



Basler
Kantonalbank

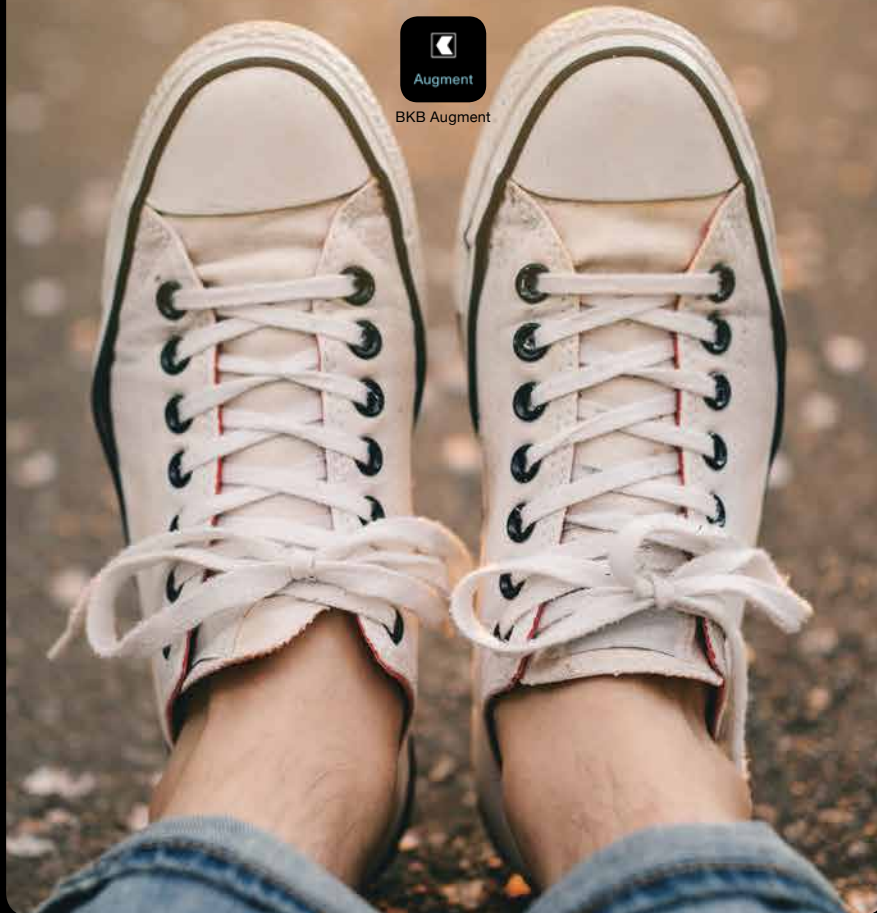
Jahresmagazin 2017

Schritt für Schritt in die digitale Welt

App runterladen, starten, draufhalten – entdecken!



BKB Augment



Inhalt

Erfolgreich gewirtschaftet

Vorwort

Seite 4

Die ganz grosse Herausforderung anpacken

Strategie

Seite 7

Super Resultat trotz hohen Kosten

Geschäftsentwicklung

Seite 18

Die ersten digitalen Schritte zum Kunden

Meilensteine

Seite 22

Die Arbeitswelt 4.0 hält Einzug

Mitarbeitende und Führung

Seite 28

Mit Geld und Herz dabei

Engagement für Basel

Seite 36

Umweltschutz top, Anlagen top, wir bleiben dran

Nachhaltigkeit

Seite 40

Endlich geht der Kurs nach oben

Information für Investoren

Seite 44

Top im Klimaschutz

Die BKB ist erneut an der Spitze der Banken im Berichten über Disclosure Project (CDP).

Digitale Filiale

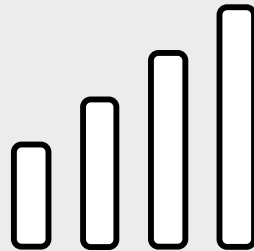
Mit der BKB Bankgeschäfte tätigen, wo, wie und wann man will.

Sicherheit

Die BKB ist eine der sichersten Banken der Schweiz.

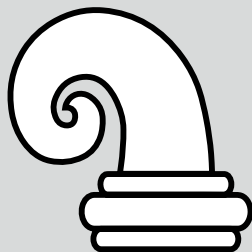
+26,9% Jahresgewinn

Beachtlicher Zuwachs von 93,3 (2016) auf 118,3 Mio. CHF



Nachhaltige Anlagelösung

Nachhaltig anlegen stösst bei unseren Kunden auf sehr grosses Interesse.



77,0^{Mio. CHF} Gesamtablieferung Kanton

10,0% mehr für den Kanton gegenüber 2016

Neue Strategie

Mit der Strategie 2018 bis 2021 legen wir den Grundstein für mehr Wachstum und noch mehr Kundenfokus.

Mehr zur Berichterstattung der BKB



Online-Jahresbericht unter:
www.gb.bkb.ch



Die Strategie dreidimensional entdecken in der App: «BKB Augment»



Online-Nachhaltigkeitsbericht unter:
www.bkb.ch/nachhaltigkeit

Die Weichen auf Wachstum gestellt

Liebe Leserinnen, liebe Leser
Es freut uns sehr, dass wir für das Jahr 2017 ein starkes Resultat vermelden dürfen. Die Umsetzung der Strategie 2013 bis 2017 haben wir

erfolgreich abgeschlossen und nach einem Review die neue Strategie 2018 bis 2021 entwickelt. Ein Höhepunkt war im letzten Jahr die Eröffnung der digitalen Filiale.

Ein starkes Ergebnis

In einem herausfordernden Umfeld, das von Negativzinsen, einer steigenden Regulierungsdichte und Druck auf die Margen geprägt war, hat die BKB 2017 sehr gut gewirtschaftet und einen Jahresgewinn von 118,3 Millionen Franken erzielt. Entscheidend für diesen Erfolg sind unsere breit abgestützte Ertragsbasis, unsere Kostenkontrolle – und dass wir die Risiken im Griff haben. Trotz rekordtiefen Zinsen konnten wir unsere Zinsmarge halten und im Hypothekengeschäft erfreulich wachsen. Das gute Börsenumfeld hat unser Handelsgeschäft befeuert, und die neu lancierte BKB-Anlagelösung Nachhaltig hat zum guten Ergebnis im Kommissionsgeschäft beigetragen.

Neue Strategie entwickelt

Nachdem in der letzten Strategieperiode der Aufbau der Beraterbank und die Einführung der wertorientierten Steuerung im Zentrum standen, stellt die Strategie 2018 bis 2021 die Weichen auf Wachstum. «Von Basel. Für Basel. Sicher, nahe und engagiert.» steht als Vision über allem und soll uns in allem leiten. Die Strategie umfasst fünf strategische Stossrichtungen: Kunden begeistern, neue Kundengruppen erschliessen, Innovationskraft stärken, Effizienz steigern und Nachhaltigkeit fördern. Wir haben einen Katalog von Massnahmen definiert und beginnen im Frühjahr 2018 mit der Umsetzung.

Digitale Transformation im Zentrum

In allen strategischen Stossrichtungen ist die digitale Transformation bestimmend. Um diese Entwicklung gezielt zu steuern, werden wir den neuen Geschäftsbereich «Digitale Marktleistungen» schaffen. Damit stellen wir sicher, dass unsere Kundinnen und Kunden über alle Kontaktpunkte hinweg ein einheitliches Erlebnis erfahren. Mit den digitalen Technologien wollen wir die Kundenprozesse einfacher und benutzerfreundlicher gestalten und gleichzeitig die Erlebnisqualität verbessern. Damit uns das gelingt, stossen wir einen grundlegenden Kulturwandel an, der neue Arbeitsformen, Selbstorganisation im Alltag und neue Geschäftsmodelle ermöglicht.

Nahe bei unseren Kunden

«Nahe» ist nicht ohne Grund ein wichtiger Bestandteil unserer Vision: Die Kunden sollen den für sie bequemsten Kanal für Bankgeschäfte wählen können. Ausgangspunkt dieses Omni-Channel-Konzepts bilden unsere Filialen im Kanton



Basel-Stadt. An bisher sieben Standorten haben wir das neue Filialkonzept umgesetzt, das sich durch Transparenz und Offenheit auszeichnet. Hier betreuen und beraten wir unsere Kunden umfassend und persönlich. Unser Ziel ist es, mit einer Servicequalität erster Klasse jeden Filialbesuch zum Erlebnis zu machen. Auch auf dem digitalen Kanal haben wir 2017 vorwärtsgemacht: Im Sommer haben wir unsere digitale Filiale eröffnet, wo wir ein Angebot an Basisdienstleistungen orts- und zeitunabhängig zur Verfügung stellen. Und weil immer mehr Kundinnen und Kunden ihre Bankgeschäfte auch unterwegs erledigen möchten, bauen wir auch unser Angebot im Mobile Banking aus. Der nächste Schritt ist, das Zusammenspiel der verschiedenen Kanäle zu optimieren und den Kundenbedürfnissen laufend anzupassen.

Engagiert für Basel

«Sicher» und «engagiert» sind zentrale Merkmale unserer Vision. Wir sind eine sichere Bank, die nachhaltig Wert schafft. Und wir engagieren uns für Basel. Mit unseren Sponsorings zu den Schwerpunktthemen Sport, Musik und Kunst sowie mit zahlreichen Vergabungen tragen wir dazu bei, dass Basel eine lebenswerte und attraktive Stadt bleibt. Wir legen uns aber auch für die Basler Wirtschaft ins Zeug – etwa, indem wir mit der Startup Academy eine Plattform für Basler Jungunternehmen fördern. Etwas zurückzugeben, ist für uns zentral. Deshalb stellen wir unseren Mitarbeitenden Zeit zur Verfügung, damit sie sich freiwillig für eine gute Sache engagieren können.

