



Offenheit verbindet



Der Jahresbericht 2014.

fair banking
bank coop

Kennzahlen

Jahresrechnung Bank Coop AG nach True and Fair View

Kapitalstruktur		2014	2013	2012
Anzahl Aktien	in Stück	16 875 000	16 875 000	16 875 000
Nennwert je Aktie	in CHF	20,00	20,00	20,00
Aktienkapital	in 1000 CHF	337 500	337 500	337 500

Börsenkurs		2014	2013	2012
Börsenkurs am Jahresende	in CHF	42,60	45,10	54,20
· Veränderung	in %	−5,5	−16,8	−13,3
Höchstkurs	in CHF	47,05	54,50	62,75
Tiefstkurs	in CHF	40,05	38,00	52,00
Börsenkapitalisierung am Jahresende	in Mio. CHF	719	761	915
· in % des Bruttogewinns	in %	785	905	965
· in % des Eigenkapitals ¹⁾	in %	67	74	92

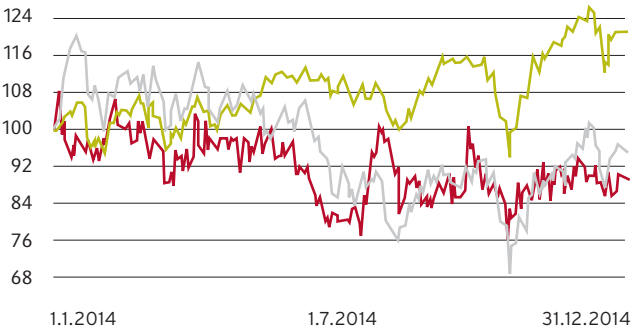
Kennzahlen je Inhaberaktie		2014	2013	2012
Bruttogewinn	in CHF	5,42	4,98	5,62
Betriebsergebnis ¹⁾	in CHF	4,99	4,38	4,88
Jahresgewinn (Earnings per Share) ¹⁾	in CHF	4,77	3,61	4,03
Buchwert ¹⁾	in CHF	63,97	60,88	58,80
Dividendenrendite	in %	4,2	4,0	3,3
Ausschüttungsquote (Pay-Out-Ratio) ¹⁾	in %	36,7	49,8	44,7
Kurs-Gewinn-Verhältnis (Price-Earnings-Ratio) ¹⁾		8,93	12,48	13,46
Kurs-Buchwert-Verhältnis (Price-Book-Ratio) ¹⁾		0,67	0,74	0,92

Dividende		2014	2013	2012
Pro Inhaberaktie von 20 CHF nominal				
· Dividende brutto	in CHF	1,80	1,80	1,80
· Verrechnungssteuerfreier Anteil	in CHF	0,00	0,00	1,34
· Verrechnungssteuerpflichtiger Anteil	in CHF	1,80	1,80	0,46
Gutschrift Dividende per		17.4.2015	6.5.2014	22.4.2013
Valorennummer Inhaberaktie: 1 811 647 (ISIN: CH0018116472)				

¹⁾ Anpassung der Vorjahreswerte infolge einer Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze.

Kursentwicklung 2014 Inhaberaktie Bank Coop AG

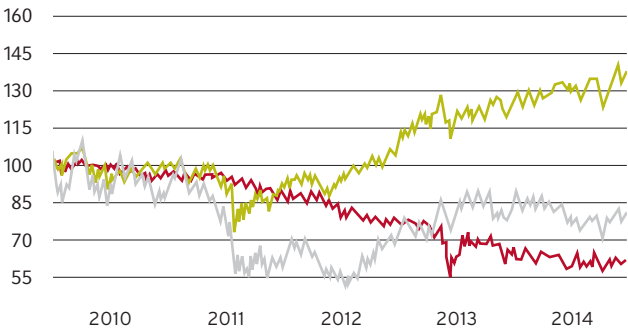
in Prozenten (%)



— Bank Coop — SMI (indexiert) — SPI-Bankenindex (indexiert)

5-Jahres-Entwicklung Inhaberaktie Bank Coop AG

in Prozenten (%)



— Bank Coop — SMI (indexiert) — SPI-Bankenindex (indexiert)

Jahresrechnung Bank Coop AG nach True and Fair View

Bilanz		31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
Bilanzsumme	in 1000 CHF	16 212 412	15 053 827	15 255 846
· Veränderung	in %	7,7	–1,3	3,1
Kundenausleihungen	in 1000 CHF	14 269 566	13 569 762	13 010 774
· davon Hypothekarforderungen	in 1000 CHF	13 670 465	13 017 255	12 489 268
Kundengelder	in 1000 CHF	11 635 514	10 957 486	10 653 999
Publikumsgelder	in 1000 CHF	14 386 014	13 471 286	13 370 799
Ausgewiesene eigene Mittel (nach Gewinnverwendung) ¹⁾	in 1000 CHF	1 079 421	1 027 429	992 273

Kundenvermögen		31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
Total Kundenvermögen	in 1000 CHF	19 230 278	17 866 326	17 749 252
· Veränderung	in %	7,6	0,7	3,7

Erfolgsrechnung		2014	2013	2012
Erfolg aus dem Zinsengeschäft	in 1000 CHF	160 441	156 524	155 658
Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft	in 1000 CHF	64 704	70 515	69 056
Erfolg aus dem Handelsgeschäft	in 1000 CHF	12 428	13 221	13 344
Übriger ordentlicher Erfolg	in 1000 CHF	6 424	4 043	4 125
Betriebsertrag	in 1000 CHF	243 997	244 303	242 183
Geschäftsaufwand	in 1000 CHF	152 476	160 238	147 428
Bruttogewinn	in 1000 CHF	91 521	84 065	94 755
· Veränderung	in %	8,9	–11,3	12,4
Abschreibungen, Wertberichtigungen, Rückstellungen und Verluste ¹⁾	in 1000 CHF	7 277	10 143	12 327
Betriebsergebnis ¹⁾	in 1000 CHF	84 244	73 922	82 428
· Veränderung ¹⁾	in %	14,0	–10,3	10,7
Jahresgewinn ¹⁾	in 1000 CHF	80 497	60 995	67 975
· Veränderung ¹⁾	in %	32,0	–10,3	10,7

