



# **Verband Schweizerischer Kantonalbanken Jahresbericht 2010**



**Verband Schweizerischer Kantonalbanken**  
**Union des Banques Cantionales Suisses**  
**Unione delle Banche Cantionali Svizzere**



# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>Schwerpunktthemen</b>	
Peter Siegenthaler: «Die Stärke der Gruppe: ein Gewinn für jede Kantonallbank»	<b>6</b>
Der VSKB richtet sich strategisch neu aus	<b>9</b>
Strategische Stossrichtungen 2011 des VSKB	<b>10</b>
Integrierte Kommunikation: mehr als die Summe der Teile	<b>11</b>
Jugendstudie: Was Jugendliche von Banken halten	<b>13</b>
<b>Weitere Aktivitäten</b>	<b>14</b>
<b>Aus den VSKB-Gremien</b>	<b>17</b>
<b>Aus den VSKB-Organen</b>	<b>19</b>
<b>VSKB-Organe per 31. März 2011</b>	<b>20</b>
<b>Anhang</b>	
I VSKB-Anlässe 2010	<b>21</b>
II Netzwerkpartner	<b>22</b>



# Vorwort

Das Berichtsjahr 2010 stand wirtschaftlich im Zeichen einer unerwartet starken Gesundung. Die Nachwehen der Finanzkrise sind jedoch noch nicht verdaut. Damit bleibt das Umfeld der Kantonalbanken anspruchsvoll.

Die wirtschaftliche Erholung verläuft nach der vorangegangenen Krise sehr heterogen. Zahlreiche Schwellenländer konnten eine hohe Wachstumsdynamik verzeichnen, hingegen hat eine konjunkturelle Belebung in den Industrienationen mehrheitlich nur langsam stattgefunden. Für die EU lässt sich gesamthaft eine moderate Entwicklung verzeichnen – mit erheblichen Unterschieden zwischen den Ländern. Die punktuelle Staatsschuldenkrise im Euroraum (Griechenland, Irland, Portugal und Spanien) hat die Wirtschaftsentwicklung stark belastet.

Die Schweizer Wirtschaft hat das anspruchsvolle Vorjahr 2009 relativ gut gemeistert und verzeichnete im Berichtsjahr 2010 eine unerwartet kräftige Erholung. Jedoch sind erste Anzeichen für eine Abschwächung auszumachen. Erheblich bleiben die von der Weltwirtschaft ausgehenden Risiken (insbesondere die ungeklärten Verschuldungsprobleme). Die gute makroökonomische Situation der Schweiz in puncto Wachstum, Staatsfinanzen und Arbeitslosigkeit hat zu einem starken Schweizer Franken geführt. Diese Entwicklung könnte sich bremsend auf das Exportwachstum auswirken. Als Folge einer möglichen aussenwirtschaftlichen Dämpfung ist gemäss Seco (Staatssekretariat für Wirtschaft) für 2011 mit einer leichten Konjunkturabkühlung in der Schweiz zu rechnen.

Die nach wie vor sehr gute Stellung des Finanzplatzes Schweiz im internationalen Vergleich ist vor allem der wirtschaftlichen und der politischen Stabilität zu verdanken. Stabilität schafft Vertrauen, erhöht die Reputation und fördert die Standortqualität.

Die Nachwehen der Finanzkrise sind für die Schweizer Banken jedoch noch nicht verdaut. Das niedrige Zinsniveau lässt die Margen schrumpfen und auch die Transaktionen im Handelsgeschäft haben gelitten. Hinzu kommt, dass sich der Wettbewerb zwischen den Banken ausgeprägter denn je darstellt. Schliesslich lassen die anstehenden Regulierungsvorhaben erwarten, dass das Banking weder einfacher noch günstiger wird.

Die Kontrolle der Kostenentwicklung wird an Bedeutung gewinnen, um den zahlreichen Herausforderungen erfolgreich zu begegnen. Für kleinere und mittlere Banken wird daher die Realisierung von Economies of Scale durch Kooperationsprojekte zunehmend wichtig. In Bezug auf die Regulierungsvorschriften wird elementar sein, dass die Erkenntnis «one size does not fit all» bei den Aufsichtsbehörden Berücksichtigung findet.

Genau in diesem Umfeld kann der Verband Schweizerischer Kantonalbanken (VSKB) wertvolle Unterstützung bieten. Die sich auf Gruppenebene bietenden Potenziale zu nutzen, wird für die inskünftige Wettbewerbsfähigkeit der Kantonalbanken ein zentraler Faktor sein.



Peter Siegenthaler  
Präsident



Hanspeter Hess  
Direktor

# Peter Siegenthaler: «Die Stärke der Gruppe: ein Gewinn für jede Kantonalbank»

Peter Siegenthaler hat sich als Direktor der eidgenössischen Finanzverwaltung und damit als Hüter der Bundesfinanzen, als Sanierer der ehemaligen Swissair, als Retter der UBS und als Geburtshelfer der Too-big-to-fail-Regeln einen Namen gemacht. Im Folgenden erläutert er seine Einschätzungen zur Entwicklung der Bankenbranche und seine Affinität zu den Kantonalbanken.

*Sie gelten als viel gefragter Finanzmarktexperte. Was hat Sie dazu bewogen, eine Position innerhalb der Kantonalbanken-Gruppe anzutreten?*

Der Hauptgrund liegt sicherlich darin, dass ich meinen gesamten beruflichen Werdegang im öffentlichen Sektor verbracht habe und vielfach sehr eng mit den Kantonen zusammenarbeiten konnte. Diese Kontakte habe ich stets als äusserst spannend erlebt, wenngleich sie auch manchmal problembeladen waren. Es lag also nahe, nach meinem Rücktritt beim Bund wiederum einer Tätigkeit im öffentlichen Bereich nachzugehen. Mit dem Amt des VSKB-Präsidenten hat sich mir eine sehr reizvolle Herausforderung geboten.

*Mittlerweile sind Sie schon fast ein ganzes Jahr im Amt. Mit welchen ersten Eindrücken blicken Sie auf die Anfangszeit Ihrer VSKB-Präsidentschaft zurück?*

Die ersten Monate beim VSKB waren sehr intensiv. Im Rahmen meiner Vorstellungsgespräche habe ich viel Neues erfahren, aber auch unterschiedliche Signale empfangen. So traf ich auf der einen Seite viele motivierte Partner, die mir ihre Unterstützung zugesichert haben und selbstbewusst in die Zukunft blicken. Gleichzeitig erhielt ich vereinzelt jedoch auch gegenteilige Botschaften im Sinne von «das haben wir alles schon mal probiert, und wieso sollte es diesmal klappen?». Die konstruktiven, positiven Rückmeldungen waren aber klar in der Mehrzahl.

Hinsichtlich der Charakteristik der Bankengruppe hat mich vor allen Dingen deren Vielgestaltigkeit beeindruckt. Die Unterschiede betreffend Grösse, Rechtsform, Organisationsstruktur, Geschäftsmodell und Mentalität sind erheblich.

*Welche ersten Schlüsse haben Sie aus den vielen Kontakten gezogen?*

Ich bin zur Überzeugung gelangt, dass die Kantonalbanken zum jetzigen Zeitpunkt wieder einen Entwicklungsschritt auf der Gruppenebene vollziehen sollten. Die Gruppe hat sich in den 90er-Jahren relativ stark entwickelt und es kam zur



Gründung von verschiedenen Gemeinschaftswerken. Anfang 2000, als die Einzelinstitute sehr erfolgreich waren, ist der Elan etwas abhandengekommen. Dies hat die Gruppe geschwächt. Es wäre daher sinnvoll, heute wieder vermehrt das Gemeinsame zu betonen, die Zusammenarbeit zu intensivieren.

