



# Unsere gemeinsamen Verantwortlichkeiten

## **Wir haben eine Verantwortung unseren Kunden gegenüber**

Unsere Kunden kommen an erster Stelle, wir bieten ihnen hervorragende Beratung, Produkte und Dienstleistungen und handeln stets mit der größten Integrität.

## **Wir haben eine Verantwortung füreinander**

Wir müssen außergewöhnlichen Menschen die besten Möglichkeiten bieten, ihr Leistungsvermögen zu erkennen und zu nutzen. Wir müssen unsere Teammitglieder respektvoll behandeln, wir müssen Protagonist für eine multikulturelle Mitarbeiter- und Unternehmenskultur sein, die Verantwortung für unsere Erfolge teilen und die Verantwortlichkeit für unsere Fehler akzeptieren.

## **Wir haben eine Verantwortung unserem Unternehmen gegenüber**

Wir müssen die langfristigen Interessen der Citi kurzfristigen Gewinnen der einzelnen Bereiche vorziehen und unseren Anteilseignern herausragende Ergebnisse liefern. Wir müssen die einheitliche Kultur vor Ort respektieren und eine aktive Rolle in den Gemeinschaften übernehmen, in denen wir leben und arbeiten. Wir müssen die respektieren, die vor uns da waren und unser Vermächtnis an jene weiterreichen, die nach uns kommen.

# Finanzielle Highlights

## JAHRESÜBERSCHUSS DER CITIGROUP NACH SEGMENTEN UND PRODUKTBEREICHEN

in Mio. US\$

	2006	2005	VERÄNDERUNG IN %
<b>ERGEBNIS NACH SEGMENTEN UND PRODUKTBEREICHEN</b>			
<b>GLOBAL CONSUMER</b>			
U.S. Cards	\$3.890	\$2.754	41 %
U.S. Retail Distribution	2.027	1.752	16
U.S. Consumer Lending	1.912	1.938	(1)
U.S. Commercial Business	561	729	(23)
<b>Summe U.S. Consumer</b>	<b>\$8.390</b>	<b>\$7.173</b>	<b>17 %</b>
International Cards	\$1.137	\$1.373	(17) %
International Consumer Finance	40	642	(94)
International Retail Banking	2.840	2.083	36
<b>Summe International Consumer</b>	<b>\$4.017</b>	<b>\$4.098</b>	<b>(2) %</b>
Sonstige	\$(351)	\$(374)	6 %
<b>Summe Global Consumer</b>	<b>\$12.056</b>	<b>\$10.897</b>	<b>11 %</b>
<b>CORPORATE AND INVESTMENT BANKING</b>			
Capital Markets and Banking	\$5.763	\$5.327	8 %
Transaction Services	1.426	1.135	26
Sonstige	(62)	433	n.a.
<b>Summe Corporate and Investment Banking</b>	<b>\$7.127</b>	<b>\$6.895</b>	<b>3 %</b>
<b>GLOBAL WEALTH MANAGEMENT</b>			
Smith Barney	\$1.005	\$871	15 %
Private Bank	439	373	18
<b>Summe Global Wealth Management</b>	<b>\$1.444</b>	<b>\$1.244</b>	<b>16 %</b>
<b>CITIGROUP ALTERNATIVE INVESTMENTS</b>	<b>\$1.276</b>	<b>\$1.437</b>	<b>(11) %</b>
<b>CORPORATE/SONSTIGE</b>	<b>\$(654)</b>	<b>\$(667)</b>	<b>2 %</b>
<b>ERGEBNIS AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN</b>	<b>\$21.249</b>	<b>\$19.806</b>	<b>7 %</b>
<b>ERGEBNIS AUS NICHT FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN<sup>1</sup></b>	<b>\$289</b>	<b>\$4.832</b>	<b>(94) %</b>
<b>KUMULATIVE EFFEKTE AUS BILANZIERUNGS- UND BEWERTUNGSÄNDERUNGEN<sup>2</sup></b>	<b>-</b>	<b>\$(49)</b>	<b>-</b>
<b>JAHRESÜBERSCHUSS</b>	<b>\$21.538</b>	<b>\$24.589</b>	<b>(12) %</b>
<b>VERWÄSSERTER GEWINN PRO AKTIE AUS FORTGEFÜHRTEN AKTIVITÄTEN</b>	<b>\$4,25</b>	<b>\$3,82</b>	<b>11 %</b>

<sup>1</sup> 2005 beinhaltet einen Nachsteuergewinn von 2,1 Mrd. US\$ aus dem Verkauf des Geschäftsbereichs Travelers Life and Annuities und einen Nachsteuergewinn von 2,1 Mrd. US\$ aus dem Verkauf des Asset Management-Geschäfts.

<sup>2</sup> Bilanzierungs- und Bewertungsänderungen im Jahr 2005 von (49) Mio. US\$ spiegelt die Einführung von FIN 47 wider.

n. a. - nicht aussagekräftig





## Das Führungsteam der Citi

(Namen auf der letzten Seite dieses Jahresberichts)



## Geschätzte Aktionäre,

in den letzten Jahren sind wir gut vorangekommen. Ich bin sehr zufrieden mit unserem Fortschritt. Wir bauen unser Geschäft auf ausgewogenere Weise aus und konzentrieren uns dabei zunehmend auf organisches Wachstum weltweit. Wir integrieren unsere Geschäftsbereiche und bemühen uns, unseren Kunden gegenüber einheitlich aufzutreten. Selbstverständlich haben wir noch viel Arbeit vor uns, aber wir sind auf dem besten Weg zu stabilem langfristigem Wachstum.

### Investition in unsere Zukunft

Citi ist nun im Begriff, das Unternehmen zu werden, das wir uns wünschen, das heißt ein Unternehmen, das wächst, indem es seine Kunden besser betreut... ein Unternehmen, das agil genug ist, um Chancen überall auf der Welt wahrzunehmen... und ein Unternehmen, das verantwortungsvoll handelt und dessen Mitarbeiter stolz darauf sind, dort zu arbeiten.

In meinem Brief an Sie vom letzten Jahr sprach ich von unseren strategischen Prioritäten und davon, wie wichtig es ist, in unsere Zukunft zu investieren — durch die globale Ausdehnung unseres Vertriebsnetzes, den Einsatz unserer unternehmensweiten Kapazitäten über Geschäftsbereiche und geographische Grenzen hinaus, die Integration unserer Technologie in eine gemeinsame Plattform für bessere Kundenbetreuung und den alltäglichen Betrieb als ein einziges Unternehmen.