Dass die BKB heute eine neue Bank ist, dazu tragen unsere Mitarbeitenden mit ihrem unermüdlichen Einsatz und viel Herzblut bei – jeden Tag. Ihnen gilt deshalb an dieser Stelle unser Dank.

Adrian Bult
Bankratspräsident

Guy Lachappelle
CEO

2017

2018

2019

2020

2021

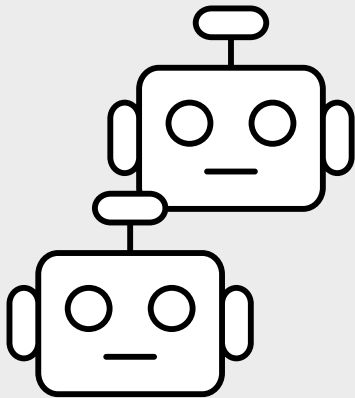
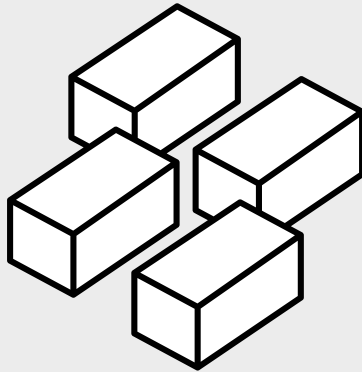
2022

Im Jahr eins der **Strategie 2018 bis 2021** beginnt die Erzählung der zukünftigen BKB. Die Digitalisierung verbreitet sich unaufhaltsam in unserem Alltag. Alles und alle werden davon erfasst. Das bewegt. Das macht neugierig. Das fordert Taten. Und dafür zeigt unsere Strategie den Weg.

Trends, die die BKB beeinflussen

Austauschbare Produkte

Finanzprodukte werden immer austauschbarer – von der Konkurrenz absetzen wird immer herausfordernder.

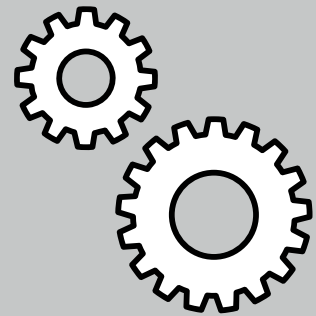


Robo-Advice

Automatisierte Anlageempfehlungen übernehmen Teile der Kernkompetenz von Banken.

Wertschöpfungs- kette

Neue Marktteilnehmer attackieren die Wertschöpfungskette der Finanzbranche.



Big Data

Die riesigen Datenberge clever nutzen können, wird immer mehr zum Wettbewerbsvorteil.

Kampf um die Kunden

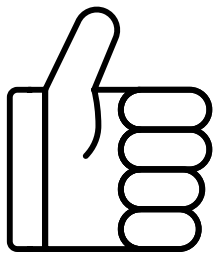
Banken, FinTechs, Technologiekonzerne: Alle buhlen sie um die gleichen Kunden.

Neue Plattformen

Technologiekonzerne übernehmen immer häufiger klassische Bankleistungen wie den Zahlungsverkehr.

Ziele, die die Strategie bestimmen

Kunden



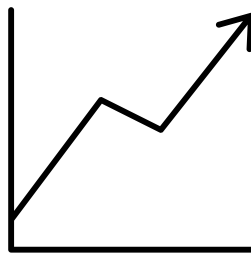
Kunden begeistern

Wir begeistern unsere Kunden, indem wir sie in allen Lebenssituationen und auf allen Kanälen kompetent begleiten.

Neue Kunden gewinnen

Wir gewinnen neue Kunden dazu. Auch weil wir dank dem digitalen Kanal über Basel hinaus attraktiv sind.

Wachstum



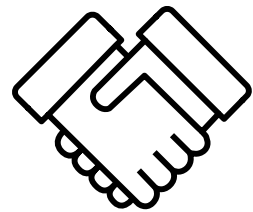
Wertorientiert wachsen

Wir generieren wertorientiertes Wachstum und haben unsere Risiken jederzeit im Griff.

Nachhaltiger werden

Wir entwickeln uns nachhaltig und bieten ein komplettes Spektrum von nachhaltigen Bankprodukten an.

Mitarbeitende



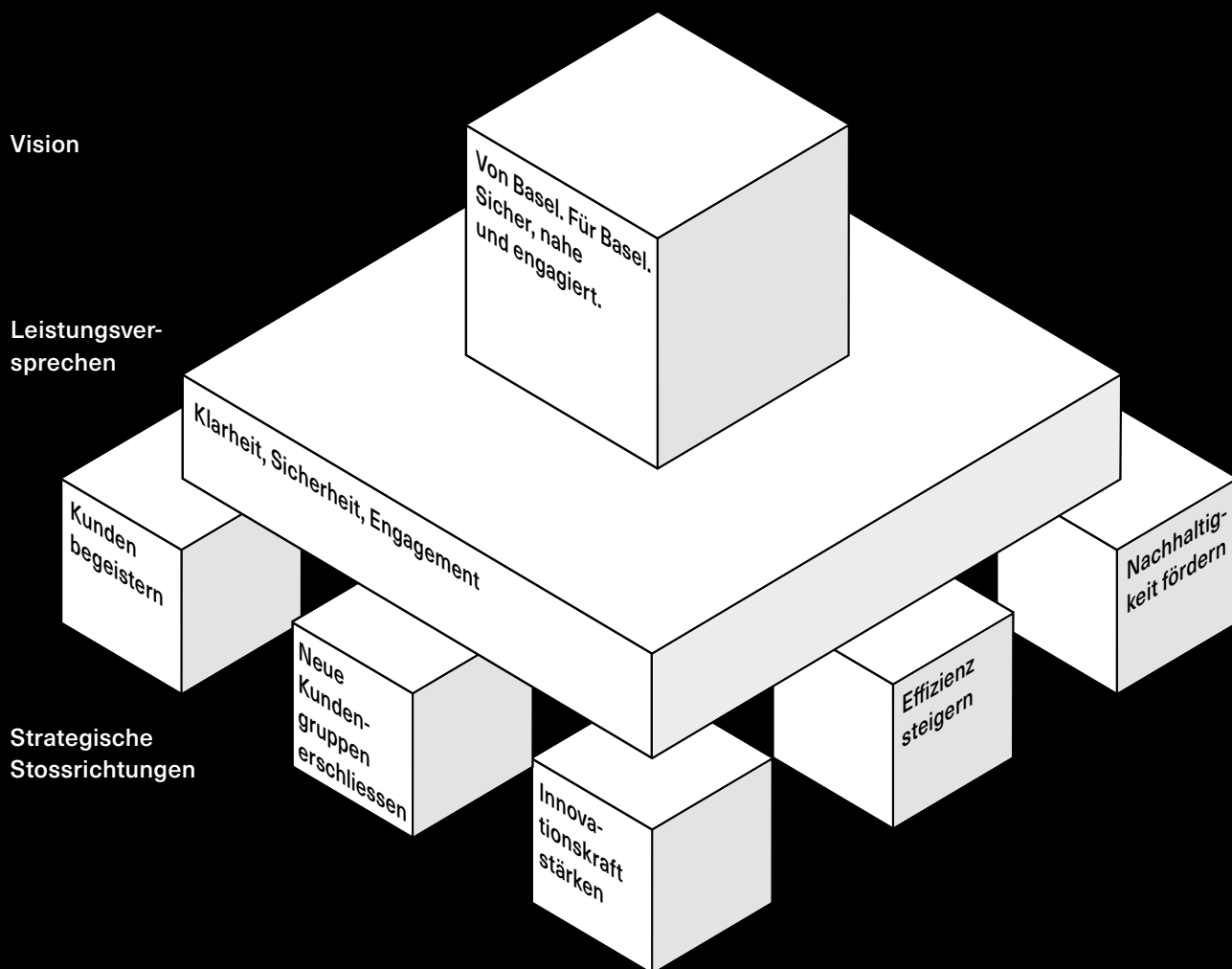
Mitarbeitende motivieren

Wir befähigen und fördern unsere Mitarbeitenden und vermitteln ihnen das Rüstzeug für das digitale Zeitalter.

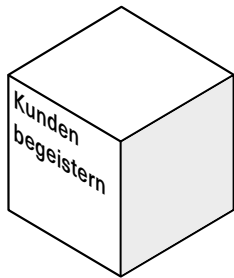
Chancen- gleichheit

Wir nutzen neue Arbeitsformen und fördern damit auch die Gleichberechtigung und die Chancengleichheit.

Strategie 2018 bis 2021 mit klarem Fokus



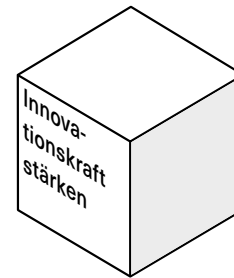
Fünf strategische Stossrichtungen für die Umsetzung



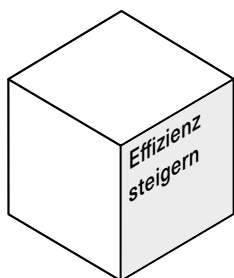
Die Kunden sind der Massstab für unser Handeln. Die BKB steht voll und ganz im Dienst ihrer Kunden. Deshalb wollen wir unsere Kunden begeistern. Indem wir sie in sämtlichen Lebenssituationen und über alle Kontaktpunkte begleiten – sowohl in der physischen Welt als auch online. Unsere Kunden sollen restlos zufrieden sein und die BKB weiterempfehlen. Wir wollen die erste Adresse für Bankgeschäfte in Basel sein.



