-Gruppe in den kommenden Jahren stellen müssen.

III. Lateinamerika

Unser Engagement in Lateinamerika beruht auf dem Potenzial der Region zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung, die die Entwicklung und Konsolidierung einer starken Mittelschicht ermöglicht. Dadurch wird auch künftig eine immer stärkere Etablierung langfristiger Bankbeziehungen und ein Multiplikatoreffekt von größerem Wirtschaftswachstum und größerem Gewicht des Bankensektors begünstigt. Diesen Prozess konnten wir schon in Volkswirtschaften wie etwa in Spanien beobachten. Er bietet ein sehr attraktives Umfeld für die Banken, die in der Lage sind, diese Situation zu nutzen.

In der jüngsten internationalen Finanzkrise hat die Region ihr solides Fundament unter Beweis gestellt. Daher beurteile ich die Aussichten für das Wachstumspotenzial unseres Geschäftsmodells in dieser Region in den kommenden Jahren sehr positiv.

Lateinamerika konnte auch im Jahr 2007 den Weg des starken Wachstums beibehalten. Dies erlaubte es der Santander-Gruppe, die im Zeitraum 2003 bis 2006 erzielten Einnahmen und Gewinne zu verdoppeln. Aufbauend auf den genannten Grundlagen (solides, stabiles Wirtschaftswachstum, zunehmende Etablierung langfristiger Bankbeziehungen in den betreffenden Volkswirtschaften und größere Bedeutung der Mittelschicht) konnte Santander seine einzigartige Positionierung in Lateinamerika dazu nutzen, dem Kundengeschäft in diesem Geschäftsjahr starke Impulse zu verleihen.

Der zurechenbare Gewinn beläuft sich auf 3.648 Mio. US-Dollar. Das entspricht einer Steigerung von 27,3 % im Vergleich zum Jahr 2006. Dank der starken Steigerung der Einnahmen aus dem Kundengeschäft konnte der höhere Investitionsaufwand für unsere Präsenz (Filialen, Callcenter usw.), für Technologie und Geschäftsentwicklung sowie der höhere Finanzbedarf aus dem starken Wachstum und aus dem Strukturwandel unseres Geschäftsmodells hin zu renditestärkeren (und auch risikoreicheren) Produkten ausgeglichen werden.

Innerhalb der Region gestaltet sich das Wachstum sehr günstig diversifiziert. Auf den drei großen Märkten (Brasilien, Mexiko und Chile) sind starke Steigerungen der geschäftlichen Einnahmen zu verzeichnen, die sich aus einer soliden Steigerung des Geschäftsvolumens ergeben. In Brasilien wachsen das Kreditgeschäft und das Geschäft mit Spareinlagen um etwa 30 % in Landeswährung. In Mexiko wächst das verwaltete Kreditvolumen um über 20 %. In Chile zeigen sowohl das Kreditgeschäft als auch das Geschäft mit Spareinlagen Wachstumsraten um 20 %.

Durch diesen starken Anstieg der Einnahmen konnten wir ein neues Rekordergebnis beim zurechenbaren Gewinn erzielen: In Brasilien erreichten wir 1.239 Mio. US-Dollar und somit einen Anstieg um 31,6 %. Damit überschritten wir erstmalig die Marke von 1 Mrd. US-Dollar. In Mexiko erzielten wir 894 Mio. US-Dollar (+35,2 %) und in Chile 743 Mio. US-Dollar (+21,1 %).

Auch in den anderen Ländern, in denen wir tätig sind, zeigten sich allgemein deutliche Steigerungen des Geschäftsvolumens und der Einnahmen, die insgesamt zu einer Steigerung des zurechenbaren Gewinns um 16 % in US-Dollar führten, wobei Venezuela und Argentinien über diesem Durchschnittswert liegen. Ich möchte die

„Der Motor unseres Wachstums waren schon immer die laufenden Einnahmen aus dem Kundengeschäft.“

nachhaltige Verbesserung hervorheben, die unsere Bank in Argentinien erzielt. Dort steigern wir unseren Marktanteil und optimieren kontinuierlich unsere Cost-Income-Ratio.

Soweit die Zusammenfassung der positiven Entwicklung im Jahr 2007 in den wichtigsten Regionen. Diese Beschreibung wäre jedoch unvollständig, würden wir nicht auch die ständig steigende Zahl von Geschäftsbereichen erwähnen, bei denen wir unsere globale Strategie anwenden. Santander ist eine Unternehmensgruppe, die sich durch eine immer stärkere Integration und eine globale Strategie auszeichnet, welche in den lokalen Geschäftsbereichen für eine ständig steigende Wertschöpfung sorgt.

Heutzutage ist es weniger sinnvoll, Geschäftsbereiche wie Wholesale Banking, Kartengeschäft oder Asset Management mit rein lokalen Strategien anzugehen. Wenn die Volkswirtschaften, in denen wir tätig sind, eine immer stärkere Integration aufweisen und unsere Kunden immer globalere Strategien verfolgen, ist es ganz normal, dass wir uns in dieselbe Richtung bewegen.

Diese globalen Strategien bringen klare, sehr greifbare Ergebnisse:

- 1. Der Unternehmensbereich Globales Wholesale Banking** konnte das Ergebnis vor Steuern gegenüber dem Jahr 2006 um 28,4 % steigern. Die Stärkung der Einnahmen aus dem Kundengeschäft, die um über 20 % stiegen, sowie die Rückgewinnung der allgemeinen Rückstellungen aus dem Jahr 2006 kompensieren den geringeren Beitrag der Märkte in der zweiten Jahreshälfte.
- 2. Zahlungsmittel:** Dieser Bereich hat sich im Jahr 2007 als globaler Geschäftsbereich konsolidiert. Er erreichte eine Steigerung der Einnahmen um 41 % und einen Anstieg des Kreditvolumens um 40 %. Auch wenn noch ein langer Weg vor uns liegt – diesem Geschäftsbereich kommt bereits eine äußerst hohe Bedeutung beim Wachstum der lokalen Geschäftsbereiche zu. Das Kartengeschäft verzeichnet sowohl in Europa als auch in Lateinamerika einen Zuwachs.
- 3. Asset Management:** Das Ergebnis vor Steuern wuchs im Jahr 2007 um 8,1 %. Das gute Abschneiden der Fonds in Lateinamerika kompensiert die Abkühlung des Markts in Spanien, wo die Steuergesetzgebung und die sinkende Liquidität dafür verantwortlich waren, dass Einlagen mittlerweile attraktiver sind als Fonds.
- 4. Versicherungen:** Auch das Versicherungsgeschäft hat ein hervorragendes Geschäftsjahr hinter sich, sowohl beim Geschäftsvolumen als auch bei den Ergebnissen. Die Einnahmen, Gewinnmargen und der Gewinn stiegen in diesem Sektor um mehr als 20 %. Es ist ein strategisches Ziel der Gruppe, dass der Verkauf von Versicherungspolice in den Filialnetzen eine ebenso gängige Praxis wird wie der Verkauf jedes anderen Finanzprodukts. Die Filialnetze sind der logische Vertriebskanal für bestimmte Versicherungen, insbesondere für solche, deren Organisation und deren Geschäftsprozesse an dieses Ziel angepasst werden.

5. Das globale Private Banking wurde 2007 als globaler Geschäftsbereich etabliert, und die Ergebnisse dieses Geschäftsbereichs waren hervorragend: Das Volumen der verwalteten Aktiva stieg um 8 %, der Gewinn um 35,1 %. Er beträgt 445 Mio. Euro. Das Private Banking ist ein strategischer Geschäftsbereich für Santander. Einerseits führt ein starker Anstieg des Vermögens in der Welt (der zum Teil ein Ergebnis der Globalisierung ist) zu einem hohen Potenzial für dieses Segment. Andererseits sind wir der Ansicht, dass in dieser Zeit die strategische Bedeutung der Verwaltung von Kundenvermögen sowohl im Bereich der Einlagen wie auch bei den Fonds und Titeln wächst. Es ist unser Ziel, in den Märkten in Europa und Lateinamerika, in denen wir im Bereich Retail Banking die dominierende Bank sind, auch im Bereich Private Banking eine dominierende Position einzunehmen.

2007 war definitiv ein Jahr, in dem all unsere Unternehmensbereiche in der Lage waren, zufriedenstellende Wachstumswahlen zu erzielen.

Wir erzielten ein ausgewogenes Gleichgewicht der kurzfristigen Ergebnisse, die die Markterwartungen übertrafen, und der Investitionen in die Zukunft unserer Geschäftsbereiche. Konkret haben wir unsere Vertriebsnetze in Europa und Lateinamerika weiter gestärkt und schreiten bei der Umgestaltung von Abbey und bei der Entwicklung der globalen Geschäftsbereiche voran.

PRIORITÄTEN FÜR 2008

Das Jahr 2008 wird ein schwieriges Jahr für den internationalen Bankensektor werden. Wahrscheinlich werden sich die Turbulenzen im Finanzsektor (geringere Liquidität und strengere Bedingungen der Kreditvergabe) auch auf die Gesamtwirtschaft auswirken. So werden die Wachstumsprognosen bereits allmählich zurückgeschraubt.

Wir stellen uns dem Jahr 2008 jedoch zuversichtlich:

- Unser Geschäftsmodell beruht auf dem Kundengeschäft, dem Retail Banking (84 % der Geschäftsergebnisse). Außerdem können wir eine sehr große Diversifizierung bei unserer Präsenz auf den internationalen Märkten vorweisen, was uns eine solidere Wachstumsbasis verschafft.
- Zudem zeichnen sich die Ergebnisse von Banco Santander durch ihre hohe Qualität aus, waren doch der Motor unseres Wachstums schon immer die laufenden Einnahmen aus dem Kundengeschäft. Dies ist ein guter Ausgangspunkt, von dem aus wir weiter wachsen können.
- Wir werden auch künftig ein aktives Kostenmanagement betreiben. Deshalb kann ich garantieren, dass wir auch im Jahr 2008 wieder von einer guten operativen Hebelwirkung und einem günstigen Verhältnis zwischen Steigerung der Einnahmen und Anstieg der Kosten profitieren werden.
- Wir erwarten, dass die Investitionen, die wir in den vergangenen Jahren getätigt haben (z. B. für den Ausbau der Filialnetze, die Integration von Technologieplattformen und die Entwicklung globaler Strukturen), auch im Jahr 2008 Früchte tragen werden.

„Die Prognosen für das Wirtschaftswachstum werden allmählich zurückgeschraubt. Wir stellen uns dem Jahr 2008 jedoch zuversichtlich.“

- Wie ich bereits erwähnte, verfügen wir über klare Chancen, unsere globalen Strategien zu vertiefen und auch künftig von unserer Größe zu profitieren – sowohl bei der Optimierung unserer Kostenstruktur als auch bei der Erschließung neuer Einnahmemöglichkeiten.
- Zudem verfügen wir über ein Geschäftsportfolio mit einer starken Komponente aus Unternehmensbereichen, die über Wachstumsmöglichkeiten verfügen, sind wir doch die größte Bankengruppe in Lateinamerika. So sind wir nach der Übernahme von ABN AMRO die einzige internationale Bankengruppe mit nennenswerter Präsenz auf dem „BRIC-Markt“ (Brasilien, Russland, Indien oder China).
- Eine der wichtigsten Herausforderungen, denen wir uns in diesem Jahr zu stellen haben, ist es, den Erfolg unseres Engagements in Brasilien sicherzustellen, der anfänglich etwa ein Viertel des Nettogewinns der Gruppe ausmachen wird. Wir haben einen ganz klaren Durchführungsplan und verfügen über die erforderliche Erfahrung für dessen erfolgreiche Umsetzung.

SCHLUSSFOLGERUNGEN

Wir sind stärker gewachsen als der übrige Bankensektor, und das in einer Zeit, in der bei einem Teil unserer Wettbewerber das Wachstum mit hohem Risiko hinsichtlich Finanzen, Kreditwesen und Liquidität einher ging. In einem Umfeld, in dem diese Quellen des Wachstums nicht zur Verfügung stehen werden, sind wir der Auffassung, dass unser Wachstumspotenzial steigen wird. Gerade in den schwierigsten Zeiten des Konjunkturzyklus zeigen sich die Unterschiede zwischen soliden Geschäftsmodellen und dem Rest am deutlichsten. Wie wir auch schon an unserem „Investors' Day“ im September 2007 mitgeteilt haben: Wir sind der Auffassung, dass wir Wachstumsraten erzielen können, die den Durchschnitt unserer Wettbewerber um mindestens 5 % übertreffen.

Wenn wir eine hohe Wachstumsrate beibehalten wollen, wird dies zum großen Teil von unserer Reaktionsfähigkeit angesichts neuer Herausforderungen als weltweit operierende Bank abhängen. Sehr geehrte Aktionärinnen und Aktionäre, ich glaube ganz aufrichtig daran, dass wir sehr gut aufgestellt sind, um auf diese Herausforderungen so zu reagieren, dass strengste Kriterien erfüllt werden. Wir sind uns der Tatsache bewusst, dass Sie nur dann zufrieden sind, wenn wir hervorragende Management-Ergebnisse vorweisen können. Wir sind bereit, auch künftig Ergebnisse zu liefern, die Ihren Erwartungen entsprechen werden, und Ihnen positive Überraschungen zu bescheren.

Außerdem bin ich der Überzeugung, dass diese Fähigkeit, auch weiterhin mit zufriedenstellenden Werten wachsen und als Gruppe Wertschöpfung erzielen zu können, derzeit durch den Wert unserer Aktie nicht korrekt reflektiert wird. Unser Aktienkurs liegt ähnlich hoch, z. T. sogar etwas niedriger als der anderer internationaler Banken, die deutlich geringere Wachstumsprognosen als unsere Bank vorweisen können. Traditionellerweise reflektiert der niedrige Aktienkurs, zu dem der Bankensektor bewertet wird, den zyklischen Charakter des Wachstums in dieser Branche. Dennoch bin ich der Ansicht, dass eine Bank, die auf eine Strategie geringen Risikos und auf ein Wachstum setzt, das auf dem Vertrieb (also auf den Beziehungen zu den Kunden) basiert, mittelfristig eine höhere Notierung verdient.