Kennzahlen		2014	2013	2012
Eigenkapitalquote (nach Gewinnverwendung) ¹⁾	in %	6,7	6,8	6,5
Betriebliche Eigenkapitalrendite (RoE) ¹⁾	in %	7,9	7,2	8,3
Gesamtkapitalrendite (RoA)	in %	0,5	0,4	0,5
Harte Kernkapitalquote (CET1-Quote)	in %	15,1	13,5	13,2
Kernkapitalquote (T1-Quote)	in %	15,1	13,5	13,2
Gesamtkapitalquote	in %	15,1	14,7	14,4
Leverage Ratio ²⁾	in %	6,5	–	–
Refinanzierungsgrad I (Kundengelder/Kundenausleihungen)	in %	81,5	80,7	81,9
Refinanzierungsgrad II (Publikumsgelder/Kundenausleihungen)	in %	100,8	99,3	102,8
Cost-Income-Ratio I	in %	62,5	65,6	60,9
Cost-Income-Ratio II	in %	65,4	68,5	63,8

¹⁾ Anpassung der Vorjahreswerte infolge einer Änderung der Bilanzierungs- und Bewertungsgrundsätze.

²⁾ Erstmalige Umsetzung per 31.12.2014.

Werte / Ressourcen		2014	2013	2012
Anzahl Kunden		257 497	265 575	271 278
Anzahl Mitarbeitende		513	534	530
Anzahl Geschäftsstellen		33	33	33

Der Finanzbericht inkl. Vergütungsbericht ist unter www.bankcoop.ch unter dem Menüpunkt «Bank Coop/Investor Relations» abrufbar.

Inhalt

3	Editorial	46	Unsere Nachhaltigkeit ist unsere Verantwortung
6	Fragen und Antworten	54	Unsere Führungsgremien
11	Rückblick auf das Geschäftsjahr	56	Organigramm
16	Unsere Strategie ist unser Massstab	57	Direktion
25	Unsere Kundinnen und Kunden sind unsere Werte	60	Geschäftsstellen
42	Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unsere Stärke		

Titelseite:

Maria Christine Senn, Anlagekundin, Basel

«Ich bin ein offener Mensch und gehe auf den anderen zu, aber ich öffne nicht jedem die Tür. Mit meiner Bank bin ich zufrieden, da werde ich gut beraten. Dass nun auch die Retrozessionen zurückerstattet werden, freut mich sehr.»

Kundengelder

+678

Mio. CHF

Auf neuem Höchststand: Die Kundengelder wachsen um diesen beträchtlichen Zufluss, der einem Plus von 6,2% entspricht.

Hypothekarforderungen

13,7

Mia. CHF

Das Glück vom Eigenheim: Unsere starke Position bei der Finanzierung von Wohneigentum belegt das angegebene Volumen der vergebenen Kredite, das innert Jahresfrist um 5% angestiegen ist.

Sparkonto Plus

+88,3

Mio. CHF

Attraktiv verzinst: Unser Sparkonto Plus bleibt mit diesem Zuwachs das bevorzugte Sparprodukt der Privatkundschaft.

Highlights 2014

Teilzeitquote Männer

14,8%

Teilzeitarbeit – nicht nur ein Frauenthema: Erneut ist im Jahr 2014 der Anteil an Männern, die bei unserer Bank eine Teilzeitstelle innehaben, auf den angegebenen Prozentsatz gestiegen.

Hauseigenen Nachwuchs fördern und fördern: 13 der 16 Auszubildenden, die ihre Ausbildung bei der Bank im Jahr 2014 erfolgreich abschliessen konnten, sind weiterhin bei uns tätig.

Übernahmequote Auszubildende

81,3%

Treibhausgasemissionen

-9,2%

Klimaschutz als Teil unserer Verantwortung: Bereits zum vierten Mal haben wir das Swiss Climate CO₂ Label erhalten, weil wir aktiv unsere Emissionen von 895 auf 813 Tonnen CO₂ und damit um die angegebene Prozentzahl senken konnten.



Dr. Ralph Lewin und Sandra Lienhart



Editorial

Liebe Leserinnen und Leser

Unser diesjähriger Jahresbericht steht unter dem Motto «Offenheit verbindet». Offen zu sein für die bedeutenden Veränderungen im Bankenumfeld, ist zu einer Daueraufgabe geworden. Mit Offenheit schaffen wir Raum für künftige Innovationen und stellen uns den Herausforderungen, welche durch die weiter zunehmenden Regulierungen im Finanzbereich, die anhaltenden Steuerstreitigkeiten und die Diskussionen um Vergütungen und ihre Grenzen entstehen.

Offenheit verstehen wir als Teil unserer Unternehmenskultur, die es uns ermöglicht, mit unseren Kundinnen und Kunden neue Wege zu gehen, von denen wir alle profitieren können. Indem wir uns beispielsweise dieses Jahr entschieden haben, künftig auf Retrozessionen zu verzichten, und diese unseren Kundinnen und Kunden zurückerstatten, vermeiden wir Interessenskonflikte und falsche Anreize für die Beratung. Wir schaffen damit die Basis für ein offenes Gespräch, in welchem das Angebot gewählt werden kann, das den Wünschen und Erwartungen des einzelnen Kunden entspricht.

Doch wir sind nicht nur gefordert, den Veränderungen in unserem Umfeld offen zu begegnen und uns anzupassen. Auch die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden verändern sich und werden vielfältiger. Sie möchten beispielsweise Geschäfte vermehrt online tätigen. Gleichwohl suchen sie, wenn es um komplexere Fragestellungen oder Geschäfte geht, noch immer den kompetenten Berater, der sie versteht und Zeit für ihre Anliegen hat. Jemanden, der sich in ihre Situation versetzen kann und ihre Sprache spricht. Jemanden, der ihre Wünsche erkennt, diese aufnimmt und ihnen bedürfnisgerecht entgegenkommt. Jemanden, der ihre Fragen offen beantwortet, bestehende Bedenken ernst nimmt und darauf eingeht.

All diese Veränderungen und Bedürfnisse sind Faktoren, die unsere Geschäftstätigkeit beeinflussen und die es gilt, im Auge zu behalten. Dies auch deshalb, weil sie im Hinblick auf unsere strategische Ausrichtung und unsere Identität als Dienstleister für unsere Kundinnen und Kunden von grösster Relevanz sind.