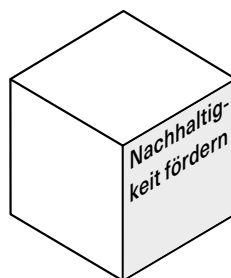
Nachdem wir in den letzten Jahren die Beraterbank aufgebaut haben, stellen wir mit der Strategie 2018 bis 2021 jetzt die Weichen auf Wachstum. Wir wollen unsere Kundenbasis erweitern und unseren Marktanteil erhöhen. Dafür nutzen wir bereits vorhandene Daten intelligent und investieren in den digitalen Kanal. So können wir auch mit Kunden im Geschäft bleiben, die aus Basel wegziehen, und Neukunden gewinnen.



Steter Wandel prägt unsere Zeit. Die digitale Transformation bietet enorme Chancen. Um sie zu erkennen, verfolgen wir aufmerksam die aktuellen technologischen Entwicklungen. Bei der Entwicklung innovativer Produkte, Dienstleistungen oder Geschäftsmodellen setzen wir auf eigene Fähigkeiten oder gehen Kooperationen mit externen Partnern ein.



Wir haben den Anspruch, unseren Kunden gute Produkte zu marktüblichen Preisen anzubieten. Damit wir das auch langfristig können, müssen wir deutlich effizienter werden. Im Rahmen der Strategie 2018 bis 2021 wollen wir deshalb unsere Prozesse rigoros standardisieren, vereinfachen und wo sinnvoll automatisieren. Denn nur so bleiben wir wettbewerbsfähig.



Nachhaltigkeit ist für uns kein Lippenbekenntnis, sondern ein elementarer Bestandteil der Strategie 2018 bis 2021. Wir generieren wertorientiertes, nachhaltiges Wachstum. Wir bieten ethisch einwandfreie und umweltverträgliche Produkte an. Wir engagieren uns für die Gesellschaft und fördern die Chancengleichheit in der Bank.



Das Video zum
Interview finden
Sie unter:
www.gb.bkb.ch

Wer Visionen hat, soll zum Arzt gehen

Sie haben eine Vision: «Von Basel. Für Basel. Sicher, nahe und engagiert.» Müssten sie nicht zum Arzt, wenn Sie Visionen haben?

Guy Lachappelle: Ganz und gar nicht! Wer auf eine Reise geht, muss ein Ziel haben. Unsere Vision ist der Fixstern am Himmel. Sie sagt aber auch, woher wir kommen. Sie ist also gleichzeitig Urknall und Fixstern im Universum der Basler Kantonalbank.

Sie stellen Basel ins Zentrum Ihrer Vision. Die Digitalisierung hebt aber die geografischen Grenzen auf. Wie viel Basel steckt noch in einer digitalen BKB?

Das Internet mag die geografischen Grenzen zwar verwischen, aber bei uns geht es nicht um Grenzen. Wir machen keinen Unterschied zwischen digitaler und analoger Welt. Ob in der Filiale oder im Internet: Wir sind die gleiche Basler Kantonalbank. Und wir sind durch und durch baslerisch.

Ein Element der Vision ist «sicher». Warum ist das so wichtig für die BKB?

Sicherheit ist ein elementares Bedürfnis jedes Menschen. Und wenn es um finanzielle Aspekte geht, wird es ganz wichtig. Jeder will sein Geld in Sicherheit wissen. Wir bieten umfassende Sicherheit, denn wir gehören zu den sichersten Banken der Schweiz.

«Engagement» klingt auch ganz gut. Aber warum soll sich die BKB engagieren?

Der Leistungsauftrag vom Kanton Basel-Stadt schreibt uns vor, uns für das Wohlergehen der Region zu engagieren. Und dabei geht es um viel mehr als um das Sponsoring von Grossanlässen. Wir setzen uns mit Förderprogrammen für



Jungunternehmen ein oder stellen unseren Mitarbeitenden Zeit für ein freiwilliges soziales Engagement zur Verfügung. Ich selber kümmere mich in meiner Freizeit um die Finanzen einer Wohnbaugenossenschaft.

Die Vision ist Urknall und Fixstern im Universum der Basler Kantonalbank.

Worum geht es beim Attribut «nahe»? Um Verständnis für die Kunden oder um physische Nähe?

Um beides. Wir befragen unsere Kunden regelmässig, damit wir ihre Bedürfnisse besser verstehen. Aber auch physische Nähe ist wichtig. Jeder zweite Kunde kommt zu uns, weil wir hier physisch nahe sind. Und dank der digitalen Filiale können wir unseren Kunden auch dann nahe sein, wenn sie aus Basel wegziehen.

Welches Bild haben Sie vor Augen, wenn Sie an die BKB im Jahr 2021 denken?

Ich sehe eine Bank, die ihre Traditionen pflegt und modernste Technologien nutzt, um ihre Dienstleistungen zu erbringen. Eine Bank, die das Beste aus beiden Welten miteinander verbindet.

Guy Lachappelle
CEO

Und was haben die Kunden davon?



Der grösste Nutzen entsteht im digitalen Kanal.



Mit der Strategie 2018 bis 2021 stellt die BKB die Kunden ins Zentrum. Ketzerische Frage: Wo waren die Kunden denn bisher?

Luca Pertoldi: Das ist eine freche Frage! Natürlich läuft bei uns gar nichts ohne den Kunden. Aber es stimmt, dass wir in den letzten Jahren vor allem mit dem Aufbau der Beraterbank beschäftigt waren. Damit haben wir die Voraussetzungen für die Fokussierung auf die Kundenbedürfnisse und das weitere Wachstum der BKB geschaffen.

Was habe ich als einfacher Privatkunde oder Geschäftskunde von der Strategie 2018 bis 2021?

Dominik Galliker: Der grösste Nutzen für die Privatkunden entsteht durch die Digitalisierung. Sie können Ihre Bankgeschäfte erledigen, wo und wann Sie es wünschen. Zu Hause am Computer, unterwegs mit dem Smartphone, am Telefon und so weiter. Unsere Kunden erhalten in der digitalen Filiale nach und nach die gleichen Leistungen wie in der physischen Niederlassung.

Luca Pertoldi: Auch für unsere Firmenkunden macht die Digitalisierung vieles spürbar einfacher. Wir arbeiten an verschiedenen Projekten, um die Chancen der Digitalisierung für unsere Kunden zu nutzen und das Online-Angebot auszubauen.

Und wie wissen Sie, was Ihre Kunden wirklich wollen?

Dominik Galliker: Wir gehen aktiv auf die Kunden zu und laden sie zu Gesprächen ein. Und wir nutzen die bei uns vorhandenen Daten, um ihre Bedürfnisse zu verstehen.

Luca Pertoldi: Mit der Digitalisierung können wir konsequent vom Kunden aus denken. Wir beziehen unsere Kunden bereits in einem frühen Stadium in die Entwicklung von neuen Produkten und Dienstleistungen mit ein.

links: **Luca Pertoldi**
Leiter Bereich Vertrieb
kommerzielle Kunden

rechts: **Dominik Galliker**
Stv. CEO, Leiter Bereich
Vertrieb Privatkunden

Besser ist nicht immer schneller

«Effizienz steigern» ist eine von fünf Stossrichtungen zur Umsetzung der Strategie 2018 bis 2021. Wie viele Mitarbeitende werden ihrer Effizienzsteigerung zum Opfer fallen?

Dr. Michael Eisenrauch: Es geht nicht darum, unsere Kapazitäten zu reduzieren. Indem wir die Effizienz erhöhen, schaffen wir vielmehr die Voraussetzungen für weiteres Wachstum.

Als strategisches Ziel haben Sie eine rigorose Standardisierung, Vereinfachung und Automatisierung Ihrer Prozesse definiert. Wo stehen Sie heute im Branchenvergleich?

In einigen Teilprozessen sind wir schon ziemlich weit, in anderen stehen wir eher am Anfang. Aber wir vergleichen uns nicht mit unseren Mitbewerbern aus dem Bankensektor, sondern orientieren uns an innovativen Technologieunternehmen aus dem Finanzbereich. Bei diesen sogenannten FinTechs liegt die Messlatte.

Geben Sie tiefere Produktionskosten an die Kunden weiter?

Sofern die Kosten gesamthaft sinken, kann dies durchaus zu günstigeren Preisen für die Kunden führen. Wenn der Kunde mehrere Produkte in einem Paketangebot nutzt, geben wir ihm diese Vorteile heute schon weiter. Damit wir wettbewerbsfähig bleiben, müssen wir unsere Effizienz deutlich steigern.

Muss sich die IT verändern, um den künftigen Anforderungen gewachsen zu sein?

Ja, wir machen unsere IT fit für die Zukunft. Aber wir sehen heute schon, dass wir nicht alles selber machen können. Bei der Integration innovativer Fähigkeiten und Orchestrierung von Drittanbietern müssen wir noch einiges dazulernen.

Effizienz steigern nur mit dem Ziel, Mehrwert beim Kunden zu schaffen.

Und wo setzen Sie den Hebel an, um effizienter zu werden?

Bei den kundenrelevanten Prozessen. Wir packen nur Projekte an, bei denen der Effizienzgewinn einen Mehrwert beim Kunden schafft. Das kann zum Beispiel die Verfügbarkeit oder die Vereinfachung eines Services sein.

Dr. Michael Eisenrauch
Leiter Bereich Service
Center



Strategie- umsetzungs- barometer

Mit jeder strategischen Massnahme, die wir umsetzen, laden sich unsere Batterien auf. So wird die Energie für unsere Kunden und das Potenzial für die Zukunft aufgebaut.

**Kunden begeistern**

Mit dem neuen Filialkonzept und der digitalen Filiale haben wir wichtige Etappenziele erreicht.

**Neue Kundengruppen erschliessen**

Hier stehen wir noch ganz am Anfang. Kooperationen mit anderen Anbietern zum Aufbau des neuen Ökosystems sind in Planung.