*Braucht es denn immer eine Krise, damit die Kantonalbanken stärker zusammenspannen?*

Ich hoffe es nicht! Aber womöglich braucht es tatsächlich einen gewissen Leidensdruck. Ich wünsche mir jedoch, dass dieser nicht zu gross werden muss. Schliesslich ist es viel kostengünstiger, frühzeitig Massnahmen zu ergreifen und künftige Herausforderungen zu antizipieren.

*Lassen Sie uns einen Blick auf den gesamten Finanzplatz Schweiz werfen. Was sind die grössten Gefahren, die aus Ihrer Sicht die nationale Wettbewerbsstärke bedrohen?*

Zunächst gilt es, klar festzuhalten, dass die Schweiz gestärkt aus der Krise hervorgegangen ist! Wir hatten keine Immobilienblase und haben unsere Probleme rasch und effizient ge-

löst. Zudem haben wir nie eine Kreditverknappung erlebt, was nicht zuletzt auch als Verdienst der Kantonalbanken zu werten ist.

Aus heutiger Sicht sind es zwei grosse Gefahren, die beide vom Ausland her auf uns zukommen. Dabei handelt es sich zum einen um die Verschuldungskrise und deren Auswirkungen auf die Stabilität des Finanzsystems.

Die zweite grosse Gefahr ist die internationale Tiefzinspolitik der Nationalbanken und die damit verbundene überreiche Versorgung mit Liquidität. Damit geht das Risiko von Fehlansätzen und Blasenbildungen, beispielsweise im Immobilien- oder Anleihenbereich, einher. Um dies zu verhindern, muss in absehbarer Zukunft eine Zinswende eintreten. Für eine langfristig erfolgreiche Bewirtschaftung der Zinsrisiken wird es für die Banken entscheidend sein, wann und wie schnell diese Zinswende vollzogen wird.

*Verschiedenste Regulierungsvorhaben sind zurzeit in aller Munde. Findet aus Ihrer Optik eine Überregulierung statt?*  
Die einschneidendsten Veränderungen in Bezug auf den künftigen Regulierungsrahmen unserer Branche kommen aus dem Ausland. Wenn beispielsweise FATCA (foreign account tax compliance act) gemäss heutigem Kenntnisstand umgesetzt werden sollte, wird dies einen ausserordentlich hohen Aufwand für die hiesigen Banken bedeuten. Zudem ist auch die Einführung der in Verhandlung befindlichen Abgeltungssteuern eine sehr aufwendige Angelegenheit. Hinzu kommen internationale Standards wie zum Beispiel die Vorgaben von Basel III. Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, die wirklichen Prioritäten und relevanten Themengebiete im Blickfeld zu behalten. Denn auch bei der Regulierung gilt es, auf ein gesundes Kosten-Nutzen-Verhältnis zu achten. Ich zweifle jedoch daran, dass dieses bei allen Vorschlägen, die im Raum stehen, tatsächlich gegeben ist.

*Die neuen Schweizer Regelungen im Bereich von Basel III und TBTF gelten international als wegweisend. Hat sich die*

*Schweiz damit selbst zu einem (wettbewerbsgeschwächten) Musterschüler erkoren?*

Im Zusammenhang mit den Too-big-to-fail-Vorschlägen bin ich fest davon überzeugt, dass auf viel Schädliches verzichtet wurde. Es wird keine Eingriffe in das Geschäftsmodell der Banken geben, kein Verbot von Produkten und keinen direkten Eingriff in die Organisationsstruktur. Stattdessen wird eine Verstärkung der Eigenmittel in den Mittelpunkt gestellt. Für den Finanzplatz Schweiz kann dies mit Zusatzkosten verbunden sein. Doch gerade für Banken, die stark im Vermögensverwaltungsgeschäft tätig sind, stellen gesund finanzierte Bilanzen einen eigentlichen Wettbewerbsvorteil dar. Wir müssen verhindern, dass ein gemessen an der Bilanzsumme unserer beiden Grossbanken bescheidener Verlust gleich wieder eine massive staatliche Intervention notwendig macht.

*Die Finanzkrise hat zu einer Sensibilisierung im Themenkomplex Staatsgarantie geführt. Wie lange wird gemäss Ihrer Einschätzung das bestehende KB-Modell noch haltbar sein?*

Die Staatsgarantie ist eine direkte Folge unseres Eigentümermodells. Die Kantonalbanken sind kantonal geprägte Institute, die ganz- oder mehrheitlich im Besitz der Kantone sind. Daraus leitet sich das Konstrukt der Staatsgarantie ab. Offensichtlich wünscht sich die grosse Mehrheit der Eigentümer eine solche Staatsgarantie, auch als Gegenstück zum Leistungsauftrag des Kantons. Mir ist nicht bekannt, dass es breite politische Bewegungen gäbe, die diese Staatsgarantie infrage stellen.

Wenn das Geschäftsgebaren allerdings zu stark von der Staatsgarantie geprägt ist und sie zum Anlass genommen würde, um Risiken einzugehen, die nicht mehr vertretbar sind, dann würde eine Staatsgarantie schädlich wirken. Bei einer nach kommerziellen Kriterien geführten Kantonalbank mit einer gesunden Eigenkapitalbasis und lokalem Fokus sehe ich jedoch keine schädlichen Effekte. Eine legitime Frage ist sicher, wie und nach welchen Kriterien die Kantonalbanken die Staatsgarantie abgelten. Hier werden wir auch auf Verbands-

ebene diskutieren, welche Modelle am geeignetsten sein könnten.

*Was sind aus Ihrer Sicht unsere besonderen Stärken, die uns von anderen Mitbewerbern unterscheiden?*

Das Spezifische ist die Kundennähe. Wir entscheiden alles vor Ort, es existiert keine Zentrale, der noch die jeweiligen Anträge unterbreitet werden müssten. Der Kunde spürt diese Nähe und die enge Verbundenheit mit der lokalen Wirtschaft. Dies ist ein wichtiges Gut der Kantonalbanken. Ein zweiter Punkt ist Augenmass und Transparenz. Wir haben in den letzten Jahren viel Augenmass bewiesen und übermässige Risiken vermieden. Transparent sind wir in dem Sinne, als dass wir eine Sprache sprechen, die der Kunde versteht. Die Kantonalbanken stehen daher für ein im besten Sinne des Wortes solides und nachvollziehbares Banking. Aber diese Stärken müssen wir jeden Tag unter Beweis stellen: Wir haben sie nicht gepachtet, nur weil wir Kantonalbanken sind!

*Die Zusammenarbeit unter den Kantonalbanken könnte intensiver sein. Wo liegen aus Ihrer Optik die Ursachen für diesen änderungswürdigen Zustand?*

Bei möglichen Kooperationen muss man eines sehen: Jede substanzielle Zusammenarbeit bedeutet für die Kantonalbanken, dass sie einen Teil ihrer Autonomie abgeben. Dieser Schritt braucht immer eine grosse Überzeugungskraft. Wir müssen also aufzeigen, dass es Bereiche gibt, in denen wir mit der Zusammenarbeit bessere Ergebnisse erzielen und Kosten einsparen. Nur wenn uns dies gelingt, werden die Institute bereit sein, etwas Selbstständigkeit abzugeben.

