

«In der Schweiz für die Schweiz»

Sie ist keine Schweizer Bank, möchte aber trotzdem nicht als typische Auslandbank angesehen werden – das ist Roger Fehr, dem Regionaldirektor Schweiz, wichtig, wenn er die St.Galler Niederlassung der Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG beschreibt.

Interview: Daniela Winkler **Bild:** Bodo Rüedi
Roger Fehr, die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG hat Tochtergesellschaften in Italien und eine Filiale in der Schweiz, in St.Gallen. Welche Standbeine hat sie?

In Italien ist das ganz klar das Leasing. In der Schweiz haben wir die drei Ausrichtungen: Firmenkunden, Anlagekunden und Wohnbaufinanzierung. Wir sind aktuell relativ kreditlastig, dazu stehen wir auch. Das liegt begründet in unserer Vergangenheit und der Geschichte unserer Bank.

Unsere stärkste Säule sind die Firmenkunden. Ihnen bietet die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG in St.Gallen einen Vollservice; das heisst, wir decken aus einer Hand alle Bedürfnisse ab, die ein Unternehmen an seine bevorzugte Bank hat. Wir sind dabei entweder hier aus der Schweiz tätig oder ziehen – wenn sinnvoll und für den Kunden von Vorteil – Spezialisten aus unserem EU-Mutterland Österreich bei.

Und das zweite und dritte Standbein?

Das sind einerseits die Wohnbaufinanzierungen. Wir finanzieren hier in der Schweiz klassisches selbstbewohntes Eigentum (EFH oder Stockwerkeigentum), aber auch Renditeobjekte bis hin zu Grossüberbauungen.

Wenn wir andererseits von der Bank für Anlagekunden sprechen, dann siedeln wir uns – nehmen wir die Begriffe Private, Affluent und Retail Banking – im Bereich des gehobenen Affluent Banking an. Wir sind keine klassische Private-Banking-Bank, wollen aus unserer Grösse und Ausrichtung heraus auch nicht im Retail tätig

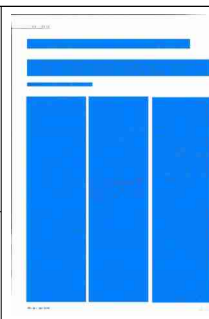
sein. Wir bieten Kunden bereits ab einem Anlagevermögen von rund CHF 100'000 Beratung im Standard einer Privatbank. Mit unserer innovativen und sicheren Vermögensverwaltung sind wir in der Lage, diesen Kunden, die bei anderen Banken meist zwischen «Stuhl und Bank» fallen, einen Topservice zu bieten und ihre Bedürfnisse abzudecken. Dass wir dies auch bei Vermögen in Millionenhöhe beherrschen, versteht sich von selbst.

... ein Unterschied zu andern Banken. Gibt es noch andere Punkte, in denen sich die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG in St.Gallen von andern schweizerischen Banken auf dem Platz unterscheidet?

Durch unsere Grösse, wir beschäftigen 20 Mitarbeiter auf dem Platz St.Gallen, versuchen wir, persönlicher zu sein und näher an unseren Kunden. Wir sind durch unsere

«Die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG in St.Gallen ist eine Bank in der Schweiz für Schweizer»

Grösse auch ganz bewusst ein Nischenplayer und können uns auf bestimmte Kundensegmente konzentrieren. Wir richten uns am Kunden aus und holen gezielt seine individuellen Bedürfnisse ab. Das Schöne an unserer Grösse: Wir kennen unseren Kunden sehr gut und er kennt uns persönlich.



Welcher Bankkunde kann das schon von sich behaupten?

Sie möchten als untypische Auslandbank wahrgenommen werden.

Absolut. Normalerweise weckt eine Auslandsbank immer die ersten Assoziationen Private Banking, Schwarzgeld, Steuerflucht, Ausland, Offshore ... Wir verstehen uns als Bank in der Schweiz für die Schweiz. Wir wickeln Kredite in der Schweiz ab, beraten Kunden vor Ort, sind als Schweizer hier in der Schweiz präsent. Damit diese Verankerung in der Schweiz auch spürbar ist, sind alle unsere Mitarbeiter aus der Schweiz – wir sprechen im wahrsten Sinn des Wortes die Sprache unserer Kunden. Wir wollen damit auch ganz bewusst machen, dass wir nicht nur ein Ableger einer österreichischen Bank sind.