**Innovationskraft stärken**

Die Ideenplattform «MyIdea» ist lanciert und wird rege benutzt. Mit regelmässigen Design Challenges fördern wir Innovationen.

**Effizienz steigern**

Erste Teilbereiche der Kundenprozesse wurden mit der Lean-Management-Methode auf Vereinfachungen hin untersucht.

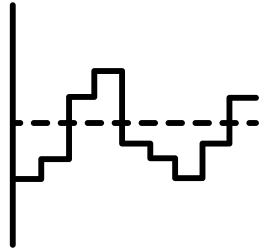
**Nachhaltigkeit fördern**

Hervorragendes Rating im Klimaschutz und nachhaltige Anlagelösung eingeführt: In Sachen Nachhaltigkeit sind wir auf gutem Weg.

Schwieriges Umfeld

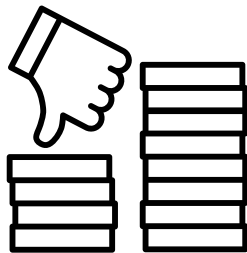
Negatives Zinsumfeld

Die Zinsen verharren immer noch auf einem historisch tiefen Niveau. Teilweise sind sie sogar negativ.



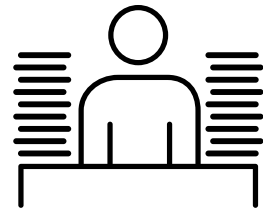
Immobilienblase

Stark gestiegene Immobilienpreise in städtischen Boom-Regionen nähren die Furcht vor einer Blase.



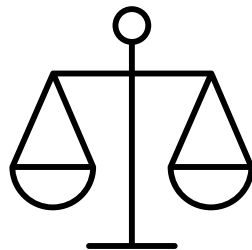
Margendruck

Die Margen kommen auch in der Bankenwelt unaufhaltsam unter Druck. Neue Geschäftsmodelle sind gefragt.



Balance von Risiko und Ertrag

Die Banken müssen Risiko und Ertrag in Einklang bringen. Zu grosse Risiken gefährden die Zukunft.



Regulationsdruck

Immer mehr Regulierungsmassnahmen müssen umgesetzt werden. Das braucht Ressourcen und kostet Geld.

Hervorragendes Resultat



In einem Satz: Wie ist das operative Ergebnis 2017 ausgefallen?

Prof. Dr. Simone Westerfeld: Wir sind sehr zufrieden – insbesondere wenn man das schwierige Umfeld berücksichtigt.

Und wohin fließt der Gewinn?

Ein Grossteil geht gemäss den im 2017 definierten Kriterien an unseren Haupteigner, den Kanton Basel-Stadt. Zudem verwenden wir den Gewinn, um wie in den Vorjahren eine stabile Dividende an die Inhaber unserer Partizipations-scheine auszuschütten. Und mit dem Rest alimentieren wir unsere Reserven.

Die BKB ist eine der sichersten Banken der Schweiz.

Die Umsetzung der Strategie 2018 bis 2021 bürdet der BKB enorme Kosten auf. Wie stellen Sie sicher, dass die Bank unter dieser Last nicht zusammenbricht?

Die Kostenlast ist tatsächlich immens, weil wir gleichzeitig in die Digitalisierung des Kundengeschäfts und die Modernisierung der Filialen investieren. Aber diese Investitionen sind mit Blick auf die Zukunft der Bank schlicht überlebenswichtig. Wir denken auch über Kooperationen mit FinTechs oder anderen Banken nach. Und natürlich müssen wir im bestehenden Bankgeschäft noch viel effizienter werden, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Prof. Dr. Simone Westerfeld
Leiterin Bereich Finanzen und Risiko

Stehen Filialschliessungen und Entlassungen im grossen Stil bevor?

Das ist derzeit kein Thema. Als Bank für Basel erfüllen wir unseren Leistungsauftrag mit den Filialen vor Ort. Aber natürlich entscheidet letztlich der Kunde, wo und wann er mit uns in Kontakt treten will.

Wie steht es um die Sicherheit der BKB?

Die BKB ist eine der sichersten Banken der Schweiz. Sowohl bei der risikogewichteten als auch bei der ungewichteten Kapitalquote liegen wir klar über den Anforderungen des Schweizer Regulators.

Wie bewerten Sie die Kursentwicklung des Partizipationsscheins im 2017?

Das gute operative Ergebnis macht sich mit einem Sprung von acht Prozent beim Kurs bemerkbar. Man sieht aber auch, dass die Altlasten noch auf den Kurs drücken. Ich bin zuversichtlich, dass wir die Steuerangelegenheit mit den USA bald definitiv lösen können.

Welche Entwicklung erwarten Sie im 2018?

Negativzinsen, Regulierungsdruck und hohe Investitionen werden uns auch 2018 beschäftigen. Dass wir 2017 so gut gemeistert haben, stimmt mich aber für das laufende Jahr positiv.



Wie sich das Ergebnis erklären lässt

Bitte erklären Sie uns, wie das gute operative Ergebnis zustande gekommen ist.

Christoph Auchli: Wir haben eine breite, sehr gut diversifizierte Ertragsstruktur. Im 2017 war jeder Ertragspfeiler erfolgreich. Das ergibt zusammen ein sehr gutes Resultat, trotz den gestiegenen Kosten.

Wie konnten Sie das Zinsengeschäft so positiv abschliessen?

Es ist uns trotz den tiefen Zinsen gelungen, unsere Zinsmarge zu stabilisieren. Gleichzeitig konnten wir im Hypothekengeschäft erfreulich wachsen. Und wir haben die Negativzinsen teilweise gezielt an institutionelle Kunden und an ausgewählte Privatkunden weiterbelastet. Alle diese Faktoren haben zum Zinserfolg beigetragen.

Wann geben Sie die Negativzinsen an die Kleinsparer weiter?

Das wird in absehbarer Zeit nicht der Fall sein. Wir beobachten aber natürlich genau, wie sich unsere Mitbewerber verhalten.

Wie haben sich die Erträge im Geschäft mit Kommissionen und Dienstleistungen entwickelt?

Die Stimmung an den Märkten war 2017 sehr positiv. Das gute Börsenumfeld hat dafür gesorgt, dass viele unserer

Kunden Wertschriftentransaktionen getätigt haben. Wir konnten deshalb bei den Kommissionserträgen deutlich zulegen. Zum guten Resultat hat aber auch die neue nachhaltige BKB-Anlagelösung beigetragen. Sie kam bei den Kunden sehr gut an.

Wie hat sich der Handel im 2017 geschlagen?

Hier waren wir besonders erfolgreich. Wir haben davon profitiert, dass sich viele unserer Kunden in einem volatilen Umfeld gegen starke Schwankungen im Bereich von Zinsen und Währungen abgesichert haben.

Im 2017 war jeder Ertragspfeiler erfolgreich.

Wie haben sich die Kosten entwickelt?

Im Geschäftsjahr 2017 gab es einen Kostenanstieg. Dieser ist auf die Investitionen in die Zukunft und die Umsetzung der regulatorischen Anforderungen zurückzuführen.

Die BKB gilt als sicherer Hafen. Werden Sie von Neugeldern überflutet?

Wir verzeichnen eine Zunahme bei den Spargeldern. Allerdings suchen wir im derzeitigen Tiefzinsumfeld nicht gezielt nach Spargeldern und bewerben das Sparen nicht aktiv. Hinzu kommt, dass es für die meisten Kunden deutlich attraktiver ist, in Anlageprodukte zu investieren.



Das Video zum Interview finden Sie unter:
www.gb.bkb.ch

Christoph Auchli
Leiter Gesamtbanksteuerung/
Stv. Leiter Bereich Finanzen und Risiko

Breit abgestützte Ertragsbasis

45,6% 22,2%

Zinsengeschäft

Handelsgeschäft

16,9% 15,3%


Kommissions-
und Dienstleis-
tungsgeschäft

Übriger ordent-
licher Erfolg

 +26,9%

Jahresgewinn

Beachtlicher Zuwachs von
93,3 (2016) auf 118,3 Mio. CHF

 +1,7%

Zinsengeschäft

Zunahme des Erfolgs aus dem
Zinsengeschäft von 184,4 (2016)
auf 187,5 Mio. CHF

 19,5%

Risikogewichtete


Gesamtkapitalquote

Die Mindestanforderungen
weit übertroffen

 +3,7%

**Kommissions- und
Dienstleistungsgeschäft**

Zuwachs des Erfolgs von
67,3 (2016) auf 69,7 Mio. CHF

 +6,3%

Hypothekarvolumen

Wachstum von 10,5 (2016)
auf 11,1 Mrd. CHF

 +43,3%

Handelsgeschäft

Markante Steigerung des Erfolgs
aus dem Handelsgeschäft von
63,8 (2016) auf 91,5 Mio. CHF

 +5,9%

Kundenvermögen

Wachstum von 24,4 (2016)
auf 25,9 Mrd. CHF



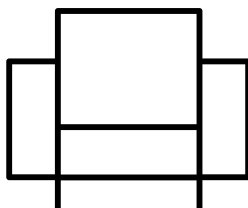
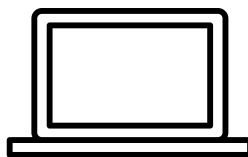
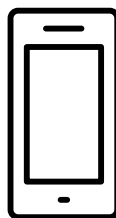
Die Kunden-BKB Vom Taschenformat zur Erlebnisfiliale



Internet und Smartphone erobern auch die Bankenwelt im Sturm: Am Computer einen Termin mit dem Berater vereinbaren, online ein Konto eröffnen oder unterwegs mit der Smartphone-App bezahlen – was vor wenigen Jahren noch undenkbar war, wird heute von den Kunden sogar erwartet. «Jeder Kunde soll den für ihn bequemsten Kanal für seine Bankgeschäfte nutzen können», beschreibt Michael L. Baumberger, Leiter Vertriebsentwicklung bei der Basler Kantonalbank, den Anspruch des Unternehmens.