Editorial

Zusammen mit der Basler Kantonalbank (BKB) haben wir in einem offenen und verbindenden Dialog diese Faktoren thematisiert, die strategische Ausrichtung im Konzern definiert sowie den Grundstein für ein nachhaltiges Geschäftsmodell und unsere Zukunftsvision gelegt. Wir haben festgelegt, welche Schwerpunkte wir in den kommenden Jahren verfolgen wollen. Dabei stehen die folgenden drei strategischen Eckpfeiler für unsere Bank und unsere Kundinnen und Kunden im Vordergrund:

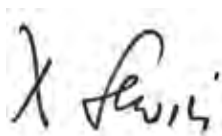
- **Wir positionieren uns als unabhängige Beraterbank**
- **Wir steuern durch Werte**
- **Wir kooperieren im Konzern**

Aus diesen drei strategischen Eckpfeilern ergaben sich zahlreiche Aktionsfelder, welche angegangen werden müssen, damit wir unsere Ziele erreichen. Im Berichtsjahr haben Projektteams der Bank Coop und der BKB deshalb intensiv an den strategischen Themen gearbeitet. So verzichten wir wie bereits erwähnt beispielsweise seit letztem Jahr auf Retrozessionen und haben damit vorausschauend eine Massnahme umgesetzt, die den strategischen Eckpunkt «unabhängige Beraterbank» unterstreicht.

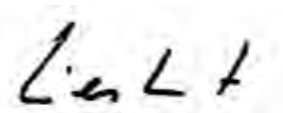
Mit der neuen Strategie werden sich Prozesse, Abläufe und Strukturen verändern. Offen zu sein und diese Veränderungen als Chance anzunehmen, ist für den langfristigen Erfolg unserer Bank entscheidend. In diesem Jahresbericht erfahren Sie mehr, wo uns die Reise hinführt: Machen Sie sich selber ein Bild über die ersten Erfolge aus der laufenden Strategieumsetzung.

Am 1. März 2015 wird unser neuer CEO, Hanspeter Ackermann, seine Arbeit aufnehmen. Wir freuen uns sehr, dass wir mit ihm eine ausgewiesene Führungspersönlichkeit mit Weitblick für die Geschäftsführung unserer Bank verpflichten konnten, welche die Umsetzung der neuen Strategie weiter vorantreiben wird. Hanspeter Ackermann folgt auf Andreas Waespi, der sich nach rund zehnjähriger Tätigkeit an der Spitze unseres Instituts entschieden hat, die Bank zu verlassen.

Im Namen des Verwaltungsrates und der Geschäftsleitung danken wir Ihnen, unseren Kundinnen und Kunden sowie unseren Aktionärinnen und Aktionären für das Vertrauen, das sie uns auch im vergangenen Geschäftsjahr entgegengebracht haben und – so wünschen wir uns – auch in Zukunft entgegenbringen werden. Unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern danken wir für ihr Engagement und ihre Arbeit, die sie jeden Tag für unsere Bank erbringen. Vor allem aber danken wir Ihnen allen, liebe Leserinnen und Leser, für die Offenheit, mit der wir uns begegnen dürfen und die unsere Entwicklung als Bank trägt. Sie verbindet uns, schafft neue Perspektiven und ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor für unsere Bank.



Dr. Ralph Lewin
Präsident des Verwaltungsrats



Sandra Lienhart
Vorsitzende der Geschäftsleitung ad interim

Wir positionieren uns als unabhängige Beraterbank:

Wir fokussieren auf die relevanten Schnittstellen zu unseren Kundinnen und Kunden und verbessern laufend die Qualität unserer Beratung. Im Anlagegeschäft binden wir uns bei der Vermittlung von Produkten nicht an Drittanbieter und beziehen keine Zuwendungen (Retrozessionen).



Wir steuern durch Werte:

Wir wollen dort investieren, wo Mehrwert für unsere Bank und unsere Kundinnen und Kunden entsteht. Wir achten auf ein ausgewogenes Verhältnis von Rendite und Risiko, setzen auf eine transparente Sicht auf unsere gesellschaftlichen und sozialen Engagements und stehen ein für sinnvolle und akzeptable Anreizsysteme für unsere Mitarbeitenden.

Wir kooperieren im Konzern:

Wir setzen auf klare Leitlinien für die Zusammenarbeit im Konzern. Das ermöglicht uns, Synergien optimal zu nutzen. Indem wir Prozesse vereinheitlichen, sparen wir auch Kosten.





Herr Lewin, offen gefragt ...

Mit einer Strategie, die auf drei Eckpfeilern basiert, hat der Verwaltungsrat die Weichen für die Zukunft der Bank Coop gestellt. Was heisst das konkret? Und welche Herausforderungen ergeben sich daraus für den neuen CEO, Hanspeter Ackermann, der zur Bank Coop wechselt. Darüber haben wir mit unserem Verwaltungsratspräsidenten, Dr. Ralph Lewin, gesprochen und ihn gefragt, was er zu den verschiedenen Ereignissen im Jahr 2014 und der zukünftigen Ausrichtung der Bank meint.

Interview mit Verwaltungsratspräsident
Dr. Ralph Lewin

Herr Lewin, wie beurteilen Sie rückblickend das Jahr 2014?

Für uns alle, die Mitarbeitenden, die operative Führung und den Verwaltungsrat war 2014 ein Jahr mit vielen Herausforderungen. Dank grossem Einsatz haben wir einige Meilensteine in der Umsetzung unserer Strategie erreicht. Wir sind in

unserer Positionierung als unabhängige Beraterbank einen Schritt weitergekommen und haben die Kundenberatung weiter verbessert. Wir haben den Ausbau des Call Centers zu einem Beratungszentrum vorangetrieben und wollen damit unseren Kundinnen und Kunden ausserhalb der normalen Öffnungszeiten für telefoni-



sche und elektronische Anfragen zur Verfügung stehen. Ein hochstehender Kundenservice ist ein entscheidender Bestandteil eines erfolgreichen Beratungsangebots.

Doch der Start ins Jahr 2014 war holprig. Welche Lehren hat die Bank aus dem fehlerhaften Jahresendversand gezogen?

Als Lehre haben wir das Risikomanagement und die Organisation der internen Kontrollen in den beteiligten Bereichen weiter verbessert. Wir haben die Verantwortlichkeiten bei Projekten klarer geregelt und werden die Umsetzung der getroffenen Massnahmen prüfen. Wir haben alles unternommen, damit sich ein solcher Fehler nicht wiederholen kann.

