

Politik & Strategie

Messbar und langfristig

VP Bank – für intelligente Lösungen. Stark im Gespräch, mit den besten Partnern vernetzt, weltweit verbunden, in Liechtenstein zuhause.

Die VP Bank hat ihre strategischen Grundsätze nicht verändert. Aber sie hat vieles in die Wege geleitet, um diese besser umzusetzen: Sie hat neue mittelfristige Ziele definiert, die Führungsstruktur sowie – damit zusammenhängend – die Vorgehensweise bei der Marktbearbeitung stärker auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet, Wachstumsinitiativen entwickelt und einen Transformationsplan erarbeitet.

Strategische Grundsätze

Die VP Bank richtet ihre Aktivitäten an vier strategischen Grundsätzen aus:

-
- **Marktbearbeitung:** Die VP Bank baut ihr Geschäft aus und konzentriert sich dabei auf jene Märkte, in denen sie bereits erfolgreich arbeitet oder in denen sie Wachstumspotenzial sieht. Dies sind neben Liechtenstein und der Schweiz die Märkte Deutschland, Mittel- und Osteuropa sowie der asiatisch-pazifische Raum.
-
- **Private Banking:** Die VP Bank hat sich als erfolgreiches, unabhängiges Qualitätsinstitut im Private Banking positioniert und will diese Position stärken.
-
- **Intermediäre:** Die VP Bank ist seit ihrer Gründung ein ausgewiesener Partner von externen Vermögensverwaltern und Treuhändern. Sie hat das Geschäft mit Finanzintermediären in professioneller Weise und mit hohem Qualitätsanspruch an die neuen Rahmenbedingungen des Finanzplatzes Liechtenstein angepasst. Darüber hinaus intensiviert die VP Bank ihr Erfolgsmodell der Betreuung von Intermediärkunden und weitet es nun auf andere europäische Länder und Asien aus.
-
- **Regionales Geschäft:** Die VP Bank pflegt den Markt Liechtenstein und die Region Ostschweiz für kommerzielle Kunden, Retailkunden und das Kreditgeschäft. Sie will das Potenzial dieses traditionellen Geschäfts weiter ausschöpfen.

Mittelfristige Ziele

Im November 2010 hat die VP Bank neue mittelfristige Zielgrößen für ihre Schlüsselkennzahlen formuliert und veröffentlicht.

-
- Der Netto-Neugeldzuwachs soll – auf der Basis der betreuten Kundenvermögen – durchschnittlich 5 Prozent pro Jahr betragen.
-
- Die Cost/Income Ratio soll 65 Prozent nicht über einen längeren Zeitraum überschreiten.
-
- Die Kernkapitalquote, ausgedrückt als Tier 1 Ratio, soll 16 Prozent ausmachen.

Wirksame Marktbearbeitung

Im Privatkundengeschäft sieht die VP Bank das grösste Wachstumspotenzial im asiatisch-pazifischen Raum sowie in Mittel- und

Osteuropa. Das Private Banking hat sich in den letzten Jahren stark verändert: Die Kunden sind anspruchsvoller und besser informiert als vor einigen Jahren. Sie wünschen Produkte und Dienstleistungen, die auf ihre individuellen Lebensumstände zugeschnitten sind, und sie erwarten, dass ihre Vermögensanlage in Einklang mit den jeweiligen Jurisdiktionen steht.

Dies erhöht die Anforderungen an die Kundenbetreuung. Die Berater müssen auf die Kunden zugehen und ihnen mit Empathie und spezifischem Wissen, beispielsweise über grenzübergreifende Anlagestrategien oder Steuerfragen, zur Seite stehen. Gefragt ist heute ein umfassender Beratungsansatz. Die Berater der VP Bank ziehen für ihre Kundengespräche vermehrt Spezialisten aus den einzelnen Fachbereichen der Bank heran.

Die Zufriedenheit und die Loyalität der Kunden hängen entscheidend von der Qualität der Beratung ab. Die VP Bank wird daher gezielt in Berater und Beratungsteams investieren. So übernimmt ab Sommer 2011 ein profilierter Private-Banking-Spezialist das Geschäftssegment Private Banking Asia/Pacific. Seine vornehmliche Aufgabe wird darin bestehen, qualitativ hervorragende Kundenberater für die Standorte Singapur und Hongkong zu gewinnen, die Marktbearbeitung des asiatischen Marktes zu konkretisieren und die Wachstumsziele der VP Bank in Asien zu realisieren.