Im Jahr 2006 haben wir bedeutende Fortschritte im Hinblick auf diese strategischen Ziele gemacht, darunter:

#### Ausdehnung unserer Reichweite

- Wir eröffneten unseren Geschäftsbereich für E-Banking, Citibank Direct, der Einzahlungen in Höhe von fast 10 Mrd. US\$ erbrachte
- Wir schlossen eine Partnerschaft mit 7-Eleven®, die zu 5.500 zusätzlichen Geldautomaten in den Vereinigten Staaten führte, erweiterten unsere Cards-Partnerprogramme auf insgesamt über 80.000 Standorte in Nordamerika und dehnten unsere Präsenz in 37 Ländern aus
- Wir führten den Direct Custody und Clearing Service in fünf neuen Ländern ein

#### Verknüpfung unserer Geschäftsbereiche

- Wir machten Fortschritt in dem Bemühen, unseren Kunden von Citi Smith Barney, Citibank, CitiMortgage, Citi Cards und Student Loan die Stärke der „one citi“-der einen Citi zu Gute kommen zu lassen, indem wir durch Pilotprogramme in unseren Financial Centers in Boston und Philadelphia ein breiteres Produktsortiment anbieten — Einzelkundengeschäft, Handelsdarlehen, Hypotheken, Geldanlagen. Anhand der Ergebnisse werden wir das Modell für die weitere Ausdehnung in den gesamten Vereinigten Staaten weiterentwickeln
- Wir führten Bank at Work in acht neuen Ländern ein (siehe Seite 12)
- Wir starteten ein Pilotprogramm, bei dem ausgewählte CitiFinancial-Filialen Produkte der Citibank anbieten

#### Anwendung von Technologie zur besseren Kundenbetreuung und Kostensenkung

- Wir führten den weltweit ersten biometrischen Kreditkartenservice in Singapur (siehe Seite 8) und biometrische Geldautomaten in Indien ein
- Wir reduzierten die Kosten, indem wir die Anzahl der Rechenzentren weltweit um 20 Prozent senkten
- Wir setzten unsere Callcenters wirksam ein, indem unsere Servicemitarbeiter die Kunden nicht nur beraten, sondern

ihnen auch Produkte anbieten

#### Effektiver Kapitaleinsatz

- Wir kauften strategisch wichtige Beteiligungen an Housing Development Finance Corporation Limited (12,3 %), Akbank (20 %) und Guangdong Development Bank (20 %), und wir gaben die Akquisition von Grupo Financiero Uno, Grupo Cuscatlán (siehe Seite 14), Quilter und Anfang 2007 ABN AMRO Mortgage Group sowie Egg Banking plc bekannt
- Wir schütteten Kapital in Höhe von ca. 17 Mrd. US\$ an unsere Eigentümer aus
- Citibank, N.A. wurde von Moody's auf Aaa hochgestuft, eine Bewertung, die nur wenige Geldinstitute für sich beanspruchen dürfen, und Anfang 2007 wurden wir auch von Standard & Poor's höher eingestuft — die Kreditbewertung von Citigroup Inc. stieg auf AA/A-1+ und die Bewertung von Citibank, N.A. auf AA+

Dies sind nur einige unserer Schritte im Jahr 2006; sie stellen jedoch die wichtigen Punkte unseres Fortschritts dar. Es liegt noch ein langer Weg vor uns, aber wir werden diese und andere Tätigkeiten im Jahr 2007 weiter verfolgen und vertiefen.

#### Unsere Prioritäten für das Jahr 2007

Wir haben uns drei klare Ziele für dieses Jahr gesetzt: **Wachstum von U.S. Consumer** — Wir arbeiten daran, besseres Wachstum im Bereich U.S. Consumer zu erzielen, indem wir unser Produktangebot erweitern und unsere Reichweite ausdehnen. Des Weiteren befinden wir uns im zweiten Jahr eines Fünfjahresplans zur Umsetzung einer gemeinsamen Technologieplattform, durch die wir unseren Kunden von U.S. Consumer nahtlosen Service bieten können, während wir unsere Beziehung zu ihnen ausbauen.

**Internationales Wachstum** — Wir verfolgen das Ziel, uns stärker auf unsere Aktivitäten außerhalb der Vereinigten Staaten zu konzentrieren, wo die Wachstumschancen am größten sind. Unter anderem eröffnen wir zu diesem Zweck Niederlassungen in Schlüsselmärkten — ca. 70 Prozent unserer neuen Filialen befinden sich in aufstrebenden Märkten. Ebenso machen wir gezielte Akquisitionen, die Lücken ausfüllen — z. B. Egg Banking plc, die größte reine Online-Bank der Welt und einer der führenden Anbieter von Online-Finanzdienstleistungen in Großbritannien und Nordirland - und erweitern unsere Produktkapazitäten in unserem Geschäftsbereich Markets and Banking.

**Verbesserung unserer Betriebsweise** — Während die Kostenkontrolle für alle unsere Bestrebungen im Jahr 2007 und darüber hinaus eine zentrale Rolle spielt, wollen wir mehr tun als nur die Ausgaben für unsere derzeitigen Tätigkeiten zu senken. Eine grundlegende Zielsetzung besteht darin, unsere Betriebsweise zu verbessern — zu überdenken, was wir tun und wie wir es tun. Im ersten Quartal 2007 haben wir die Struktur unserer Kostenbasis eingehend betrachtet. Wir bauen Schichten von Aktivitäten ab, die das System behindern, und setzen

dadurch die Organisation frei — machen sie schlanker, agiler und effektiver — damit wir die Erträge schneller steigern und unseren Kundenservice verbessern können.

### Finanzielle Leistung

Das Endresultat unserer finanziellen Leistung im Jahr 2006 war gut, aber nicht spektakulär. Die Gewinne pro Aktie aus dem laufenden Betrieb waren um 11 Prozent gestiegen, das Nettoeinkommen aus dem laufenden Betrieb um sieben Prozent. Der positive Differenzwert spiegelt unsere Rückführung von Geldern an Aktionäre durch unseren Aktienrückkauf in Höhe von 7 Mrd. US\$ im Jahr 2006 wider. Unsere gesamte Aktionärsrendite für das Jahr betrug fast 20 Prozent. Mit diesem Niveau liegen wir im Mittelfeld einer Gruppe von Finanzdienstleistungsunternehmen. Sehen wir uns näher an, was gut funktioniert hat, und was hinter den Erwartungen zurückblieb.

Der Ertrag lag bei 89,6 Mrd. US\$, was einen Anstieg von sieben Prozent darstellt, aber unseren Plan für das Jahr verfehlt hat. Dieser Rückstand wurde in unserem Endresultat größtenteils durch bessere Kreditergebnisse als erwartet sowie niedrigere Steuern ausgeglichen, aber verfehlt ist verfehlt. In gewisser Hinsicht spielt es keine Rolle warum, aber andererseits ist es auch wichtig, zu verstehen, was passiert ist, damit unsere Anstrengungen in Zukunft zu besseren Ergebnissen führen. In unserem Fall betraf der fehlende Ertrag in erster Linie unser Einzelkundengeschäft, was zum Teil auf ein schwieriges Geschäftsumfeld und eine kundenseitige Verlagerung der Darlehen auf Eigenheimfinanzierung mit niedrigerem Ertrag zurückzuführen ist, und zum Teil auch auf das Anfangsstadium unserer Verlagerung auf ein organischeres Wachstumsmodell.

Die Ausgaben stiegen um 15 Prozent, wovon drei Prozentpunkte aus branchenweiten Bilanzierungs- und Bewertungsänderungen bezüglich Kapitalbeteiligungsleistungen Anfang 2006 stammen. Mit Ausnahme dieser Buchhaltungsumstellung entsprach das Kostenwachstum grundsätzlich unseren Erwartungen, wobei wir weiter aggressiv in unsere organischen Wachstumsmaßnahmen investierten, zu denen die Eröffnung von durchschnittlich drei Filialen pro Tag im Jahr 2006 gehörte.

Niedrigere Kreditkosten, die der weiterhin günstigen globalen Kreditlage zu verdanken waren, wirkten sich positiv auf unser Resultat aus. Zu diesem günstigen Umfeld gehörte ein sehr niedriger Stand von Konkursmeldungen in unserem Geschäftsbereich U.S. Consumer. Des Weiteren führten die Steuervorteile, die wir während des Jahres genossen, zu einem ungewöhnlich niedrigen Steuersatz von 27,3 Prozent.

Während wir also das Jahr mit guten Endresultaten abschlossen, war die Art und Weise, wie wir diese Ergebnisse erzielten — bessere Kredite und Steuern — nicht, was wir beabsichtigt hatten.