Vertrauen in die Unabhängigkeit der Beratung ist für die glaubwürdige Positionierung der Bank Coop entscheidend.

Ja, sogar sehr entscheidend. Wir legen deshalb grossen Wert auf die Wahrung der Kundeninteressen. Schon seit Mitte Juli 2013 nehmen wir bei den Vermögensverwaltungsmandaten keine Provisionen mehr entgegen. Der im letzten Jahr umgesetzte Verzicht auf Retrozessionen im Beratungsgeschäft ist eine logische Konsequenz dieser Entwicklung.



Wir haben keine eigenen Anlageprodukte und sind auch nicht an einen Drittanbieter gebunden. Wir ermöglichen damit eine unabhängige Beratung ohne Interessenkonflikte.

Die Weichen für die Zukunft wurden nicht nur strategisch gestellt, sondern auch im operativen Bereich. Mit Hanspeter Ackermann erhält die Bank einen neuen CEO. Was ist von ihm zu erwarten?

Der Verwaltungsrat freut sich sehr, mit Hanspeter Ackermann eine ideale Besetzung für diese zentrale Führungsfunktion gefunden zu haben. Herr Ackermann bringt mit seinem Wirtschaftsstudium, als diplomierter Wirtschaftsprüfer sowie als ausgewiesener Bankfachmann, der im In- und Ausland erfolgreich verschiedene Führungspositionen besetzt hat, die besten Voraussetzungen für den CEO-Job mit. Er wird auf den 1. März 2015 zu uns stossen. Darauf freuen wir uns.

Welche Herausforderungen kommen auf den neuen CEO zu?

Die Herausforderungen liegen vor allem in einem zunehmend schwierigeren Bankenumfeld. Dieses ist durch grossen Margendruck im Kreditgeschäft und immer strengere regulatorische Rahmenbedingungen geprägt. In diesem Umfeld gilt es für den CEO, unsere Bank erfolgreich auszurichten und zu führen, damit unsere Kundinnen und Kunden optimal betreut werden. Hanspeter Ackermann kennt aus seiner langjährigen Tätigkeit bei einer Schweizer Grossbank das Bankgeschäft in allen Bereichen, in denen unsere Bank tätig ist, bestens. Das war ein wichtiges Kriterium für seine Wahl und bietet die besten Voraussetzungen, dass die anstehenden Aufgaben erfolgreich gemeistert werden können.

Die Bank Coop wurde von der FINMA betreffend Stützkäufen bei den eigenen Aktien gerügt. Was ist Ihre Haltung zu dem Thema?

Selbstverständlich waren wir gar nicht erfreut über diesen Vorfall und entschuldigen uns dafür. Wichtig ist, dass wir auch hier unsere Lehren gezogen haben: Wir haben umfassend mit der FINMA kooperiert. Wir haben die Reglemente überarbeitet und die Mitarbeitenden durch Schulungen für die Thematik der Marktverhaltensregeln sensibilisiert. Die wichtigste Massnahme, die komplette Einstellung des Handels mit eigenen Aktien, erfolgte bereits 2013 und damit vor der FINMA-Untersuchung. Eine Wiederholung ist somit ausgeschlossen.



Ein strategischer Eckpfeiler der Bank Coop lautet «durch Werte steuern». Was bedeutet das?

Wir setzen auf eine Banksteuerung, die sich auf den Unternehmenswert und nicht nur auf den Gewinn ausrichtet, und gewichten damit die Risikoaspekte deutlich stärker. Neben dem Risiko wird auch der Kapitalbedarf im Bankgeschäft verstärkt berücksichtigt. Wir schaffen damit eine Unternehmenskultur, die nicht auf falschen Anreizen basiert.

Können Sie den Leserinnen und Lesern einen kurzen Ausblick auf das Jahr 2015 geben? Was wird die Bank Coop bewegen?

Durch die Eröffnung des Beratungscenters können sich unsere Kundenberatenden in allen Geschäftsstellen noch stärker auf die Beratung konzentrieren. Im 2. Quartal 2015 werden wir neue Produktpakete für die Privatkunden und die Firmenkunden im Bereich Zahlen und Sparen, also bei den Konti, den Kreditkarten, den Reisezahlungsmitteln und dem Zahlungsverkehr einführen. Mit unseren engagierten Mitarbeitenden arbeiten wir weiter an der Umsetzung unserer strategischen Eckpfeiler. Zudem werden wir die Zusammenarbeit im Konzern intensivieren, um noch besser vom gegenseitigen Know-how profitieren und die Effizienz weiter steigern zu können.





«Die Schweizer KMU haben es heute nicht leicht. Da braucht man einen Bankpartner, der einem verlässlich zur Seite steht. Mit passenden Angeboten und anständigen Gebühren.» José Di Felice und Daniele Crippa, Inhaber der La Peppina AG, Laupen



«Nachhaltigkeit ist heute überall ein Thema. Die Banken betrifft das genauso. Meine Bank Coop bietet zum Beispiel Geldanlagen an, die ökologisch sind und die Umwelt respektieren. Das finde ich gut.»
Paola Lavagetti Castiglioni, Privatkundin, Muzzano

Rückblick auf das Geschäftsjahr

Operativ erfreuliches Ergebnis - Jahresgewinn steigt auf 80,5 Mio. CHF

Die Bank Coop hat 2014 einen Bruttogewinn von 91,5 Mio. CHF erwirtschaftet. Dies entspricht einer Zunahme von 7,5 Mio. CHF oder von 8,9% gegenüber dem Vorjahr. Der operative Vergleich mit dem Vorjahr wird allerdings durch einen einmaligen Effekt beeinflusst. Die Bank hat 2013 einen Sonderbeitrag von 11,0 Mio. CHF an die Pensionskasse zur Schliessung der Deckungslücke und zur Finanzierung der Übergangsregelung vom Leistungsprimat zum Beitragsprimat geleistet. Bereinigt um diesen einmaligen nicht-operativen Aufwand hätte der Bruttogewinn 2013 95,1 Mio. CHF betragen, also 3,7% mehr als im Berichtsjahr.

