

Bilanzmedienkonferenz, 28. Februar 2014

Referat Elisabeth Schirmer-Mosset, Präsidentin des Bankrats

Dieses Jahr wird die Basellandschaftliche Kantonalbank 150 Jahre alt. Selbstverständlich feiern wir diesen Geburtstag gebühlich. Wir sind stolz darauf, 150 Jahre alt geworden zu sein ohne Skandale und Skandälchen. Und wir sind stolz auf unsere gesunden Wurzeln in einem gesunden Kanton. Auf der einen Seite blicken wir 150 Jahre zurück – auf der andern Seite ganz klar in die Zukunft. Eins ist sicher: Wir wollen eine bodenständige Bank sein, die gleichzeitig zukunftsgerichtet und innovativ ist. Uns interessiert was morgen sein könnte und uns interessiert, was unsere Kundinnen und Kunden in Zukunft von uns verlangen könnten.

Heute möchte ich mich aber mit der Gegenwart der BLKB befassen, die auch viel mit der Zukunft der Bank zu tun hat.

Das vergangene Jahr war gerade für den Bankrat ein sehr anspruchsvolles Jahr. Grundsätzliche Fragen zur Good Governance, zum Umgang mit der ausländischen Kundschaft – insbesondere zum Umgang mit US-Kunden-, aber auch zur Weiterentwicklung der Bank prägten das Jahr 2013. Wir hatten grundlegende Entscheide zu fällen über die Teilnahme am DoJ-Programm, über die richtige Organisation der Bank und über eine Neubesetzung in der Geschäftsleitung.

Erfolgreich in der Vergangenheit

Wesentlich ist aber selbstverständlich, dass die Zahlen stimmen. Die Details wird Ihnen Beat Oberlin vorstellen. Ich möchte Ihnen einen kurzen Blick zurück auf die letzten zehn Jahre präsentieren. Denn wir messen unseren Erfolg langfristig. Unser Ziel ist eine nachhaltige Entwicklung, nicht eine kurzfristige Maximierung. Wenn Sie den 10-Jahres-Vergleich betrachten, sehen Sie, dass uns dies gut gelungen ist. Auch wir haben unter den Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise mit ihrem Höhepunkt in den Jahren 2008 und 2009 gelitten – aber weniger als andere Banken. Und in den letzten beiden Jahren spüren wir die Folgen der Nullzinspolitik. Gerade in diesen wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten können wir auf das Vertrauen unserer Kunden bauen. Dieses Vertrauen ist für uns das höchste Gut, zu dem wir seit jeher grosse Sorge tragen.

Good Governance

Good Governance ist eine wichtige Voraussetzung für das Vertrauen in unsere Bank – das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden, das Vertrauen unserer Mitarbeitenden, das Vertrauen unseres Eigentümers. Wesentlich für eine gelebte Good Governance ist die korrekte Gewaltenteilung auf der einen Seite und der gegenseitige Respekt der Organe untereinander. Das Kantonalbankgesetz und die dazugehörige Verordnung sowie die Reglemente der BLKB geben die Rahmenbedingungen klar vor. Sie sind ein Massstab, an dem sich auch andere Banken gerne orientieren. Natürlich streben wir aber auch hier laufend Verbesserungen an. Wichtig ist aber in erster Linie, dass die Vorgaben auch gelebt werden, dass das korrekte Verhalten der operativen Organe vom Bankrat effizient und kompetent überprüft wird, dass die Risiken unter Kontrolle sind und das immer dichter werdende Netz an Regulatorien strikt eingehalten wird. Die externe Revision und die FINMA bestätigen uns, dass wir diese Arbeit sehr gut machen. Good Governance ist auch eine wesentliche Voraussetzung dafür, dass sich die BLKB im DoJ-Programm dieses Jahr in Kategorie 4 anmelden wird – als eine lokale Bank, die ihre Hausaufgaben in Bezug auf die US-Kunden gemacht hat und dies auch belegen kann

Das Geschäft mit den ausländischen Kunden

Gerade im Geschäft mit ausländischen Kunden ist die strikte Einhaltung der jeweils geltenden Regeln von grösster Wichtigkeit. Der Grundsatz „Know your customers“ hat höchste Bedeutung. Wir haben hier frühzeitig und mit grosser Sorgfalt unsere Hausaufgaben gemacht. Dies gilt für das Geschäft mit den US-Kunden. Es gilt aber auch im Geschäft mit den übrigen Kunden mit Wohnsitz im Ausland. Hier beschränken wir uns im Depotgeschäft auf die beiden Länder, die direkt Bezug zu unserer Region haben – auf Deutschland und auf Frankreich. Und selbstverständlich wollen wir nur versteuerte Gelder entgegennehmen. Details wird Ihnen anschliessend Beat Oberlin darstellen.

Erfolgreich in die Zukunft

Der Erfolg in der Vergangenheit kommt nicht von ungefähr. Und er ist kein Garant für die Zukunft. Darum bereiten wir uns heute auf morgen vor. Die Leitplanken bilden das Leitbild und daraus abgeleitet die Strategie. Die Umsetzung mündet in eine Neuorganisation der Bank, die wir im Geschäftsjahr 2014 realisieren.