*Sie haben stets sehr anspruchsvolle und fordernde Positionen ausgeübt. Wie gelingt es Ihnen, die nötige Balance zu finden, damit Ihnen die Motivation für neue Herausforderungen nicht verloren geht?*

Für mich ist lösungsorientiertes Arbeiten enorm wichtig. Ich muss spüren, dass Fortschritte erreicht werden, selbst wenn

sie zu Beginn noch klein sind. Solange ich mich in einem Umfeld bewege, das diesbezüglich ähnlich funktioniert, bin ich motiviert, habe Spass und empfinde die Arbeit nicht als lästige Pflicht. Selbstverständlich versuche ich, nicht mehr dieselbe Belastung wie früher zu tragen. Ich geniesse es sehr, die frei gewordene Zeit mit Reisen, Fischen, Bücher lesen oder dem Besuch von Ausstellungen zu verbringen.



# Der VSKB richtet sich strategisch neu aus

Mit der Formulierung und Verabschiedung von sechs strategischen Stossrichtungen sowie dazugehörigen Zielen ist es VSKB-Präsident Peter Siegenthaler schon nach kurzer Zeit gelungen, dem Verband inhaltlich und organisatorisch für die bevorstehenden Herausforderungen Strukturen zu geben.

Peter Siegenthaler hat das Präsidentenamt beim VSKB mit der festen Absicht angenommen, die Gruppe der Kantonalbanken und damit auch den Verband zu stärken. Von Beginn weg hat er jedoch bewusst auf die Ankündigung kühner Visionen verzichtet. Stattdessen hat er in Aussicht gestellt, die Sache der Kantonalbanken Schritt für Schritt und nach klaren Prioritäten voranzutreiben. In diesem Sinne nutzte Peter Siegenthaler die ersten Monate seiner Amtszeit für intensive Gespräche mit den Verantwortlichen der Kantonalbanken. Aufgrund der von den Mitgliedern geäusserten Erwartungen und Anregungen hat der neue Präsident in Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle VSKB wichtige Handlungsfelder identifiziert. Auf dieser Basis hat der Verwaltungsrat des VSKB Ende 2010 die strategischen Stossrichtungen und Verbandsziele für das Jahr 2011 verabschiedet. Damit sind sowohl der langfristige Pfad als auch die kurzfristigen Etappenziele definiert, die der VSKB mit und für die Kantonalbanken erreichen soll.

## Konkrete Ziele für 2011 und 2012

Die sechs strategischen Stossrichtungen des VSKB sind verschiedenen Themenbereichen zugewiesen. Namentlich handelt es sich dabei um die Bereiche «Verbandsinternes», «Positionierung der Kantonalbanken», «Zusammenarbeit und Gemeinschaftswerke», «Regulation», «Corporate Governance» sowie «Marktposition und -risiken». Zu jedem Themenbereich wurde die Stossrichtung schriftlich ausformuliert (siehe S.10). Aus dieser sind die konkreten Ziele für das Jahr 2011 und wo möglich auch bereits für 2012 abgeleitet worden. So soll beispielsweise für die Positionierung der Kantonalbanken die Marke «Kantonalbank» gestärkt und allenfalls durch ein nationales Sponsoring zusätzlich gefördert werden. Ein weiteres zentrales Anliegen stellt für Peter Siegenthaler die Pflege und wo möglich der Ausbau von Kooperationen innerhalb der Gruppe dar. Kurzfristig wird das Zusammenspiel zwischen den Gemeinschaftswerken und den Kantonalbanken überprüft, um weitere Verbesserungspotenziale zu erschliessen. Im Bereich der Regulation sollen ausgewählte

Themenfelder nach sachlicher und zeitlicher Dringlichkeit definiert und mit klaren Kantonalbank-Positionen besetzt werden. Viele weitere Zielsetzungen liessen sich an dieser Stelle aufführen. Diese Fülle hat zur Konsequenz, dass sich der Verband für die Umsetzung der Ziele intern schlagkräftiger aufstellen und seine Fachkompetenzen weiter verstärken muss. Daher wird im Rahmen der strategischen Stossrichtung «Verbandsinternes» eine Überprüfung der Verbandsaufgaben vorgenommen, ein Organisationsreglement vorbereitet und die Geschäftsstelle in den Bereichen Regulation/Compliance personell aufgestockt.

## Klare Prioritäten und weitsichtige Planung

Bereits Anfang 2011 konnte die Beschreibung und Priorisierung der Arbeitsinhalte des VSKB abgeschlossen werden. Zudem wurden das von der Geschäftsstelle erarbeitete langfristige Planungsdokument sowie die Implementierung eines regelmässigen Jahresablaufes der Verbandsaktivitäten vom Verwaltungsrat gutgeheissen. Durch die Realisierung dieser vornehmlich aus dem Schwerpunkt «Verbandsinternes» stammenden Elemente ist die Basis für die Umsetzung der weiteren strategischen Stossrichtungen gelegt. In dem Sinne sind die ersten Schritte auf dem von Peter Siegenthaler vorgezeichneten Weg getan, und an konkreten Anforderungen für die weiteren Schritte wird es in absehbarer Zukunft sicherlich nicht mangeln.

## Strategische Stossrichtungen 2011 des VSKB

### **1. Verbandsinternes**

Wir haben klar definierte Prozesse und Verantwortlichkeiten, verfügen über ein systematisches Planungsdokument und räumen den Verbandsangelegenheiten die notwendige Priorität ein. Wir verstärken die Fachkompetenz der Geschäftsstelle in den Bereichen Regulation/Compliance und Strategie.

### **2. Positionierung, Marke, Kommunikation**

Die Kantonalbanken stehen für Kundennähe, Verantwortung und Augenmass sowie Professionalität und Transparenz. Wir verstehen uns auf nationaler Ebene als Gruppe. Wir gehen auf nationaler Ebene Partnerschaften ein, die auf gemeinsamen Werthaltungen beruhen. In der Kommunikation achten wir auf Verständlichkeit und pflegen die Mehrsprachigkeit.

### **3. Zusammenarbeit, Gemeinschaftswerke**

Die bestehenden Gemeinschaftswerke sind eine unserer Stärken, zu der wir Sorge tragen. Bei neuen Aufgaben und Herausforderungen prüfen wir systematisch mögliche Zusammenarbeitsformen. Wir verfügen dazu über klare Spielregeln.

### **4. Finanzplatzpolitik, Regulation und Aufsicht**

Wir bringen uns aktiv in finanzmarktpolitische, regulatorische Themen ein. Wir bemühen uns dabei um eine gemeinsame Position der Kantonalbanken. Wir nutzen dazu unsere Vertretung in den Gremien der SBVg und unsere bilateralen Kontakte mit den wichtigsten Behörden (SIF, SNB, FINMA, FDK). Über eine Medienkonferenz präsentieren wir unsere Positionen und Anliegen auf der nationalen Ebene.

### **5. Corporate Governance, Rechtsform, Staatsgarantie**

Wir pflegen einen regen Erfahrungsaustausch über Corporate-Governance-Themen, berücksichtigen hierbei aber die durch Verfassung und Gesetzgebung gewollte kantonale Autonomie. Ob eine Kantonalbank über eine Staatsgarantie verfügt, ist Sache des kantonalen Gesetzgebers. Bezüglich Ausgestaltung der Staatsgarantie bereiten wir uns rechtzeitig auf allfällige Änderungen der Rahmenbedingungen vor.

### **6. Marktposition und -risiken, gruppeninterner Wettbewerb**

Wir verfügen über ein einfaches, aber aussagekräftiges Monitoring betreffend Position und Entwicklung der Gruppe der Kantonalbanken.

# Integrierte Kommunikation: mehr als die Summe der Teile

Die Grenzen zwischen Marketing und Kommunikation weichen sich durch den Einfluss von Social Media zunehmend auf. Damit wandelt sich Integrierte Kommunikation vom wohlklingenden Schlagwort zur gelebten Realität.