Vor dem Hintergrund der Umsetzung der neuen Strategie und der damit verbundenen Auswirkungen auf die Erträge und Aufwendungen ist das Ergebnis 2014 operativ als gut zu werten. So blieb der Betriebsertrag mit 244,0 Mio. CHF stabil (Vorjahr: 244,3 Mio. CHF). Entscheidend dafür waren der trotz des anhaltenden Tiefzinsumfelds gesteigerte Zinserfolg von 160,4 Mio. CHF (+3,9 Mio. CHF) und einmalige Erträge aus der Beendigung der Vertriebskooperation mit Nationale Suisse im übrigen ordentlichen Erfolg von gesamthaft 6,4 Mio. CHF (+2,4 Mio. CHF). Damit konnten die niedrigeren Einnahmen aus dem Kommissionsgeschäft kompensiert werden. Der Erfolg aus dem Kommissionsgeschäft ist durch die Mitte 2014 erfolgte Umsetzung eines vollständig retrozessionsfreien Geschäftsmodells um 5,8 Mio. CHF auf 64,7 Mio. CHF gesunken. Die Geschäftsaufwendungen gingen insgesamt auf 152,5 Mio. CHF zurück (Vorjahr: 160,2 Mio. CHF). Leicht tieferen Personalkosten und dem Wegfall des einmaligen Sonderbeitrags an die Pensionskasse steht ein Anstieg der Sachkosten gegenüber. Der Jahresgewinn 2014 nach True and Fair View beläuft sich auf 80,5 Mio. CHF (Vorjahr nach Restatement: 61,0 Mio. CHF). Dieser Anstieg ist vor allem auf den Sonderbeitrag an die Pensionskasse im Vorjahr sowie ausserordentliche Erträge aus der Auflösung von Wertberichtigungen für Ausfallrisiken und aus dem Verkauf der Beteiligung an Nationale Suisse zurückzuführen.

Strengere Liquiditätsvorschriften führen zu höherer Bilanzsumme

Die Bilanzsumme der Bank Coop nahm im Berichtsjahr um 7,7% auf 16,2 Mia. CHF per 31.12.2014 zu. Bei einem annähernd gleichen Wachstum der Kundenausleihungen (+699,8 Mio. CHF) und der Kundengelder (+678,0 Mio. CHF) waren primär die neuen, ab 1. Januar

2015 geltenden, verschärften Liquiditätsvorschriften dafür verantwortlich. Die Bank Coop hat sich hierbei, ungeachtet der nach Basel III vorgesehenen vierjährigen Übergangsfrist, entschieden, von Anfang an eine Liquiditätsquote (LCR) von dauerhaft über 100% auszuweisen. Mangels Alternativen wurden beträchtliche Mittel auf dem Girokonto bei der Schweizerischen Nationalbank (SNB) parkiert. Der Bestand der flüssigen Mittel von 1,4 Mia. CHF hat sich dadurch im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt (Vorjahr: 0,78 Mia. CHF).

Konstanter Ausbau des Kreditgeschäfts - niedrigere Ausfallrisiken

Die Hypothekarforderungen der Bank Coop erhöhten sich um 5,0% auf 13,7 Mia. CHF per 31.12.2014 (Vorjahr: 13,0 Mia. CHF). Damit stellte die Bank Coop ihre starke Position bei der Finanzierung von Eigenheimen in der ganzen Schweiz erneut unter Beweis und profitierte von den nochmals gesteigerten Bauaktivitäten im Berichtsjahr. Ursächlich dafür war der private Wohnungsbau mit einer zusätzlichen Nachfrage nach Investitionen in Neubau- und Umbauprojekte aufgrund der attraktiven Hypothekarzinsätze und der wachsenden Bevölkerung. Die Bank Coop hielt unverändert an ihrer vorausschauenden Kreditpolitik fest und hat die seit vielen Jahren geltenden, strengen Kreditvergabeberichtlinien mit konservativen Belehnungsstandards und hohen Tragbarkeitsansprüchen weiterhin konsequent angewendet. Angesichts des kerngesunden Kreditportefeuilles konnten im Geschäftsjahr 2014 sogar Auflösungen bei den Wertberichtigungen für Ausfallrisiken vorgenommen werden. Zusammen mit den leicht höheren kommerziellen Krediten als Teil der Forderungen gegenüber Kunden von 46,6 Mio. CHF (+8,4%) konnten die Kundenausleihungen im Berichtsjahr insgesamt um fast 700 Mio. CHF (+5,2%) auf 14,3 Mia. CHF per 31.12.2014 gesteigert werden.

Beständige Investitionspolitik

Die Buchwerte der Bankgebäude, der anderen Liegenschaften, der übrigen Sachanlagen und der eingesetzten Softwareprodukte reduzierten sich bei Investitionen von netto 6,2 Mio. CHF und Abschreibungen auf Sachanlagen von 7,1 Mio. CHF um 0,9 Mio. CHF auf einen Bestand von 99,3 Mio. CHF per 31.12.2014 (Vorjahr: 100,2 Mio. CHF). Die hauptsächlichen Investitionen betrafen im vergangenen Geschäftsjahr das Upgrade der Office-Produkte sowie den damit verbundenen Austausch sämtlicher PCs der Mitarbeitenden, aber

auch die konsequente Weiterführung der Umbauten beim Geschäftsstellennetz.

Beträchtlicher Zufluss an Kundengeldern

Dank einem beträchtlichen Zufluss an Kundengeldern von 678,0 Mio. CHF auf 11,6 Mia. CHF am Jahresende (+6,2%) gelang es der Bank Coop, das starke Kreditwachstum zu refinanzieren. Die Verpflichtungen gegenüber Kunden in Spar- und Anlageform partizipierten daran mit 162,6 Mio. CHF (+1,9%) und die übrigen Verpflichtungen gegenüber Kunden mit 550,4 Mio. CHF (+24,1%). Während die Privatkundschaft angesichts der moderaten Verzinsung ihrer Mittel zu einem ausgeprägten Konsumverhalten tendierte, verfügten die KMUs und die institutionellen Kunden unverändert über beträchtliche Liquiditätsüberschüsse. So flossen der Bank Coop von diesen Kunden mittel- bis langfristige Festgelder im Gesamtumfang von 582,1 Mio. CHF zu, während die Sichteinlagen gleichzeitig um 31,7 Mio. CHF abnahmen. Innerhalb des Sparsortiments bevorzugte die Kundschaft unverändert das attraktiv verzinstes Sparkonto Plus. Auf dieses entfiel mit 88,3 Mio. CHF mehr als die Hälfte des Zuwachses. Schliesslich hat die Bank Coop zur Refinanzierung des Aktivgeschäfts und als Ersatz für eine fällige Obligationenanleihe aus Kostenüberlegungen vermehrt auf die Darlehen der Pfandbriefbank zurückgegriffen und dadurch den Zinsaufwand massgeblich reduziert. Zusammen mit den Anleihen und Pfandbriefdarlehen von 2,8 Mia. CHF (+236,7 Mio. CHF) verfügt die Bank Coop per 31.12.2014 über Publikumsgelder von 14,4 Mia. CHF (Vorjahr: 13,5 Mia. CHF). Der Refinanzierungsgrad beläuft sich damit aktuell auf 100,8% (Vorjahr: 99,3%).