Die digitale Filiale ist eröffnet

Im Rahmen der Strategie 2018 bis 2021 treibt die BKB die Digitalisierung der Bank entschieden voran. Der Auf- und Ausbau des digitalen Kanals ist ein Schlüsselement, um unsere Kunden noch besser zu bedienen, neue Kunden zu gewinnen und das angepeilte Wachstum zu erreichen. Im Au-



gust 2017 wurde mit der Eröffnung der digitalen Filiale ein wichtiger Meilenstein erreicht. «Auf diesem Kanal steht den Kunden ein Basisangebot mit Bankdienstleistungen örtlich und zeitlich unabhängig zur Verfügung», macht Baumberger deutlich. Kunden können einen Termin mit dem Berater vereinbaren, mit ihm chatten oder Dokumente sicher mit der Bank austauschen. Zum Funktionsumfang gehören auch ein elektronischer Anlageberater und der Personal Finance Manager inklusive eines Budget-Planungstools. Neukunden können in der digitalen Filiale zudem innert weniger Minuten ein Konto eröffnen.

Das Angebot wird kontinuierlich erweitert

Zusätzliche Funktionen werden sukzessive entwickelt und integriert. Für 2018 ist etwa ein Hypothekenrechner geplant, und schon bald sollen auch

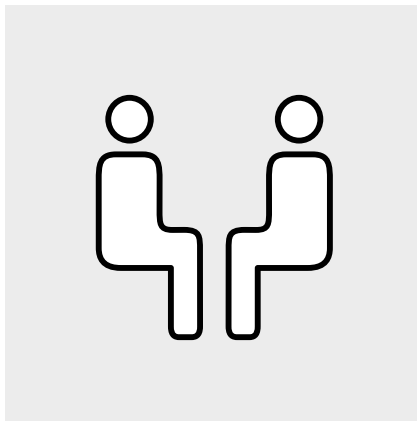
Videochats möglich sein. Die digitale Filiale wird den Kunden künftig den Zugriff auf das komplette Produkt- und Dienstleistungsuniversum der BKB bieten und zusammen mit dem E-Banking eine integrierte, durchgängige Erfahrung ermöglichen. «Das ist heute zwar noch nicht der Fall, weil die digitale Filiale und das E-Banking über kein einheitliches Design verfügen, aber wir arbeiten daran», verspricht Baumberger.

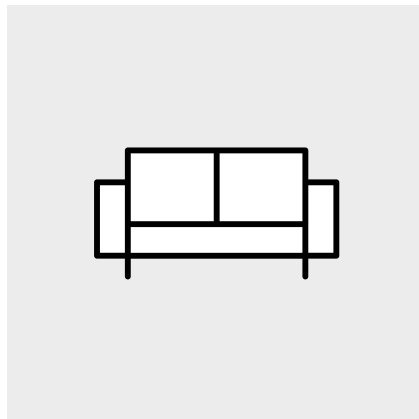
Konsequent vom Kunden her gedacht

Bei der Entwicklung des digitalen Kanals verfolgt die BKB einen ganz neuen Entwicklungsansatz. Beim sogenannten «Customer Centered Design» wird konsequent vom Kunden und seinen Bedürfnissen her entwickelt und das Kundenfeedback auf frühe Prototypen miteinbezogen. Das bringt nicht nur eine erhebliche Beschleunigung des Entwicklungsprozesses, sondern es lassen sich Fehler frühzeitig erkennen und korrigieren.

Zu Gast in der Erlebnissfiliale

Parallel zum Aufbau des digitalen Kanals investiert die BKB in die Modernisierung der physischen Filialen. Sie spielen für die Emotionalisierung des Banking eine zentrale Rolle. Zudem sind sie heute und in Zukunft eine wichtige Anlaufstelle für Kunden. Bis Ende 2017 wurde rund die Hälfte aller Filialen umgebaut. «Das neue Konzept präsentiert sich hell, einladend und ungewöhnlich transparent», fasst Philippe Ehrsam, Gesamtprojektleiter Filialdesign bei der Basler Kantonalbank, zusammen. Die rund um die Uhr zugängliche 24-Stunden-Zone ist nahtlos in die Filiale integriert.



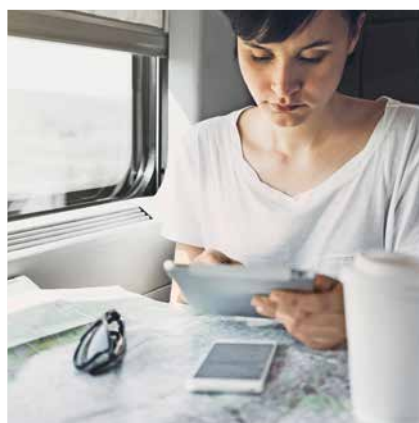
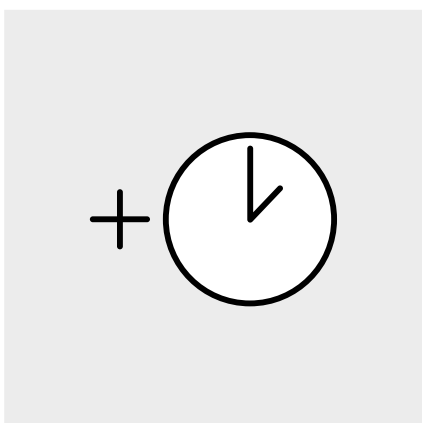
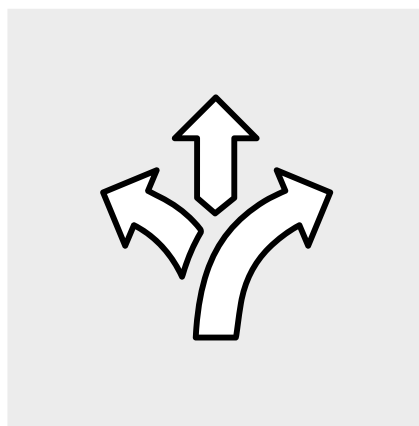


Eine Lounge lädt zum Verweilen ein
Während der Öffnungszeiten werden die Kunden vom Floormanager empfangen. Der Empfang soll eine mit einem 5-Sterne-Hotel vergleichbare Erfahrung sein. Die Mitarbeitenden werden speziell dafür geschult. Die Wartezeit bis zu einem Termin lässt sich in der bequem eingerichteten Lounge-Zone überbrücken, wo auch Getränke serviert werden und Tablet-Computer sowie Broschüren mit Informationen zu verschiedenen Angeboten und Anlässen zur Verfügung stehen. In den Beratungszimmern kann über Video-Konferenz auch ein Spezialist für Fachfragen beispielsweise zu Steuern oder zum Thema Vorsorge hinzugezogen werden.



Kunden schätzen die neue Transparenz

Die Rückmeldungen zum neuen Filialkonzept sind bisher sehr positiv. «Rund 75 Prozent unserer Kunden finden das Design sehr gelungen», fasst Ehrsam das Ergebnis einer kürzlich durchgeführten Umfrage zusammen. Geschätzt wird vor allem auch die neue Transparenz, bewirkt durch viel Glas und offene Raumgestaltung. «Was uns fast ein bisschen überrascht hat: Die Transparenz wird in keiner Weise als ein Verlust der Privatsphäre empfunden», hält Ehrsam fest.



Das Rundum-Erlebnis

24-Stunden-Zone

In der 24-Stunden-Zone können Kunden die wichtigsten Bargeld-Transaktionen tätigen. Unter anderem steht auch ein Münzrollen-/Notenwechsler-Automat zur Verfügung.

Floormanager

Der Floormanager ist ein Gastgeber nach 5-Sterne-Standard. Er begrüsst die Kunden und führt sie zur richtigen Station oder zur zuständigen Person.



Lounge-Zone

Die gemütliche Lounge bietet sich als Verweilzone vor einem Termin mit dem Berater an. Getränke, Tablet-Computer und Broschüren verkürzen die Wartezeit.

Kurzberatung

Hier erhalten unsere Kunden individuelle Kurzberatung zu Produkten, Dienstleistungen oder Auskunft und Betreuung zu einzelnen Bankgeschäften.

E-Banking-Desk

Am E-Banking-Desk können die Kunden unter fachkundiger Anleitung ihre ersten Schritte in die digitale Filiale oder ins E-Banking der BKB unternehmen.



Beratungszimmer

In den Beratungszimmern kann bei Bedarf per Videokonferenz ein Spezialist für Themen wie Finanzplanung, Steuern oder Vorsorge beigezogen werden.

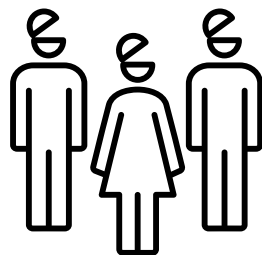
Kasse

An der Kasse können Bargeldtransaktionen getätigt werden, die in der 24-Stunden-Zone nicht möglich sind.

Schöne neue Welt

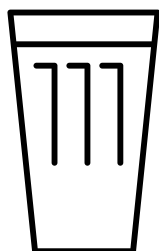
Latte-Macchiato-Arbeitsplatz

Mit Laptop und Internet wandert der klassische Arbeitsplatz weg vom Unternehmen.



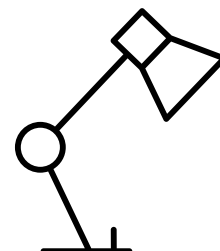
Virtuelle Zusammenarbeit

Webbasierte Kollaborationstools beschleunigen die Zusammenarbeit auch über die Unternehmensgrenzen hinaus.