Der VSKB hat sich im Berichtsjahr im Rahmen von zwei Veranstaltungen dem Themenbereich Social Media gewidmet: einerseits in einem Workshop des Marketingsymposiums, andererseits als Schwerpunktthema der Medien- und PR-Tagung, welche unter dem Motto Integrierte Kommunikation stand. Das sich hier bietende Koordinationspotenzial ist für die Kantonalbanken noch lange nicht ausgeschöpft.

## Herausforderungen einer Integrierten Kommunikation

«Unter Integrierter Kommunikation wird ein Prozess der Analyse, Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle verstanden, der darauf ausgerichtet ist, aus den differenzierten Quellen der internen und externen Kommunikation von Unternehmen eine Einheit herzustellen, um ein für die Zielgruppen der Kommunikation konsistentes Erscheinungsbild über das Unternehmen bzw. ein Bezugsobjekt des Unternehmens zu vermitteln.» (Zitat Prof. Dr. Manfred Bruhn) Kürzer gefasst ist damit gemeint, dass alle Kommunikationsmassnahmen eines Unternehmens aufeinander abgestimmt werden und sich gegenseitig ergänzen. Was sich gut und sinnvoll anhört, ist in der betrieblichen Realität häufig nicht so einfach umsetzbar. Dies hängt vor allem damit zusammen, dass häufig verschiedene Organisationseinheiten bzw. Abteilungen involviert sind, die nicht systematisch miteinander kooperieren. Ausserdem ist die Anzahl von Kommunikationsinstrumenten steigend, was in ihrer Koordination rasch zu einer Überforderung führt. Als wesentliche Kommunikationsinstrumente gelten: Mediawerbung, PR, Sponsoring, Event Marketing, Verkaufsförderung, Direct Marketing, persönliche Kommunikation, Messen und Ausstellungen, Online & Mobile Marketing und Social Media. Erschwerend wirkt ausserdem, dass aufgrund der vielfältigen Einflussfaktoren eine zunehmende Informationsüberlastung der Konsumenten zu beobachten ist.

## Ein Orchester klingt nur gemeinsam gut

Es ist ähnlich wie in der Musik: Die volle Kraft entfaltet ein Orchester erst, wenn alle Musiker gemeinsam ein gutes Stück spielen. In der Kommunikation spielen häufig mehrere Kapellen ihre eigenen Stücke.

Um Integrierte Kommunikation professionell zu betreiben, sind verschiedene Abstimmungen notwendig: Formal sind einheitliche Gestaltungsprinzipien zu berücksichtigen, die sich in einer konsistenten Nutzung von Slogans, Schrifttypen, Zeichen und Logos äussern. Inhaltlich ist eine thematische Verknüpfung der einzelnen Instrumente sowie die Vermittlung von einheitlichen Botschaften anzustreben. Zeitlich sollten die Unternehmensaussagen Kontinuität gewährleisten und auch der Einsatz der Instrumente sollte zeitlich abgestimmt erfolgen.

Als mögliche und teilweise bereits gelebte Ansatzpunkte auf Gruppenebene lassen sich daraus ableiten: eine gemeinsame Stärkung der Dachmarke «Kantonalbank», eine Festigung der gemeinsamen Positionierung und eine Vermittlung von gemeinsamen Botschaften. Idealerweise kann durch eine Ausschöpfung von Synergieeffekten zwischen verschiedenen Instrumenten eine Erhöhung der Effektivität und Effizienz der Kommunikation erzielt werden. Um dies sicherzustellen, ist die Etablierung eines übergeordneten und koordinierten Planungsprozesses notwendig. Dieser umfasst üblicherweise eine Analyse-, Planungs-, Durchführungs- und Kontrollphase. Je nach Zentralisationsgrad sind hier unterschiedliche Ausgestaltungsformen vorstellbar.

## Die Bedeutung der Social Media

Durch den Einzug der Social Media haben sich die Rahmenbedingungen einer Integrierten Kommunikation deutlich verändert. Unter diesem Begriff werden Netzgemeinschaften verstanden, die als Plattformen zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen dienen. Technisch gesprochen handelt es sich um eine Gruppe von Internetanwendungen, die auf den Grundlagen des Web 2.0 auf-

bauen und die Herstellung und den Austausch von User Generated Content ermöglichen. Prominente Beispiele sind etwa Twitter, Facebook, Youtube, Xing, LinkedIn usw. Einen umfassenden Überblick zur rasanten Nutzungsverbreitung von Social Media vermittelt der Youtube-Film «Is Social Media a Fad?».



Zweitens werden durch Social Media die klassischen Werbeinstrumente wirkungsloser, da durch neue Formen wie Viral, Blog und Buzz Marketingprodukte und Dienstleistungen relativ unkonventionell vermarktet werden können. Bei diesem Konzept geht es vor allem darum, eine Botschaft durch eine virale Verbreitung in Blogs und Foren zu streuen und durch das Darüberreden den Bekanntheitsgrad zu stärken.

Darüber hinaus etablieren sich auch Plattformen wie Youtube oder Google Video als erfolgreiche Werbeträger. Als eines der noch wenigen Erfolgsbeispiele gilt das Musikvideo «Million Voices» der deutschen Telekom, welches als Teil der Kampagne «Erleben, was verbindet» mit dem Deutschen Marketing-Preis ausgezeichnet wurde.

Gerade dieses Beispiel belegt, dass der schnell wachsende Internetmarkt ein nahezu unbegrenztes Feld von Möglichkeiten eröffnet, welches von Kommunikationsverantwortlichen zielgerichtet genutzt werden kann. Gleichzeitig lässt es aber auch erkennen, dass Integrierte Kommunikation mehr als ein Schlagwort ist und nicht nur in theoretischer, sondern auch in ganz praktischer Hinsicht immer realer wird.

### **Relevanz für die Kantonalbanken**

Es sind vor allem zwei Ansatzpunkte, die für die Kantonalbanken von Relevanz sind:

Erstens gewinnt die Beobachtung von Foren, Blogs und Social-Media-Netzwerken für die Kantonalbanken an Bedeutung, da sich immer breitere Kreise der Online-Kommunikation zuwenden. Angesichts dieser Entwicklung lohnt es sich für die Kantonalbanken, genau zu prüfen, in welchem Ausmass sie in Social Media thematisiert werden.

Dieser Erkenntnis folgend wurde im Berichtsjahr ein Pilotprojekt gestartet, um eine tägliche Online-Medienbeobachtung sicherzustellen. Rund 760'000 internationale Quellen werden zu diesem Zweck permanent überwacht und in Form von elektronischen Suchergebnissen den Kantonalbanken täglich zur Verfügung gestellt.

# Jugendstudie: Was Jugendliche von Banken halten

Die Finanzkrise hat dem Image der Banken geschadet. Gilt diese Wahrnehmung auch für Jugendliche? Und wie schneiden die Kantonalbanken dabei ab? Mit diesen und weiteren Fragestellungen setzt sich die vom VSKB in Auftrag gegebene Jugendstudie auseinander.

Im Vorfeld zur Jahresmedienkonferenz 2010 hat der VSKB die Einstellung von Jugendlichen zu Wirtschafts- und Finanzthemen durch das Marktforschungsinstitut amPuls analysieren lassen. Hierbei zeigen sich deutliche Unterschiede im Vergleich zur Wahrnehmung von Erwachsenen.

## **Optimistischer Blick in die Zukunft**

Die Schweizer Jugendlichen zwischen 14 und 25 Jahren blicken insgesamt deutlich hoffnungsvoller in die Zukunft als die Erwachsenen. Ihre aktuelle Lebenssituation (in sozialer und wirtschaftlicher Hinsicht) sowie ihre beruflichen Perspektiven beurteilen die Jugendlichen äusserst positiv. Gegensätze zur älteren Generation ergeben sich in Themenfeldern wie «Interesse an Politik», «Interesse an Banken und Finanzen» sowie dem Vertrauen in die Fähigkeit der Politik, Konflikte zu lösen. Dieses Vertrauen ist bei den Jugendlichen klar höher, das Interesse an Politik und Wirtschaft fällt hingegen deutlich tiefer aus.