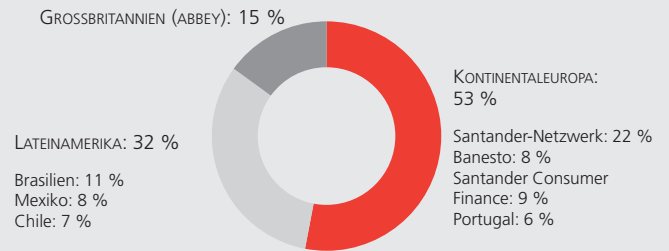
Aufgrund dieses Sachverhalts und aufgrund der Tatsache, dass wir über ein erstklassiges Management-Team verfügen, das in der Lage ist, auf Veränderungen im wirtschaftlichen Umfeld zu reagieren, bin ich nach wie vor sehr optimistisch, was die Zukunft und die Perspektiven Ihrer Investitionen als Aktionäre betrifft.

Alfredo Sáenz
Zweiter stellvertretender
Vorsitzender und CEO



EINE BANK MIT GEOGRAFISCH DIVERSIFIZIERTER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT

ZURECHENBARER NETTOGEWINN NACH REGIONEN



* Ohne Veräußerungsgewinne und außerordentliche Abschreibungen.

KONTINENTALEUROPA

Santander ist die größte Bank in der Euro-Zone

Filialen (Zahl)	5.976
Mitarbeiter (Zahl)	47.838
Bilanzierte Kundenforderungen*	310.618
Kundeneinlagen*	323.602
Zurechenbarer Nettogewinn der Gruppe*	4.423

* Mio. Euro

GROSSBRITANNIEN

Das Ziel von Abbey ist es, die beste Retailbank in Großbritannien zu sein

Filialen (Zahl)	704
Mitarbeiter (Zahl)	16.827
Bilanzierte Kundenforderungen*	184.086
Kundeneinlagen*	216.672
Zurechenbarer Nettogewinn der Gruppe*	1.201

* Mio. Euro

LATEINAMERIKA

Santander ist die größte Finanzgruppe in Lateinamerika

Filialen** (Zahl)	4.498
Mitarbeiter (Zahl)	65.628
Bilanzierte Kundenforderungen*	68.854
Kundeneinlagen*	137.682
Zurechenbarer Nettogewinn der Gruppe*	2.666

* Mio. Euro

** Einschließlich herkömmlicher Filialen, Filialen und Filialen in Unternehmen.



In Kontinentaleuropa ist Banco Santander in 16 Ländern präsent; es handelt sich um die führende Bank in der Euro-Zone hinsichtlich der Börsenkapitalisierung. Santander ist in Spanien Marktführer in den Bereichen Retail Banking und Private Banking; in Portugal ist Santander nach Gewinnen gerechnet die drittgrößte Bank im Bereich Private Banking. Im Konsumfinanzierungsgeschäft hält Santander nach wie vor einen hohen Marktanteil in Spanien, Deutschland, Italien und Polen.

Santander nutzt in Europa ein Geschäftsmodell, bei dem das Hauptaugenmerk auf dem Bereich Retail Banking liegt. Zudem verfügt die Gruppe über eine solide Technologieplattform, die die Erwirtschaftung laufender Gewinne bei effizienter Kostenkontrolle ermöglicht. Im Jahr 2007 wuchs der Gewinn noch schneller und die Rentabilität wurde verbessert; die Cost-Income-Ratio lag unter 40 %.



Abbey ist in Großbritannien die drittgrößte Bank im Hypothekengeschäft. Im Jahr 2007 baute die Bank das Angebot an Produkten für Privatkunden aus, wobei der Schwerpunkt auf Sparkonten, Girokonten, Versicherungen und Konsumentenkrediten sowie auf der Servicequalität lag. Zudem verzeichnen der Geschäftskundenbereich sowie die Bereiche Investment Banking, Private Banking, das Kartengeschäft und das Asset Management neue Impulse, wobei Synergieeffekte genutzt und die globalen Kapazitäten sowie die Erfahrung der Santander-Gruppe eingebracht werden.

Seit der Übernahme durch die Santander-Gruppe im Jahr 2004 konnte Abbey hervorragende Fortschritte bei der Umsetzung der Ziele aus dem Strategieplan verzeichnen: Der zurechenbare Gewinn liegt im Jahr 2007 bei über 1.200 Mio. Euro; die Cost-Income-Ratio wurde auf 50 % gesenkt.



Banco Santander engagiert sich seit über 60 Jahren stark in Lateinamerika. Die Gruppe ist in 9 Ländern Lateinamerikas präsent und nimmt in den wichtigsten drei Volkswirtschaften Lateinamerikas Führungspositionen ein: in Brasilien, Mexiko und Chile.

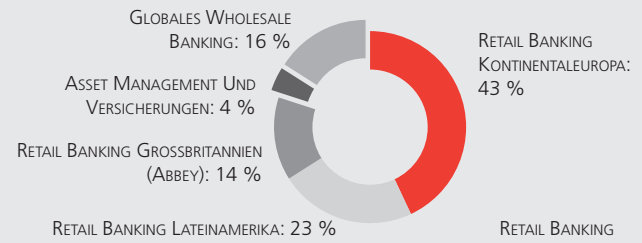
Im Jahr 2007 hat Santander seine Präsenz in Brasilien durch die Übernahme von Banco Real verdoppelt. Durch diese Transaktion steigt die Zahl der Filialen von Santander im Land auf 4.000. Die Bank ist damit der drittgrößte Finanzdienstleister Brasiliens nach Kreditvolumen und der zweitgrößte nach Kundeneinlagen. Zudem investiert Banco Santander auch künftig, um die Vertriebskapazitäten in der Region auszubauen und um unseren Kunden weitere Filialen, Bankautomaten und mehr Personal bieten zu können.





DAS GESCHÄFTSMODELL VON SANTANDER: EINE GLOBALE, EFFIZIENTE, RENTABLE UND TRANSPARENTE BANK, DIE DEN KUNDEN NAHE IST

ERGEBNIS VOR STEUERN* NACH GESCHÄFTSBEREICHEN



* Ohne Veräußerungsgewinne und außerordentliche Abschreibungen.

Konzentration auf den Bereich Retail Banking, geografische Streuung, umsichtiges Risikomanagement, Effizienz und Kapitaldisziplin – das sind die Eckpfeiler, auf denen das Geschäftsmodell von Banco Santander beruht

RETAIL BANKING

Die internationale Bank mit dem größten Filialnetz weltweit

86 % der Einnahmen von Banco Santander stammen aus dem Bereich Retail Banking. Aus diesem Grund zeichnen sich unsere Ergebnisse durch hohe Stabilität und Nachhaltigkeit aus.

Santander ist die internationale Bank mit dem größten Filialnetz weltweit. Über die 11.178 Filialen (über 13.000 mit Banco Real in Brasilien) bedient Santander 65 Millionen Kunden und bietet ihnen innovative Produkte und Dienstleistungen, die auf die Anforderungen der jeweiligen Märkte

zugeschnitten sind. Das Ziel ist es, einen hervorragenden Service zu bieten, um die Kundenzufriedenheit und die Kundenbindung zu steigern und so dauerhafte Kundenbeziehungen zu entwickeln.

Die Gruppe beschäftigt über 131.000 Mitarbeiter und verfolgt eine Personalstrategie, die darauf ausgerichtet ist, die weltweit talentiertesten Mitarbeiter zu gewinnen, zu motivieren, zu entwickeln und zu binden.

STREUUNG

Ausgewogene Position in ausgereiften Märkten sowie in Schwellenländern

Banco Santander ist in über 40 Ländern präsent und kann eine ausgewogene Position in ausgereiften Märkten sowie in Schwellenländern mit hohem Wachstum vorweisen. Diese Kombination ermöglicht einen starken Anstieg der Einnahmen und der Gewinne über den gesamten Konjunkturzyklus hinweg.

Die Bank erreicht hohe Marktanteile auf den Referenzmärkten Europas und Lateinamerikas. Außerdem tragen die globalen Geschäftsbereiche sowie die Fähigkeit der Gruppe, in den verschiedenen Ländern Synergieeffekte zu nutzen, dazu bei, dass der Wert der Gruppe die Summe der einzelnen Teile übersteigt.

UMSICHTIGES RISIKOMANAGEMENT UND MAXIMALE TRANSPARENZ

Eine Bank mit geringem, prognostizierbarem Risiko-profil

Die Santander-Gruppe verfolgt eine umsichtige, strenge Risikopolitik und nutzt sehr ausgereifte Risikomodelle, die in Verbindung mit der Konzentration auf den Bereich Retail Banking für ein geringes, prognostizierbares Risikoprofil sorgen.

91 % des Kreditrisikos von Santander stammt aus dem Retail Banking, während die Gruppe kaum im Hochrisikobereich oder außerhalb ihrer Referenzmärkte operiert.

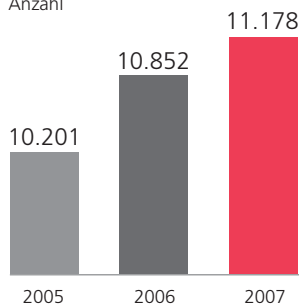
Zudem informiert die Bank stets pünktlich und transparent über ihre Strategie, ihre Ergebnisse und Ziele.



Filiale Calle Hernani 73, Madrid (Spanien)

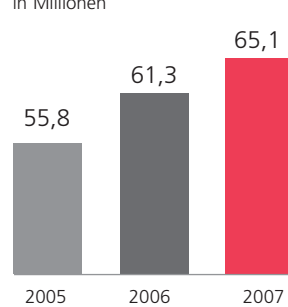
FILIALEN

Anzahl



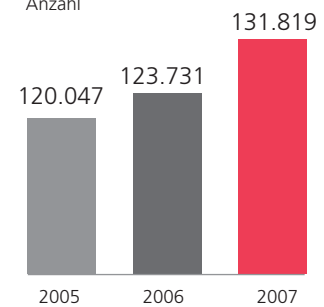
KUNDEN

in Millionen



MITARBEITER

Anzahl



COST-INCOME-RATIO

Wegweisende Technologie im Dienste der operativen Effizienz

Santander nimmt eine technologisch wegweisende Position ein und optimiert die operative Effizienz und die Produktivität kontinuierlich. Die strategischen Technologieplattformen der Gruppe (Partenón in Europa und Altair in Lateinamerika) sind bereits in mehr als 10 Ländern präsent. Sie ermöglichen ein umfassendes Profil der Kunden und die Prognose der finanziellen Bedürfnisse von Privat- und Geschäftskunden.

Dank eines globalen technologischen und operativen Modells ist Banco Santander in der Lage, Transaktionen, Systeme und

Prozesse zwischen den verschiedenen Ländern auszutauschen und zu übertragen. Davon profitieren durch erhebliche Kosteneinsparungen auch die globalen Geschäftsbereiche der Gruppe (Wholesale Banking, Private Banking, Asset Management, Versicherungen und Zahlungsmittel).

All dies trägt dazu bei, dass die Cost-Income-Ratio der Santander-Gruppe (44,2 % im Jahr 2007) eine der besten im der gesamten internationalen Bankenwelt ist.

KAPITALDISZIPLIN

Hohe Solvenz und solide Kapitalquoten

Die Santander-Gruppe weist eine BIZ-Quote von 12,7 %, einen Tier-1-Wert von 7,7 % und eine Kernkapitalquote von 6,25 % auf. Im Jahr 2007 verbesserten die Rating-Agenturen Standard & Poor's sowie Moody's das langfristige Ranking der Gruppe auf AA bzw. Aa1.

Die Bank richtet ihren Kapitaleinsatz auf die Geschäftsbereiche mit der höchsten Rentabilität aus. Unser wichtigstes Ziel ist es, nachhaltige Wertschöpfung zu erzielen, wobei das Hauptaugenmerk auf dem Gewinn je Aktie für die 2,3 Millionen Aktionäre liegt.

Santander wendet für sämtliche Übernahmetransaktionen strenge finanzielle und strategische Kriterien an. Übernahmen werden in Märkten bzw. Ländern durchgeführt, in denen sich die Bank gut auskennt. Bedingung ist außerdem, dass sich derartige Transaktionen ab dem dritten Jahr nach der Übernahme positiv auf den Gewinn je Aktie auswirken müssen. Gleichzeitig pflegt die Bank eine Politik der Veräußerung von Geschäftsbereichen ohne strategische Bedeutung.

BANCO SANTANDER ERZIelt IM JAHR DES 150-JÄHRIGEN UNTERNEHMENSJUBILÄUMS MIT 9.060 MIO. EURO EIN REKORDERGEBNIS BEIM ZURECHENBAREN GEWINN

Die Ergebnisse weisen ein nachhaltiges Wachstum auf, das sich auf eine hohe Fähigkeit zur Erwirtschaftung laufender Gewinne sowohl nach Ländern als auch nach Geschäftsbereichen stützt. Die hohe Nachhaltigkeit des Gewinns zeigt sich im starken Anstieg der Bruttoumsatzrendite

REKORDERGEBNISSE IM JAHR 2007

Die Geschäftstätigkeit von Banco Santander entfaltete sich in einem uneinheitlichen Umfeld, in dem die positive Entwicklung der wichtigsten Märkte, in denen die Gruppe präsent ist, durch die Volatilität der Finanzmärkte aufgrund der Krise der Hochrisikohypotheken in den USA getrübt wurden.

In dieser Situation erzielte Banco Santander mit 9.060 Mio. Euro ein Rekordergebnis hinsichtlich des zurechenbaren Gewinns. Ohne Berücksichtigung der Veräußerungsgewinne aus dem Verkauf der Beteiligung an Intesa Sanpaolo, der Pensionsfonds-Verwaltungsgesellschaften in Lateinamerika und der Immobilien in Spanien beläuft sich der ordentliche Gewinn auf 8.111 Mio. Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 23,2 % gegenüber dem Vorjahr.

Diese Ergebnisse werden durch ein hohes Wachstum sowohl nach Ländern als auch nach Geschäftsbereichen gestützt.

- In Kontinentaleuropa beläuft sich der zurechenbare Gewinn auf 4.423 Mio. Euro. Dieses Ergebnis wurde durch eine starke Steigerung der Einnahmen und ein umsichtiges Kostenmanagement erzielt.
- In Großbritannien konnte Abbey dank des erweiterten Produktangebots und einer starken Optimierung der Cost-Income-Ratio einen Gewinn von 1.201 Mio. Euro erzielen.
- In Lateinamerika stieg der zurechenbare Gewinn auf 2.666 Mio. Euro an, was den geschäftlichen Anstrengungen im Bereich der Privatkunden sowie der Unternehmens- und Geschäftskunden zu verdanken ist.