Im Hinblick auf 2007 sind wir der Meinung, dass die weltweite Kreditlage bis auf einige Ausnahmen gut ist, konzentrieren uns jedoch stark auf die Einschränkung unseres Risikos. Wir erwarten eine leichte Verschlechterung der Kredite im Jahr 2007 und verwalten unser Portfolio dementsprechend.

Wir haben vor, das Wachstum unseres Resultats durch eine bessere Beziehung zwischen Ertrags- und Kostenwachstum zu erreichen, und wir erwarten keinen erneuten starken „Rückenwind“ durch den Kreditbereich oder erneute Steuervorteile.

### Eine Citi

Wie bereits am Deckblatt dieses Berichts zu erkennen ist, haben wir einen weiteren wichtigen und sichtbaren Schritt in der Weiterentwicklung unseres Unternehmens unternommen. Wir sind — zum ersten Mal — unter einem gemeinsamen Markennamen vereint: Citi.

Es ist noch nicht lange her, dass Citi zahlreiche großartige Unternehmen vereinte und versprach, dass wir unsere Kunden als eine einzige Organisation besser betreuen könnten. Die Erfüllung dieses Versprechens

hat einige Zeit gedauert, aber unser Fortschritt war greifbar und wir haben eine gemeinsame unternehmensweite Methode zur Erreichung dieses Ziels entwickelt.

Heute sind wir als ein einziges Unternehmen vereint, als eine Citi, mit einer gemeinsamen Marke — einer Marke, die aussagt, dass der Erfolg unserer Kunden unser Erfolg ist, und dass wir überzeugende Leistungen für unsere Kunden erbringen und ihnen den besten Service bieten, wann und wo auch immer sie mit uns Geschäfte machen.

### Global Community Day

Am 18. November 2006 schlugen unsere Mitarbeiter ein neues Kapitel in der facettenreichen Geschichte der Citi auf — den ersten Global Community Day des Unternehmens, bei dem etwa 45.000 von uns (einschließlich Freunde und Familienmitglieder) in 100 Ländern ihre Zeit und ihr Können freiwillig und unentgeltlich zum Einsatz brachten, um in den Gemeinschaften, in denen wir leben und arbeiten, eine positive Veränderung herbeizuführen.

Meine Frau Peggy und ich besuchten ein Dorf im Bezirk Laishui in China, wo ich Mikrofinanz-Angestellten Unterricht zum Thema Kredit gab, sie bei Streifarbeiten in einer Schule mithalf und wir gemeinsam für einen der Citi Mikrofinanz-Kunden Lauch ernteten. Der Tag war ein großer Erfolg, und unser nächster Global Community Day ist bereits für den 17. November 2007 geplant.

### Ein Wort des Dankes

Bevor ich zum Schluss komme, möchte ich noch Dudley Mecum und Ann Jordan für ihre Arbeit in unserem Board of Directors danken. Beide treten im April in den Ruhestand. Dudley Mecum wurde 1986 Mitglied des Board of Directors von Commercial Credit, einem Vorgängerunternehmen. Er hat als einziges derzeit tätiges Mitglied diese ganze unglaubliche Zeit mit uns verbracht und hat großartige Beiträge zu unserem Erfolg geleistet. Ann Jordan trat dem Board of Directors 1989 bei, als unser Unternehmen unter dem Namen Primerica Corporation bekannt war. Sie war für uns eine wichtige Stimme und eine fabelhafte Partnerin, deren Beiträge zur Citi fortbestehen werden.

Zum Schluss möchte ich noch ein Wort über Präsident Ford sagen, der zwei Jahrzehnte lang in unserem Board of Directors tätig war. Er war ein guter Freund, und sein Rat hatte für unseren Erfolg große Bedeutung. Wir werden ihn sehr vermissen und niemals vergessen.

### Resümee

Wir haben im vergangenen Jahr beachtliche Fortschritte gemacht, die den Anstrengungen unserer 325.000 Mitarbeiter in über 100 Ländern zu verdanken sind. Doch wir haben noch mehr Arbeit vor uns. Unser Ziel ist es, eine zunehmend kundengesteuerte Organisation zu sein, die leicht zugänglich und innovativ ist und die vielen einzigartigen Wachstumschancen für die Citi schnell ergreifen kann.

Ich glaube fest daran, dass wir auf dem Weg in eine Ära von erneutem Wachstum sind, und dass die Veränderungen, die wir vornehmen, zu einem nachhaltigen Wertwachstum für unsere Aktionäre führen werden.

Ihre Unterstützung, für die ich sehr dankbar bin, ist für den langfristigen Erfolg unseres Vorhabens von größter Wichtigkeit. Ich freue mich darauf, Sie auf unserer Jahreshauptversammlung zu sehen.



Charles Prince



## Geschätzte Aktionäre,

Die globale Wirtschaft befindet sich in einer Zeit der Wandlung und Veränderung von historischen Ausmaßen. Diese umfasst eine rasante technologische Entwicklung, den Abbau von Handels- und Investitionsbarrieren, die Ausbreitung der Marktwirtschaft, die Umsetzung von Bildungs- und anderer produktionssteigernder Politik in China, Indien und anderen aufstrebenden Märkten, was den Aufstieg von China und Indien nicht nur als potenzielle Großmärkte sondern auch als starke Konkurrenten zur Folge hat.

Dieses Umfeld tief greifender Veränderungen schafft großartige Chancen für alle Teile der Weltwirtschaft, aber die Nutzung dieser Chancen erfordert eine solide Politik zur Förderung von Produktivität, Wachstum und breiter Beteiligung an diesem Wachstum, und jede Wirtschaft, die diesen Herausforderungen nicht gewachsen ist, könnte in ernste Schwierigkeiten geraten.

Ebenso schafft dieses dynamische Umfeld gute Chancen für Wirtschaftsinstitutionen des privaten Sektors, die angesichts der rasanten Veränderungen energisch handeln, die über die Größe, Ausdehnung und Qualität verfügen, um Kundenbedürfnisse effektiv zu erfüllen, die wahrhaft international ausgerichtet sind und die ein attraktives und motivierendes Umfeld für starke Persönlichkeiten bieten. Citi ist in allen diesen Punkten sehr gut positioniert. Andererseits stehen alle Institutionen des privaten Sektors, darunter auch Citi, genau wie unsere nationalen politischen Systeme, auch großen Herausforderungen gegenüber, die sie bewältigen müssen, um ihr volles Potenzial zu entfalten. Die Bewältigung dieser Herausforderungen steht im Mittelpunkt des Blickfelds und Führungsstils von Chuck Prince.

Zu diesen Herausforderungen zählt alles, was mit der Bereitstellung außergewöhnlicher Chancen für hervorragende Mitarbeiter in allen Bereichen zu tun hat: die Neuausrichtung von Projekten, um den Kontroll-, Abwicklungs- und anderen Zwecken der Citi möglichst effizient zu entsprechen, Beweglichkeit in Strategie und Betrieb, das Finden eines Gleichgewichts zwischen Investitionen für kurz- und langfristige Leistung, die Pflege einer Kultur und von Verfahren, die das unausweichliche Aufkommen von regulierungsbehördlichen und anderen Problemen minimieren, und noch vieles mehr. All das liegt in unserer Reichweite. Die Kombination der großen Stärken der Citi und der Bewältigung dieser Herausforderungen kann eine Organisation schaffen, die in der Weltwirtschaft die einzigartige Fähigkeit besitzt, effektiv auf die Bedürfnisse ihrer Kunden einzugehen, großartige Entfaltungschancen für ihre Mitarbeiter zu bieten, ihre Aktionäre zu belohnen und zu den Wirtschaftssystemen beizutragen, in denen sie tätig ist.