## **Bankberuf genießt einen guten Ruf**

Obwohl die Reputation der gesamten Bankenbranche durch die Finanzkrise Schaden genommen hat, offenbaren die Jugendlichen eine grundsätzlich positive Einstellung zu den Banken. Für die Kantonalbanken ist besonders erfreulich, dass sie mit über 90 Prozent das beste Ergebnis aller Bankengruppen erreichen. Bemerkenswert ist ebenfalls, dass auch der Bankberuf ein nach wie vor hohes Ansehen genießt.

## **Kantonalbanken mit hoher Kundenzufriedenheit**

Eine Analyse der Bankbeziehungen macht transparent, dass die Kantonalbanken in allen Altersgruppen über die höchsten Kunden- und Hauptbankkundenanteile verfügen. Fragestellungen zur Produktnutzung lassen deutlich werden, dass Jugendliche primär auf die Basisprodukte «Zahlen und Sparen» fokussiert sind.

Neben den oben erwähnten Ergebnissen lassen sich der Jugendstudie weiterführende Schlussfolgerungen zu bank-

spezifischen Themenfeldern wie Sparverhalten oder Jugendverschuldung entnehmen.

## **Studienprofil**

Zielgruppe dieser Jugendstudie war die jugendliche Bevölkerung im Alter von 14 bis 24 Jahren in der Schweiz (unterteilt in 14- bis 18-Jährige und 19- bis 24-Jährige). Um die zielgruppenspezifischen Ergebnisse besser einordnen zu können, wurde gleichzeitig auch eine Kontrollgruppe bestehend aus Erwachsenen im Alter von 25 bis 79 Jahren befragt (unterteilt in 25- bis 65-Jährige und 66- bis 79-Jährige). Insgesamt wurden 1200 Interviews in der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz durchgeführt.

## **Schlussfolgerungen**

Als Fazit lässt sich festhalten, dass das Verhältnis zwischen Banken und Jugendlichen intakt ist. Teilweise bestehen jedoch erhebliche Diskrepanzen bei den Einstellungen und Bedürfnissen zwischen Jugendlichen und älteren Personen. Sollen die verschiedenen Altersgruppen zielgerecht betreut werden, so gilt es, diesen Unterschieden sowohl bei der Produktgestaltung als auch in der Ansprache explizit Rechnung zu tragen.

Die repräsentative VSKB-Jugendstudie «Wirtschaftsverständnis und Finanzkultur» ist kostenlos auf der Website der Gruppe der Kantonalbanken ([www.kantonalbank.ch](http://www.kantonalbank.ch)) verfügbar.

# Weitere Aktivitäten

Der VSKB ist in vielen Bereichen für seine Mitglieder aktiv. Er engagiert sich unter anderem im Rahmen der Marketingkommunikation sowie der Marktforschung, organisiert zahlreiche Veranstaltungen und betreibt gruppenweite Medienarbeit.

## Aduno Holding AG

Per Mitte März 2010 haben sämtliche Aduno-Aktionäre (Raiffeisen, Entris Banking, Migros Bank, Bank Coop, BSI, Kantonalbanken) einen neuen Aktionärsbindungsvertrag (ABV) unterzeichnet. Zusätzlich sind alle Kantonalbanken einen Aduno-Unter-ABV eingegangen, unter dem die Kantonalbanken ihre Rechte als Aduno-Aktionäre im gemeinsamen Interesse ausüben, um so die Stellung der Kantonalbanken-Gruppe innerhalb des Aduno-Aktionärkreises zu stärken. Mitte Juli 2010 haben die Aduno-Aktionäre eine Kapitalerhöhung genehmigt, in deren Rahmen von den bisherigen Aktionären 5000 neue Aktien gezeichnet wurden. Die den 24 Kantonalbanken und der Bank Coop gesamthaft zustehenden Bezugsrechte wurden innerhalb der KB-Gruppe/der Bank Coop vollumfänglich ausgeübt. Bei all diesen Themen und Projekten war die Geschäftsstelle durch erhebliche Vorbereitungs-, Koordinations- und Unterstützungsarbeiten gefordert.

auftritt der Kantonalbanken regelt. Zu den Aufgaben gehören die Betreuung und die Weiterentwicklung des CD und der entsprechenden elektronischen Plattform sowie die Beratung und Betreuung der Mitglieder in der Anwendung der CD-Richtlinien. 2010 wurden folgende Teilprojekte umgesetzt: Ergänzung des Gestaltungskonzepts durch Vorlagen für elektronische Newsletters, neue Piktogramme sowie die Erweiterung der Bild-Datenbank mit Fotos zu den Themen Anlagekompetenz, KMU, Nachhaltigkeit, Feste und Feiertage.

## Internet

Das Internetportal der Kantonalbanken-Gruppe, [www.kantonalbank.ch](http://www.kantonalbank.ch), enthält Informationen und Fakten über die Kantonalbanken, zum Verband Schweizerischer Kantonalbanken und zu ausgewählten Finanzthemen. Im Berichtsjahr wurde ein Projekt zur technischen und inhaltlichen Überarbeitung sowie zur optischen Neugestaltung der Website lanciert. Eine kunden- und bedürfnisfokussierte Weiterleitung an die Internet-Auftritte der Einzelinstitute stand dabei im Vordergrund. Der neue Auftritt wurde Ende des ersten Quartals 2011 aufgeschaltet.

## Loyalty-Programm auf Kreditkarten

Der VRA VSKB hat die Geschäftsstelle VSKB beauftragt, den Aufbau eines differenzierenden Kantonalbanken-Loyalty-Programms für Kreditkarten zu prüfen. Mit Unterstützung der in der Kommission VSKB-Karten/ATM vertretenen Kantonalbanken, einer externen Agentur sowie eines Projekt-Soundingboards wurden 2010 eine Ist- und eine Konkurrenz-Analyse vorgenommen. Gestützt auf diese Ergebnisse bejahte der VRA VSKB die Weiterverfolgung des Projekts und gab den Auftrag, 2011 unterschiedliche Konzeptideen für ein differenzierendes Loyalty-Programm der Kantonalbanken zu entwickeln. Ziel ist es, einen emotionalen, regionalen Mehrwert für den KB-Kunden zu schaffen, der primär die Bindung an die Kantonalbank und deren Produkte fördert. Die Karte soll noch mehr zum Identifikationsmittel mit der Bank werden.



## Corporate Design

Dem VSKB obliegt die Führung des Corporate Design (CD) der Kantonalbanken-Gruppe, das den gemeinsamen Marken-

## Marke

Der VSKB betreut im Auftrag der Kantonalbanken die Dachmarke «Kantonalbank» sowie weitere gemeinsame Marken. Zudem übernimmt er eine Führungs- und Koordinationsfunktion bei der Weiterentwicklung, der Pflege und dem Schutz dieser Marken. Im Berichtsjahr gehörten dazu insbesondere die laufende Überwachung der Kollektiv- und Individualmarken in der Schweiz und international, die Hinterlegung der Marke «Kantonalbank» in Hongkong, Taiwan und Macau, Koordinationsaufgaben mit Mitgliedsinstituten sowie Analysen und Vorarbeiten zu einem Markenmonitoring, das die Positionierung der Marke Kantonalbank im Konkurrenzvergleich aufzeigt.