Der Bereich Retail Banking mit einem Ergebnis von 9.339 Mio. Euro vor Steuern macht nach wie vor den größten Anteil an

den Ergebnissen aus, wodurch der Gewinn eine hohe Stabilität und Nachhaltigkeit aufweist. Auch die anderen Segmente steigerten ihren Anteil am Gewinn. Dabei ist die positive Entwicklung des globalen Wholesale Banking von Santander mit einem Ergebnis vor Steuern von 1.830 Mio. Euro hervorzuheben. Das entspricht einer Steigerung von 28,4 % im Vergleich zum Vorjahr.

Im Jahr 2007 konnte die Santander-Gruppe ihre Rentabilität (der ROE ohne Veräußerungsgewinne stieg um 1,1 Prozentpunkte auf 19,6 %) sowie ihre Cost-Income-Ratio (die Kostenrate sank im Vergleich zu den Einnahmen um 4,4 Prozentpunkte auf 44,2 %) weiter steigern. Die Forderungsausfallrate bleibt auf einem geringen Niveau von 0,95 %, der Deckungsgrad ausstehender Forderungen beläuft sich auf 151 %.

DIE TRANSAKTION ABN AMRO

Banco Santander schloss 2007 in einem Konsortium mit der Royal Bank of Scotland und Fortis erfolgreich das Übernahmeangebot für die niederländische Bank ABN AMRO ab. Es handelte sich um die größte Transaktion der gesamten Bankengeschichte.

Die Transaktion steht im Einklang mit den finanziellen und strategischen Kriterien von Banco Santander: Der Zielmarkt – Brasilien – ist bei Banco Santander wohlbekannt. Die Transaktion wird sich schon von Anfang an positiv auf den Gewinn je Aktie auswirken, und die Rendite aus der Investition wird im dritten Jahr die Kapitalkosten für Banco

Santander übersteigen. Mithilfe dieser Transaktion stärkt Santander seine Präsenz in Brasilien durch die Übernahme von Banco Real. Mit 4.000 Filialen (2.000 von Banco Real und 2.000 von Santander Brasil) ist Santander die drittgrößte Bank nach Kreditvolumen und die zweitgrößte nach dem Einlagevolumen in Brasilien, einem Land mit hervorragenden Zukunftsperspektiven, in dem Santander große Erfahrung vorweisen kann.

Die volle Integration von Banco Real in die Santander-Gruppe wird im Laufe des Jahres 2008 erfolgen.

Im Rahmen dieser Transaktion übernahm Banco Santander zunächst auch die italienische Bank Antonveneta, die dann für einen Preis an Monte dei Paschi di Siena verkauft wurde, der um 2,4 Mrd. Euro über dem Nennwert zum Zeitpunkt des Übernahmeangebots lag.

Die Übernahme von ABN AMRO wurde auf äußerst effiziente Weise von unseren Aktionären finanziert.

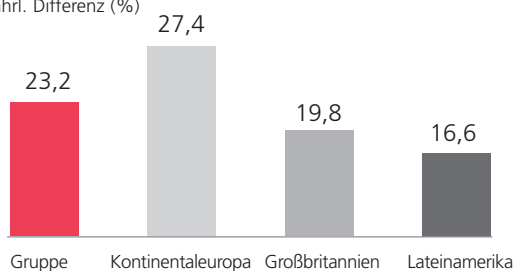


Santander

150 AÑOS

ZURECHENBARER GEWINN* 2007 REGIONEN

jährl. Differenz (%)



* Ohne Veräußerungsgewinne und außerordentliche Abschreibungen.

ERGEBNIS VOR STEUERN* 2007 GESCHÄFTSBEREICHE

jährl. Differenz (%)



150-JÄHRIGES UNTERNEHMENSJUBILÄUM

DAS 150-JÄHRIGE UNTERNEHMENSJUBILÄUM IN ZAHLEN

- **100** Aktien wurden an jeden Mitarbeiter von Banco Santander ausgegeben
- **421 Millionen** Personen in aller Welt sahen die internationale Werbekampagne unter dem Motto „Die Bank mit dem größten Filialnetz weltweit“
- **59** spezielle Veranstaltungen für Aktionäre, Kunden, Investoren und Mitarbeiter
- **691.678** Personen nahmen an Veranstaltungen zum 150-jährigen Unternehmensjubiläum teil
- **132.000** Mitarbeiter nahmen teil an „Santander eres tú“ [Santander bist Du], einem Projekt des Bereichs Personal zur Förderung der Unternehmenskultur
- **173.000** Exemplare des Buchs „1857–2007, Banco Santander, 150 años de historia“ (1857–2007, Banco Santander, 150 Jahre Geschichte) wurden verteilt

DIE MARKE SANTANDER

Zum 150-jährigen Unternehmensjubiläum wird Banco Santander bereits in allen Ländern, in denen die Bank tätig ist, unter einem einheitlichen Markenimage und einer einheitlichen Marke erkannt. Zudem trug das zentrale Management der großen Sponsoring-Projekte (Formel 1, Copa Libertadores für den Fußballsport und America's Cup im Segelsport) dazu bei, die internationale Bekanntheit und Anerkennung von Banco Santander auszubauen.



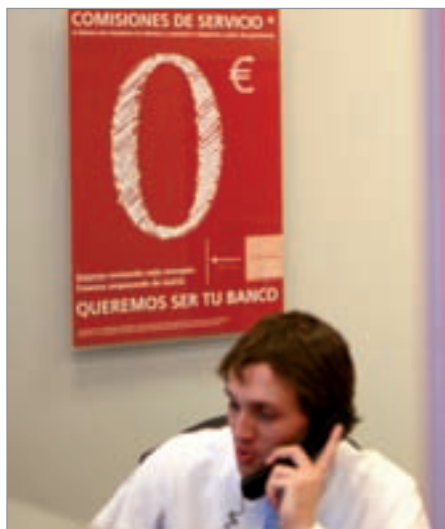
SANTANDER ERZIelt IN KONTINENTALEUROPA EINEN ZURECHENBAREN GEWINN VON 4.423 MIO. EURO UND KONSOLIDIERT SICH ALS FÜHRENDE BANK IN DER EURO-ZONE HINSICHTLICH DER BÖRSENKAPITALISIERUNG

In Kontinentaleuropa betreut Banco Santander in über 5.976 Filialen fast 23 Millionen Kunden in 16 Ländern. Im Jahr 2007 konnte Santander qualitativ hochwertige Ergebnisse erzielen. Das sind die Erträge eines starken Ausbaus des Kundengeschäfts und der Effizienz- und Produktivitätssteigerungen der Filialnetze

Banco Santander ist in Spanien Marktführer in den Bereichen Retail Banking und Private Banking; in Portugal ist Santander nach Gewinnen gerechnet die drittgrößte Bank im Bereich Private Banking.

In Kontinentaleuropa ist Santander auch in den Bereichen Wholesale Banking, Asset Management und Versicherungen aktiv. Zudem ist Santander Consumer Finance in 16 Ländern Europas im Konsumfinanzierungsgeschäft tätig.

Der zurechenbare Gewinn in Kontinentaleuropa ist um 27,4 % auf 423 Millionen Euro gestiegen. Die vier großen Marken im Retail Banking (Santander-Netzwerk, Banesto, Santander Totta und Santander Consumer Finance) erzielten zweistellige Gewinnsteigerungsraten. Dieses Ergebnis stützt sich auf eine starke Steigerung der Einnahmen und ein umsichtiges Kostenmanagement. Die Cost-Income-Ratio wurde in einem Jahr, in dem die Anzahl der Filialen um 204 wuchs, um 2 Prozentpunkte auf 38,8 % verbessert. Hervorzuheben ist auch die Steigerung des ROE ohne Veräußerungsgewinne auf 21,3 %.



RETAIL BANKING IN SPANIEN

Santander verfügt in Spanien über zwei Filialnetze für den Bereich Retail Banking: das Santander-Netzwerk und Banesto.

SANTANDER-NETZWERK

Das Santander-Netzwerk verfügt über 2.887 Filialen und 19.392 Mitarbeiter. Der Schwerpunkt liegt auf einer qualitativ hochwertigen geschäftlichen Abwicklung, auf maximaler Servicequalität und auf äußerst innovativen Produkten für die über 8 Millionen Kunden. Diese Zielsetzungen sind gepaart mit einem umsichtigen Risikomanagement und einer strikten Kostenkontrolle. Das Santander-Netzwerk nimmt in Spanien mit einer Cost-Income-Ratio von 38,7 % eine wegweisende Position ein.

Der zurechenbare Gewinn des Santander-Netzwerks belief sich auf 1.806 Mio. Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 19,9 % gegenüber dem Vorjahr.

Das strategische Programm „Queremos ser tu banco“ („Wir möchten deine Bank sein“) ist nach wie vor der wichtigste Wachstumsmotor des Santander-Netzwerks im Bereich Retail Banking für Privatkunden. Im Jahr 2007 wurde das Programm „Queremos ser tu banco“ auf Aktionäre, Handelsbetriebe, Freiberufler, Akademiker und Einwanderer ausgeweitet. Generell wurden die Servicegebühren für die 4 Millionen Kunden abgeschafft, die von dem Programm profitieren. Ihnen wird zusätzlich eine breitgefächerte Produktpalette mit entsprechenden Vergünstigungen angeboten.

Ergebnisse des Programms „Queremos ser tu banco“ sind eine Verdoppelung der Neukundenzahl, eine Reduzierung der Abwanderung von Kunden um die Hälfte und eine Vervierfachung der Kundenbindung. Gleichzeitig steigen die Kundenzufriedenheit und die Bruttoumsatzrendite pro Kunde. Die Zahl der Beschwerden verringert sich ebenfalls.

Auch in speziellen Marktsegmenten des Geschäftskundenbereichs, des Bereichs Private Banking und des Privatkundengeschäfts – drei Märkte mit großem Wachstumspotenzial – verfolgt das Santander-Netzwerk eine ehrgeizige Strategie.

Was die Ressourcen betrifft, so stand das Santander-Netzwerk im Zentrum einer bisher in der spanischen Bankengeschichte ungekannten Transaktion. Das Netzwerk konnte Santander-Geschäftsanleihen im Wert von 7 Mrd. Euro auf 129.000 Investoren aufteilen, was zum Teil für die Finanzierung der Übernahme von ABN AMRO eingesetzt wurde.

ZIELE

- Den Kundenbestand bis 2010 auf 10 Millionen Kunden vergrößern.
- Die Kundenbindung durch Cross Selling steigern, um bis zum Jahr 2010 die Zahl von 5 Millionen Kunden zu übertreffen, die von dem Programm „Queremos ser tu Banco“ profitieren.
- Servicequalität verbessern.
- Einnahmen über den Marktdurchschnitt hinaus steigern.
- Risikoqualität beibehalten und Cost-Income-Ratio optimieren.



Filiale von Santander Totta in der Rua do Ouro 75 in Lissabon (Portugal)

	SANTANDER NETZWERK	BANESTO	PORTUGAL
Mio. Euro			
Kunden (Millionen)	8,4	2,4	1,9
Filialen (Zahl)	2.887	1.946	763
Mitarbeiter (Zahl)	19.392	10.776	6.405
Bilanzierte Kundenforderungen	116.798	74.034	30.119
Kundeneinlagen	101.483	96.034	33.766
Verdienstspanne	2.863	1.312	672
Zurechenbarer Gewinn	1.806	668*	511
Cost-Income-Ratio (%)	38,72	41,20	44,00

* Der Gewinn berechnet sich wie für die übrigen Segmente gemäß der auf S. 82 in diesem Bericht aufgeführten Kriterien. Er entspricht dem Prozentsatz, der der Santander-Gruppe zurechenbar ist. Ohne diese Auswirkungen beläuft sich der veröffentlichte Gewinn von Banesto auf 765 Mio. Euro.

BANESTO

Banesto verzeichnete auch im Jahr 2007 ein renditestarkes, effizientes, diversifiziertes Wachstum mit hervorragender Risikoqualität. Die Bank übertraf im Jahr 2007 die veröffentlichten Ziele: Für das Ergebnis aus der ordentlichen Geschäftstätigkeit konnte ein Wachstum von 24,2 % verzeichnet werden. Auch der Marktanteil der Bank wuchs im Vergleich zu den übrigen Banken.

Die Geschäftsstrategie von Banesto konzentriert sich vorwiegend auf das Segment der Unternehmens- und Geschäftskunden, den KMU-Bereich, auf Freiberufler und Handelsbetriebe sowie auf die Optimierung der Kundenbindung und das Privatkundengeschäft.

Die Bank verfügt über einen technologischen Vorsprung, der zur Optimierung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und zur permanenten Innovationsfähigkeit beiträgt. Das Qualitätsmodell Q10 der Bank gestattet es, die Servicequalität und die Kundenzufriedenheit ständig zu verbessern.

Im Jahr 2007 hat Banesto seinen Expansionsplan mit der Eröffnung 300 neuer Filialen in 2 Jahren abgeschlossen. Damit verfügt die Bank jetzt über 1.946 Filialen, die das vielfältige Vertriebsnetz stärken. Dies ermöglicht eine größere Kundennähe für die 366.341 kleinen, mittleren und größeren Unternehmen, die Handelsbetriebe und für die über 2 Millionen Privatkunden.

ZIELE FÜR 2008

- Steigerung des Marktanteils um 0,25 %.
- Steigerung des ROE und der Cost-Income-Ratio um 1 bzw. 2 %.
- Eine Forderungsausfallrate beibehalten, die unter dem Durchschnittswert des Bankensektors liegt.
- Mittelfristig ist Banesto bestrebt, im Hinblick auf die Rentabilität und Cost-Income-Ratio die beste Geschäftsbank in Europa zu sein.



SANTANDER IN PORTUGAL

Santander Totta ist die renditestärkste, effizienteste Bank Portugals; sie erzielt nach wie vor das höchste Rating unter den Banken Portugals.

Im gesamten Geschäftsjahr belief sich der zurechenbare Nettogewinn ohne Veräußerungsgewinne auf 511 Millionen Euro. Davon stammt der größte Teil aus der Steigerung der Einnahmen.