Das Leitbild und die Strategie umsetzen

„Erfolgreich mitgestalten“ ist der Claim unseres Leitbilds. Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden verstehen und gemeinsam mit ihnen finanzielle Zukunftsperspektiven entwickeln. Dazu gehört es, dass wir unsere Produkte und Dienstleistungen den Bedürfnissen und dem Verhalten unserer Kundinnen und Kunden stetig anpassen. Im Rahmen unserer strategischen Weiterentwicklung haben wir uns im Berichtsjahr vor allem mit dem Verhalten unserer Kundschaft vertieft auseinandergesetzt. Dabei konnten wir feststellen, dass in den letzten Jahren grundsätzliche Veränderungen eingetreten sind – getragen und beschleunigt in erster Linie von der Entwicklung der Kommunikationstechnologie. Während beispielweise der Bargeldbezug am Bancomat oder das Erledigen der Zahlungen per E-Banking am PC schon länger zur Selbstverständlichkeit geworden sind, setzt sich insbesondere das Mobile Banking immer mehr durch. An unserer letzten KBZ-Versammlung haben wir unsere Mobile-Banking-Lösung erstmals live demonstriert. Heute erledigen schon über 15'000 Kundinnen und Kunden ihre Zahlungen regelmässig mit der scan-and-pay-Funktion per Mobile-Banking – Tendenz stetig steigend. Und an der diesjährigen KBZ-Versammlung werden wir unsere neue E-Beratung vorstellen. Dies sind zwei Beispiele, wie wir uns am Verhalten unserer Kundinnen und Kunden orientieren, das wesentlich auch durch die Konsumgüterindustrie bestimmt ist. Start der E-Beratung wird noch im März 2014 sein.

Mittelfristige Ziele

„Die Kundin oder der Kunde wählt“ ist der eine Pfeiler der Neuaufstellung. Der andere Pfeiler ist die Industrialisierung, die Optimierung der Prozesse. Damit steigern wir unsere Effizienz und unsere Effektivität und verbessern gleichzeitig die Qualität und das Angebot für unsere Kundinnen und Kunden.

Dass wir hier bereits heute auf einem guten Weg sind, möchte ich Ihnen an drei Key Performance Indicators aufzeigen. Key Performance Indicators, abgekürzt KPI sind Schlüsselgrössen unserer Mittelfristplanung und damit ein wichtiges Instrument zur Steuerung unserer Bank.

Ich beginne mit der Cost-Income-Ratio, dem Verhältnis zwischen Aufwand und Ertrag. Sie lag im Berichtsjahr bei 44,9% und damit ziemlich genau in der Mitte des Zielkorridors von 40%–50%.

Beim Eigenmitteldeckungsgrad haben wir ein mittelfristiges Ziel von 250% definiert. Unter Einbezug des ersten Kapitalpuffers haben wir dieses Ziel mit 220,2% noch nicht erreicht.

Die Eigenkapitalrentabilität soll gemäss Mittelfristplanung mindestens Swap+3% betragen. Sie lag mit 10,63% deutlich über diesem geforderten Mindestwert, der im Berichtsjahr 5,32% betrug.

Entscheidend für den Erfolg unserer Bank ist daneben – gerade in der heutigen Zeit –, dass wir die Risiken im Griff haben. Auch hier haben wir einen weiteren Schritt gemacht, indem wir die Compliance aus der Rechtsabteilung herausgelöst und als eigene Einheit dem Geschäftsbereich Finanz- und Riskmanagement zugeordnet haben. Und nach wie vor gilt für unsere Bank. Wir machen nur Geschäfte, die wir verstehen.

Die Organisationsstruktur angepasst

Dem Kundenverhalten haben wir auch unsere Organisationsstruktur angepasst. Kernstück ist der neue Bereich Privatkunden & Direct Banking, der von Kaspar Schweizer geleitet wird. Dieser Geschäftsbereich löst den Geschäftsbereich Private Kunden ab, der von Othmar Cueni geleitet wurde. Othmar Cueni geht auf den 1. April in Pension, wird der Bank aber noch als Leiter des Projekts Jubiläum 2014 erhalten bleiben. Direct Banking ist ein wesentlicher Teil der Neuaufstellung unserer Bank. Unsere Kundinnen und Kunden können wählen, auf welchen Kanälen sie mit uns in Kontakt treten wollen – in unseren Filialen, per Telefon, per PC, per Tablet oder per Smartphone. Unser Ziel ist ein durchgehendes Angebot auf allen Kanälen. Damit wir für die Zukunft richtig aufgestellt bleiben, haben wir in der neuen Organisation auch eine Innovation Factory geschaffen. Ihre Aufgabe ist es, Trends im Konsumverhalten zu beobachten und anhand dieser Trends neue Ideen für Produkte und Dienstleistungen unsere Bank zu entwickeln

Die richtige Organisationsstruktur ist das eine. Aber vor allem ist die Bank ein lebendiger Organismus, der seine Gestalt erst durch seine Mitarbeitenden erhält. Ich bin stolz darauf, dass wir gute und motivierte Mitarbeitende haben. Und es freut mich ganz besonders, dass wir im Berichtsjahr Simon Leumann zum Leiter des Geschäftsbereichs IT & Services und zum Mitglied der Geschäftsleitung befördern konnten. Mit seinen 38 Jahren gehört er fast schon zu den Digital Natives. Er arbeitet seit zehn Jahren bei der Bank und war unter anderem stellvertretender Leiter Kreditmanagement, Leiter Institutionelle Kunden und Leiter Strategische Projekte. Die positiven Reaktionen auf seine Beförderung – vor allem auch von jungen Mitarbeitenden – zeigen mir, dass wir auf einen hoch qualifizierten und motivierten Nachwuchs bauen können. Und das stimmt mich sehr zuversichtlich für die Zukunft.

Zuversichtlich stimmen mich auch die Facts and Figures des Geschäftsjahres 2013, die jetzt Beat Oberlin präsentieren wird.