Systemwechsel bei Wertberichtigungen

Die Bank Coop hat im Berichtsjahr ihre Wertberichtigungspraxis angepasst und verzichtet zukünftig auf die Führung von Pauschalwertberichtigungen. Damit orientiert sie sich an der heute gängigen Bilanzierungspraxis der Schweizer Banken. Den latenten Ausfallrisiken, die in einem Kreditportefeuille erfahrungsgemäss jeweils vorhanden sind, wird zukünftig durch die Bildung von angemessenen Einzelwertberichtigungen und von pauschalierten Einzelwertberichtigungen Rechnung getragen.

Die solide Risikovorsorge der Bank Coop verändert sich durch die Umgliederung der Pauschalwertberichtigungen in das Eigenkapital nicht. Ein grosser Vorteil des Systemwechsels besteht in der Flexibilität bei der

Verwendung im Bedarfsfall. Bisher waren die Pauschalwertberichtigungen an starre Vorgaben gebunden, während sie in den Reserven für allgemeine Bankrisiken als Teil des Eigenkapitals frei verwendbar sind.

Die vollständige Auflösung der Pauschalwertberichtigungen ist im Einzelabschluss nach True and Fair View mit einem Restatement der Vorjahreszahlen verbunden. Im Abschluss 2013 führte die Auflösung der Pauschalwertberichtigungen von insgesamt 110,3 Mio. CHF innerhalb der Wertberichtigungen und Rückstellungen zu einer höheren Gewinnreserve von 84,4 Mio. CHF. Der Rest teilt sich auf eine marginale Anpassung des Jahresgewinns 2013 von 1,2 Mio. CHF und auf eine Rückstellung für latente Steuern von 24,7 Mio. CHF auf. Die latenten Steuerforderungen ergeben sich daraus, dass die in den vergangenen Jahren gebildeten Pauschalwertberichtigungen bei ihrer Bildung nicht versteuert wurden, während die Bildung von Gewinnreserven als Bestandteil des Eigenkapitals zu versteuern ist. Im statutarischen Einzelabschluss dagegen werden die frei gewordenen Pauschalwertberichtigungen (110,3 Mio. CHF) im Geschäftsjahr 2014, nach Abzug des Steueraufwands (24,7 Mio. CHF), direkt den Reserven für allgemeine Bankrisiken (85,6 Mio. CHF) als Teil des Eigenkapitals zugewiesen.

Stärkung des Eigenkapitals

Nach Genehmigung der beantragten Gewinnverwendung durch die Generalversammlung übertreffen die ausgewiesenen eigenen Mittel der Bank Coop mit 1 079,4 Mio. CHF die Milliarden-Franken-Grenze (Vorjahr nach Restatement: 1 027,4 Mio. CHF). Die eigenen Mittel setzen sich aus dem Aktienkapital von unverändert 337,5 Mio. CHF, einer leicht höheren Kapitalreserve von 58,8 Mio. CHF (Vorjahr: 58,7 Mio. CHF) und einer zusätzlichen Gewinnreserve von 667,7 Mio. CHF (Vorjahr nach Restatement: 636,2 Mio. CHF) zusammen. Vom Eigenkapital wird der Bestand an eigenen Beteiligungstiteln von 35,6 Mio. CHF (Vorjahr: 36,4 Mio. CHF) abgezogen. Dank dem erfreulichen operativen Ergebniss einerseits sowie eines einmaligen Verkaufserlöses aus der Beteiligung an Nationale Suisse andererseits konnten im Geschäftsjahr 2014 die Eigenmittel um 52,0 Mio. CHF (Vorjahr nach Restatement: 35,2 Mio. CHF) erhöht werden.

Verwaltete Kundenvermögen verzeichnen deutlichen Anstieg

Die Bank Coop verwaltete per 31.12.2014 ein Kundenvermögen von 19,2 Mia. CHF (Vorjahr: 17,9 Mia. CHF). Die Zunahme um 7,6% gegenüber dem Vorjahr ist mehrheitlich auf den beträchtlichen Zufluss an Passivgeldern (+712,9 Mio. CHF) sowie die markant höheren Depotwerte (+606,5 Mio. CHF) zurückzuführen, wobei sich dort auch die positive Performance der Dividendenpapiere niedergeschlagen hat. Erfreulich präsentiert sich auch das Netto-Neugeld mit einem Zufluss von 1,2 Mia. CHF. Dieser Zufluss wurde mehrheitlich von Grosskunden geprägt.

Wachsendes Zinsengeschäft ermöglicht Ertragswachstum

Der Erfolg aus dem Zinsengeschäft übertraf mit 160,4 Mio. CHF das Vorjahresergebnis (Vorjahr: 156,5 Mio. CHF) um fast 4 Mio. CHF. Diese Steigerung ist auf eine Volumenausweitung bei gleichzeitig gehaltener Marge zurückzuführen. Die leicht höheren Hedgekosten – durch eine konsequente Absicherung der Bank Coop gegen das Risiko steigender Zinsen – konnten durch tiefere Zinsaufwendungen (-14,3%) kompensiert werden. Im anhaltenden Tiefzinsumfeld gelang es, die fälligen Pfandbriefdarlehen und die nicht erneuerte Obligationenanleihe günstiger zu refinanzieren. Deutlich rückläufig war der ebenfalls dem Zinsengeschäft zugerechnete Zins- und Dividendertrag aus Finanzanlagen (-4,0 Mio. CHF), da fällige, gut rentierende Obligationen nicht adäquat ersetzt werden konnten.