Die Geschäftsstrategie von Santander Totta zeichnet sich durch ihre starke Kundenorientierung aus. Dabei wurde der Kundenbestand vergrößert, die Kundenbindung gesteigert und das Cross Selling sowie die Einführung innovativer Produkte und Dienstleistungen verstärkt.

ZIELE FÜR 2008

- Dem Geschäft mit kleinen und mittleren Unternehmen stärkere Impulse verleihen.
- Auf dem Privatkundenmarkt wachsen, wobei die Eröffnung neuer Filialen und die größere Zahl der festen Kunden genutzt wird.
- Führungsposition hinsichtlich Produktivität und Cost-Income-Ratio halten.

SANTANDER CONSUMER FINANCE ERZIELT 2007 EINEN ZURECHENBAREN GEWINN VON 719 MILLIONEN EURO UND EXPANDIERT IN NEUE MÄRKTE

Ein effizientes Produkt-Management und eine strikte Kostenkontrolle konnten eine für das Geschäft ungünstige wirtschaftliche Gesamtsituation kompensieren

Santander Consumer Finance ist in Deutschland, Spanien, Italien, Portugal, Polen, Norwegen, Schweden, Großbritannien, Finnland, den Niederlanden, Österreich, Dänemark, Ungarn, in der Tschechischen Republik, in Russland, in den USA, in Chile, Mexiko und Frankreich präsent

Santander Consumer Finance ist der Unternehmensbereich der Gruppe, der auf die Konsumfinanzierung spezialisiert ist.

Die wichtigsten Geschäftsbereiche sind die Finanzierung von Kraftfahrzeugen und die Bereitstellung von Konsumentenkrediten. Diese beiden Produktparten machen 77 % des gesamten Geschäftsportfolios aus und tragen mit etwa 80 % zum Ergebnis vor Steuern bei.

Die Strategie von Santander Consumer Finance basiert auf der Finanzierung am Point of Sales. Der Unternehmensbereich verfügt über ein umfangreiches Netz an Wiederverkäufern, mithilfe derer Verträge zur Finanzierung von Kraftfahrzeugen und anderen Konsumgütern abgeschlossen werden. Nachdem so die Beziehungen zu den Endkunden aufgenommen wurden, unternimmt Santander Consumer Finance Anstrengungen, um die Endkunden zu binden und ihre Kundentreue zu steigern, indem die Bank ihnen direkt andere Produkte wie z. B. Kreditkarten anbietet.

Zu diesem Unternehmensbereich gehört auch Openbank, der Santander-Geschäftsbereich für Direct Banking über das Internet.

DAS GESCHÄFT IM JAHR 2007

Im Jahr 2007 sah sich Santander Consumer Finance, ausgelöst durch Zinssteigerungen in Europa, zunehmenden Wettbewerb und stagnierende Verkaufszahlen von Kraftfahrzeugen in verschiedenen Ländern Europas mit einer ungünstigen wirtschaftlichen Gesamtsituation konfrontiert.

Im ersten Jahr der Zugehörigkeit zur Santander-Gruppe konnte Santander Consumer Finance USA trotz einer schwierigen Marktsituation infolge der Subprime-Hypothekenkrise hervorragende Ergebnisse vorweisen.

Insgesamt erzielte Santander Consumer Finance in dieser Situation zufriedenstellende Wachstumsraten und eine gute Rentabilität. Der zurechenbare Gewinn dieses Unternehmensbereichs belief sich auf 719 Mio. Euro.

Hervorzuheben ist in diesem Geschäftsjahr auch die Expansion auf neue Märkte wie Russland, Mexiko, Chile, Frankreich und Finnland, sei es durch die Übernahme kleiner Finanzierungsunternehmen, durch Joint Ventures mit lokalen Unternehmen oder durch Neugründungen.

SANTANDER CONSUMER FINANCE

Mio. Euro

Länder	19
Kunden (Millionen)	9,9
Filialen (Zahl)	285
Mitarbeiter (Zahl)	7.221
Bilanzierte Kundenforderungen	45.731
Kundeneinlagen	32.953
Verdienstspanne	1.867
Zurechenbarer Gewinn	719
Cost-Income-Ratio (%)	29,64



Sitz von Santander Consumer Finance in Mönchengladbach (Deutschland)

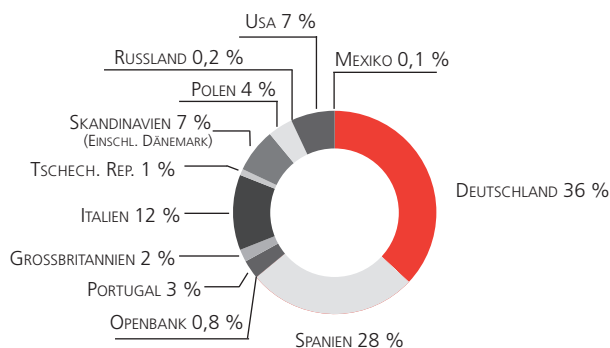
ERFOLGE IM JAHR 2007

- Streuung der Geschäftstätigkeit.
- Erschließung neuer Märkte in Europa und Lateinamerika.
- Erwartungen in USA übertroffen.
- Deutliche Steigerung der neuen Produktion.
- Kostenkontrolle.
- Verbesserung der Ergebnisse von Openbank.

ZIELE FÜR 2008

- Steigerung der Einnahmen mit höheren Wachstumsraten als der Marktdurchschnitt, Beibehaltung einer kontrollierten Forderungsausfallrate.
- Integration der Unternehmensteile fortführen, aus denen Santander Consumer Finance besteht.
- Selektive Erweiterung der Produktpalette.
- Entwicklung der jüngsten Investitionen in neuen Märkten.

VERTEILUNG DES KREDITBESTANDS NACH LÄNDERN



Santander Consumer Finance
The power of a great team.

Santander Consumer Finance works as a team with a common objective: to offer the best consumer credit financing service in 17 countries and 100,000 points-of-sale.

Only a great team can offer a great service.

150 YEARS

VALUE FROM IDEAS
 MORE BRANCHES THAN ANY OTHER INTERNATIONAL BANK

www.santander.com

ABBEY ERZIELT EINEN ZURECHENBAREN GEWINN VON 1.201 MIO. EURO UND SCHREITET WEITER DEM ZIEL ENTGEGEN, DIE BESTE RETAILBANK IN GROSSBRITANNIEN ZU WERDEN

In einem Markt mit sehr starkem Wettbewerbsdruck konnte Abbey die Einnahmen über den Marktdurchschnitt hinaus steigern und gleichzeitig die Kosten senken

Abbey hat im Jahr 2007 die Fähigkeiten und die globale Erfahrung der Santander-Gruppe genutzt, um Geschäftsbereichen wie Versicherungen, Private Banking, Asset Management und Finanzmärkte zusätzliche Impulse zu verleihen

In Großbritannien entwickelt Santander seine Geschäftstätigkeit im Bereich Retail Banking durch Abbey.

Im Jahr 2007 erzielte Abbey einen zurechenbaren Gewinn von 1.201 Mio. Euro. Das entspricht einer Steigerung von 19,8 % im Vergleich zum Jahr 2006. Die Gesamteinnahmen stiegen um 6,4 % und damit um einen Faktor, der deutlich über dem Durchschnittswert des Marktes liegt. Gleichzeitig konnten die Kosten im Berichtsjahr um 3,2 % gesenkt werden.

Abbey hat bei den Finanzziele im Rahmen des Strategieplans hervorragende Fortschritte verzeichnet, seit die Bank von der Santander-Gruppe übernommen wurde. Sie war in der Lage, die Kosten bereits früher als prognostiziert um 300 Mio. Pfund Sterling zu senken. Die Cost-Income-Ratio lag bei 50 %; das sind 20 Prozentpunkte weniger als vor drei Jahren. Erwartungsgemäß übersteigt die Rendite aus der Investition bereits im Jahr 2007 die Kapitalkosten.

Abbey operiert weiterhin mit einem gemischten Geschäftsportfolio mit geringem Risiko. Nur 2,3 % des Geschäftsvolumens im Bereich Retail Banking sind Kredite ohne echte Sicherheiten. Mit einer Forderungsausfallrate von 0,60 % zeichnet sich Abbey durch das geringe Kreditrisiko seines Hypothekengeschäfts aus.

EINE ALLGEMEINE GESCHÄFTSBANK

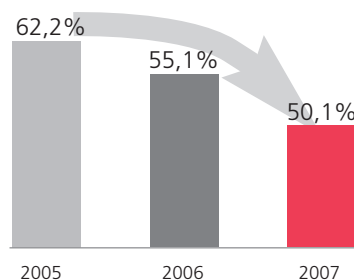
Abbey macht weiterhin Fortschritte auf dem Weg zu einer allgemeinen Geschäftsbank, die in der Lage ist, eine umfassende Palette innovativer Produkte und Dienstleistungen hoher Qualität anzubieten.

Die Bank verfolgt eine ehrgeizige Strategie zur Anwerbung von Giro- und Sparkonten. Gleichzeitig wird die Fähigkeit für den Absatz von Hypothekenkrediten gesteigert, mit dem Ziel, landesweit unter den führenden 3 Instituten zu bleiben.

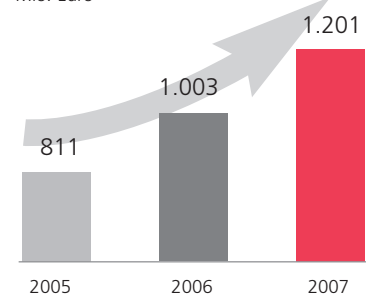
Das Jahr 2007 zeichnet sich auch durch die Einführung des Kreditkartengeschäfts in Rekordzeit aus. Die ersten Initiativen haben auf dem Markt eine hohe Akzeptanz erfahren. Das Ziel ist es, bis 2010 einen Marktanteil von 4 % im Kartengeschäft zur erzielen.

Abbey hat im Jahr 2007 die Fähigkeiten und die globale Erfahrung der Santander-Gruppe genutzt, um Geschäftsbereichen wie Versicherungen, Private Banking, Asset Management und Finanzmärkte zusätzliche Impulse zu verleihen.

COST-INCOME-RATIO
%



ZURECHENBARER GEWINN
Mio. Euro





Filiale Gracechurch Street, London

GROSSBRITANNIEN – ABBEY

Mio. Euro

Kunden (Millionen)	16,4
Filialen (Zahl)	704
Mitarbeiter (Zahl)	16.827
Bilanzierte Kundenforderungen	184.086
Kundeneinlagen	216.672
Verdienstspanne	1.913
Zurechenbarer Gewinn	1.201
Cost-Income-Ratio (%)	50,08

STÄRKERE KUNDENORIENTIERUNG

Die Implementierung der Technologieplattform Partenón wurde im prognostizierten Tempo fortgeführt.

Dank Partenón können manuelle Arbeitsschritte reduziert und eine gezieltere geschäftliche Orientierung sowie eine erhebliche Steigerung der Servicequalität realisiert werden.

Zudem verfügt Abbey über einen Plan zur Eröffnung neuer Filialen im Zeitraum 2009 bis 2012, um die Bankkunden besser bedienen zu können.

POSITIONIERUNG UND BEKANNTHEIT

Santander konnte dank einer erfolgreichen, effizienten Marketing-Kampagne eine starke Verbesserung der Positionierung und eine deutliche Steigerung der Bekanntheit des Unternehmens in Großbritannien verzeichnen.

Davon hat Abbey profitiert, wobei die Einführung neuer Produkte mit Sponsoring-Aktivitäten für die Formel 1 (englischer Rennstall von McLaren Mercedes/Santander British Grand Prix in Silverstone) und dem Image des Fahrers Lewis Hamilton gekoppelt wurden.

ZIELE FÜR 2008

- Steigerung der Einnahmen um 5 bis 10 % bei gleichbleibenden Kosten.
- Weitere Senkung der Cost-Income-Ratio, um sich dem Durchschnitt der Gruppe anzunähern.
- Uneingeschränkte Funktionsfähigkeit von Partenón im Jahr 2008, wodurch die Servicequalität für den Kunden gesteigert werden kann.
- Halten der Führungsposition im Hypothekengeschäft und Ausbau der Präsenz in anderen Segmenten oder Produkten wie Giro- und Sparkonten, Geschäftsbankenbereich, Konsumkredite und Versicherungen.
- Mittelfristiger Ausbau der geografischen Präsenz durch die Eröffnung neuer Filialen.

A GREAT DEAL WORTH CELEBRATING

BANK ACCOUNT

8% AER

on balances up to £2,500 for 12 months when you switch.

Abbey *More than just Your Money!*

Santander

SANTANDER ERZIELT IN LATEINAMERIKA EINEN ZURECHENBAREN GEWINN VON 2.666 MIO. EURO UND VERSTÄRKT SEINE PRÄSENZ IN BRASILIEN

Im Rahmen des Plan América 2010 plant Santander, innerhalb von drei Jahren die Einnahmen in der Region zu verdoppeln und in jedem der Länder, in denen die Bank tätig ist, die beste Geschäftsbank zu sein

Banco Santander nimmt in Brasilien, Mexiko und Chile Führungspositionen ein.

Außerdem ist Banco Santander in Argentinien, Venezuela, Puerto Rico, Kolumbien, Uruguay und Peru präsent

Im Jahr 2007 hat Banco Santander das Engagement in Lateinamerika durch die Übernahme von Banco Real in Brasilien verdoppelt. Durch diese Übernahme wird Santander in Brasilien die drittgrößte Bank nach Kreditvolumen und die zweitgrößte nach dem Einlagevolumen. Sie verfügt über 4.000 Filialen und Filialen für die brasilianischen Kunden. Die volle Integration von Banco Real in die Santander-Gruppe wird im Laufe des Jahres 2008 erfolgen.

Die Perspektiven in Lateinamerika sind in den kommenden Jahren sehr positiv. Die wichtigsten Länder haben große Anstrengungen unternommen und eine Wirtschaftspolitik entwickelt, mit der der Wirtschaft größere Stabilität verliehen und ein schnelleres, nachhaltiges Wirtschaftswachstum erzielt werden soll. Dadurch konnte den jüngsten Turbulenzen auf den internationalen Finanzmärkten mit Solidität entgegengetreten werden.