## Marktforschung

Für wichtige Geschäftsbereiche der Kantonalbanken stellt die VSKB-Marktforschung Daten für die strategische und operative Ebene bereit. Dank der engen Zusammenarbeit mit dem Projektteam VSKB-Marktforschung und dem regelmässigen Austausch mit den KB-Marktforschungsverantwortlichen sind die Angebote bedürfnisgerecht und KB-spezifisch. Dabei ist es ein besonderes Anliegen der VSKB-Marktforschung, den Kantonalbanken – zusätzlich zur nationalen Sicht – zu attraktiven Konditionen kantonale Daten zum eigenen Marktgebiet anzubieten. Die beiden grossen wiederkehrenden Studien «Marktforschung Private» und «Marktforschung Unternehmen» wurden im Berichtsjahr detailliert geplant.

## Marktkommunikation

Der VSKB ist zuständig für den gemeinsamen Marktauftritt und die Entwicklung gemeinsamer Botschaften. Dies umfasst die Image-Dachwerbung im Fernsehen und die Anschlusswerbung, die den Kantonalbanken im VSKBnet zur individuellen Nutzung zur Verfügung steht. Im Januar 2010 wurde die neue Image-Dachkampagne «Erfolg» lanciert. Der mittelfristig ausgerichtete Image-Auftritt steht weiterhin unter der Vision «Gemeinsam wachsen.», legt den Fokus jedoch stärker auf



Weil Erfolg für alle etwas anderes ist, ist die beste Anlageberatung die ganz persönliche.

[www.kantonalbank.ch](http://www.kantonalbank.ch)

Gemeinsam wachsen.  **Kantonalbank**

die fachliche und beziehungsbezogene Kompetenz – insbesondere im Anlagebereich. Die TV-Spots bestehen aus Kurzsequenzen, sogenannten Vignetten, in denen unterschiedliche Personen ein Statement abgeben, was ihnen Erfolg bedeutet. Ein im Mai 2010 durchgeführter Posttest zeigte,

dass die neuen Filme vom Publikum sehr positiv aufgenommen und besser bewertet werden als zwei vergleichbare Konkurrenzspots. Zur internen Implementierung der neuen Dachkampagne wurde im Herbst ein Wettbewerb durchgeführt, der allen Kantonalbank-Mitarbeitenden offenstand.

### **Medienarbeit**

Die Nachwehen der Finanzkrise haben die Bedeutung der Medienarbeit auf Gruppenebene akzentuiert. Insbesondere die Kommunikation einer einheitlichen Grundhaltung in Bezug auf Regulierungsvorhaben zog eine verstärkte Koordination mit den Einzelinstituten nach sich. Zu diesem Zweck wurden verschiedene Informationsplattformen erarbeitet und den Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Die vom VSKB verfassten Medienmitteilungen zu den Jahresergebnissen 2009, der Generalversammlung 2010, den Halbjahresabschlüssen 2010 sowie der vom VSKB initiierten Jugendstudie können unter [www.kantonalbank.ch](http://www.kantonalbank.ch) eingesehen werden.

### **Veranstaltungen**

Ein wichtiges Instrument der internen Kommunikation des VSKB sind Veranstaltungen. Dazu gehören thematische Anlässe, an denen über aktuelle Themen informiert und diskutiert wird, wie etwa die Zinsänderungsrisiko-Tagung oder der Mehrwertsteuer-Workshop. Zudem organisiert der VSKB verschiedene Jahrestagungen für Vertreterinnen und Vertreter aus Fachbereichen bei den Kantonalbanken, wie etwa das Jahrestreffen Wertschriftengeschäft, das Marketingsymposium, die Legal- und Compliance-Tagung, die Steuertagung oder die Medien- und PR-Tagung. Daneben werden verschiedene Anlässe für die Führungsgremien der Kantonalbanken durchgeführt. Am Präsidentenforum 2010 wurden gemeinsam mit externen Experten die heutige Positionierung der Kantonalbanken sowie die Lehren aus der Finanzkrise thematisiert. An der Strategietagung, die sich an die CEO der 24 Kantonalbanken richtet, standen die Herausforderungen für die Kantonalbanken und die

KB-Gruppe angesichts der Veränderungen im Finanzsektor im Zentrum. Bei allen Veranstaltungen geht es neben der Informationsvermittlung und dem fachlichen Austausch auch um die Beziehungspflege untereinander.



### **VSKB-Benchmarking**

Das Führungsinstrument VSKB-Benchmarking wurde zusammen mit den teilnehmenden Kantonalbanken optimiert und weiter ausgebaut. In allen erhobenen Unternehmensbereichen (Kunden/Kundenkontakte, Kredite/Finanzierungen, Anlegen/Sparen und personelle Ressourcenallokation) wurden punktuell Kennzahlen angepasst oder neue eingefügt. Zudem wurden die Abläufe verbessert. Das Benchmarking erlaubt, aussagekräftige, praxisnahe Daten zu generieren, welche die Eruiierung von Optimierungspotenzialen in der eigenen Bank bzw. die Suche nach Best Practices zielgerichtet unterstützen. Die Aussagekraft des Systems wird sich mit dem Aufbau einer stabilen Daten-Zeitreihe über die kommenden Jahre zusätzlich erhöhen. 2010 haben 15 Kantonalbanken das VSKB-Benchmarking genutzt. Das System ist offen angelegt, sodass (noch) nicht teilnehmende Kantonalbanken die Möglichkeit haben, dazuzustossen.

# Aus den VSKB-Gremien

Karten, Kapitalmarkt, Bankenrecht und Regulierung, Marke, Kommunikation und Weiterbildung – die Mitglieder der VSKB-Gremien beschäftigen sich mit Themen, die für die Kantonalbanken-Gruppe von grosser Bedeutung sind.

## **Emissionskomitee**

Die Kantonalbanken arbeiten im Kapitalmarktgeschäft über die einfache Gesellschaft «Schweizerische Kantonalbanken» zusammen. Das Emissionskomitee führt diese Gesellschaft. Zu aktuellen Themen und Geschäften erfolgen ein regelmässiger Austausch und eine punktuelle Zusammenarbeit. Eine der Haupttätigkeiten bleibt die Begebung und Betreuung von Emissionen der Pfandbriefzentrale der schweizerischen Kantonalbanken als Lead Manager.

Vorsitz: Dr. Thomas Paulsen, Banque Cantonale Vaudoise

## **Juristenkommission**

Die Juristenkommission befasst sich mit rechtlichen und rechtspolitischen Fragestellungen, welche Auswirkungen auf die Kantonalbanken haben. Sie setzt sich in diesem Zusammenhang insbesondere mit Regulierungsvorhaben bzw. aktuellen Rechtsentwicklungen auseinander und unterstützt die Erarbeitung von Stellungnahmen der Kantonalbanken. Im Berichtsjahr wurden zu folgenden Themen Vernehmlassungen ausgearbeitet: vereinheitlichte Geldwäschereiverordnung-FINMA und indirekter Gegenentwurf zu den Volksinitiativen «Eigene vier Wände dank Bausparen» und «Bauspar-Initiative». Weiter fördert die Juko den Erfahrungs- und Know-how-Austausch in der Kantonalbanken-Gruppe im Rahmen von Tagungen wie der am 3./4. November 2010 in Luzern durchgeführten Legal- & Compliance-Tagung.