Sie sind sehr stark in St.Gallen verankert. Das zeigt sich auch in den Sponsoringaktivitäten: Nebst Sponsor des nächstjährigen St.Gallen Tattoo und der Club Säntis Golf Charity sind Sie dieses Jahr auch Hauptsponsor am WTT Young Leader Award. Was hat den Ausschlag gegeben, sich bei dieser Auszeichnung der Hochschule für Angewandte Wissenschaften FHS zu engagieren?

Wir haben ein passendes Engagement gesucht, um uns in den Themen Aus- und Weiterbildung zu positionieren. Als Ausbilder und Arbeitgeber ist dies in der Schweiz leider mit unserer Grösse nur sehr eingeschränkt möglich.

In diesem Sponsoring sehen wir den Brückenschlag zwischen Ausbildung, Forschung und im erweiterten Umfang uns – über den Umweg, den Nachwuchs für unsere Kunden sicherzustellen. Denn unsere Kunden brauchen Nachwuchskräfte, Führungs- und Managementnachwuchs.

Wir unterstützen mit dem Sponsoring des WTT Young Leader Awards auf Umwegen den Führungsnachwuchs unserer Kunden, denn der Weg geht für Führungsnachwuchs heute nebst dem klassisch akademischen immer mehr über den Fachhochschulweg. Und das Ziel, Meilensteine dieses Weges mit einem Award auszuzeichnen, ist uns sehr sympathisch. Und es passt zu unserer Philosophie und unserem Slogan «leidenschaftlich gut beraten». Die Studenten investieren ein grosses Quantum an Leidenschaft für ihre erfolgreiche Ausbildung.

Wie kann ich mir Ihr Sponsoring konkret vorstellen?

Wir werden an der Verleihung präsent sein. Nebst dem Award-Buffer sponsern wir den gesamten Networkingteil, der sich in den Abend hineinziehen wird. Als Neuerung werden wir für den gemütlichen Teil eine Blue-Sofa-Lounge einrichten. Dies kommt nicht von ungefähr: Das blaue Sofa ist das Markenzeichen unserer Bank. Es soll Wohl fühlen und Gut-Aufgehoben-Sein ausdrücken und ist daher bei unseren Auftritten, aber auch in der Bank an der Bankgasse omnipräsent.

Sie haben bereits 1997 die Filiale in St.Gallen eröffnet. Bei dieser einen Filiale in der Schweiz ist es bis heute geblieben. Sind andere Standorte in der Schweiz nicht interessant?

Der Standort St.Gallen hat sich aus der Nähe zum Vorarlberg heraus ergeben, zudem ist St.Gallen das Zentrum der Ostschweiz. Mit St.Gallen, dem Hauptsitz in Bregenz und mit einer Beteiligung am Internationalen Bankhaus Bodensee IBB in Friedrichshafen decken wir den Raum Bodensee ab, den wir für unsere Bank als strategischen Kernraum ansehen. Wir machen uns aber auch Überlegungen zu einer geografischen Expansion in der Schweiz. So war Kreuzlingen einmal ein Thema,

zurzeit steht bei diesem Standort aber ein Fragezeichen. Grund dafür sind die neuen Regulationen im grenzüberschreitenden Geschäft mit Auslandkunden.

Es sind aber verschiedene andere Standorte in Abklärung. Unser Ziel wird sein, mit dem neuen Standort den Weg von St.Gallen nach Zürich zu verkürzen. Also wie kommen wir näher an den Grossraum Zürich heran? Entlang der A1? Somit würde Winterthur das Kriterium erfüllen. Mit einem kleinen Schwenk stehen Sie in Frauenfeld – eine weitere Option. Folgen Sie der Eisenbahn, dann wären Rapperswil oder Pfäffikon mögliche neue Standorte. Das sind im Moment unsere Überlegungen, aber einen zeitlichen Horizont haben wir uns für die Expansion nicht vorgegeben; wir werden da die Entwicklung des Marktes verfolgen.