Der Prozess der Etablierung langfristiger Bankbeziehungen in der Region schreitet voran. Dadurch haben immer größere Bevölkerungsgruppen die Möglichkeit, Kredite zu erhalten und Spareinlagen zu nutzen. Santander schätzt, dass im Jahr 2010 60 Millionen der lateinamerikanischen Haushalte über ein Jahreseinkommen von über 12.000 US-Dollar jährlich verfügen werden.

Santander ist eine Bank, die gut vorbereitet ist, um das große demografische Potenzial und das Potenzial für das Wirtschaftswachstum Lateinamerikas zu nutzen.

Im Jahr 2007 wurde in der Region ein zurechenbarer Gewinn von 2.666 Mio. Euro erzielt (+16,6 % gegenüber 2006; +27,3 %, wenn man den Gewinn in US-Dollar misst, was in der Region die im Management gebräuchliche Währung ist). Dieses Ergebnis beruht auf der starken Expansion des Kreditvolumens insbesondere für Privatkunden und für kleine und mittlere Unternehmen sowie auf Spareinlagen.

Die Bank machte bei der Umsetzung der Ziele aus dem Plan América 2010 weitere Fortschritte:

- Das Volumen der Kundenkredite wuchs im Jahr 2007 um 20 %, das der Spareinlagen um 21 %.
- Die Zahl der Filialen ist homogen um fast 300 gestiegen.
- Die einheitliche Marke Santander ist jetzt in allen Ländern eingeführt.
- Es wurden Investitionen in die Technologie getätigt, um die operative Effizienz und die Produktivität der lokalen Banken zu optimieren.

Ende 2007 wurde Santander zum Hauptsponsor für die Copa Libertadores, den wichtigsten internationalen Fußballwettbewerb für Vereinsmannschaften in Lateinamerika. Bis 2012 fungiert die Bank außerdem als Namenspatron für die Copa Santander Libertadores.

ZIELE FÜR 2008

- Geschäftsvolumen und Einnahmen aus dem Kundengeschäft innerhalb von 3 Jahren verdoppeln.
- Bis 2009 über 30 Mio. Privatkunden erreichen.
- Die Cost-Income-Ratio innerhalb von 3 Jahren um 10 % verbessern.
- Integration von Banco Real in die Gruppe.



Filiale von Banco Santander, São Paulo (Brasilien)

	Brasilien	Mexiko	Chile	Argentinien	Venezuela	Puerto Rico	Kolumbien
Mio. Euro							
Kunden (Millionen)	8,3	8,5	2,8	2,4	3,0	0,5	0,4
Filialen* (Zahl)	2.104	1.088	494	276	283	137	74
Mitarbeiter (Zahl)	21.923	13.743	13.025	6.621	5.415	2.243	1.298
Bilanzierte Kundenforderungen	19.998	14.124	17.103	2.713	4.001	4.797	1.352
Kundeneinlagen	45.772	32.441	21.744	4.068	7.899	9.818	1.917
Verdienstspanne	2.533	1.506	894	204	379	115	30
Zurechenbarer Gewinn**	905	654	543	188	179	1	15
Cost-Income-Ratio (%)	39,58	37,71	39,22	54,79	40,22	64,63	71,19

* Einschließlich herkömmlicher Filialen, Filialen und Filialen in Unternehmen.

** Im Jahr 2007 beläuft sich der Nettogewinn vor Minderheitsbeteiligungen in Lateinamerika auf 3.071 Mio. Euro. In Brasilien beträgt der Nettogewinn 919 Mio. Euro, in Mexiko 875 Mio. Euro, in Chile 682 Mio. Euro und in Argentinien 212 Mio. Euro.

BRASILIEN

Brasilien ist eines der Länder mit dem weltweit größten wirtschaftlichen Potenzial und das Land mit dem größten Engagement von Banco Santander in Schwellenländern.

Während des Geschäftsjahres konnte Santander Brasil Fortschritte bei der Umsetzung der wesentlichen Geschäftsziele verzeichnen: Anwerbung neuer Privatkunden, Intensivierung der Kundenbeziehung und der Kundenbindung im Privatkundenbereich; Wachstum in den Vertriebsparten wie z. B. Kfz-Finanzierung, Darlehen und Kreditkarten; Entwicklung des Unternehmens- und Geschäftskundenbereichs. Zudem setzt die Bank die Konsolidierung der Führungsposition im Bereich Wholesale Banking fort.

Santander konnte auch im Jahr 2007 in Brasilien ein starkes Wachstum des Privatkreditvolumens und der Spareinlagen verzeichnen, insbesondere beim Fondsgeschäft. Dies führt zu einem zweistelligen Wachstum sämtlicher Margen, wodurch die Cost-Income-Ratio um 6,8 % auf 39,6 % optimiert werden kann. Der zurechenbare Konzerngewinn steigt um 20,5 % auf 905 Mio. Euro. Damit liegt die Rentabilität des Eigenkapitals (ROE) bei 28,5 %.

MEXIKO

Santander ist mit einem Marktanteil von 15,1 % des Kreditvolumens und von 16,2 % der Spareinlagen die drittgrößte Finanzgruppe Mexikos. Im Jahr 2007 eröffnete die Bank 49 neue Filialen, um die Nachfrage eines Kundenstamms zu bedienen, der bereits 8,5 Millionen Kunden umfasst.

Die Strategie von Santander in Mexiko konzentriert sich darauf, den Kundenstamm

auszubauen und zu binden und ein renditestarkes Wachstum im Kundengeschäft zu erzielen. Das Kreditkartengeschäft (5 Mio. ausgegebene Karten) und das Gehaltskonto (2 Mio. Gehaltszahlungen) sind die wichtigsten Produkte für die Anwerbung von Neukunden. Für die Intensivierung der Kundenbeziehung nutzt die Bank den Konsumkredit (Netto-Steigerung von 76.000 Kreditverträgen im Jahr 2007) und das Kartengeschäft. Santander bietet in Mexiko auch Hypothekenprodukte zu äußerst wettbewerbsfähigen Konditionen an und baut die Geschäftsbereiche KMU, den Geschäftsbankenbereich und das globale Wholesale Banking aus.

Santander verzeichnet in Mexiko einen starken Anstieg der Einnahmen und des zurechenbaren Gewinns. Dieser konnte im Jahr 2007 gegenüber dem Vorjahr um 23,8 % auf 654 Mio. Euro gesteigert werden.

CHILE

Santander Chile ist in Chile nach der Zahl der Kunden, nach dem Vertriebsnetz und nach dem Nettogewinn die führende Finanzgruppe.

Die Strategie von Santander Chile konzentriert sich auch künftig auf den Ausbau des Kundenstamms und die Kundenbindung sowie auf das Wachstum im Privatkundengeschäft, im Bereich KMU sowie auf die Entwicklung der globalen Geschäftsbereiche (Wholesale Banking, Asset Management, Zahlungsmittel und Versicherungen).

Die größere Reichweite des Vertriebsnetzes (Netto-Steigerung von 97 Filialen) und die Optimierung der Servicequalität haben dazu beigetragen, dass der Kundenbestand 2007 um 14 % gewachsen ist.

Das Wachstum des Kundengeschäfts führt zu einer Steigerung des zurechenbaren Gewinns um 11 % auf 543 Mio. Euro.

ANDERE LÄNDER

- In **Argentinien** ist Santander Río mit einem Marktanteil von 9,6 % des Kreditvolumens eine der wichtigsten Banken des Landes. In 2007 konnte die Bank ein starkes Wachstum sämtlicher Margen und des zurechenbaren Gewinns vorweisen.
- In **Puerto Rico** sind die Gewinne um 97,4 % zurückgegangen. Die Ursachen hierfür sind die wirtschaftliche Rezession auf der Insel im Jahr 2007 und die von der Bank durchgeführten Abschreibungen.
- In **Venezuela** konzentriert sich das Management auf das Wachstum des Privatkreditvolumens, der Einlagen und der Dienstleistungsangebote mit hohem Mehrwert.
- In **Kolumbien** konzentriert die Bank ihre Geschäftstätigkeit auf die Entwicklung des Bereichs Retail Banking. Im Jahr 2007 konnte sie eine Steigerung des Marktanteils bei den Hypothekenkrediten und den Konsumkrediten verzeichnen.
- In **Uruguay** positioniert sich die Bank nach der Übernahme von ABN AMRO als führende Bank im Lande.
- In **Peru** konzentriert sich die Geschäftstätigkeit der Bank auf den Geschäftsbankenbereich und auf die Bedienung der globalen Kunden der Santander-Gruppe.

SANTANDER GLOBAL BANKING & MARKETS ERZIELT EIN ERGEBNIS VOR STEUERN VON 1.830 MIO. EURO. DIES ENTSPRICHT TROTZ EINER UNGÜNSTIGEN MARKTSITUATION EINER STEIGERUNG VON 28,4 % GEGENÜBER 2006

Hervorzuheben ist das starke Wachstum des Kundengeschäfts, das bereits 77 % der Einnahmen des Unternehmensbereichs ausmacht

Die Tatsache, dass die Bank nicht im von den Turbulenzen auf den Finanzmärkten betroffenen Bereich der Kreditderivate tätig war, sowie eine strenge Risikopolitik haben dazu geführt, dass die Auswirkungen der Liquiditätskrise minimal waren

Santander Global Banking & Markets bietet Produkte und Dienstleistungen für Großunternehmen, institutionelle Anleger und internationale Finanzinstitute an. Mit innovativen, ausgereiften Lösungen deckt dieser Unternehmensbereich mithilfe von spezialisierten Teams in Spanien und 20 weiteren Ländern alle Bedürfnisse seiner Kunden in den Bereichen Finanzierung, Investitionen und Deckung.

Santander Global Banking & Markets verfügt über international operierende Teams und nutzt globale Prozesse und Infrastrukturen für die Geschäftstätigkeit, das Personal und die Technologie.

Die Geschäftstätigkeit von Santander Global Banking & Markets richtet sich an sechs Hauptachsen aus:

Corporate and Investment Banking (CIB) – hier sind die globale Deckung von Finanzinstituten und Großunternehmen, die Teams für Fusionen und Übernahmen sowie der Bereich Asset and Capital Structuring integriert.

Global Transaction Banking (GTB) – zu dieser Abteilung gehören die Maßnahmen in den Bereichen Cash Management und Trade; sie bietet grundlegende Finanzierungsdienstleistungen für international operierende Institutionen und Unternehmen.

Credit Markets – zu dieser Abteilung gehören alle Teams, die sich mit der Akquisition, dem Risikomanagement und dem Vertrieb von Kreditprodukten befassen.

Rates – hier sind alle Handelsaktivitäten auf den Finanzmärkten hinsichtlich der Zins- und Wechselkurse zusammengefasst.

Equity – diese Abteilung umfasst alle Anlagengeschäfte mit variablem Zinssatz, Derivate, Private Equity und Commodities, Equity Capital Markets, organisierte Märkte, Depot, Short Term Markets und Cash Equities.

Proprietary Trading – diese Abteilung steuert die kurz- und mittelfristige Ausrichtung der Gruppe auf den verschiedenen Finanzmärkten mit festem und variablem Zins.

DAS GESCHÄFT IM JAHR 2007

Die Geschäftstätigkeit von Santander Global Banking & Markets entfaltete sich im Jahr 2007 in einer Marktsituation hoher Volatilität. Dennoch haben die Tatsache, dass die Bank nicht im von den Turbulenzen auf den Finanzmärkten betroffenen Bereich der Kreditderivate tätig war, sowie eine strenge Risikopolitik dazu geführt, dass die Auswirkungen der Liquiditätskrise im Gegensatz zu anderen internationalen Investmentbanken minimal waren.

Das Ergebnis vor Steuern des Unternehmensbereichs erreichte mit 1.830 Mio. Euro einen neuen Rekordwert. Die Steigerung betrug 28,4 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Einnahmen des Unternehmensbereichs haben sich in den vergangenen 3 Jahren mehr als verdreifacht.

Santander Global Banking & Markets war an den wichtigsten Unternehmenstransaktionen des Jahres in Spanien und Lateinamerika beteiligt. Bei dieser Art von Transaktionen wendet Santander durch Konsortialdarlehen und -kredite stets strikte Kriterien für die Risikoverteilung an, damit die Bilanz der Bank nicht beeinträchtigt wird.



ERFOLGE IM JAHR 2007

- Federführung bei großen Unternehmenstransaktionen:
 - Europa: Übernahme von Endesa durch ENEL und Acciona. Finanzierung der Übernahme von Altadis durch Imperial Tobacco.
 - Lateinamerika: FARAC, größtes Finanzierungsprojekt für das mexikanische Autobahnnetz. Privatisierung von Ecogás in Kolumbien: größtes Privatisierungsprojekt im ganzen Land. Übernahme durch Arcelor Mittal in Brasilien.
- Ausgabe variabel verzinslicher Wertpapiere:
 - Kapitalaufstockung von Fersa, La Seda und Zeltia.
 - Börsengang von Criteria, Fluidra und Almirall in Spanien und von Dufry und Providencia in Brasilien.