Des Weiteren glaube ich, dass wir alle in der Gemeinschaft der Citi — Mitarbeiter, Aktionäre und Kunden — uns in unseren jeweiligen nationalen politischen Systemen einsetzen sollten. Führende Politiker müssen die für den wirtschaftlichen Erfolg notwendigen vernünftigen Entscheidungen treffen, selbst wenn diese Politik schwierig ist. Das bedeutet, sich nicht nur auf das reine Wachstum zu konzentrieren, sondern auch auf eine breite Beteiligung an diesem Wachstum und ein angemessenes Niveau wirtschaftlicher Sicherheit für alle. Diese Ziele bestärken sich gegenseitig, weil die Marktwirtschaft und Liberalisierung des Handels nur dann die breite Unterstützung der Öffentlichkeit finden, wenn die überwiegende Mehrheit glaubt, von dieser Politik zu profitieren. Politische Entscheidungsträger müssen außerdem anerkennen, dass erfolgreiche, stabile Institutionen im privaten Sektor, die marktbasierende Entscheidungen treffen, für die Gesundheit der nationalen sowie der Weltwirtschaft eine wichtige Rolle spielen.

Die Weltwirtschaft weist bereits seit einigen Jahren trotz ernsthaften finanziellen Ungleichgewichts, geopolitischer Risiken und zahlreicher anderer Punkte starke wirtschaftliche Bedingungen und Märkte auf. Dennoch dürfen Anleger, Unternehmen und politische Entscheidungsträger nicht der Versuchung der Selbstgefälligkeit nachgeben, die in einer andauernden Periode starker Wirtschaft und Märkte verborgen liegt, sondern müssen sowohl die Chancen als auch die Risiken erkennen, um erfolgreich zu arbeiten und sich für die kommenden Jahre gut zu positionieren.

Citi konzentriert sich intensiv darauf, ihre eigenen Herausforderungen anzugehen und ihre breite Produktpalette, geographische Ausbreitung und großen Stärken einzusetzen, um unseren Kunden dabei zu helfen, sich erfolgreich im komplexen Umfeld der Gegenwart zurechtzufinden.

Robert Rubin

# eine citi

Bei den heutigen Geschichten der Citi geht es um Zusammenarbeit über unsere Geschäftsbereiche hinweg, um bessere Lösungen für unsere Kunden zu finden.

Hier sind einige dieser Geschichten.



# eine weitere innovation

**Als Anand Cavale, Business Director für Credit Payment Products der Citibank Singapore, Nicole Ang, Leiterin von Core Cards, und Nigel Siah, Product Manager, letztes Jahr jeden Morgen zur Arbeit kamen, ahnten sie nicht, dass sie dabei waren, Geschichte zu machen.**

Aber als die erste Kundin bei Coffee Bean & Tea Leaf in Singapur Ende letzten Jahres ihren Finger auf einen kleinen Scanner legte, war Anand, Nicole und Nigel — so wie jedem Mitglied des Projektteams Biometrie — bewusst, dass sich die Art und Weise, wie man Zahlungen tätigt, ändern könnte.

Citi hatte in Singapur gerade den ersten biometrischen Kreditkartenservice der Welt eingeführt. Inhaber der Citi Clear Platinum Card brauchten nun bei vielen Einzelhändlern in Singapur keine Kreditkarte mehr, um essen zu gehen, einzukaufen oder einfach eine Tasse Kaffee zu bekommen. Ein Fingerabdruck genügte.

Nicole sagte dazu: „Das ist die Art von kundenfreundlicher Innovation, für die wir bekannt sein möchten, und ich freue mich sehr, eine kleine Rolle dabei zu spielen.“

Teams von Mitarbeitern aus unseren Geschäftsbereichen Cards und Citibank sowie unsere Spezialisten von Operations &

Technology arbeiteten partnerschaftlich zusammen, um den Kunden nicht nur mehr Zahlungsmöglichkeiten zur Wahl zu stellen, sondern ihnen auch besseren Schutz vor Kreditkartenbetrug zu bieten.

„Es ist toll, das als Erste zu verwirklichen“, sagte Nigel, „aber wir sind auch der Meinung, dass Citi dazu beigetragen hat, den Kreditkartenmarkt und die Verhaltensweisen der Kunden zu verändern. Das ist ganz schön beeindruckend, wenn man darüber nachdenkt.“

Der Service wurde selbstverständlich auf andere Karteninhaber ausgedehnt und wird bald andere Standorte erreichen, aber unsere Mitarbeiter in Singapur sind besonders stolz darauf, ganz am Anfang dabei gewesen zu sein.

„Eine solche Initiative hat nur Erfolg“, sagte Anand, „weil Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen bereit sind, von Anfang an zusammenzuarbeiten und ihr Wissen zu teilen, damit wir unseren Kunden besseren Service bieten können.“



Nigel Siah, Anand Cavale und Nicole Ang in Singapur



## eine großartige beziehung

**Es war die Art von Geschäft, das die Stärke der einen Citi hervorhebt. Angesichts einer rasant abfallenden Kreditbewertung entschied sich General Motors letztes Jahr, den größten Teil seines Finanzierungsbereiches General Motors Acceptance Corporation zu verkaufen.**

GMAC war seit langem ein Kernbestandteil von GM, und seine Gesundheit war für das Unternehmen enorm wichtig. Citi erkannte die Komplexität und Dringlichkeit der Lage und tat sich mit Cerberus Capital Management zusammen, um das Dilemma von GM zu lösen.

Der mehrere Milliarden US\$ umfassende GMAC-Deal vereinte die Fachkenntnis und die Ressourcen zweier unserer wichtigsten Bereiche — Markets and Banking und die Citi Private Equity Group von Citi Alternative Investments (CAI) — zugunsten eines unserer wertvollsten und langjährigsten Kunden, General Motors.

„Das war einer der aufregendsten und kompliziertesten Deals, an dem ich in meinen 18 Jahren hier gearbeitet habe“, sagte Brad Coleman, einer der Leiter der North American Financial Entrepreneurs Group für unseren Geschäftsbereich Markets and Banking. „Und es kam Citis Stärken in den Bereichen Equity, Fixed Income und Investmentbanking entgegen.“

Ein Team von Mitarbeitern aus den verschiedenen Geschäftsbereichen der Citi arbeitete an dem Deal und brachte dabei unseren unvergleichlichen Zugang zu Kapitalmärkten, unser einzigartiges institutionelles Wissen über GM und unsere Fähigkeit, breit angelegte Lösungen von M&A bis zur Finanzierung zu bieten, mit ein.

„GMAC war eine Gemeinschaftsleistung im wahrsten Sinne des Wortes“, sagte Millie Kim, Chef-Justiziarin bei CAI. John Barber, Managing Partner von Citigroup Private Equity bei CAI fügte hinzu: „Wir lieferten die ganze Palette von Antworten für diese Transaktion und nutzten dabei die einzigartigen Stärken der Citi voll aus.“

David Head, Managing Director und einer der Leiter von Financial Institutions M&A, drückte es folgendermaßen aus: „Wir setzten einfach alles ein, was das Unternehmen zu bieten hat. Und am Ende stellte es sich als einer unserer größten Erfolge heraus.“

A man in a dark pinstriped suit, white shirt, and blue striped tie is smiling broadly. He is standing on a city street with tall buildings in the background. A yellow taxi is visible in the lower right corner, blurred by motion. The scene is set in New York City.