Vorsitz: Prof. Dr. Othmar Strasser, Zürcher Kantonalbank

## **Kommission für Rechnungslegung und Regulierungsfragen**

Die Kommission für Rechnungslegung und Regulierungsfragen (KRR) befasst sich hauptsächlich mit der Regulierung in den Bereichen Rechnungslegung und Eigenmittel. Sie bearbeitet auch weitere Regulierungsvorhaben, bei denen nicht primär rechtliche Aspekte im Vordergrund stehen. Zudem ist sie als Fachgremium zuständig für Struktur und Weiterentwicklung des Frühwarnsystems. Die Aktivitäten der KRR waren im Berichtsjahr geprägt von den zahlreichen regulatorischen Projekten, die als Folge der Finanzmarktkrise vorbereitet wurden, deren Umsetzung bevorstand oder die bereits zur Umsetzung gelangten. Hauptthema war das internationale Regelwerk von Basel III, das einerseits Analysen und Stellungnahmen seitens des VSKB auf internationaler Ebene erforderte und andererseits in den Teilen Risikoverteilung und Marktrisiken auf nationaler Ebene schon realisiert wurde. Ebenfalls im Kontext von Basel III erfolgten Analysen und Stellungnahmen zum FINMA-Diskussionspapier «Anpassung der Eigenmittelanforderungen unter Säule 2 und Einführung einer Leverage Ratio».

Vorsitz: Matthias Stöckli, Zürcher Kantonalbank

## **Kommission VSKB-Karten/ATM**

Um Synergien zu nutzen, vorhandenes Know-how allen verfügbar zu machen sowie Prozesse zu vereinfachen, arbeiten die Kantonalbanken im Karten- und im Automatengeschäft (ATM) zusammen. Dies geschieht im Rahmen der Kommission VSKB-Karten/ATM und der beiden Competence Centers Karten und ATM, welche die Vorbereitung und teilweise Umsetzung von Aktivitäten und Projekten übernehmen. Im Bereich Karten lag einer der Tätigkeitsschwerpunkte beim Wechsel des Personalisierers: Seit Frühjahr 2010 werden alle Debitkarten der Kantonalbanken bei der Nagrad in La Chaux-de-Fonds personalisiert. Das vom Wechsel erwartete Kostensenkungspotenzial konnte realisiert werden.

Im Bereich ATM wurde den Kantonalbanken die Möglichkeit geboten, gemeinsam Bancomaten zu bestellen, um dadurch bessere Einkaufspreise für alle zu erreichen. Infolge geringen Interesses wurde eine Umfrage gestartet, ob solche oder ähnliche Angebote weiterhin gewünscht werden. Die Resultate der Befragung werden 2011 vorliegen. Für das Vorgehen bei schweizweiten Ausschreibungen durch Dritte zu ATM-Standorten wurden Guidelines erarbeitet und nach der Vernehmlassung bei der WEKO und der Genehmigung durch den VR VSKB auf den 1. Januar 2011 in Kraft gesetzt.

Vorsitz: Zeno Bauer, Zürcher Kantonalbank

### **Marketingkommission**

Die Marketingkommission befasst sich mit der Entwicklung und der Umsetzung von Projekten im Bereich Marketingkommunikation (Marke, Corporate Design, Marktkommunikation, Sponsoring). Sie koordiniert die Projektteams Corporate Design und Marktforschung. 2010 gehörten die interne Implementierung, die Weiterentwicklung und das Posttesting der Image-Dachkampagne «Erfolg» zu den Hauptaufgaben. Im Weiteren wurden die Möglichkeiten eines nationalen Sponsorings und die Entwicklung eines effizienten Markentrackings diskutiert.

Vorsitz: Hanspeter Hess, VSKB



### **Medien- und PR-Kommission**

Die Medien- und PR-Kommission unterstützt die Geschäftsstelle VSKB bei der Erarbeitung und der Umsetzung der mittel- und langfristigen Kommunikationsstrategie auf Gruppenebene sowie bei der Koordination der Öffentlichkeitsarbeit bei Themen, die potenziell alle Kantonalbanken betreffen.

In Bezug auf die zahlreichen Regulierungsvorhaben stand im Berichtsjahr die Diskussion und Abstimmung von spruchreifen Botschaften im Fokus. Einen weiteren Schwerpunkt bildete das Thema Integrierte Kommunikation unter dem Einfluss von Social Media. Die Jahresmedienkonferenz setzte sich schwer-

punktweise mit den Zielsetzungen des neuen VSKB-Präsidenten Peter Siegenthaler, den Entwicklungen im Hypothekemarkt sowie einer eigens für diesen Anlass erhobenen Jugendstudie auseinander.

Vorsitz: Prof. Dr. Doris Fellenstein Wirth, VSKB

### **Programmkommission Top Management Development**

Die Programmkommission ist verantwortlich für die Vorbereitung und die Durchführung des Direktionsforums. Dieses fand am 23./24. September 2010 in Fürigen zum Thema «Die E-Generation verändert das Banking – der Spagat zwischen heute und morgen im E-Zeitalter» statt. Mehr als 50 Teilnehmende liessen sich über Kundenerwartungen und -verhalten in der virtuellen Welt, technologische Möglichkeiten und verschiedene Praxisbeispiele informieren und diskutierten mögliche Auswirkungen für die Kantonalbanken. Im Sinne einer thematischen Fortsetzung wird sich das kommende Direktionsforum mit den Themen «Jugend und E-Generation» sowie «Social Media» beschäftigen.

Vorsitz: Bernard Kobler, Luzerner Kantonalbank

### **Projektteams**

In folgenden Bereichen begleitete ein Projektteam mit Vertreterinnen und Vertretern von Kantonalbanken, Netzwerkpartnern und der Geschäftsstelle die Umsetzung spezifischer Projekte:

- Corporate Design
- Direktbank
- Marktforschung
- Jahrestreffen Wertschriftengeschäft
- VSKB-Benchmarking
- Loyalty-Programm auf Kreditkarte
- Sponsoring
- Mehrwertsteuer
- STUcard

# Aus den VSKB-Organen

Der Verwaltungsrat fasst Beschlüsse und definiert Massnahmen, die zur Erreichung der Verbandsziele notwendig sind. Deren Umsetzung verantworten der Verwaltungsratsausschuss sowie die Geschäftsstelle VSKB.

## **Verwaltungsrat und Verwaltungsratsausschuss**

Verwaltungsrat (VR) und Verwaltungsratsausschuss (VRA) sind zusammen mit der Generalversammlung die obersten Organe des VSKB. Der VR trat in der Berichtsperiode drei Mal zusammen und hielt zusätzlich eine Strategietagung ab; der VRA tagte sechs Mal und hielt zusätzlich eine Telefonkonferenz ab. Im VRA standen insbesondere folgende Themen im Zentrum der Erörterungen: Standortbestimmung und Festlegung von strategischen Stossrichtungen für den VSKB, verstärkte Positionierung der KB-Gruppe auf nationaler Ebene (z. B. Sponsoring und nationale Partnerschaften, VSKB-Marktkommunikation 2010+, Ausbau der gemeinsamen Positionen in regulatorischen Themen, Vertiefung der Kontakte zu Bundesstellen und Aufsichtsbehörden), internationale Positionierung des Finanzplatzes Schweiz/Finanzplatzstrategie, Karten- und Bancomatthemen sowie Liquidation der Reisecheck-Zentralstelle der Kantonalbanken. Zudem wurden zwei Aussprachen zu aktuellen Finanzplatzthemen mit einer Delegation der KB-Präsidenten durchgeführt.

Bedeutende Themen im VR waren Standortbestimmung und strategische Stossrichtungen für den VSKB, Positionierung der Kantonalbanken auf nationaler Ebene, VSKB-Marktkommunikation 2010+, VSKB-Marktforschung, Medien- und PR-Arbeit, Karten- und Bancomatengeschäft, Direktbank und Finanzplatzstrategie.