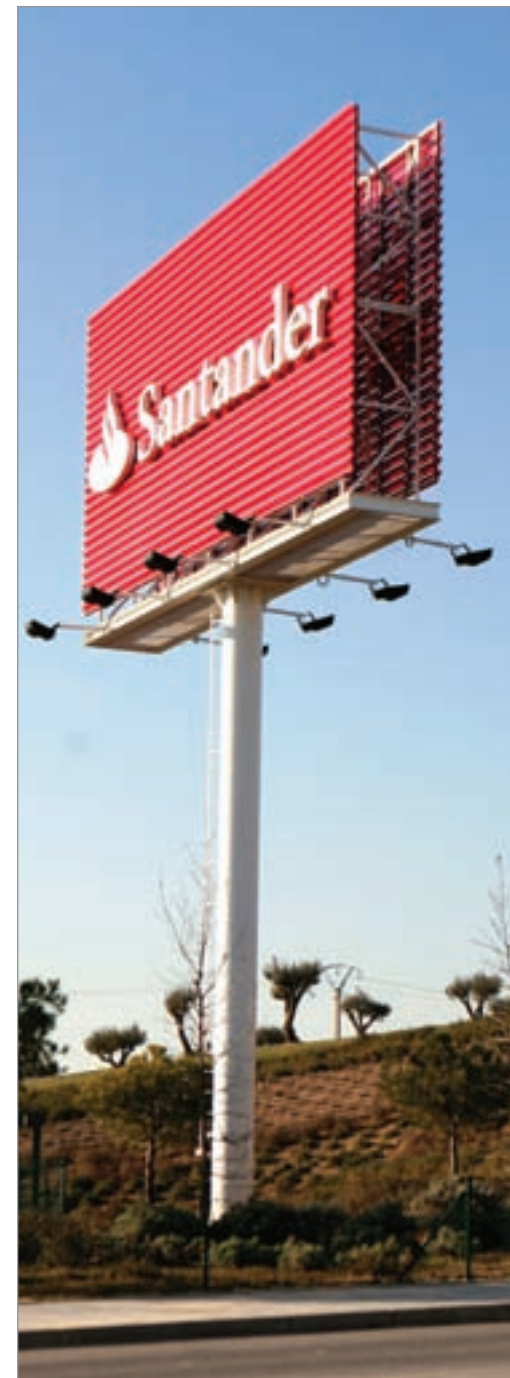
ZIELE FÜR 2008

- Beibehaltung einer Wachstumsrate der Einnahmen über 20 % im Kundengeschäft.
- Beibehaltung einer Cost-Income-Ratio um 30 %.
- Weiterverfolgung des Ziels, die Führungsposition im Bereich Wholesale Banking auf den Märkten zu erreichen, in denen die Santander-Gruppe im Bereich Retail Banking eine starke Präsenz vorweisen kann.

Globales Wholesale Banking

Mio. Euro

Bilanzierte Kundenforderungen	52.975
Kundeneinlagen	45.082
Verdienstspanne	1.928
Ergebnisse vor Steuern	1.830
Cost-Income-Ratio (%)	32,54



GLOBALES PRIVATE BANKING VERWALTET VERMÖGENSWERTE IM WERT VON 109 MRD. EURO UND ERZIELT EIN ERGEBNIS VOR STEUERN VON 445 MIO. EURO



Santander gründet den Unternehmensbereich Globales Private Banking, der über 2.500 gut ausgebildete Mitarbeiter und 65.000 Kunden im Bereich Private Banking verfügt und eine starke internationale Präsenz mit Niederlassungen in 18 Ländern vorweisen kann

Banco Santander ist bestrebt, einer der wichtigsten globalen Anbieter im Bereich Private Banking, einem Sektor mit hohen Wachstumsraten, zu werden

Der neue Unternehmensbereich Globales Private Banking ist auf die Finanzberatung und die Vermögensverwaltung für Kunden mit hohem Einkommen spezialisiert.

Banco Santander ist bestrebt, die Dimension sowie die globale Erfahrung der Santander-Gruppe im Private Banking zu nutzen und die lokalen Geschäftsbereiche zu fördern, um höhere Wachstumsraten zu erzielen.

Zu diesem Unternehmensbereich gehören die folgenden Geschäftsbereiche:

- Banif (Spanien).
- Santander Private Banking, der internationale Geschäftsbereich Private Banking.
- Santander Private Banking Italia.
- Cater Allen, James Hay und Abbey Sharedealing in Großbritannien.

Zudem werden die lokalen Geschäftsbereiche Private Banking in Portugal und in den verschiedenen lateinamerikanischen Ländern vom Unternehmensbereich Globales Private Banking und den lokalen Banken gemeinsam geführt.

Der Unternehmensbereich Globales Private Banking hat ein Geschäftsmodell implementiert, das auf hervorragendem Kundenservice basiert. Zudem werden die

Fachkenntnisse und Erfahrungen, die in den weiterentwickelten Geschäftsbereichen – wie etwa Banif in Spanien – erworben wurden, in Geschäftsbereiche exportiert, die sich in einem früheren Entwicklungsstadium befinden, wie beispielsweise in Italien oder in den lateinamerikanischen Ländern.

Banco Santander verfolgt dabei das Ziel, einer der wichtigsten globalen Anbieter im Bereich Private Banking, einem Sektor mit hohen Wachstumsraten, zu werden.

ERFOLGE IM JAHR 2007

- Implementierung der neuen Organisationsstruktur und Gründung des neuen globalen Unternehmensbereichs.
- Geschäftsbereich Italien voll operativ.

ZIELE FÜR 2008

- Steigerung des Volumens der verwalteten Aktiva um 18 %.
- Steigerung des Ergebnisses vor Steuern um 20 %.
- Integration des Unternehmensbereichs fortführen und bis zum 1. Halbjahr 2009 abschließen.

GLOBALES PRIVATE BANKING

Mio. Euro

Verwaltete Aktiva	109.000
Bruttoumsatzrendite	879
Ergebnisse vor Steuern	445
Cost-Income-Ratio (%)	45,92

SANTANDER ASSET MANAGEMENT VERWALTET VERMÖGENSWERTE IM WERT VON 131,163 MRD. EURO UND ERZIELT EIN ERGEBNIS VOR STEUERN VON 243 MIO. EURO



Das globale, integrierte Asset Management gestattet es, Synergieeffekte aus den verschiedenen Ländern und Geschäftsbereichen bei den Einnahmen und den Kosten zu nutzen

Santander Asset Management stellt den lokalen Geschäftsbanknetzen eine umfassende Palette an Investmentprodukten bereit, die es ihnen gestattet, vorausschauend auf den Bedarf der Kunden einzugehen

Santander Asset Management integriert die Aktivitäten im Bereich Asset Management der Santander-Gruppe, sowohl was Immobilien als auch was alle anderen Vermögenswerte betrifft. Die Aktivitäten dieses Unternehmensbereichs untergliedern sich in vier verschiedene Geschäftsbereiche:

- Santander Asset Management: Anlagenfonds, Pensionsfonds, Gesellschaften und treuhänderisch verwaltete Portfolios;
- Santander Real Estate: Immobilienprodukte;
- Optimal: Hedge-Fonds;
- Santander Private Equity: Risikokapital.

Seit der Positionierung als globaler Geschäftsbereich konnte Santander Asset Management die Rolle als Anbieter von wegweisenden, innovativen Produkten für die lokalen Geschäftsbanknetze stärken. Dabei sind die Effizienz sowie die Innovationsfähigkeit die wichtigsten Wettbewerbsvorteile.

Im Jahr 2007 konsolidierte Santander Asset Management die Führungsposition im Bereich Asset Management in Spanien und Portugal und nahm in Brasilien, Mexiko und Chile dank des starken Wachstums der in diesen Ländern verwalteten Vermögenswerte eine der ersten Positionen ein.

ERFOLGE IM JAHR 2007

- Santander Asset Management: Operative Integration in Großbritannien, Steigerung des Marktanteils in Lateinamerika und Einführung innovativer Produkte wie Santander Beneficio und Santander Special Situations.
- Santander Real Estate: Integration des Geschäftsbereichs Immobilien in Portugal und Chile und neue Immobilienprodukte für Kunden aus dem Bereich Private Banking.
- Optimal: Einführung der ersten Hedge-Fonds in Spanien.
- Santander Private Equity: Einführung von drei neuen Produkten: Santander Private Equity II, Santander Energias Renovables [Santander Erneuerbare Energien] und Santander Infraestructuras II.

ZIELE FÜR 2008

- Dem Vertrieb von Produkten für Institutionen und für Kunden aus dem Bereich Private Banking stärkere Impulse verleihen.
- Zur Referenzgröße für den spanischen Markt im Bereich des alternativen Anlagenmanagements.
- Die Expansion des Geschäfts mit institutionellen Anlegern auf dem europäischen Markt und in Lateinamerika konsolidieren.

ASSET MANAGEMENT

Mio. Euro

Verwaltete Aktiva	131.163
Bruttoumsatzrendite	410
Ergebnisse vor Steuern	243
Cost-Income-Ratio (%)	41,72

SANTANDER CARDS STEIGERT DIE EINNAHMEN UM 41 % AUF 2.129 MIO. EURO



Santander Cards verfolgt das Ziel, der Spezialist für Zahlungsmittel zu werden

Der Geschäftsbereich Santander Cards nutzt seine globale Position, um Größenvorteile auszuschöpfen und um bewährte Geschäftspraktiken zwischen den verschiedenen Ländern auszutauschen und damit die Einführungszeit für neue Produkte zu verkürzen und Kosten einzusparen

Santander Cards ist der Geschäftsbereich der Gruppe, der den Großteil der Geschäftstätigkeit mit Zahlungsmitteln umfasst, sowohl als Ausgabestelle von Kredit- und Debitkarten als auch in der Funktion als Anbieter von POS-Terminals für den Handel, wobei Banesto und Santander Consumer Finance die einzigen Ausnahmen darstellen. Santander Cards verwaltet von den insgesamt 60,4 Millionen Karten der Santander-Gruppe 48,2 Millionen Karten in 11 Ländern.

Das Management-Modell von Santander Cards zielt darauf ab, maximale Wertschöpfung aus dem Geschäftsbereich zu erzielen. Es ist in verschiedene Phasen strukturiert, wobei in jeder Phase die Geschäftsstrategie auf das Risikomanagement abgestimmt ist.

In der ersten Phase ist es das Ziel, dass der Kunde die Karte erwirbt und aktiviert. Nach der Aktivierung der Karte konzentrieren sich die Anstrengungen darauf, die Nutzung der Karte zu maximieren und die Finanzierung von Rechnungsabschlüssen zu fördern, um auf diese Weise eine intensivere Kundenbeziehung und eine stärkere Kundenbindung zu erzielen. Schließlich ist Santander Cards darauf bedacht, die Zahl der Kündigungen durch den Einsatz von spezialisierten Kundenbindungsabteilungen zu minimieren.

Das technologiegestützte Geschäftsmodell fördert die geschäftliche Abwicklung und gestattet ein optimales Risikomanagement. Der Geschäftsbereich Santander Cards nutzt seine globale Position, um Größenvorteile zu nutzen und um

bewährte Geschäftspraktiken zwischen den verschiedenen Ländern auszutauschen. Auf diese Weise wird die Einführungszeit für neue Produkte verkürzt, und es werden Kosten eingespart.

Die Bank verfügt bei privat genutzten Karten über zahlreiche Co-Branding-Programme mit großen Unternehmen, die die Bank mit der Verwaltung ihrer Karten beauftragen. So gibt es in Spanien beispielsweise über 200 Programme mit Unternehmen verschiedener Branchen für privat genutzte Karten.

ERFOLGE IM JAHR 2007

- In Spanien wuchs die Finanzmarge durch den starken Anstieg des Finanzierungsportfolios um 68,5 %.
- In Großbritannien wurde das Kreditkartengeschäft neu gestartet; es wird nun direkt von Abbey betrieben.
- In Lateinamerika sind nach wie vor starke Wachstumsraten zu verzeichnen, wobei besonders Brasilien hervorzuheben ist (deutlicher Anstieg des Marktanteils durch den Erfolg der Karten Light und Free).

ZIELE FÜR 2008

- Steigerung der Einnahmen um 25 bis 30 %
- Führungsposition in Mexiko und Chile stärken
- Geschäftstätigkeit in Großbritannien, Spanien und Brasilien stärken und ausbauen

SANTANDER CARDS*

Mio. Euro	
Kreditvolumen (Mio. Euro)	8.251
Einnahmen (Mio. Euro)	2.129
Kreditkarten (Millionen)	15,6
Debitkarten (Millionen)	32,6

* Daten zum Geschäftsvolumen von Santander Cards

SANTANDER INSURANCE BESCHLEUNIGT DEN ANSTIEG DER EINNAHMEN UND ERZIELT EIN ERGEBNIS VOR STEUERN VON 294 MIO. EURO



Santander Insurance konnte sein Ergebnis vor Steuern und Kommissionen gegenüber 2006 um 21,5 % verbessern und seinen Anteil am Ergebnis der Gruppe in den vergangenen 5 Jahren verfünffachen

Das Versicherungsgeschäft ergänzt das weltweite Produkt- und Dienstleistungsangebot der Bank und trägt dazu bei, Kunden zu binden und ihre Kundentreue zu steigern

Das Allfinanzgeschäft von Santander konzentriert sich auf die Deckung persönlicher und familiärer Risiken und auf Sparversicherungen.

Das integrierte Versicherungsmanagement ermöglicht der Gruppe Kosteneinsparungen und gestattet es den Banken in den einzelnen Ländern, Synergieeffekte und die Vorteile eines spezialisierten Managements zu nutzen. Durch die Standardisierung von Produkten und Prozessen wird die Einführungszeit der Versicherungen und die Vorbereitungszeit für die Vertriebskanäle deutlich verkürzt.

Santander Insurance ist ein geografisch gut gestreuter und hinsichtlich der Anteile der Einnahmen ausgewogener Geschäftsbereich: Spanien und Portugal 34 %, Großbritannien 17 %, Consumer Banking 23 %, die übrigen 26 % entfallen auf den amerikanischen Kontinent.

Außerdem setzt dieser Geschäftsbereich auf eine Strategie geringen Risikos, liegt doch der Großteil der versicherungstechnischen Reserven in Sparversicherungen, bei denen das Risiko von den Versicherungsnehmern getragen wird.

In Spanien nimmt Santander Seguros y Reaseguros im Lebensversicherungsgeschäft im dritten Jahr in Folge die Führungsposition ein.

In Portugal ist Santander im Bereich Sparversicherungen führend.

ERFOLGE IM JAHR 2007

- In Spanien ist der Vertrieb hochgradig innovativer Finanz- und Risikolebensversicherungsprodukte hervorzuheben, die neben der Deckung im Todesfall auch eine Deckung im Falle der Berufsunfähigkeit und der Arbeitslosigkeit einschließen.
- In Großbritannien wurden innovative Produkte mit sehr guter Akzeptanz auf dem Markt entwickelt.
- In Lateinamerika kann in allen Ländern ein starkes Wachstum des Geschäftsvolumens verzeichnet werden, wobei Brasilien, Chile und Mexiko besonders hervorzuheben sind. Erfolgreicher Verkauf von Versicherungen per Telemarketing in Brasilien, Mexiko und Venezuela.

ZIELE FÜR 2008

- Durchdringung im Kundenstamm der Santander-Gruppe steigern.
- Geschäftsmöglichkeiten nutzen, die sich durch die Alterung der Bevölkerung in den Industriestaaten ergeben.
- Neue Geschäftsfelder und Vertriebskanäle ausbauen.