Als Regionaldirektor der Zweigniederlassung der Vorarlberger Landes- und Hypothekbank AG kennen Sie den EU- und den Schweizer Markt. Sind im Bankgeschäft länderspezifische Unterschiede feststellbar?

Es ist immer ein und dasselbe Geschäft mit immer neuen Herausforderungen. In einem Jahr tangieren die Herausforderungen die Schweiz, mit einer zeitlichen Verschiebung die EU oder umgekehrt. Als Beispiel: In der Schweiz profitierten wir über eine längere Zeit von sehr guten Margen im Kreditgeschäft. Diese sind jetzt in der Finanzkrise, gerade im Bereich des Wohnbaus, stark erodiert. In Österreich jedoch ist im Moment der gegenläufige Trend feststellbar. Die Banken haben es im Nachbarland geschafft, die Margen eher etwas auszubauen. Ein anderes grosses Thema, das uns aber beidseits der Grenzen gleich stark beschäftigt, ist zurzeit das Wechselkursverhältnis Schweizer Franken-Euro – aus unserer Sicht natürlich besonders für die Exportindustrie.

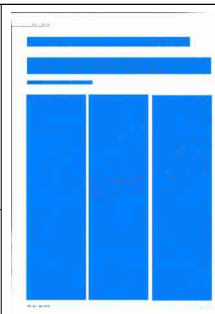
Datum: 24.06.2011

LEADER®

Das Unternehmermagazin

MetroComm AG
9014 St. Gallen
071/ 272 80 50
www.leaderonline.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 8'200
Erscheinungsweise: 9x jährlich



 **FHS St.Gallen**
Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

Themen-Nr.: 375.5
Abo-Nr.: 375005
Seite: 60
Fläche: 115'332 mm²



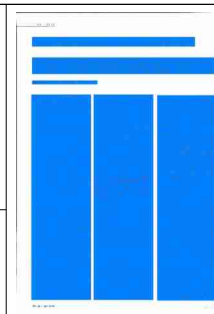
Roger Fehr, Regionaldirektor Schweiz,
Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG:
«Damit diese Verankerung spürbar
ist, sind alle unsere Mitarbeiter
aus der Schweiz»

ARGUS 
MEDIENBEOBACHTUNG

Medienbeobachtung
Medienanalyse
Informationsmanagement
Sprachdienstleistungen

ARGUS der Presse AG
Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01
www.argus.ch

Argus Ref.: 42898755
Ausschnitt Seite: 3/4



Welche Auswirkung des niedrigen Euro-Kurses sehen Sie hier direkt?

Unsere Kunden haben sich da bis jetzt sehr gut «geschlagen». Aber es ist ganz klar: Gewisse Margenvorteile, von denen die Schweizer Industrie bisher aufgrund besserer Qualität profitieren konnte und die sich gegenseitig gerechtfertigt haben, sind geschwunden. Sie können noch immer eine bessere Qualität vorweisen im Vergleich zu ausländischen Anbietern, haben aber den Preisvorteil durch den niedrigen Euro-Kurs verloren – der Kursverlust hat die gut begründeten Margenvorteile «aufgefressen». Wir können unsere Kunden sicherlich in gewissen Themen unterstützen, ob dies nun Währungsstrategien oder Währungsabsicherungen sind.

Es gibt jedoch auch die andere Seite und Kunden, die vom momentanen Euro-Zerfall profitieren können. Es ist eine Chance für all jene Unternehmen, die Material im Euro-Raum einkaufen, direkt in Euro zahlen und ihre Waren dann in der Schweiz in Schweizer Franken absetzen können. ■

Die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG

Die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG, Zweigniederlassung St.Gallen, wurde 1997 eröffnet. Die Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG in St.Gallen ist eine Niederlassung der seit über 100 Jahren tätigen Vorarlberger Landes- und Hypothekenbank AG, mit Hauptsitz in Bregenz und rund 30 Niederlassungen in Vorarlberg, Wien und Norditalien. Die Niederlassung St.Gallen mit 20 Mitarbeitern konzentriert sich vor allem auf Anlageberatung und Hypothekenfinanzierungen für Klein- und Mittelbetriebe.