Ein weiterer Meilenstein in der Marktbearbeitung wird in der koordinierten Vorgehensweise liegen. Bereits die neue Führungsstruktur ist darauf ausgerichtet, die Märkte, auf denen die VP Bank aktiv ist, in einer abgestimmten Art und Weise anzugehen. Ende November 2010 hat die Geschäftsleitung zudem entschieden, für jeden Markt einen Koordinator einzusetzen. Ab dem Geschäftsjahr 2011 wird es je einen Marktkoordinator für Liechtenstein, die Schweiz, Deutschland und Österreich, das übrige Westeuropa, Osteuropa und den Nahen und Mittleren Osten, den asiatisch-pazifischen Raum und Amerika geben.

Zentrale Elemente dieses Koordinationskonzepts sind die Institutionalisierung einer Plattform zum Austausch von Best Practices und eine strukturierte, über alle Standorte abgestimmte Marktbearbeitung. Vor allem für den osteuropäischen Markt erhofft sich die VP Bank von einer solch koordinierten Vorgehensweise einen Wachstumsschub. Bearbeitet wird dieser Markt vom Standort Zürich aus, nicht zuletzt wegen der engen Verbindungen, die viele russische Staatsbürger zur Schweiz unterhalten.

Gezielte Investitionen werden auch in die Standorte München und Zürich getätigt. Der Standort Zürich soll künftig auch verstärkt Kunden mit Domizil in der Schweiz gewinnen.

Wachstumsinitiativen & Transformation

Das Privatkundengeschäft bleibt der Geschäftszweig mit dem grösstem Wachstumspotenzial. Die Wachstumsinitiativen der VP Bank zielen daher vor allem darauf ab, Neugelder zu generieren und so die Basis der betreuten Kundenvermögen zu verbreitern. Neben dem neuen Ansatz zur Marktbearbeitung hat die VP Bank weitere Initiativen lanciert, um den sich wandelnden Kundenbedürfnissen noch besser zu entsprechen: Sie wird ihre Kompetenzen im internationalen Steuerrecht und in der Vermögensstrukturierung erweitern, und sie will das Fondsgeschäft ausbauen.

Mit «Fund Solutions» verfügt die VP Bank über ein Kompetenzzentrum, das auch verstärkt Fondsgründungsdienstleistungen gruppenweit koordiniert und die Fondsstrukturen bietet, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Mit gezielten Wachstumsinitiativen will die VP Bank das Intermediär- und das regionale Geschäft stärken.

Im Herbst 2010 startete die VP Bank eine Transformationsphase, die auf drei Jahre angelegt ist. Im Zentrum dieses Prozesses stehen vier Aufgaben:

-
- die Verankerung der marktorientierten Führungsstruktur
-
- die Umsetzung der Wachstumsinitiativen und die Stärkung der Vertriebsstruktur
-
- die Steigerung der Effizienz
-
- die gezielte Akquisition von Kundenberatern und Beratungsteams

Der Transformationsprozess beginnt damit, dass die Führungsstruktur schlanker gestaltet und die Effizienz der Prozesse gesteigert wird. Am Ende des Geschäftsjahres 2013 wird die VP Bank auf einer breiteren und profitableren Geschäftsbasis stehen.

Wertorientierte Führung

Die Führung der VP Bank ist an Key-Performance-Indikatoren ausgerichtet. Die Schlüsselgrösse für die wertorientierte Führung ist der Economic Profit – investiertes Eigenkapital, multipliziert mit der Differenz aus Eigenkapitalrendite und Eigenkapitalkostensatz – auf der Ebene des Gesamtunternehmens.

Das Group Executive Management verfolgt monatlich die quantitative Entwicklung der mittelfristigen Zielgrössen. Um den operativen Erfolg besser messen zu können, wird das Set der Key-Performance-Indikatoren in den kommenden zwei Jahren überarbeitet.

Das Augenmerk soll vor allem auf das Verhältnis der wiederkehrenden Erträge (recurring revenues) zu den Gesamterträgen und auf die Marge (return on assets) der einzelnen Kundensegmente gerichtet werden. Am nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens ist der Beteiligungsplan für die oberste und die zweite Managementebene ausgerichtet.

Der Long-Term Incentive Plan (LTI) richtet den Fokus darauf, die Umsetzung der Strategie über fünf Jahre zu messen und den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern.

Für das Geschäftsjahr 2011 hat eine Kennzahl höchste Priorität: der Netto-Neugeldzufluss. Sie ist der Indikator für das Wachstum, das die VP Bank anstrebt.

Kontakt aufnehmen

Verwaltungs- und Privat-Bank Aktiengesellschaft

Aeulestrasse 6
9490 Vaduz
Liechtenstein

Tel +423 235 66 55
Fax +423 235 65 00

- ▶ Kontaktformular
- ▶ E-Mail senden
- ▶ Alle Standorte