SANTANDER INSURANCE

Mio. Euro

Anteil am Gewinn der Gruppe: Gewinn vor Steuern + Kommissionen	1.674
Bruttoumsatzrendite	404
Ergebnisse vor Steuern	294

SANTANDER UNIVERSIDADES: STARKES ENGAGEMENT FÜR DIE HOCHSCHULBILDUNG



Das institutionelle Engagement für die Hochschulen ist eines der charakteristischen Merkmale von Banco Santander und die wichtigste Stoßrichtung unserer Politik der sozialen Unternehmensverantwortung

Im Jahr 2007 investierte Banco Santander 119 Mio. Euro für die soziale Unternehmensverantwortung, von denen über 75 % in die Hochschulen flossen.

Bei Banco Santander sind wir davon überzeugt, dass die akademische Ausbildung die effizienteste Methode ist, den sozialen und wirtschaftlichen Fortschritt in den Ländern zu fördern, in denen wir tätig sind.

Der globale Unternehmensbereich Santander Universidades fördert, entwickelt und koordiniert die Aktivitäten der Gruppe im Hochschulbereich im Rahmen einer weltweit einzigartigen Kooperation mit Hochschulen in Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Spanien, Mexiko, Peru, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela, Portugal, Großbritannien, Russland, den USA und Marroko.

Ebenso arbeitet der Unternehmensbereich aktiv mit den Geschäftsbanknetzen der Länder zusammen, in denen er tätig ist. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, beste Produkte und innovative, spezielle Finanzdienstleistungen zu Vorzugskonditionen anzubieten, um besonders auf den Bedarf der Studenten, Dozenten und Mitarbeiter der Hochschulen einzugehen.

Die fünf großen Aktivitätsbereiche von Santander Universidades sind folgende:

- Kooperationsvereinbarungen,
- Stipendienprogramme,
- Universia, das größte Netzwerk für die Kooperation im Hochschulbereich im Internet,
- Kooperation mit internationalen Hochschulnetzen,
- Verbreitung der spanischen Sprache und Kultur mithilfe von Initiativen wie der virtuellen Bibliothek Miguel de Cervantes.

WICHTIGE DATEN

623 Vereinbarungen mit Hochschulen in 15 Ländern
2.507 Projekte pro Jahr, die in Zusammenarbeit mit den Hochschulen gefördert werden
12.460 Stipendien zur Förderung von Studium, Forschung und beruflicher Praxis
1.056 Hochschulen sind Teil von Universia
93.921 Studenten fanden 2007 ihre erste Anstellung mithilfe von Universia
290 Spin-Offs wurden gefördert
175 Internet-Kurse
190 Projekte zur Förderung der Innovationsfähigkeit und der unternehmerischen Aktivitäten
400 Initiativen zur technologischen Innovation
3,1 Mio. Intelligente Hochschulkarten an 170 Hochschulen

ERFOLGE DES JAHRES

- Abschluss von Kooperationsvereinbarungen mit Hochschulen in Großbritannien, Russland und USA.
- Erweiterung und Entwicklung der Stipendienprogramme zur Förderung der nationalen und internationalen Mobilität, wie beispielsweise die Stipendien zum 150-jährigen Unternehmensjubiläum, dank derer 1.500 Studenten ein Austauschsemester im Ausland absolvieren können.
- Förderung von Unternehmensgründungen in den Hochschulen, die zur Gründung des Red Universitaria Iberoamericana de Incubación de Empresas [Iberoamerikanisches Hochschulnetz für Unternehmensgründungen] führte.
- Universia hat sich als Treffpunkt und weltweit wichtigstes Hochschulportal konsolidiert. Es umfasst 1.056 Mitgliedshochschulen aus 11 Ländern und erreicht eine Gemeinschaft von 11 Millionen Studenten.
- Kooperation mit universitären Wissenschaftszentren

ZIELFÜR 2008

- Unterzeichnung neuer Vereinbarungen mit Hochschulen in Lateinamerika sowie in Spanien und Portugal, Ausbau der Präsenz in Großbritannien, Russland und USA, Aufbau von Beziehungen mit Hochschulen in China.
- Förderung der Zusammenarbeit von Hochschulen in Lateinamerika und USA.
- Ausbau der Leistungen der intelligente Hochschulkarte für die Hochschulangehörigen.
- Stärkung der Hochschulprojekte zur Förderung der Innovationsfähigkeit, des Technologietransfers und der unternehmerischen Aktivitäten.
- Stärkung und Ausbau der Programme zur Förderung der nationalen und internationalen Mobilität.
- Gründung einer Gemeinschaft der Stipendiaten von Santander.

* In „Memoria de Sostenibilidad 2007“ (Memorandum zur Nachhaltigkeit 2007) werden alle Initiativen im Rahmen der sozialen Unternehmensverantwortung von Banco Santander detailliert erläutert

DAS MODELL FÜR DIE GUTE UNTERNEHMENSFÜHRUNG VON SANTANDER BASIERT AUF DER UNEINGESCHRÄNKTEN GLEICHHEIT DER RECHTE DER AKTIONÄRE UND AUF MAXIMALER TRANSPARENZ



Dank der besonderen Aufmerksamkeit, die wir diesen Prinzipien einräumen, und der traditionellen Weitsichtigkeit konnte Banco Santander die höchsten Standards des gesamten Marktes für die Corporate Governance auf die konkrete Situation der Gruppe anwenden

Ein klares Beispiel für die Anstrengungen von Banco Santander, um bei der Corporate Governance eine wegweisende Position einzunehmen, ist der Prozess der Anpassung an den Código Unificado de Buen Gobierno (Vereinheitlichter Kodex der guten Unternehmensführung), der im Mai 2006 in Spanien veröffentlicht wurde.

Im Jahresbericht zur Corporate Governance für das Geschäftsjahr 2006 nutzte Banco Santander den vereinheitlichten Kodex bereits als Referenzgröße und war damit dessen Inkrafttreten um ein Jahr voraus.

Ein großer Teil der Empfehlungen aus dem vereinheitlichten Kodex ist bereits seit geraumer Zeit Teil der Prozesse und der gängigen Usancen hinsichtlich der Corporate Governance bei Banco Santander. In anderen Fällen wurden die erforderlichen Änderungen an der Satzung des Verwaltungsrats vorgenommen, wobei es häufig ausreichte, im internen Reglement Geschäftspraktiken zu erläutern, die de facto bereits befolgt wurden. In den wenigen Fällen, in denen man entschied, die Empfehlungen des vereinheitlichten Kodex nicht vollständig zu übernehmen, erläuterte der Verwaltungsrat seine Entscheidung hinreichend, in Übereinstimmung mit dem Kriterium, Empfehlungen einzuhalten oder Entscheidungen zu erläutern.

UNEINGESCHRÄNKTE GLEICHHEIT DER RECHTE DER AKTIONÄRE

Banco Santander verfügt über 2,3 Millionen Aktionäre. Dies sorgt für Stabilität und Solidität in der Gruppe, verlangt andererseits aber auch nach großer Verantwortung. Dieser Verantwortung ist sich Banco Santander bewusst. In den vergangenen Jahren wurde eine Reihe von Initiativen ergriffen, um die Gleichbehandlung aller Aktionäre zu gewährleisten. So war Banco Santander beispielsweise das erste spanische Unternehmen, das sämtliche in den

Unternehmensstatuten festgeschriebenen Schutzmaßnahmen eliminierte.

Diese Entscheidung sowie die auf der ordentlichen Hauptversammlung 2004 beschlossene Aufhebung der Mindestaktienzahl von 100, die für die Teilnahme an der Hauptversammlung erforderlich war, stärken das Prinzip „eine Aktie, eine Stimme“.

In den vergangenen Jahren hat der Verwaltungsrat den Dialog mit den Aktionären verstärkt und vor allem auch durch transparente Informationen deren Teilnahme an den Hauptversammlungen gefördert und erleichtert.

Zu diesem Zweck wurden verschiedene Maßnahmen getroffen, z. B. das Schreiben, das der Präsident der Bank nun schon im vierten Jahr in Folge an die Aktionäre verschickt und in dem er sie auffordert, Vorschläge oder Fragen vorzutragen, die auf der Hauptversammlung behandelt werden sollen.

In den vergangenen Jahren wurde auch die Möglichkeit eingeführt, online an den Hauptversammlungen teilzunehmen und abzustimmen. Auch die Delegation des Stimmrechtes und die separate Abstimmung bestimmter Fragen ist möglich, ebenso wie die Teilnahme der Vorsitzenden der Ausschüsse für Wirtschaftsprüfung und Normerfüllung sowie für Bestellungen und Vergütungen.

MAXIMALE TRANSPARENZ

Für die Bank ist die Transparenz ein Kernstück bei der Bildung von Vertrauen und Sicherheit auf den verschiedenen Märkten. Die umfassenden Informationen, die über die verschiedenen Veröffentlichungskanäle und Publikationen bereitgestellt werden, sind das beste Beispiel für die Transparenz.

Banco Santander war die erste Bank in Spanien, die bereits im Jahr 2002 erstmalig eine detaillierte, umfassende Auflistung der Vergütungen der einzelnen Verwaltungsratsmitglieder einschließlich der Mitglieder der Unternehmensleitung veröffentlichte.

Auch im Jahr 2007 war Santander Vorreiter für den Markt: Erstmals wurden individuell aufgeschlüsselt die Vergütungen der Verwaltungsratsmitglieder offengelegt, und zwar nicht nur für das Jahr 2006, sondern auch für das laufende Geschäftsjahr.

Das Modell der Corporate Governance von Banco Santander wird auch von externen Stellen anerkannt: Beweis für diese Anerkennung ist auch, dass die Bank seit 2003 bzw. 2000 im Index FTSE4Good bzw. im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) geführt wird.

VORREITER IN PUNCTO CORPORATE GOVERNANCE

Uneingeschränkte Gleichheit der Rechte der Aktionäre:

- Prinzip „eine Aktie, eine Dividende, eine Stimme“.
- Eliminierung aller satzungsgemäßen Schutzmaßnahmen.
- Förderung der Teilnahme der Aktionäre an den Hauptversammlungen durch transparente Informationen.

Maximale Transparenz:

- Impulse des Verwaltungsrats für maximale Transparenz, insbesondere was die Vergütungen der Führungsebene betrifft.

Ein ausgewogener Verwaltungsrat:

- Fast die Hälfte der Mitglieder (47 %) sind unabhängige, externe Mitglieder.

IM JAHR 2007 STIEG DER AKTIENKURS VON SANTANDER UM 4,6 %, WÄHREND DER DOW JONES STOXX BANKS UM 16,9 % FIEL

Banco Santander ist eine hervorragende Investition: In den vergangenen 10 Jahren ist der Wert der Santander-Aktie um 100 %, die Dividende um 261 % gestiegen

Die Dividende für das Jahr 2007, die Banco Santander an die Aktionäre ausschütten wird, beläuft sich auf 0,6508 Euro je Aktie. Das entspricht einer Steigerung von 25 % pro Jahr im dritten Jahr in Folge

Im Jahr 2007 war aufgrund der Krise auf dem Markt der Hochrisikohypotheken in den USA an den Börsen ein starker Anstieg der Volatilität zu beobachten.

Von den Turbulenzen auf den Finanzmärkten waren vor allem die Kursnotierungen der großen internationalen Banken betroffen, die das Geschäftsjahr zum großen Teil mit starken Einbußen bei der Börsenkapitalisierung abschlossen.

In dieser Situation schloss die Santander-Aktie das Geschäftsjahr 2007 mit einem Börsenkurs von 14,79 Euro ab. Dies entspricht einer Steigerung um 4,6 % im Vergleich zum Jahresende 2006. Der Dow Jones Stoxx Banks, ein europäischer Index, der die Kurse des Bankensektors widerspiegelt, fiel im selben Zeitraum um 16,9 %. Dennoch begann die Aktie das Jahr 2008 ebenso wie der gesamte Aktienmarkt aufgrund der Verschlechterung der Perspektiven für die Weltwirtschaft mit einem fallenden Kurs.

Mit einer Börsenkapitalisierung von 92,501 Mrd. Euro zum Abschluss des Jahres 2007 konnte Santander den Platz als führende Bank in der Euro-Zone und als achtgrößte Bank weltweit konsolidieren.

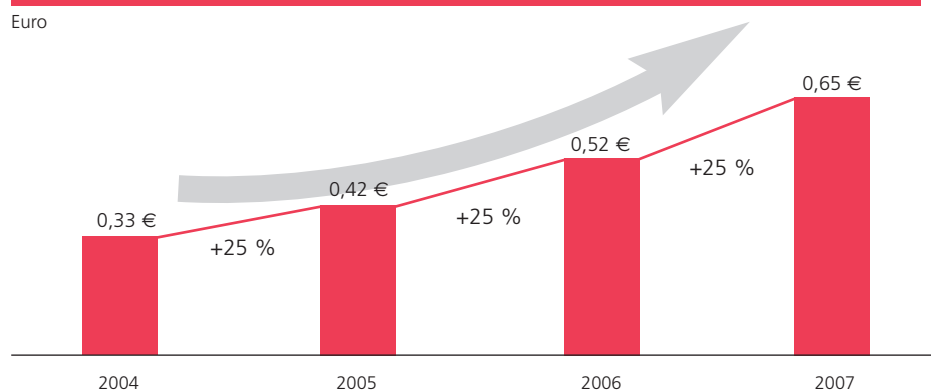
RENDITE DER AKTIE

Gemäß dem Vorschlag, über den im Juni auf der ordentlichen Hauptversammlung abgestimmt wird, erhalten die Aktionäre für das Geschäftsjahr 2007 eine direkte Vergütung in Form von Dividenden in Höhe von 0,6508 Euro je Aktie. Das entspricht einer Steigerung von 25 % im Vergleich zum Geschäftsjahr 2006.

Die Dividendenzahlungen werden auf vier Quartalstermine verteilt. Die Dividenden zu den ersten drei Zahlungsterminen in Höhe von jeweils 0,1229 Euro brutto je Aktie wurden bereits im August und November 2007 sowie im Februar 2008 ausgeschüttet. Die vierte Dividendenzahlung wird im Mai 2008 erfolgen. Sie wird sich auf brutto 0,2819 Euro je Aktie belaufen.