Neues Geschäftsmodell reduziert Kommissionserfolg

Der Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft reduzierte sich erwartungsgemäss auf 64,7 Mio. CHF (Vorjahr: 70,5 Mio. CHF). Dieser Rückgang um 8,2% hängt hauptsächlich mit dem neuen Geschäftsmodell als unabhängige Beraterbank zusammen: Seit dem 1. Juli 2014 leitet die Bank Coop ihren Kunden unaufgefordert die von Dritten erhaltenen Retrozessionen vollständig weiter, was sich in einem Anstieg des Kommissionsaufwands niederschlägt. Der Kommissionsertrag aus dem Wertschriften- und Anlagegeschäft konnte dank einer ausgeprägt kundenorientierten Beratung und zunehmenden transaktionsbezogenen Einnahmen in denjenigen Phasen mit einer freundlichen Stimmung an den Aktienmärkten gesteigert werden (+1,1 Mio. CHF). Der Kommissionsertrag aus dem übrigen Dienstleistungsgeschäft fiel durch mode-

rate Gebührenanpassungen für die Kundschaft annähernd auf dem Vorjahresniveau aus (-0,5 Mio. CHF).

Rückläufige Personalkosten, gestiegene Sachkosten

Zur Schliessung der Deckungslücke und zur Finanzierung der Übergangslösung hat die Bank Coop der Pensionskasse zulasten des Geschäftsjahres 2013 einen einmaligen Beitrag von 11,0 Mio. CHF überwiesen und diesen gemäss den Rechnungslegungsvorschriften via Personalaufwand verbucht. Damit ist der ausgewiesene Geschäftsaufwand von 152,5 Mio. CHF von 2014 nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar. Vielmehr müsste für 2013 – ohne Pensionskassen-Ausfinanzierung – von einem vergleichbaren Aufwand von 149,2 Mio. CHF ausgegangen werden. Damit ergibt sich im Geschäftsjahr 2014 eine leichte Erhöhung des Geschäftsaufwands von 3,3 Mio. CHF bzw. von 2,2%. Während sich die Personalkosten gegenüber dem Vorjahr im Zuge der Synergien im Konzern leicht reduzierten, erhöhte sich der Sachaufwand auf 81,3 Mio. CHF (Vorjahr: 76,3 Mio. CHF). Diese Mehrkosten hängen mit der Überprüfung der Strategie der Bank Coop und der Neupositionierung als unabhängige Beraterbank zusammen. Zudem präsentiert sich auch die Fülle der neuen gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften unverändert hoch, woraus sich weitere Kostensteigerungen für externe Beratungsleistungen ergaben.

Die weiterhin sehr tiefen Wertberichtigungen, Rückstellungen und Verluste von 0,2 Mio. CHF (Vorjahr nach Restatement: 3,1 Mio. CHF) sind Ausdruck eines kerngesunden Kreditportefeuilles der Bank Coop. So führten die tiefen Zinsbelastungen und die positiven Geschäftsabschlüsse unserer Kunden, aber auch der weitere Abbau von Risikopositionen 2014 zu einer Auflösung von Wertberichtigungen und Rückstellungen von insgesamt 9,0 Mio. CHF. Diese sind, zusammen mit dem Veräusserungserfolg aus dem Verkauf der Beteiligung an Nationale Suisse (6,9 Mio. CHF) sowie weiteren nicht mit dem operativen Geschäft zusammenhängenden kleineren Beträgen (0,3 Mio. CHF), im ausserordentlichen Ertrag von 16,2 Mio. CHF (Vorjahr: 1,8 Mio. CHF) verbucht. Der Jahresgewinn 2014 der Bank Coop betrug 80,5 Mio. CHF. Beim Vorjahresvergleich gilt es auch hier, den Sonderaufwand für die Pensionskasse zu berücksichtigen. Ohne diesen Einmaleffekt hätte der Jahresgewinn das Vorjahr nach Restatement um 11,8% übertroffen.

**Auf einen Blick:
Fünf Ereignisse, welche die Bank Coop im
Jahr 2014 besonders beschäftigt haben**

Der fehlerhafte Jahresendversand im Januar

Aufgrund eines Fehlers in der Parametrisierung einer neuen Kontoauszugsbeilage sowie ungenügender Kontrollen kommt es beim Jahresendversand der Bank Coop zu Fehlzustellungen an die Kunden. Die Bank leitet eine detaillierte Untersuchung ein. Diese wird im Juni abgeschlossen. Damit sich ein solcher Vorfall künftig nicht wiederholen kann, setzt die Bank Massnahmen im Bereich Risikomanagement, interne Kontrollabläufe und Regelung von Projektverantwortlichkeiten um. Als Entschuldigung und Zeichen der Wertschätzung initiiert sie für ihre Kunden eine Sommeraktion, die zu einer Entdeckungstour in der Schweiz einlädt.

Die Statutenanpassung infolge Minder-Initiative an der Generalversammlung im April

An der Generalversammlung der Bank Coop vom 28. April 2014 sind die im Zusammenhang mit der Minder-Initiative fällig gewordenen Statutenanpassungen als Hauptgeschäft traktandiert. Diese Statutenrevisionen, die auf Basis der vom Bundesrat verabschiedeten Verordnung gegen übermässige Vergütungen bei börsenkotierten Aktiengesellschaften notwendig sind, werden mit grosser Mehrheit angenommen. Mit der Einführung der elektronischen Teilnahme und Abstimmung wird die Bank Coop an der Generalversammlung 2015 die Umsetzung der Minder-Initiative abschliessen.

Der Verzicht auf Vertriebsentschädigungen und das Angebot neuer Leistungspakete seit Juli

Seit Juli vergütet die Bank Coop allfällige Vertriebsentschädigungen von Produkthanbietern, sogenannte Retrozessionen, ihren Kundinnen und Kunden zurück. Die Bank bevorzugt künftig retrozessionsfreie Produkte. Andernfalls erstattet sie die Retrozessionen unaufgefordert, transparent und vollumfänglich zurück. Die Bank vermeidet damit Interessenskonflikte und falsche Anreize in der Beratung. Die Bank Coop unterstreicht mit diesem vorausschauenden Schritt ihre Positionierung als unabhängige Beraterbank. Gleichzeitig lanciert sie neue Leistungspakete im Anlagegeschäft, die bei den Kunden grossen Anklang finden.