Schließlich brachte Citi Fachkenntnisse aus ihren Bank-, Handels- und Investmentbereichen zum Tragen, damit Cerberus einen Anteil von 51 Prozent an GMAC erwerben konnte. Darüber hinaus wurde die Geschichte von GMAC und Citi zum „Deal of the Year“ für Euromoney und Investment Dealers' Digest.

Millie Kim: „GMAC ist einer der Gründe, warum ich so gern bei der Citi arbeite. Ich kann mir einfach nicht vorstellen, dass ein solches Geschäft irgendwo anders zustande käme.“

Lenard Tessler, Managing Director und einer der Leiter von Private Equity bei Cerberus fasste zusammen: „Als Citi die Gelegenheit hatte, ‚nein‘ zu diesem Geschäft zu sagen, schlug sie diesen Weg nicht ein. Citi beschloss, dass es wichtiger war, für ihren Langzeitkunden GM da zu sein. Und das war genau das Richtige.“



# eine bank at work



Cleo Lymberis und Amanda Malouchou in Athen

**Als Amanda Malouchou gebeten wurde, Bank at Work in Griechenland auf die Beine zu stellen, wusste sie, dass das eine einzigartige Chance war.**

„Durch die Gelegenheit, mit einigen wichtigen Firmenkunden zusammenzuarbeiten und unser Können in der Betreuung von Einzelkunden ins Firmengeschäft einzubringen, konnten wir dem Unternehmen auf eine ganz andere Weise zum Wachstum verhelfen“, sagte Amanda, Alternative Distribution Director unseres Verbrauchergeschäfts in Griechenland.

Aus der gemeinsamen Vision unserer Teams von Markets and Banking und der Global Consumer Group entstand Bank at Work, eines der innovativsten Programme von Citi, das den Mitarbeitern unserer Firmenkunden Bankdienstleistungen für Einzelkunden anbietet.

Aber darüber hinaus zeigt dieses Programm die Kraft, die freigesetzt wird, wenn unsere Geschäftsbereiche auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten.

„Es geht darum, dass alle davon profitieren“, sagte Jose Lopez, Alliance Products Manager unseres Geschäftsbereiches Markets and Banking. „Unsere Firmenkunden sind zufrieden, weil ihre Mitarbeiter gut betreut werden — was wiederum unsere Beziehung stärkt, und unser Verbrauchergeschäft spricht Tausende von Neukunden an, die unsere großartigen Produkte nutzen.“

Ein Beispiel ist der langjährige Firmenkunde Chartered Semiconductors in Singapur. In den ersten 90 Tagen nach der Anmeldung bei Bank at Work eröffneten wir sowohl eine Filiale in der Niederlassung des Unternehmens als auch ca. 1.300 Konten. Global gesehen sind 12.000 Firmen und 1,5 Mio. Kunden bei Bank at Work angemeldet.

„Es ist einfach ein cleveres Geschäft“, meinte Christian Reynolds, Business Development Manager in unserem Verbraucherbereich. „Wir haben einander so viel Können und Wissen zu bieten. Letztendlich haben die Kunden den größten Nutzen davon.“

Cleo Lymberis, die das Firmengeschäftsteam von Global Transaction Services in Griechenland leitet, meinte: „Ich muss sagen, wenn wir die Gelegenheit haben, wirklich etwas für unsere Kunden zu bewegen, macht es Spaß, jeden Morgen zur Arbeit zu kommen.“

Jose Lopez und Christian Reynolds in New York



ein weiteres standbein

Es begann mit dem Panamakanal. 102 Jahre später gipfelte es in der Betriebsübernahme von Grupo Financiero Uno und Grupo Cuscatlán. Diese wichtigen Schritte verschafften Citi das stabilste Standbein, das sie in den wachsenden Einzelkundenmärkten Mittelamerikas je hatte.

Die Geschichte der Citi in der Region reicht bis ins Jahr 1904 zurück, als unser Vorgängerunternehmen, die International Banking Corporation (IBC), eine Filiale für Firmenkunden in Panama eröffnete, um zur Baufinanzierung des Panamakanals beizutragen.

Wenig später bauten wir eines der erfolgreichsten Firmenkundengeschäfte in der Region auf. Heute, ein Jahrhundert später, hat diese Vor-Ort-Präsenz den Weg für die Einführung unseres Verbrauchergeschäfts in derselben Region geebnet — durch die Übernahme von Grupo Financiero Uno und kurz darauf von Grupo Cuscatlán, was unsere Firmenbank weiter gestärkt hat.

„Das sind Beispiele dafür, was wir meinen, wenn wir von der einen Citi sprechen, und wie unsere verschiedenen Geschäftsbereiche — selbst wenn sie verschiedene Kunden betreuen — zum Wachstum der jeweils anderen beitragen können“, sagte Raul Anaya, der Leiter unserer Global Consumer Group in Lateinamerika. „Da unsere Firmenbankfachleute schon lange in der Region tätig sind, werden sie unseren neuen Einzelkundenfachleuten den reibungslosen Anfang sehr erleichtern.“

Fernando Quiroz, Leiter von Markets and Banking in Lateinamerika fügte hinzu: „Diese Übernahmen stellen bedeutende Wachstumschancen für unsere Bereiche Markets and Banking sowie Global Consumer in Mittelamerika dar.“

Durch den Kauf der Grupo Financiero Uno, des größten Ausstellers von Kreditkarten in Mittelamerika, haben wir unser Kreditkartengeschäft in einer Region, in der der Kreditkartenmarkt in den letzten Jahren um fast 30 Prozent pro Jahr zugenommen hat, erheblich ausgedehnt.

Der ergänzende Kauf der Grupo Cuscatlán (der ebenso wie der von Grupo Financiero Uno der behördlichen Genehmigung vor Ort und in den USA unterliegt) ermöglicht uns den Aufbau einer stabilen Plattform für das Wachstum unserer Bereiche Firmenkundengeschäft, Verbraucherfinanzierung und Einzelkundengeschäft in den kommenden Jahren.

Raul sagte dazu: „Diese Übernahmen verändern unsere Situation grundlegend. Die Zusammenarbeit mit Fernando und seinem Team bei Geschäften von dieser Wichtigkeit macht die Arbeit hier so stimulierend.“



ein starkes team



**Es war der 2. November 2006 und etwas ganz Besonderes stand bevor, als unsere neue Filiale in der 491 Boylston Street in Boston ihre Türen öffnete.**

Damit stieß die Citibank nicht nur erstmals in den Markt von Boston vor, sondern wir waren auch dabei, ein wichtiges Pilotprojekt zu starten, das bei Erfolg weit über Boston hinaus und in viele der wichtigsten Märkte Amerikas reichen kann.

Unter dem Dach der Citi-Filiale befindet sich auch Citi Smith Barney, unser Geschäftsbereich für Vermögensmanagement, womit unsere Bank- und Maklerdienste am selben Standort vereint sind. Damit endet ein Jahr, in dem wir eine Rekordzahl von Niederlassungen rund um die Welt eröffnet haben.

Dieses Pilotprogramm würde den Kunden von Citibank und Citi Smith Barney in Boston (und auch in Philadelphia) die Stärke der einen Citi vor Augen führen, indem es ihnen eine breitere Auswahl von Produkten aus den Bereichen Einzelkundenbank, Handelsdarlehen, Hypotheken und Investment bietet.

Anne Greenwood, die den Bereich von Citi Smith Barney innerhalb der Filiale leitet, und Tim Sullivan, der für den Citibank-Bereich zuständig ist, wussten, dass ihnen etwas Wichtiges bevorstand.