Flexible Zeitmodelle

Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist eine immer stärkere Anforderung an die Arbeitswelt.



Co-Creation

Kunden und Partner werden in die Entwicklung von Produkten und Lösungen von Anfang an einbezogen.



Agile Führung

Auf sich schnell verändernde Rahmenbedingungen muss die Führung flexibel und dynamisch reagieren.

Arbeiten wird anders



Was wird anders mit der Digitalisierung bei der BKB?

Sabine Gysin: Die Digitalisierung ist für uns ein Werkzeug, um unsere Ziele zu erreichen. Wir wollen das Kundenerlebnis verbessern und die Kundenbindung stärken. Das gelingt nur mit motivierten Mitarbeitenden. Mit optimierten Prozessen, neuen Zusammenarbeits- und Organisationsformen können wir positiv auf das Arbeitsklima einwirken.

Virtuelle Zusammenarbeit, Co-Working-Spaces, mobiler Arbeitsplatz: Welche dieser neuen Arbeitsformen will die BKB nutzen?

Home-Office und Tele-Arbeit sind schon länger Teil unserer Arbeitskultur. Im Rahmen eines Pilotprojekts sammeln wir weitere Erfahrungen mit flexiblen Arbeitsmodellen. Auf diesen werden wir aufbauen und neue Zusammenarbeitsformen ausprobieren. Wir wollen den Kulturwandel zudem gründlich angehen und fragen uns zuerst immer, was die verschiedenen Teams wirklich brauchen. 2018 werden wir die technischen Voraussetzungen schaffen, die auch den Anforderungen betreffend Sicherheit und Datenschutz genügen.

Wir machen unsere Mitarbeitenden fit für die digitale Transformation.

Kann die BKB durch die Digitalisierung ihre Attraktivität als Arbeitgeberin steigern?

Davon sind wir überzeugt. Es entstehen attraktive, neue Job-Profile und Mitgestaltungsmöglichkeiten in echt spannenden Projekten. Es geht aber nicht nur darum, neue Mitarbeitende anzuziehen. Wir machen auch unsere bestehenden Mitarbeitenden fit für die digitale Transformation.

Fördert die Digitalisierung der Arbeitswelt die Chancengleichheit?

Die Digitalisierung bietet Chancen, die Diversität zu erhöhen. Denken Sie etwa daran, wie viel einfacher dank neuen Arbeitsformen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf wird.



Sabine Gysin
Leiterin HR Operations/
Stv. Leiterin Competence Center Personal

Vom Mit- zum Zusammen-Arbeiten

Eine neue Kultur für die BKB

Neue Arbeitsmodelle verändern vielmehr als nur, wo und wie wir arbeiten. Sie ermöglichen auch ganz neue Arten der Zusammenarbeit. Es wird einen Wechsel geben vom Mit-Arbeiten zum Zusammen-Arbeiten. Damit dies jedoch gelingt, arbeiten wir an einem tiefgreifenden Kulturwandel, welcher die Befähigung von Mitarbeitenden und Führungskräften beinhaltet. Diese kulturelle Neuausrichtung dient dazu, das Leistungsversprechen der BKB gegenüber den Kunden einzuhalten und die in der Strategie 2018 bis 2021 definierte Vision in der täglichen Arbeit zu leben.

Die Entwicklung einer neuen Organisations- und Führungskultur hat begonnen.

Die Transformation hat begonnen

Die BKB hat im November 2017 mit der Entwicklung des neuen Kultur- und Führungsverständnisses begonnen. Im Rahmen eines Strategiedialogs hat sich das BKB Leadership Team vertieft mit der Vision und den fünf strategischen Stossrichtungen auseinandergesetzt. Ihren persönlichen Bezug dazu haben sie in Form einer Geschichte erarbeitet.

Persönlicher Bezug zur Vision und Strategie

Dieser Prozess wird 2018 mit allen Mitarbeitenden fortgesetzt. Dabei setzen wir nicht nur auf Top-down-Kommunikation, sondern auf einen intensiven Dialog: Alle Mitarbeitenden müssen sich überlegen, mit welchem Beitrag sie in ihrem Arbeitsalltag die Vision und das Leistungsversprechen leben können.

Jeder Mitarbeiter muss sich überlegen, wie wir zusammenarbeiten wollen.

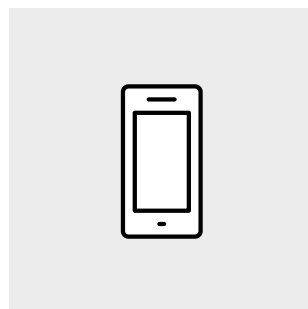
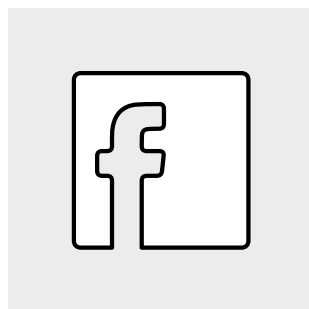
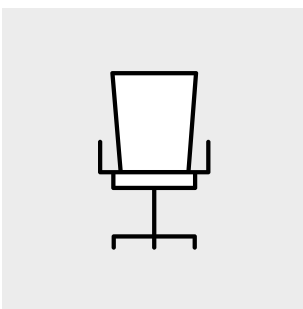
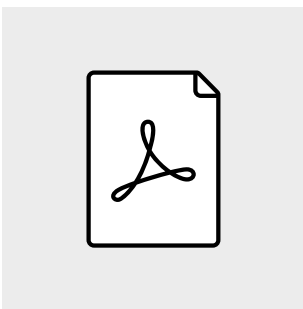
Eine neue kulturelle Infrastruktur

Am Ende dieser Reise wird die BKB eine Organisations- und Führungskultur haben, auf deren Basis sich kommende Veränderungsprozesse erfolgreich bewältigen lassen. Zentrale Elemente dieser Kultur werden neue Zusammenarbeitsformen und Kommunikationsgefäße über alle Hierarchiestufen und Organisationseinheiten sein.

Heute



Gestern



Die Sicht der Geschäftsleitung

Die Geschäftsleitung hat die Strategie 2018 bis 2021 gemeinsam mit dem Bankrat entwickelt. Jedes Geschäftsleitungsmitglied verbindet mit

der Strategie eine eigene Geschichte und hat darum auch eine klare Einschätzung, was wichtig ist, damit die Umsetzung gelingt.



Guy Lachappelle

CEO

«Für mich ist Tempo entscheidend. Wir müssen aufs Gas drücken, denn die Welt um uns herum bleibt nicht stehen.»



Dominik Galliker

Leiter Bereich Vertrieb
Privatkunden, Stv. CEO

«Alles steht und fällt mit der Servicementalität. Wir müssen immer zuerst aus der Sicht der Kunden denken.»



Prof. Dr. Simone Westerfeld

Leiterin Bereich Finanzen
und Risiko

«Es muss uns gelingen, die Mitarbeitenden auf diese Reise mitzunehmen. Nur wenn wir alle am gleichen Strick ziehen, kommen wir ans Ziel.»

Dr. Michael Eisenrauch
Leiter Bereich Service Center
«Fokussieren ist der Schlüssel zum Erfolg. Heisst, die richtigen Dinge zum richtigen Zeitpunkt richtig tun.»



Dr. Christian Schöniger
Leiter Bereich Legal
and Compliance
«An erster Stelle stehen für mich die Offenheit, Neues auszuprobieren, und der Mut, das Neue dann auch umzusetzen.»



Luca Pertoldi
Leiter Bereich Vertrieb
kommerzielle Kunden
«Mit Kreativität und Eigenständigkeit an die Herausforderung herangehen ist zentral. Wer nur die anderen kopiert, überlebt nicht.»



Innovationskraft stärken

Die Digitalisierung stellt nicht nur die Arbeitswelt auf den Kopf. In der ganzen Finanzindustrie gibt es grosse Veränderungen. Die BKB hat deshalb die Stärkung ihrer Innovationsfähigkeit als eine der strategischen Stossrichtungen ihrer Strategie 2018 bis 2021 definiert.

Vor wenigen Jahren wusste niemand, was eine Blockchain ist. Heute sind Anwendungen wie Bitcoin und Co. in aller Munde. Eine hohe Innovationskraft ist zentral, um nicht den Anschluss zu verpassen. Und wir müssen über den eigenen Tellerrand hinausschauen.

Innovationen fördern

Innovationen kommen sowohl von innen als auch von aussen. Deshalb will die BKB Innovationsfähigkeit in jedem Bereich der Bank fördern – vom Kundenkontakt bis ins Backoffice. Innovationsfähigkeit hat auch viel damit zu tun, die über Jahre gewachsenen Abläufe kritisch zu hinterfragen und falls möglich zu verbessern. Gewisse Prozesse dauern heute zu lange und nehmen zu viele Ressourcen in Anspruch. Um die Verbesserungsmöglichkeiten erkennen zu können, muss die Bank entsprechende Fähigkeiten bei den eigenen Mitarbeitenden aufbauen. Aber wir werden uns in nächster Zeit auch darauf konzentrieren, die nötigen Kompetenzen für morgen zu rekrutieren.

Den Blick nach aussen richten

Viele Entwicklungen spielen sich ausserhalb der Bank ab. Deshalb wird die BKB ein Innovationslabor aufbauen, das den Blick gezielt nach aussen richtet und aktuelle technologische Entwicklungen auf dem Radar behält. Diese Sichtweise ist zentral, denn disruptive Geschäftsmodelle oder Technologien werden intern manchmal nicht als solche erkannt. Das Innovationslabor soll ein Freiraum für die Entwicklung von kreativen Ideen sein und als Startpunkt für neue Produkte, Dienstleistungen oder Kooperationen dienen.