Die Strategietagung des VR stand unter dem Titel «Erwartungen an und Herausforderungen für die Kantonalbanken im Lichte der Veränderungen im Finanzsektor». Am ersten Tag beleuchteten namhafte externe Referenten die Position der Kantonalbanken im Lichte jüngster Finanzplatzentwicklungen. Am zweiten Tag wurden aus den Erkenntnissen des Vortags Konklusionen für die Kantonalbanken bzw. deren Gruppe gezogen sowie programmatische Ansätze für den VSKB diskutiert. Die alljährliche Zusammenkunft des VRA mit der FINMA fand im Mai und diejenige mit dem Direktorium der Schweizerischen Nationalbank im Juni 2010 statt.

Per 1. Juli 2010 übernahm Peter Siegenthaler von Paul Nyffeler das Verwaltungsratspräsidium. Als Mitglieder des VR traten in der Berichtsperiode René Bock und Peter Zraggen zurück. Ihre Nachfolge übernahmen Peter Hinder, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Thurgauer Kantonalbank, und Urs Traxel, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Urner Kantonalbank.

## **Geschäftsstelle**

Im Berichtsjahr die Geschäftsstelle verlassen haben Monica Terragni, Nicole Grieder und Tobias Ammann. Neu zur Geschäftsstelle gestossen sind Stefanie Rüttimann, Christine Spaar und Yvette Müller.

# VSKB-Organe per 31. März 2011

## Verwaltungsrat

Peter Siegenthaler\*, Bern, Präsident  
Martin Scholl\*, Zürcher Kantonalbank, Vizepräsident  
Donato Barbuscia, Banca dello Stato del Cantone Ticino  
David Becher, Glarner Kantonalbank  
Rudolf Dellenbach, Aargauische Kantonalbank  
Jean-Noël Duc, Banque Cantonale Neuchâteloise  
Blaise Goetschin\*, Banque Cantonale de Genève  
Markus Grünenfelder\*, Nidwaldner Kantonalbank  
Peter Hinder, Thurgauer Kantonalbank  
Pascal Kiener\*, Banque Cantonale Vaudoise  
Bernard Kobler\*, Luzerner Kantonalbank  
Roland Ledergerber, St. Galler Kantonalbank  
Ueli Manser, Appenzeller Kantonalbank  
Hans Rudolf Matter\*, Basler Kantonalbank  
Albert Michel, Banque Cantonale de Fribourg  
Pascal Niquille, Zuger Kantonalbank  
Jean-Claude Nobili, Berner Kantonalbank  
Dr. Beat Oberlin, Basellandschaftliche Kantonalbank  
Jean-Daniel Papilloud, Banque Cantonale du Valais  
Bruno Thürig, Obwaldner Kantonalbank  
Urs Traxel, Urner Kantonalbank  
Bertrand Valley, Banque Cantonale du Jura  
Alois Vinzens\*, Graubündner Kantonalbank  
Martin Vogel, Schaffhauser Kantonalbank  
Gottfried Weber, Schwyzer Kantonalbank

## Rechnungsrevisoren

Konrad Fausch, Luzerner Kantonalbank  
Alois Schärli, Berner Kantonalbank

## Geschäftsstelle

Hanspeter Hess, Direktor  
Dr. Thomas Hodel  
Elisabeth Bürgin  
Prof. Dr. Doris Fellenstein Wirth  
Patrick Berndt  
Jeannine Bubendorff  
Gabriela Carraro  
Sandra Gisiger  
Miriam Gramelsbacher  
Anouk Hufschmid  
Silvana Longhi  
Yvette Müller  
Stefanie Rüttimann  
Murielle Voegeli

\*Mitglieder des Verwaltungsratsausschusses

# Anhang I

## VSKB-Anlässe 2010

12.1.2010	VSKB-Marktkommunikation 2010+	Informationsveranstaltung zur neuen Kampagne
18.3.2010	Zinsänderungsrisiko-Tagung	Management von Zinsänderungsrisiken und aktuelle Geld- und Kapitalmarktsituation
20.4.2010	Tagung für Marktforschung	Das Jugendsegment als Zielgruppe bei den Kantonalbanken
27.5.2010	Präsidentenmeeting	Laufende Verbandsgeschäfte und aktuelle Themen
27./28.5.2010	103. ordentliche Generalversammlung	Positionierung der Kantonalbanken
10.6.2010	Tagung für Sicherheitsfragen	Prävention, Verhaltenstraining und Krisenmanagement
22.6.2010	VSKB-Willkommensveranstaltung	Informationsveranstaltung für neue Marketing- und Medien-Verantwortliche der Kantonalbanken
13.8.2010	Altpäsidententreffen	
1./2.9.2010	11. VSKB-Marketingsymposium	Genderthematik und Social-Media-Workshop
3.9.2010	Altdirektorentreffen	
23./24.9.2010	Direktionsforum	Online und Direct Banking
18.10.2010	3. Steuertagung	FATCA und weitere aktuelle Entwicklungen internationaler und nationaler Steuerfragen
21./22.10.2010	Präsidentenforum	Rolle und Funktion der Kantonalbanken
26./27.10.2010	Strategietagung	Herausforderungen für die Kantonalbanken in der veränderten Finanzordnung
3./4.11.2010	5. Legal- & Compliance-Tagung	Erfahrungsaustausch und Workshops
10./11.11.2010	8. Medien- und PR-Tagung	Integrierte Kommunikation
12.11.2010	Medienkonferenz	Positionierung der Kantonalbanken und erste Ausblicke von Peter Siegenthaler als neuem VSKB-Präsidenten
25./26.11.2010	13. Jahrestreffen Wertschriftengeschäft	Verschiedene Themen
26.11.2010	Workshop für MWST-Verantwortliche	Halbtägige Arbeitstagung zur neuen MWST-Abrechnung

# Anhang II

## Netzwerkpartner

Swisscanto Holding AG und verschiedene Tochtergesellschaften	Fonds-, Anlage- und Vorsorgegeschäft
Swisscanto Anlagestiftung	Anlage von Vorsorgegeldern
Swisscanto Sammelstiftung der Kantonalbanken	Sammelstiftung berufliche Vorsorge
Swisscanto Flex Sammelstiftung der Kantonalbanken	Sammelstiftung berufliche Vorsorge
Swisscanto Sammelstiftung Supra der Kantonalbanken	Sammelstiftung berufliche Vorsorge
Swisscanto Freizügigkeitsstiftung der Kantonalbanken	Freizügigkeitsstiftung berufliche Vorsorge
Aduno-Gruppe	Kartengeschäft
CFBCL Centre de Formation des Banques Cantonales Latines	Aus- und Weiterbildung
Finarbit AG	Geldmarktbroker
IGK Interessengemeinschaft für Kaderausbildung	Aus- und Weiterbildung
Pfandbriefzentrale	Kapitalmarkt
RSN Risk Solution Network AG	Risikomanagement
Swiss Bankers Prepaid Services AG	Prepaid-Karten

Herausgeber:  
Verband Schweizerischer Kantonalbanken  
Wallstrasse 8, Postfach  
CH-4002 Basel, Schweiz  
Telefon +41 (0)61 206 66 66  
Fax +41 (0)61 206 66 67  
E-Mail [vskb@vskb.ch](mailto:vskb@vskb.ch)  
[www.vskb.ch](http://www.vskb.ch)

Der Jahresbericht des Verbands Schweizerischer  
Kantonalbanken ist in deutscher und französischer Sprache  
erhältlich. Für weitere Auskünfte wenden Sie sich an:

Verband Schweizerischer Kantonalbanken  
Prof. Dr. Doris Fellenstein Wirth  
Telefon +41 (0)61 206 66 12  
E-Mail [medien@vskb.ch](mailto:medien@vskb.ch)



**Verband Schweizerischer Kantonalbanken**  
**Union des Banques Cantionales Suisses**  
**Unione delle Banche Cantionali Svizzere**