„Es ist aufregend — und ein bisschen nervenaufreibend — neue Wege für das Wachstum unseres Unternehmens zu bahnen und die Art und Weise zu verändern, wie wir unsere Kunden ansprechen und betreuen“, sagte Anne.

Tim stimmte zu: „Wenn wir Erfolg haben — und daran zweifle ich nicht — könnte unsere Arbeit hier dem Geschäftsbereich zu erheblichem Wachstum verhelfen. Man stelle sich nur die Möglichkeiten vor, wenn wir unseren Kunden immer mehr Ressourcen und Produkte unseres Unternehmens leicht zugänglich machen.“

Tims Meinung wurde wenige Wochen nach der Eröffnung bestätigt. Eine Frau kam in die Filiale und erkundigte sich nach den Zinssätzen für Einlagezertifikate. Nachdem er mit einigen gezielten Fragen ihre Bankbeziehung in Erfahrung gebracht hatte, erkannte der Sachbearbeiter, dass die Kundin auch Vermögensmanagement brauchte, und begleitete sie einfach quer durch die Filiale zum Vertreter von Citi Smith Barney. Bald darauf überwies sie eine beachtliche Summe an Citi Smith Barney.

Dazu wäre es vielleicht nie gekommen, wäre es nur eine Filiale von Citibank oder Citi Smith Barney allein gewesen.

Seit über 40 Jahren spielt Citi eine wichtige Rolle in der Mikrofinanzierung. Dieses Engagement wurde in den letzten Jahren erheblich verstärkt, was unsere Transaktion für BRAC deutlich machte.

In einem bahnbrechenden Deal schlossen Citi Microfinance Group, Citi in Bangladesch und andere Partner für BRAC - die größte nichtstaatliche Organisation zur Armutsbekämpfung der Welt, die über fünf Millionen überwiegend weibliche Mitglieder in Bangladesch betreut - die weltweit erste mit AAA bewertete Mikrokredit-Verbriefung in Ortswährung ab.

Das für die Mikrofinanzierungsbranche bedeutende Geschäft gibt BRAC über sechs Jahre Zugriff auf eine Finanzierung in Höhe von 180 Mio. US\$, mit der die Organisation mehr Finanzierungen für mehr Mikrounternehmer als je zuvor bereitstellen kann.

„Wir brachten die Kraft und Kapazität des höheren Finanzwesens in etwa 1,2 Millionen arme Haushalte“, sagte Shams Zaman, Leiter von Structured Finance, Corporate Banking, in Bangladesch. „Es ist ein unglaubliches Gefühl, eine solche Geschäftstransaktion durchzuführen, und gleichzeitig Hunderttausende von Menschen zu unterstützen, die am dringendsten Zugang zu Finanzierung brauchen.“

Das Geschäft, das als eine der größten Mikrofinanzierungen der Welt und auch eine der innovativsten gilt, machte deutlich, wie Citi ihre lokale Präsenz einsetzen kann, um Lösungen von Weltklasse bereit zu stellen und dadurch Gelder zugänglich zu machen, die BRAC viel mehr gekostet hätten, wären sie in Bangladesch kommerziell geliehen worden.

Das BRAC-Geschäft zeigte wieder einmal die Stärke einer Partnerschaft innerhalb der Citi. Citi Bangladesch leitete die Transaktion in lokaler Zusammenarbeit mit BRAC, den Regulierungsbehörden und Partnern vor Ort. Die Microfinance Group der Citi steuerte finanzielles Fachwissen bei, während unser Geschäftsbereich Global Consumer eine Due Diligence vor Ort vornahm — sie beurteilte die Kreditvorschriften für Mikrodarlehen, Verfahren, Berichtswesen und Informationssysteme von BRAC. Schließlich stellte unsere Securitization Group ihr Strukturierungswissen bereit, und ihre Export Finance Group arbeitete eng mit globalen institutionellen Partnern und Investoren, nämlich FMO (Niederlande) und KfW (Deutschland) zusammen, um die Transaktion abzuschließen.

In einer Zeit, in der die Rolle der Mikrofinanzierung für die Förderung weltweiten Friedens und Wohlstands von der Nobel-Stiftung anerkannt wurde, sind Deals wie BRAC der Trend der Zukunft.

Shams: „BRAC wird noch oft wiederholt werden, damit mehr Mikrounternehmer endlich ihre Träume verwirklichen können.“





eine weitere lösung

Shams Zaman und eine Mikrodarlehenskundin in Bangladesch

Citi ist auf die Vision eines hoch diversifizierten Finanzdienstleisters gegründet, der durch sein Handeln als ein vereintes Unternehmen Kunden überall auf der Welt Lösungen zur Verfügung stellen kann. Im Jahr 2006 haben wir deutliche Fortschritte gemacht, was unsere wichtigsten Ziele angeht.

### Besser zugänglich für unsere Kunden werden

- Wir eröffneten fast 1.200 neue Filialen für Einzelkunden und Verbraucherfinanzierung rund um die Welt
- Wir starteten eine Geldautomaten-Partnerschaft mit 7-Eleven® und dehnten unsere Kreditkarten-Partnerschaften mit u. a. Shell und The Home Depot aus - all dies soll mehr Kunden anziehen und die Beziehungen zu ihnen vertiefen
- Wir führten Direct Custody and Clearing in Zypern, Schweden, Israel, der Slowakei und Vietnam ein
- Wir brachten Citibank Direct auf den Markt, unsere Online-Bank, bei der in den ersten neun Monaten an die 10 Mrd. US\$ in Einzahlungen in den USA eingingen
- Wir eröffneten Niederlassungen von Markets and Banking in Kuwait und Dubai
- Wir leisteten Pionierarbeit im Securities Lending in Taiwan
- Wir dehnten Global Equities auf Russland, Indien, den Nahen Osten, Brasilien und Kanada aus

### Investieren, wo die Wachstumschancen am größten sind

- Wir erweiterten unsere Präsenz in Mittelamerika und bauten eine starke Plattform für zukünftiges Wachstum in unseren Einzelkunden- und Firmengeschäftsbereichen auf, indem wir Grupo Financiero Uno und Grupo Cuscatlán übernahmen (siehe Seite 14)
- Wir dehnten unsere Reichweite in einem der am schnellsten wachsenden Märkte der Welt, der Türkei, aus, indem wir eine Beteiligung von 20 Prozent an der Akbank, ihrer drittgrößten und ertragreichsten Bank erwarben
- Wir bauten unsere Präsenz in China durch eine 20-prozentige Beteiligung an der Guangdong Development Bank aus
- Wir kauften Egg Banking plc, was einen wichtigen Schritt zur Ausbreitung unseres internationalen Geschäftsbereichs Consumer Banking darstellte
- Wir verstärkten unsere Präsenz in Indien, indem wir unsere Beteiligung an der Housing Development Finance Corporation Limited (HDFC) auf 12,3 Prozent erhöhten
- Wir schlossen die Übernahme des Portfolios von Federated Department Stores, Inc. ab und verwalten nun 37 Mio. Konten und ein Anlagevermögen von 8,3 Mrd. US\$ für diesen führenden Einzelhändler