Den Menschen ins Zentrum stellen

Egal, welche Technologien wir einsetzen: Die Kunden sollen stets im Zentrum stehen. Deshalb wollen wir die sogenannte Design-Thinking-Methode, das kundenzentrierte Denken und den Co-Creation-Gedanken noch stärker in der Bank verankern. Künftig führen wir regelmässig Design Challenges durch, um möglichst viele Ideen zu spezifischen Fragestellungen zum Kundennutzen zu sammeln. Damit soll die Kultur für Innovationen und die Offenheit für neue Ideen gefördert werden.

Ein neues Führungsverständnis schafft ein innovationsfreundliches Klima

Auch ein zeitgemässer Führungsstil kann ein innovationsfreundliches Klima begünstigen. Deshalb will die BKB künftig nicht mehr einfach messen, wie viel jemand erreicht hat. Der Fokus soll von quantitativen vermehrt auf qualitative Aspekte gelegt werden – etwa darauf, mit welchen Mitteln ein definiertes Ziel erreicht wurde.



31,7%

Frauen im Kader

Anteil stabil
(Basis Anzahl Mitarbeitende)



37,3%

Gender-Diversität

Unveränderter Anteil der Frauen
(Basis Anzahl Mitarbeitende)



248

Teilzeitstellen

Hohes Interesse unserer Mitarbeitenden an den alternativen Arbeitsmodellen (Basis Vollzeitäquivalente)



24,1%

Teilzeitquote Männer

Zunahme der männlichen Mitarbeitenden mit Teilzeitpensum



<5%

Lohnunterschied

Die BKB hat die Zertifizierung «Equal Pay» erhalten, die bestätigt, dass die Lohnunterschiede zwischen Männern und Frauen mit vergleichbarer Funktion nicht über 5% liegen



-11,0%

Fluktuationsrate

Verbesserte Quote zwei Jahre in Folge



16

Nationalitäten

Menschen unterschiedlicher Nationen arbeiten bei der BKB



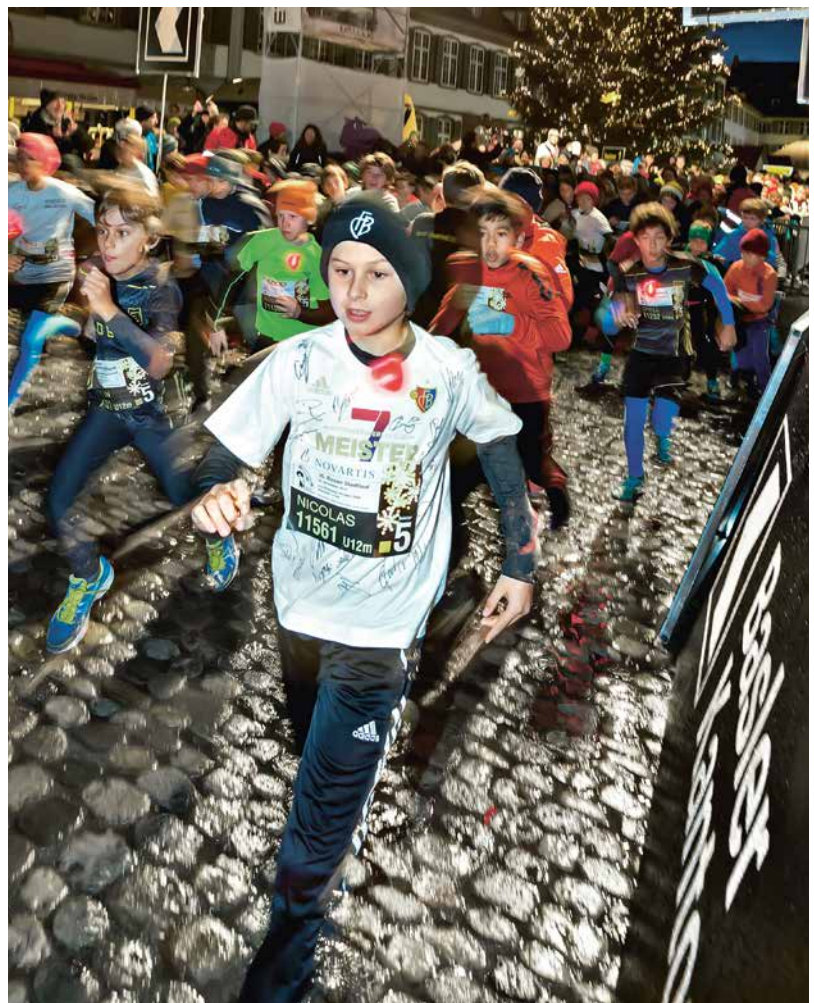
88,8%

Ausbildungsabgänger

Hohe Übernahmequote von Mitarbeitenden nach der Ausbildung



Foto: Patrick Kunz



für Basel



Das Engagement für die Region und die Bevölkerung von Basel steht im Kern der Umsetzung der Vision der BKB. Mit dem Magazin «Basel kauft ein!» ist 2017 eine wichtige neue Partnerschaft dazugekommen.

«Von Basel. Für Basel. Sicher, nahe und engagiert.» – so lautet die Vision, welche die BKB in ihrer Strategie 2018 bis 2021 definiert hat. Das Engagement für die Region und die Bevölkerung von Basel bildet damit einen Eckpfeiler der Strategie. Auch 2017 hat die BKB ihre Sponsoring-Aktivitäten mit den Schwerpunkten Sport, Musik und Kunst erfolgreich fortgeführt. Auf unsere Unterstützung zählen unter anderem der FC Basel 1893, diverse Laufsportveranstaltungen wie der Basler Stadtlauf, Musikanlässe wie «Em Bebbys Jazz» oder die Basler Museumsnacht. Mit diesen Engagements will die BKB einen Beitrag leisten zu einer lebenswerten, attraktiven Stadt und Region Basel und damit die Sichtbarkeit der Marke erhöhen.

Magazin «Basel kauft ein!» am Flâneur lanciert

Als neues Engagement kam 2017 eine Partnerschaft mit dem Magazin «Basel kauft ein!» dazu. Diese Publikation zeigt die Vielfalt der Läden in den Basler Quartieren und leistet damit einen Beitrag zur Stärkung des lokalen Gewerbes. Das Magazin wurde am ersten «Flâneur» in der

Markthalle lanciert. Im Herbst wurde zudem in Zusammenarbeit mit Pro Innerstadt Basel das Magazin «Basel geht aus!» lanciert, in dem über 100 Restaurants vom In-Lokal bis zur Quartierbeiz vorgestellt werden.

Kleinere Spenden ermöglichen Anlässe

Die BKB hat 2017 rund 230 Projekte durch Vergabungen unterstützt. Und damit viele Anlässe – von Sportturnieren über Quartierfeste bis zu Exkursionen von Schulklassen – möglich gemacht. Von der Unterstützung der BKB haben im vergangenen Jahr nicht nur die Nachwuchsmannschaften des FC Basel profitiert, sondern auch jene des Handballvereins RTV 1879 Basel sowie des Eishockeyclubs EHC.

Herz-Aktion am Basler Stadtlauf

Einen Schwerpunkt des Sponsorings der BKB bildet die Unterstützung von Laufsportanlässen. Einen eindrücklichen Beleg für das freiwillige Engagement der Basler lieferte erneut die Aktion «Mehr Herz für Basel», die bereits zum zweiten Mal am Basler Stadtlauf im November durchgeführt wurde. Dabei konnten sich die Läufer in den BKB-Filialen ein leuchtendes Herz holen. Für jedes Herz, das die Ziellinie überquerte, haben wir 5 Franken an die Stiftung für krebserkrankte Kinder, Region Basiliensis, gespendet. Weil rund die Hälfte der Läufer ein Herz trugen, kamen so rund 20 000 Franken für die Stiftung zusammen.



Kunst und Kultur

Museumsnacht Basel
Fondation Beyeler



Musik

Basel Tattoo
Em Bebby Jazz
Summerblues Basel
Collegium Musicum Basel
Offizielles Basler Bryysdrumme
und -pfyffe



