

Bank Thalwil Genossenschaft Die Bankwerker



Andreas Fuchs, Vorsitzender der Geschäftsleitung

Mit der Idee «Bankwerk ist...» lanciert die Bank Thalwil in der Region Zimmerberg eine auffallende Kampagne, die eine nachhaltige und messbare Wirkung gegen aussen und innen haben soll. Andreas Fuchs, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Bank, erläutert im Interview mit Javier Gonzalez seine Beweggründe zu den Kommunikationsmassnahmen.

Sie haben mit der «geheimnisvollen» Kampagne BANKWERK auf sich aufmerksam gemacht. Was waren Ihre Überlegungen dazu?

Die Bank Thalwil Genossenschaft (BKT) hat in den letzten Jahren spürbare Veränderungen durchlaufen. Wir hatten Wechsel in der Führung der Bank und das Organigramm wurde neu gestaltet. Daneben gab es grosse regulatorische Themen zu bewältigen. Auch der Markt stellte härtere Bedingungen. Das nahm sehr viel Zeit in Anspruch und richtete unseren Blick stark nach innen. Wie jeder andere KMU leben aber auch wir von und mit unseren Kunden. Deshalb überprüften wir, wie wir all die inneren und äusseren Veränderungen künftig im Markt umsetzen wollen. Um Aufmerksamkeit für unsere Mitteilung zu erhalten, brauchte es einen überraschenden und erfrischenden Auftritt.

Heisst das mehr PR und weniger Inhalte?

Nein, ganz im Gegenteil! Die Inhalte sind uns wichtiger! Wir haben uns seit Herbst 2012 gedanklich mit unseren Werten, für welche wir als Bank stehen wollen, selbstkritisch und intensiv auseinandergesetzt. Dabei haben sich alle, vom

Verwaltungsrat bis zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, in verschiedenen Workshops mit dieser Fragestellung auseinandergesetzt. Der Einbezug von allen war uns sehr wichtig. Nur so werden Inhalte getragen und auch übertragen.

Das heisst wir können Sie nun beim Wort nehmen?

Ja, selbstverständlich! Wir wollen und müssen uns dieser Prüfung stellen. Die kommunikative Gestaltung ist schneller und einfacher gemacht als die Umsetzung in der Praxis. Für die Umsetzung braucht es Menschen. Diese haben individuelle Vorstellungen, Ansichten und Bedürfnisse. Dies gilt für unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, aber auch für unsere Kunden. Die Umsetzung ist ein Prozess der Zeit in Anspruch nimmt. Wir arbeiten täglich daran.

Das Wort BANKWERK ist ungewohnt. Was «versteckt» sich dahinter?

Der interne Arbeitstitel für dieses Projekt war ursprünglich «Banking aus Leidenschaft». Bald haben wir gespürt, dass wir uns am Begriff «Banking» stören. Wir wollen ein währschaftes und bodenständiges Bankgeschäft – vergleichbar mit einem handwerklichen KMU – betreiben. Der interne Arbeitstitel wurde deshalb auf «Bankwerk ist Leidenschaft» geändert. Diesen Arbeitstitel haben wir unserer lokalen Kommunikationsagentur samt gedanklichem Inhalt übergeben.

Diese hat darauf aufbauend die neue Kommunikation gestaltet. Die Agentur empfand den Begriff BANKWERK als stark und hielt daran fest. Die Formel ist verständlich: Bank + Handwerk = Bankwerk. Die Assoziationen, welche wir im Begriff HANDWERK erkennen sind Präzision, Qualität, Tatkraft, Kreativität, Individualität. Das gefällt uns besser. So sind wir heute die ersten und einzigen BANKWERKER in unserer Branche.

Die Idee könnte beim Kunden Bedürfnisse wecken, die nicht erfüllt werden können?

Es besteht eine Herausforderung in der Umsetzung. Das ist richtig. Jeder Kunde weiss, dass Arbeit einen Preis hat. Zudem ist nicht alles machbar. Wir haben Richtlinien und Regulatorien. Entlang diesen müssen wir uns bewegen. Zudem werden wir das Vertrauen in unsere Bank, welches die Kunden bezüglich Sicherheit haben, verantwortungsvoll wahrnehmen.

Damit unterscheiden Sie sich noch nicht gross vom Versprechen anderer Banker!

Die Werte, welche unser Tun und Handeln antreiben sind uns wichtig. Es sind dies Tatkraft, Verlässlichkeit und Leidenschaft. Innerhalb gesetzter Grenzen suchen wir das Machbare! Dies gilt für Kunden, Mitarbeiter, Genossenschafter und Öffentlichkeit gleichermassen. Es

geht nicht um möglichst hohe Renditen für Eigentümer und maximale Boni für Mitarbeiter und Geschäftsleitung.

Wie gehen Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit diesen Veränderungen um?

Nach einer langen Periode von Konstanz können bereits kleine Veränderungen Ängste und Befürchtungen auslösen. Ich glaube niemand verkennt die jahrhundertalte Weisheit «panta rhei» (alles fließt). Alles verändert sich: Wir selber, unsere Märkte, unsere Kunden, unsere Gewohnheiten, unsere Arbeitsmittel, einfach alles. Diesem Wandel können wir uns nicht entziehen. Zudem haben wir, wie erwähnt, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter immer mit einbezogen. Ich habe bei der internen Vorstellung unserer Kampagne mit Freude festgestellt, dass diese als unerwartet und ungewöhnlich, aber als witzig und erfrischend aufgenommen wurde. Es gibt immer welche, die noch etwas mehr Angewöhnungszeit brauchen. Die Festigung von etwas Neuem geschieht nicht über Nacht. Aber das Gros unseres Teams identifiziert sich mit den Werten und Inhalten. Das freut mich.

Können Sie noch einmal kurz sagen, wofür die Marke «Bank Thalwil» in Zukunft stehen soll?

Die Marke steht für «Leidenschaft und Kompetenz». Diesen Inhalt müssen wir in Zukunft so leben, dass der Kunde ihn

erkennt. Wir sind eine Regionalbank, welche das Bankgeschäft mit Freude und Begeisterung lebt. Dabei soll ein grosses Augenmerk auf Machbarkeit und Qualität gelegt werden. Der Lohn unseres Wirkens ist primär ein zufriedener Kunde. In diesem Sinne vergleichen wir uns mit einem Klein- und Mittelbetrieb, welcher sein Geschäft auf die selbe Art betreibt. Ich verweise Sie gerne auch auf unser Zukunftsbild, welches wir in den vergangenen Monaten alle miteinander entwickelt haben.

Gibt es noch etwas, das Sie zum Schluss gerne sagen möchten?

Wenn ich die Meinungen auf unserer Homepage www.bankwerker.ch lese, so erkenne ich, dass wir vielen Leuten mit unseren Gedanken und Überlegungen aus dem Herzen sprechen. Dass dies gerade von einer Bank selber kommt überrascht vielleicht etwas. Ich hoffe aber, es vermag ebenso zu überzeugen. Ich danke allen, welche sich Zeit und Mühe genommen haben uns ihre Meinung mitzuteilen. Wir nehmen Ihre Gedanken gerne auf. Sie sollen uns stets zur Überprüfung unseres Wirkens animieren. In diesem Sinne bemühen wir uns um viele Fans der Bank Thalwil Genossenschaft!