### Kunden als ein vereintes Unternehmen betreuen

- Wir brachten die Stärke der einen Citi zu unseren Kunden von Citi Smith Barney, Citibank, CitiMortgage, Citi Cards und Student Loan, indem wir durch Pilotprogramme in unseren Financial Centers in Boston und Philadelphia ein breiteres Produktsortiment anbieten – Einzelkundengeschäft, Handelsdarlehen, Hypotheken, Geldanlagen.
- Wir arbeiteten mit unserer Consumer Lending Group zusammen, um Kundenbeziehungen zu vertiefen, indem wir u. a. Cards-Kunden Eigenheimkredite der Citi anbieten
- Wir begannen, Produkte der Citibank in ausgewählten CitiFinancial-Filialen in den USA anzubieten
- Wir boten Eigenheimkredite und Citi-Kreditkarten über Filialen von Citi Smith Barney an
- Wir führten Bank at Work in acht Ländern ein: in Chile, der Tschechischen Republik, Korea, Malaysia, Pakistan, den Philippinen, Singapur und der Türkei
- Wir schlossen Partnerschaften zwischen Global Transaction Services und Citi Smith Barney, um in über 130 Ländern die Erträge von Aktienplänen in den Ortswährungen auszusahlen
- Wir starteten eine Initiative für Hedge Funds, die Verbindungen zwischen Experten im Geschäftsbereich Markets and Banking schafft, um diese wichtige Kundengruppe besser betreuen zu können

### Technologie zur besseren Kundenbetreuung und Kostensenkung anwenden

- Wir führten biometrischen Kreditkartenservice in Singapur und biometrische Geldautomaten für Mikrofinanzkunden in Indien ein, damit Kunden Transaktionen per Fingerabdruck erledigen können (siehe Seite 8)
- Wir steigerten die Online-Sicherheit, indem wir verbesserte Authentisierungsmethoden für empfindliche Transaktionen über das Internet und andere Online-Verbindungen einführten – wir sind das einzige große Geldinstitut, das dies auf globaler Ebene tut
- Wir investierten strategisch in unsere Kapitalplattform. Dazu zählen Investitionen an den Börsen von Boston, Philadelphia und am National Stock Exchange sowie der Kauf eines elektronischen Kommunikationsnetzwerks, das über hochmoderne Technologie sofortigen Zugriff auf Liquidität gewährleistet
- Wir senkten die Anzahl unserer Datenzentren weltweit um 20 Prozent
- Wir konsolidierten unsere Callcenters für höhere Effizienz

Angesichts des anhaltenden Wachstums internationaler Märkte konzentriert sich die Citi stärker als je zuvor auf Geschäftschancen außerhalb der Vereinigten Staaten. Unsere Citi Country Officers sind unsere wichtigsten Verbindungen zu diesen Märkten, unsere Botschafter an allen Standorten, an denen wir tätig sind.

#### CITI COUNTRY OFFICERS

<b>Ägypten</b> Elia Samaha	<b>Chile</b> Fernando Concha	<b>Großbritannien und Nordirland</b> Michael J. Kirkwood	<b>Jungferninseln</b> <i>siehe Puerto Rico</i>	<b>Macau</b> <i>siehe Hongkong</i>	<b>Portugal</b> Paulo Gray	<b>Thailand</b> Gary Newman
<b>Algerien</b> Kamel B. Driss	<b>China</b> Richard D. Stanley	<b>Guam</b> Madhusudhan Seshadri	<b>Kaimaninseln</b> <i>siehe Bahamas</i>	<b>Malaysia</b> Piyush Gupta	<b>Puerto Rico</b> Alvaro Jaramillo	<b>Trinidad &amp; Tobago</b> Dennis Evans
<b>Argentinien</b> Juan Bruchou	<b>Costa Rica</b> Jorge Mora	<b>Guatemala</b> Juan A. Miro	<b>Kamerun</b> Asif Zaidi	<b>Marokko</b> Nuhad K. Saliba	<b>Rumänien</b> Shahmir Khaliq	<b>Tschechische Republik</b> Javed Kureishi
<b>Aruba</b> <i>siehe Venezuela</i>	<b>Dänemark</b> Mark Luscombe	<b>Haiti</b> Gladys M. Coupet	<b>Kanada</b> Kenneth E. Quinn	<b>Mexiko</b> Manuel Medina-Mora	<b>Russland</b> Mark T. Robinson	<b>Tunesien</b> David Garner
<b>Australien</b> Les Matheson	<b>Deutschland</b> Susan S. Harnett	<b>Honduras</b> José Luis Cortés	<b>Kanalinseln (Jersey)</b> Philip Hooper	<b>Neuseeland</b> Mark A. Fitzgerald	<b>Sambia</b> Saviour Chibiya	<b>Türkei</b> Steve Bideshi
<b>Bahamas</b> Margaret A. Butler	<b>Dominikanische Republik</b> Máximo R. Vidal	<b>Hongkong</b> T.C. Chan	<b>Kasachstan</b> Daniel J. Connelly	<b>Niederlande</b> Freddy Boom	<b>Schweden</b> Clas Ronnlöv	<b>Uganda</b> Shirish S. Bhide
<b>Bahrain</b> Mayank Malik	<b>Ecuador</b> Bernado J. Chacin	<b>Indien</b> Sanjay Nayar	<b>Katar</b> Farhan Mahmood	<b>Nigeria</b> Emeka Emuwa	<b>Schweiz</b> Per Etholm	<b>Ukraine</b> Nadir Shaikh
<b>Bangladesch</b> Mamun Rashid	<b>El Salvador</b> Gijs Bert Veltman	<b>Indonesien</b> Peter B. Eliot	<b>Kenia</b> Ade Ayeyemi	<b>Norwegen</b> Pål Rokke	<b>Senegal</b> Charles Kie	<b>Ungarn</b> Sajjad Razvi
<b>Barbados</b> <i>siehe Trinidad &amp; Tobago</i>	<b>Elfenbeinküste (Côte d'Ivoire)</b> Jamal Hussein	<b>Irland</b> Aidan M. Brady	<b>Kolumbien</b> Franco Moccia	<b>Österreich</b> Helmut Gottlieb	<b>Singapur</b> Catherine Weir	<b>Uruguay</b> Daniel Varese
<b>Belgien</b> José de Peñaranda de Franchimont	<b>Finnland</b> Kari Laukkanen	<b>Israel</b> Ralph Shaaya	<b>Kongo</b> Michel Losembe	<b>Pakistan</b> Zubyr Soomro	<b>Slowakei</b> Igor Tham	<b>Venezuela</b> Francisco Aristeguieta
<b>Bolivien</b> Federico Elewaut	<b>Frankreich</b> Jean-Claude Gruffat	<b>Italien</b> Giuliano Malacarne	<b>Korea (Süd-)</b> Yung-Ku Ha	<b>Panama</b> Francisco Conto	<b>Spanien</b> Sergio de Horna	<b>Vereinigte Arabische Emirate</b> Mohammed Al-Shroogi
<b>Brasilien</b> Gustavo Marin	<b>Gabun</b> Funmi Ade-Ajayi	<b>Jamaika</b> Peter Moses	<b>Kuwait</b> Raj Dvivedi	<b>Paraguay</b> Ignacio Morello	<b>Sri Lanka</b> Kapila Jayawardena	<b>Südafrika</b> Zdenek Turek
<b>Brunei</b> Glen R. Rase	<b>Ghana</b> Joseph Carasso	<b>Japan</b> Douglas L. Peterson	<b>Libanon</b> Walter Siouffi	<b>Peru</b> N.N.	<b>Taiwan</b> Morris Li	<b>Vietnam</b> Charly Madan
<b>Bulgarien</b> Stefan Ivanov	<b>Griechenland</b> Christos Sorotos	<b>Jordanien</b> Ziyad A. Akrouk	<b>Luxemburg</b> Marc Pecquet	<b>Philippinen</b> Sanjiv Vohra	<b>Tansania</b> N.N.	
				<b>Polen</b> Slawomir S. Sikora		

Hinweis: Länder und Gebiete, in denen Citi zwar tätig ist, aber keinen designierten Citi Country Officer hat, sind in obiger Auflistung nicht enthalten.