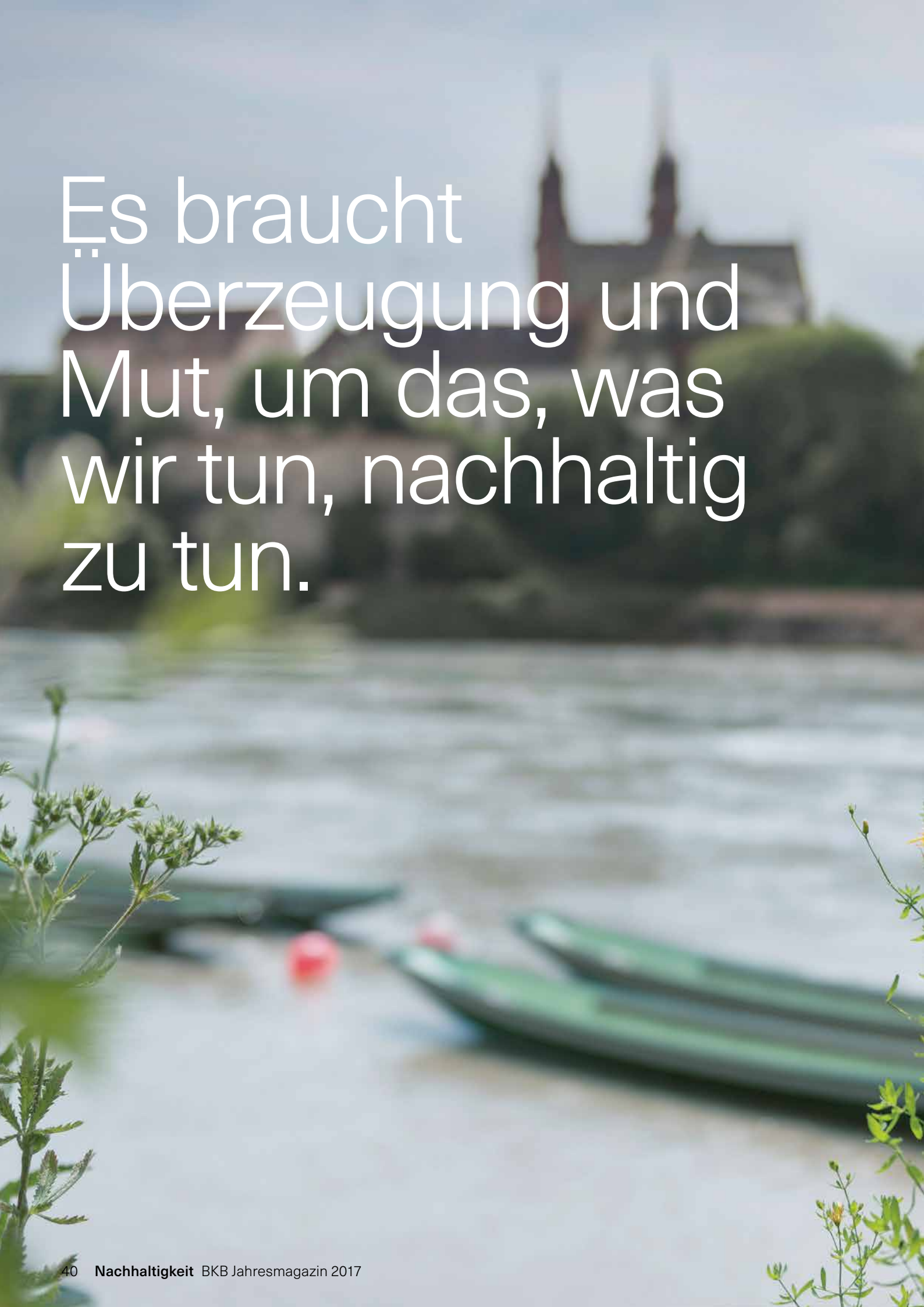
Sport

FC Basel 1893
Basler Stadtlauf
Dreiländerlauf
Chrischonalauf
Birslauf
Basler Bruggelauf
Quer durch Basel
Basler Rheinschwimmen



Wirtschaft und Soziales

Basel kauft ein!
Basel geht aus!
Allgemeine Bibliotheken GGG
Christoph Merian Kantonalbanken
Stiftung
Pro Senectute
GI Basel (Gemeinnützige
Institutionen Basel)



Es braucht
Überzeugung und
Mut, um das, was
wir tun, nachhaltig
zu tun.

Nachhaltige Umsetzung

Was haben Sie 2017 in Sachen Nachhaltigkeit erreicht?

Ennio Perna: Wir konnten wichtige Meilensteine auf dem Weg zu einer nachhaltigeren BKB erreichen. Ein Höhepunkt war die Lancierung der nachhaltigen Anlagelösung. Zudem haben wir bankweit geltende Richtlinien zum Umgang mit kontroversen Umwelt- und Sozialthemen eingeführt. Erneut hat die Basler Kantonalbank auch im Klimaberichtsrating 2017 der internationalen Organisation CDP (Carbon Disclosure Project) das Climate-Scoring-Ergebnis «A» erreicht. Damit nehmen wir nicht nur in der Schweiz, sondern weltweit eine Spitzenposition unter den Banken ein.

Was haben die Kunden davon, wenn die BKB eine nachhaltige Bank ist?

Indem wir zur Umwelt Sorge tragen sowie eine vorbildliche Geschäftspraxis und ethische Unternehmensführung garantieren, leisten wir einen Beitrag zum langfristigen Erfolg der Bank. Das erhöht das Vertrauen der Kunden.

Gibt es auch monetäre Nutzen?

Am direktesten profitieren natürlich unsere Investoren von der konsequenten Risikoverminderung. Und wir sind überzeugt, dass die Berücksichtigung sozialer und ökologischer Themen die Basis für dauerhaften monetären Erfolg bildet.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der BKB ist komplex. Wissen die Mitarbeitenden darüber Bescheid?

Nachhaltigkeit erfasst alle Bereiche der Bank und ist zugegebenermassen komplex. Bis Ende 2019 sieht unsere

Ennio Perna
Leiter Fachstelle
Nachhaltigkeit



Wir haben Richtlinien zum Umgang mit kontroversen Umwelt- und Sozialthemen eingeführt.

Roadmap die Umsetzung vieler Massnahmen vor. Wir kommunizieren daher jeweils über konkrete Beispiele wie die Einführung der Richtlinien oder das Spitzenranking im Klimaschutz. Letztlich ist es für den Erfolg der Nachhaltigkeitsstrategie entscheidend, dass alle Mitarbeitenden die Initiativen kennen und mittragen.

Anlagelösung mit Einfluss

Nachhaltige Anlagen – top oder flop?

Dr. Sandro Merino: Ganz klar top!

Warum top?

Immer mehr Anleger verlangen, dass mit ihrem Geld anständig gewirtschaftet wird. Und je mehr Anleger nachhaltig investieren, desto grösser wird auch der Druck auf die Unternehmen, ökologische und soziale Aspekte sowie Fragen zur Unternehmensführung stärker zu gewichten.

Nachhaltigkeit schliesst Rendite nicht aus.

Wie legt die BKB nachhaltig an?

Wir wählen unsere Anlagen nach sehr strengen Nachhaltigkeitskriterien aus. Zunächst schliessen wir Unternehmen aus kontrovers diskutierten Branchen wie etwa Rüstung oder Glücksspiel komplett aus. Anschliessend selektieren wir aus den zugelassenen Branchen diejenigen Firmen,

deren Nachhaltigkeitsstrategie uns am meisten überzeugt. Und dann kontrollieren wir regelmässig, ob unsere Kriterien erfüllt werden.

Ich lege 100 000 Franken nachhaltig an. Können Sie beziffern, was ich damit bewirke? Etwa die Menge eingespartes CO₂?

Eine solche Transparenz ist heute leider noch nicht möglich. Aber wir können Ihnen jederzeit und nachvollziehbar begründen, warum wir in bestimmte Unternehmen investieren und in andere nicht.

Heisst nachhaltig anlegen auf Rendite verzichten?

Nachhaltigkeit schliesst Rendite nicht aus. Unsere nachhaltigen Anlageprodukte werfen erwiesenermassen gleich hohe Erträge wie konventionelle Anlagen ab.

Steigt die Nachfrage nach solchen Anlagen?

Auf jeden Fall. Wir haben unsere Ziele für 2018 bereits 2017 erreicht. Nachhaltige Anlageprodukte sind definitiv ein stark wachsendes Segment.



Das Video zum Interview finden Sie unter:
www.gb.bkb.ch

Dr. Sandro Merino
Chief Investment Officer

 **Nr. 1****Klimaberichterstattung**

Mit einer erstklassigen Klima-
berichterstattung an der Spitze
der Banken

 **8,3%****Nachhaltige Anlagelösung**

Anteil an der Vermögensverwaltung
übertrifft die Erwartungen

 **66,1%****Nachhaltige Anlagefonds**

Steigerung des Anteils von
112,1 (2016) auf 186,4 Mio. CHF

 **100%****Energiebezug**

aus erneuerbaren Quellen

 **-70** Tonnen CO₂
Äquivalente**CO₂-Emission**

Reduktion um fast 10,0% im
Vergleich zum Vorjahr

 **96,5%****Recycling-Papier**

Zunahme des Anteils am
Gesamtpapierverbrauch von
0,5%-Punkte gegenüber 2016



3.10
Dividenden-
ausschüttung

Stabil gegenüber 2016



4,3%
Dividenden-
rendite

Absolut hoch

16,3
Kurs-Gewinn-
Verhältnis

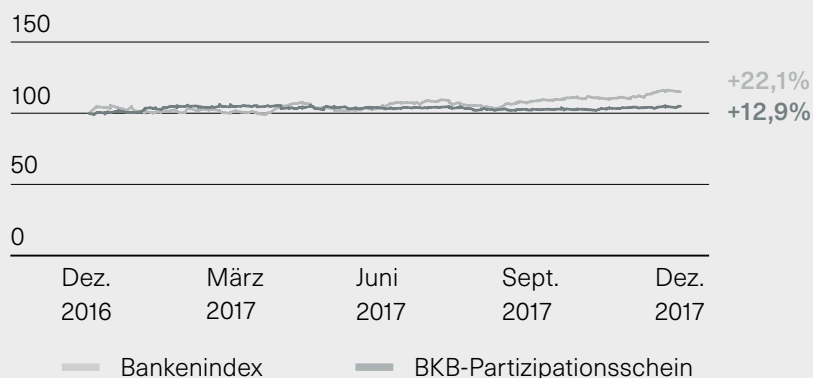
Um 0,7 verbessert
gegenüber 31.12.2016

1,0
Kurs-Buch-
wert-Verhältnis

Unverändert gut

Performance

(inkl. Dividende)
31.12.2016 bis 31.12.2017
(indexiert, Basis
100 = 31.12.2016)



Impressum

Basler Kantonalbank
CEO Office: Dr. Michael Buess
Projektleitung: Patrick Riedo

Aeschenvorstadt 41
Postfach
4002 Basel

Telefon 061 266 33 33
www.bkb.ch/kontakt
www.bkb.ch

Konzept, Text und Gestaltung
ehingerbc AG, Zürich

Fotos
Daniel Infanger, Getty

Copyright
© 2018, Basler Kantonalbank

Basler Kantonalbank
Postfach
4002 Basel

Telefon 061 266 33 33
www.bkb.ch/kontakt
www.bkb.ch



**Basler
Kantonalbank**