Die Rendite der Santander-Aktie wies, bei erneuter Investition der Dividenden bzw. der Kapitalaufstockungen, in den vergangenen 10 Jahren einen der höchsten Werte auf. Wie die Übersicht auf der folgenden Seite zeigt, sind aus 100 Euro, die 1997 investiert wurden, bis zum 31. Dezember 2007 266,90 Euro geworden. Dies entspricht einer kumulierten Rendite von 166,9 % (10,31 % p. a. kumuliert).

DIVIDENDE PRO AKTIE





Investors' Day in Grupo Santander-City am 14. September 2007

Mittelfristiges Ziel von Santander ist es, hinsichtlich der Steigerung des Gewinns je Aktie und hinsichtlich der Gesamtertritte für den Aktionär eine Position unter den weltweit führenden Banken einzunehmen.

VORTEILE FÜR AKTIONÄRE

Speziell für die Aktionäre von Banco Santander werden exklusive Produkte und Dienstleistungen sowohl finanzieller als auch anderer Art angeboten.

Unter den Finanzprodukten sind neben der speziellen Kreditkarte für Aktionäre oder Leasingangeboten zu Vorzugskonditionen besonders die Aktiensparpläne von Santander hervorzuheben: der Plan de Reinversión del Dividendo, der Plan Joven Accionista und das Cuenta Accionista (Plan für die erneute Investition der Dividenden, Plan für Jungaktionäre und das Aktionärskonto) in Spanien, der Santander Shareholder Account

(Santander Aktionärskonto) in Großbritannien, das Conta Accionista (Aktionärskonto) in Portugal sowie der Plan de Reinversión (Plan für die erneute Investition) in Mexiko. Mittlerweile haben bereits 547.000 Aktionäre von diesen Angeboten Gebrauch gemacht.

Die Santander-Gruppe bietet ihren Aktionären weitere spezielle Produkte nicht finanzieller Art zu speziellen Konditionen an, z. B. Krankenversicherungen, Lebens-, Hausrats- und Unfallversicherungen sowie weitere Vergünstigungen.

AKTIONÄRSBASIS

Die Bank verfügt zum Ende des Monats Dezember über eine Basis von 2.278.321 Aktionären. 3,91 % des Kapitals wird vom Verwaltungsrat gehalten, 32,59 % des Kapitals von privaten Aktionären.

Der übrige Kapitalanteil fällt auf institutionelle Anleger. 84,89 % des Stammkapitals befindet sich in Europa, 14,84 % auf dem amerikanischen Kontinent und 0,27 % in anderen Erdteilen.

Die Beteiligungen von Chase Nominees Limited in Höhe von 10,80 %, von State Street Bank & Trust in Höhe von 8,13 % und von EC Nominees Limited in Höhe von 5,85 % sind die einzigen Anteile, die mehr als 3 % ausmachen. Diese Anteile sind im Besitz der Kunden dieser Banken. Nach Wissen von Banco Santander verfügt jedoch keiner dieser Kunden einzeln über einen Anteil von 3 % oder mehr.

RENDITE DER AKTIE

	5 Jahre	10 Jahre	15 Jahre
Gesamtertritte für den Aktionär	166,2 %	166,9 %	1.047,3 %
Kursgewinn der Aktie	126,1 %	97,3 %	600,6 %
Steigerung der Dividende	125,6 %	260,9 %	409,8 %

Quelle: Bloomberg

AUFTEILUNG DES STAMMKAPITALS NACH ART DER EIGENTÜMER

	Aktionäre	Aktien	%
Verwaltungsrat	18*	244.522.996	3,91 %
Institutionelle Anleger	4.135	3.971.684.356	63,50 %
Private Aktionäre	2.274.168	2.038.089.227	32,59 %
Gesamt	2.278.321	6.254.296.579	100,00 %

* Entspricht der Zahl der Verwaltungsratsmitglieder zum Abschluss des Jahres 2007; nicht inbegriffen sind die Mitglieder von Mutua Madrileña Automovilista wegen des Verkaufs der Aktienbeteiligung dieser Gesellschaft zum 19. Dezember. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Geschäftsberichts besteht der Verwaltungsrat aus 19 Mitgliedern, wobei die Ernennung von Juan Rodríguez Inciarte zum Verwaltungsratsmitglied der Bank vom 28. Januar 2008 berücksichtigt ist. Er wurde in der Verwaltungsratssitzung durch Kooptation als Ersatz für die Vakanz nominiert, die durch den Verkauf der Aktienbeteiligung von Mutua Madrileña Automovilista entstanden ist..

2007: EIN HERVORRAGENDES JAHR



JANUAR

- Ausdehnung des Programms „Queremos ser tu Banco“ („Wir möchten deine Bank sein“) auf die Gruppe der Akademiker, Aktionäre, Freiberufler und den Kleinhandel.
- Gründung von Santander Asset Management UK, mit der die verschiedenen über Abbey in Großbritannien im Bereich Asset Management tätigen Gesellschaften von Santander vereint und zentralisiert werden.

FEBRUAR

- Ausschüttung der 3. Dividende für das Geschäftsjahr 2006 in Höhe von brutto 0,1069 Euro je Aktie. Dies entspricht einer Steigerung von 15 % gegenüber dem Vorjahr.
- Vorstellung der Ergebnisse der Gruppe im Jahr 2006, bei der ein Rekordergebnis beim zurechenbaren Gewinn von 7.596 Mio. Euro, also eine Steigerung von 22 % im Vergleich zum Jahr 2005, bekannt gegeben wird.
- Santander und Bank of America erzielen eine Übereinkunft zur Übernahme des Kundenstamms im Bereich Private Banking von der US-amerikanischen Bank. Dieser geht über auf Santander Private Banking.
- Strategische Vereinbarung zwischen Santander Consumer Finance und Grupo Bergé zur Gründung einer Konsumfinanzierungsgesellschaft in Chile mit einer Beteiligung der Santander-Gruppe von 51 %.

MÄRZ

- Die Kreditrating-Agentur Standard & Poor's verbessert das langfristige Ranking der Gruppe von A+ auf AA und bestätigt das kurzfristige Ranking A1+.

APRIL

- Veröffentlichung der Ergebnisse der Gruppe für das erste Quartal des Geschäftsjahres 2007. Der zurechenbare Gewinn stieg im Vergleich zum ersten Quartal 2006 um 21 %.
- Die Kreditrating-Agentur Moody's verbessert das langfristige Ranking von Santander von AA auf Aa1.

MAI

- Ausschüttung der 4. Dividende für das Geschäftsjahr 2006 in Höhe von brutto 0,1999 Euro je Aktie. Mit dieser jüngsten Ausschüttung beläuft sich die Gesamtdividende auf 0,5206 Euro je Aktie. Gegenüber 2005 entspricht dies einer Steigerung von 25 %.
- Das Konsortium aus Banco Santander, The Royal Bank of Scotland Group und Fortis gibt die Absicht bekannt, ein Übernahmeangebot für ABN AMRO auszusprechen.

JUNI

- Ankündigung des Verkaufs der Beteiligung von 1,79 % des Stammkapitals der italienischen Bankengruppe Intesa Sanpaolo für einen Betrag von insgesamt 1.206 Mio. Euro mit einem Veräußerungsgewinn von 566 Mio. Euro.
- Ordentliche Hauptversammlung in Santander, bei der die Umbenennung des Unternehmens in „Banco Santander“ beschlossen wird.

WICHTIGE PREISE UND AUSZEICHNUNGEN



- Auszeichnung von Euromoney, Latin Finance und Global Finance als beste Bank des Jahres in Lateinamerika. Latin Finance zeichnet Santander außerdem als beste Bank in Chile und Argentinien aus.
- In Spanien wurde das Programm „Queremos ser tu banco“ von EFMA, Ausbanc, La Gaceta de los Negocios und Mi Cartera de Inversión ausgezeichnet.
- Santander Totta wird von Euromoney im sechsten Jahr in Folge als beste Bank in Portugal ausgezeichnet.
- Santander Consumer Bank wird in Deutschland von markt intern als beste Bank für die Finanzierung von Kraftfahrzeugen ausgezeichnet.
- Banif wird von Euromoney als beste Bank im Privatsektor in Spanien ausgezeichnet.
- Goldmedaille der Autonomen Gemeinschaft Kantabrien, der Stadtverwaltung von Santander und der Handelskammer von Kantabrien.
- Auszeichnung von Institutional Investor als bestes Unternehmen in Spanien im Hinblick auf Investor Relations.

JULI

- Das Konsortium aus Santander, RBS und Fortis lanciert über die Gesellschaft RFS Holdings B.V. offiziell das Übernahmeangebot für ABN AMRO über die Gesamtheit der Stammaktien, Aktienersatzscheine (ADS) und zuvor konvertibler Vorzugsaktien der niederländischen Bank.
- Veröffentlichung der Ergebnisse des ersten Halbjahres mit einer Steigerung des zurechenbaren ordentlichen Nettogewinns von 21 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des vorangegangenen Geschäftsjahres.
- Santander schließt den Verkauf des Geschäftsbereichs Verwaltung von Pensionsfonds der gesetzlichen Altersversorgung in Mexiko, Chile, Kolumbien und Uruguay an die ING-Gruppe zu einem Betrag von 1.314 Mio. US-Dollar ab.
- Außerordentliche Hauptversammlung zur Genehmigung der Emission der Eigenkapitalinstrumente zur Teilfinanzierung der Übernahme von ABN AMRO gemäß dem von dem Konsortium vorgelegten Übernahmeangebot.

AUGUST

- Auszahlung eines Bruttobetrags von 0,1229 Euro pro Aktie als 1. Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2007. Das entspricht einem Plus von 15 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.

SEPTEMBER

- Investors' Day mit über 200 Investoren, bei dem u. a. eine Zusammenfassung der Entwicklung der Santander-Gruppe und ihrer verschiedenen Unternehmensbereiche präsentiert wird und die Perspektiven für die kommenden Geschäftsjahre dargelegt werden.
- Gründung des Unternehmensbereichs Globales Private Banking, um die Entwicklung der Strategie für Kunden mit hohem Einkommen zu intensivieren.

OKTOBER

- Begebung von Santander-Geschäftsanleihen im Wert von 7 Mrd. Euro an etwa 129.000 Investoren. Die Anleihen sind nach der Übernahme von ABN AMRO in Form von Santander-Aktien rückzahlbar.
- Das Übernahmeangebot für ABN AMRO von Banco Santander in Zusammenarbeit mit The Royal Bank of Scotland Group und Fortis wird als unbedingtes Übernahmeangebot ausgesprochen. Im Laufe des Monats Oktober wurde eine Akzeptanz von über 95 % des Stammkapitals erzielt.
- Vorstellung der Ergebnisse für das 3. Quartal. Von Januar bis September wächst der ordentliche zurechenbare Gewinn von Santander um 21 % gegenüber demselben Zeitraum des Jahres 2006.

NOVEMBER

- Auszahlung eines Bruttobetrags von 0,1229 Euro pro Aktie als 2. Dividendenzahlung für das Geschäftsjahr 2007. Das entspricht einem Plus von 15 % gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres.
- Mit Monte dei Paschi di Siena wird eine Übereinkunft über den Verkauf von Banca Antonveneta erzielt, eines der Unternehmen, das Banco Santander im Rahmen der Übernahme von ABN AMRO zugesprochen wurde. Die Transaktion wird zu einem Preis von 2,4 Mrd. Euro über dem im Übernahmeangebot angegebenen Nennwert für Antonveneta realisiert. Interbanca, der Geschäftskundenbereich von Antonveneta, ist nicht Teil dieser Transaktion.
- Vereinbarung mit der ING-Gruppe über den Verkauf der argentinischen Pensionsfonds-Verwaltungsgesellschaft Origenes zum Preis von 166 Mio. US-Dollar. Aus den Verkäufen des Altersvorsorgegeschäfts in diesem Geschäftsjahr werden Netto-Veräußerungsgewinne von 622 Mio. Euro erzielt.
- Es werden Einzelimmobilien und 1.152 Bürogebäude in Spanien verkauft. Auf diese Weise werden Netto-Veräußerungsgewinne von 1.076 Mio. Euro erzielt.

DEZEMBER

- Santander schließt das Jahr 2007 mit einer Börsenkapitalisierung von 92,501 Mrd. Euro ab und ist damit die achtgrößte Bank weltweit.

Allgemeine Informationen

Banco Santander, S.A.

Das Stammhaus der Santander-Gruppe wurde am 21. März 1857 gegründet und durch öffentliche Urkunde am 14. Januar 1875 in Santander in seiner jetzigen Form konstituiert. Diese wurde im Handelsregister, Blatt 157 Rückseite und folgende Seite, Eintragung Nr. 859, der Abteilung Wirtschaftsförderung der Regierung für die Provinz Santander eingeschrieben. Die Statuten der Bank wurden durch Beurkundung vom 8. Juni 1992 an das geltende Aktiengesellschaftsrecht angepasst und im Handelsregister von Santander in Band 448, Allgemeiner Teil, Blatt 1, Seite 1960, durch 1. Eintragung der Änderung registriert.

Die Bank ist im Spezialregister der Banken und Bankiers unter der Codenummer 0049 registriert. Die Steuernummer der Bank lautet A-39000013. Die Bank ist Mitglied des Einlagensicherungsfonds der Banken.

Unternehmenssitz

Die Unternehmensstatuten sowie weitere öffentliche Informationen über die Gesellschaft können am Unternehmenssitz, Paseo de Pereda Nr. 9–12 in Santander eingesehen werden.

Geschäftssitz

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

Allgemeine Informationen

Telefon: 902 11 22 11
Telefon: 91 289 00 00

Bereich für Aktionäre

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

Grupo Santander-City

Ciudad Grupo Santander
Edificio Pereda, 1ª planta
Avda. de Cantabria s/n
28660 Boadilla del Monte
Madrid (Spanien)
Telefon: 91 259 65 20 / 91 259 65 14
Telefon: +34 91 259 65 20 / +34 91 259 65 14

Kundenserviceabteilung

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

Ombudsmann für Kunden

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

Webseite des Unternehmens

www.santander.com

Dieser Geschäftsbericht ist auf Recyclingpapier gedruckt und wurde mithilfe umweltschonender Verfahren hergestellt.

© April 2008, Grupo Santander

Design: Álvaro Reyero Pita, See the change

Fotografie: Fernando López, Luis Asín

Druck: Litofinter, S.A.

Hinterlegung der Pflichtexemplare: M-18.000-2008