Indonesien



Japan



New York



Bahamas



Mexiko



Niederlande



Brasilien



Baltimore



China



Barbados

## eine globale gemeinschaft

macht die Welt ein kleines bisschen besser

Am 18. November 2006 nahmen über 45.000 Citi-Mitarbeiter mit Freunden und Familienmitgliedern an ehrenamtlichen Aktivitäten in 475 Städten in 100 Ländern teil.



Polen



Taiwan



Türkei



China



Großbritannien/Nordirland



Korea



Ecuador



Peru



Indien



Kenia

**500.000** Menschenleben wurden verbessert, **100.000** Mahlzeiten wurden ausgegeben, **10.000** Bäume wurden gepflanzt, **8.000** Tonnen Lebensmittel wurden gesammelt

**All das an nur einem Tag.**

# Das Führungsteam der Citi

**1. Damian M. Kozlowski**

CEO, The Citi Private Bank

**2. Alberto J. Verme**

Co-head, Global Investment Banking

**3. Michael Schlein**

President, International Franchise Management

**4. Enrique Zorrilla Fullaondo**

Head, Commercial Markets, Banamex

**5. Michael S. Helfer**

General Counsel  
Corporate Secretary

**6. Stephen R. Volk**

Vice Chairman

**7. David C. Bushnell**

Senior Risk Officer

**8. Lewis B. Kaden**

Vice Chairman  
Chief Administrative Officer

**9. Robert Morse**

CEO, Asia Pacific  
Markets and Banking

**10. Jorge A. Bermudez**

President & CEO, Commercial Business Group,  
Global Consumer Group–North America;  
CEO, Citibank Texas

**11. Chuck Prince**

Chairman & CEO

**12. Sir Win Bischoff**

Chairman, Citigroup Europe

**13. Douglas L. Peterson**

Chairman & CEO, Citibank Japan

**14. Manuel Medina-Mora**

Chairman & CEO, Latin America & Mexico,  
CEO, Banamex

**15. Kevin Kessinger**

Chief Operations & Technology Officer

**16. Michael Klein**

Co-President, Markets and Banking  
Vice Chairman, Citibank International plc

**17. Ellen Alemany**

CEO, Global Transaction Services

**18. Paco Ybarra**

Co-head, Fixed Income, Currencies,  
& Commodities

**19. Bonnie Howard**

Chief Auditor

**20. Robert Druskin**

COO

**21. Geoffrey O. Coley**

Co-head, Fixed Income, Currencies,  
& Commodities

**22. Zion Shohet**

Head, Strategy and M&A

**23. Charles D. Johnston**

President & CEO  
Global Private Client Group

**24. Raymond J. Quinlan**

President & CEO  
North American Retail Distribution

**25. Carl Levinson**

President & CEO, Consumer Lending Group

**26. Michael L. Corbat**

Head, Global Corporate Bank

**27. Robert E. Rubin**

Director & Chairman, Executive Committee

**28. James A. Forese**

Head, Global Equities

**29. William J. Mills**

CEO, Europe, Middle East, & Africa  
Markets and Banking

**30. Alan S. MacDonald**

COO, Global Banking, Vice Chairman,  
Citibank, N.A.

**31. Nicholas E. Calio**

SVP, Global Government Affairs

**32. Thomas G. Maheras**

Co-President, Markets and Banking

**33. George Awad**

CEO, Europe, Middle East & Africa  
Global Consumer Group

**34. Raymond J. McGuire**

Co-head, Global Investment Banking

**35. Vikram A. Atal**

Chairman & CEO  
Citi Cards

**36. Ajay Banga**

Chairman & CEO  
Global Consumer Group–International

**37. William R. Rhodes**

Chairman, President & CEO, Citibank, N.A.  
Chairman, President & CEO, Citicorp Holdings  
Inc.; Senior Vice Chairman, Citigroup Inc.

**38. Hans Morris**

CFO; Head, Finance, Technology & Operations  
Markets and Banking

**39. Leah C. Johnson**

SVP, Global Corporate Affairs

**40. Randolph H. Barker**

Co-head, Fixed Income, Currencies,  
& Commodities

**41. Sallie L. Krawcheck**

CFO

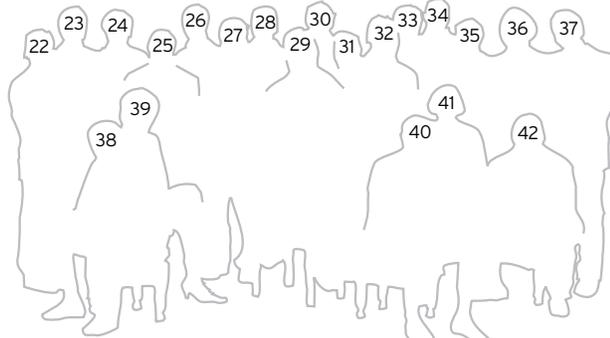
**42. Steven J. Freiberg**

Chairman & CEO, Global Consumer  
Group–North America

*nicht im Bild:*

**Stephen Bird**

CEO, Asia Pacific, Global Consumer Group



(siehe Fotos auf Seite 2 - 3)

# Board of Directors der Citi

**C. Michael Armstrong**

Chairman, Board of Trustees  
Johns Hopkins Medicine, Health  
Systems & Hospital

**Alain J.P. Belda**

Chairman & CEO, Alcoa Inc.

**George David**

Chairman & CEO, United  
Technologies Corporation

**Kenneth T. Derr**

Chairman, Retired, Chevron  
Corporation

**John M. Deutch**

Institute Professor, Massachusetts  
Institute of Technology

**Roberto Hernández Ramírez**

Chairman, Banco Nacional de Mexico

**Ann Dibble Jordan\***

Consultant

**Klaus Kleinfeld**

President & CEO, Siemens AG

**Andrew N. Liveris**

Chairman & CEO,  
The Dow Chemical Company

**Dudley C. Mecum\***

Managing Director, Capricorn  
Holdings, LLC

**Anne M. Mulcahy**

Chairman & CEO, Xerox Corporation

**Richard D. Parsons**

Chairman & CEO, Time Warner Inc.

**Charles Prince**

Chairman & CEO, Citigroup Inc.

**Judith Rodin**

President, Rockefeller Foundation

**Robert E. Rubin**

Chairman Executive Committee

**Franklin A. Thomas**

Consultant, The Study Group

\*Im Ruhestand seit 17. April 2007



**Mixed Sources**

Product group from well-managed  
forests and other controlled sources  
www.fsc.org Cert no. SW-COC-1809  
© 1996 Forest Stewardship Council



**MOHAWK**

manufactured with windpower

Deckblatt und redaktionelle Abschnitte dieses Jahresberichts sind auf FSC-zertifiziertem natürlichem, chlorfreiem Papier der Marke Mohawk Options Crystal White gedruckt, welches mit 100 % von Green-e zertifizierter erneuerbarer Windenergie hergestellt wurde. Die Verwendung von emissionsfreier Windkraft in der Produktion dieses Papiers vermied Abgase von 127.511 kg – 24 Autos für ein Jahr aus dem Verkehr zu ziehen oder 19.000 Bäume zu pflanzen hätte dieselbe Wirkung. Dieses Papier ist von SmartWood gemäß FSC-Standards zertifiziert, welche die umweltverträgliche, sozial sinnvolle und wirtschaftlich vertretbare Nutzung der Wälder der Erde fördern.