Die Rüge der FINMA betreffend die Stützkäufe der eigenen Aktien im Oktober

Die Bank Coop akzeptiert die Rüge der FINMA und gibt ihrem Bedauern für den Vorfall Ausdruck. Sie nimmt damit Kenntnis von der Verfügung der FINMA, die das Vorgehen der Bank im Zusammenhang mit dem Handel in eigenen Aktien zwischen Oktober 2009 und Mai 2013 kritisiert. Im Rahmen ihrer umfassenden Abklärungen stellt die FINMA jedoch keine strafrechtlich relevanten Sachverhalte fest. Ausserdem haben sich weder die Bank Coop noch Personen der Bank bereichert. Die FINMA attestiert der Bank Coop zudem, die notwendigen Massnahmen bereits aus eigener Initiative ergriffen zu haben. Den Handel mit eigenen Aktien hat die Bank bereits Mitte 2013 vollumfänglich eingestellt.

Die Ernennung des neuen CEO im Dezember

Andreas Waespi, seit Ende 2005 CEO der Bank Coop, entscheidet sich Mitte des Jahres, die Bank zu verlassen. Der Verwaltungsrat der Bank Coop ernennt die stellvertretende Vorsitzende und Leiterin des Geschäftsbereichs Vertrieb, Sandra Lienhart, zur Vorsitzenden der Geschäftsleitung ad interim. Zudem leitet der Verwaltungsrat umgehend die Suche für die CEO-Nachfolge ein. Im Dezember gibt die Bank Coop bekannt, dass Hanspeter Ackermann neuer Vorsitzender der Geschäftsleitung der Bank Coop wird. Mit Hanspeter Ackermann übernimmt ein hervorragend ausgebildeter und ausgewiesener Bankfachmann, der über verschiedene Führungserfahrungen im In- und Ausland verfügt, die operative Leitung. Er nimmt seine Arbeit per 1. März 2015 auf. Der Stabwechsel von Sandra Lienhart an ihn wird am Tag nach der Generalversammlung am 14. April 2015 erfolgen.



«Ich schätze es, mit meinem Kundenberater
Auge in Auge an einem Tisch zu sitzen.
Das ist durch kein Telefongespräch zu
ersetzen. Mein Berater bei der Bank Coop
kennt mich schon lange und ist mit
meinen Angelegenheiten vertraut.»
Heinz Müller, Finanzchef bei der
Pensionskasse Selmoni, Basel

Unsere Strategie ist unser Massstab

Überzeugend unabhängig

Die Bank Coop darf sich im Sinne der sich abzeichnenden Regulierung durch das Finanzdienstleistungsgesetz (FIDLEG) als unabhängiges Finanzinstitut bezeichnen. Die gesetzliche Vorgabe für die Verwendung dieser Bezeichnung sieht vor, dass die Bank in ihrem Anlagegeschäft unabhängig von Drittanbietern und deren Produkten ist und dem Kunden somit eine unabhängige Beratung auf der Grundlage einer breiten Auswahl an spezialisierten und überzeugenden Finanzprodukten bieten kann. Dies ist bei der Bank Coop gegeben. Als Beraterbank fokussiert sie auf die Schnittstelle zum Kunden (die Beratung) und somit auf eine klare Trennung von Tätigkeiten im direkten Kundenkontakt und im verarbeitenden Bereich.

Die Positionierung als unabhängige Beraterbank stellt ein Leistungsversprechen gegenüber den Kundinnen und Kunden dar, welches sich wie folgt äussert:

Standardisiertes Dienstleistungsangebot bei Eigenprodukten

Bankeigene Produkte werden zukünftig vermehrt als Paketlösungen für die einzelnen Kundensegmente angeboten. Entsprechend können Kundinnen und Kunden aus verschiedenen Produktpaketen auswählen. Sie erhalten damit ein für sie optimales und preislich faires Dienstleistungsangebot.



Fokus auf Kundenberatung

Kundinnen und Kunden werden entlang eines bedürfnisorientierten Beratungsprozesses betreut. Dabei wird auf die persönliche Beratung grossen Wert gelegt.



Nutzung verschiedener Vertriebskanäle

Die Kundinnen und Kunden können je nach Situation und Bedürfnis mit der Bank Coop über verschiedene Vertriebskanäle (Filiale, Telefon, E-Kanal) in Kontakt treten und Geschäftsabschlüsse tätigen. Dadurch werden die Kundinnen und Kunden mit einem hohen Mass an Beratungsqualität bedient.

Unabhängige Beratung

Bei Anlageprodukten geht die Bank Coop nach dem Best-in-Class-Prinzip vor. Das bedeutet, dass die besten Produkte angeboten werden, welche am Markt vorhanden sind. Bei der Vermittlung von Anlageprodukten bindet sich die Bank Coop nicht an Drittanbieter und bezieht von ihnen keine Zuwendungen (Retrozessionen).



«Meine Kinder sind noch klein und haben noch viel vor sich. Wir wünschen uns, dass es ihnen in der Zukunft gut geht. Auch finanziell. Bei der Bank Coop fühlen wir uns gut aufgehoben, weil man unsere Anliegen hier ernst nimmt und uns gut berät.»

Nadine Felix mit ihren Kindern,
Privatkundin, Weisslingen





Sandra Lienhart, Vorsitzende der Geschäftsleitung und Leiterin des Geschäftsbereichs Präsidial ad interim

Frau Lienhart, die Bank Coop verfolgt mit der Positionierung als unabhängige Beraterbank ein ambitioniertes Ziel. Wie kann dieses erreicht werden?

Dafür müssen wir uns von alten Mustern lösen. Der laufende Veränderungsprozess muss auch von den Mitarbeitenden in der Beratung getragen werden. Die Anforderungen an unsere Kundenberatenden werden steigen und diese müssen deshalb entsprechend ausgebildet sein. Im Anlagebereich wollen wir der Kundin oder dem Kunden das beste Produkt anbieten, das am Markt verfügbar ist. Die Beraterin oder der Berater muss diese Produkte kennen und verstehen.

Was bedeutet die Positionierung für die Mitarbeitenden konkret?

Ganz entscheidend ist, dass unsere Mitarbeitenden diese Veränderungen als Chance sehen und sich den neuen Anforderungen stellen. Viele Mitarbeitende arbeiten aktiv an der Umsetzung der Massnahmen mit, fühlen sich damit mit der Bank verbunden und sind motiviert, zum Erfolg der Bank beizutragen.



Wie profitieren die Kundinnen und Kunden von der Entwicklung?

Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben einen positiven Einfluss darauf, wie mit der Kundschaft umgegangen wird. Wertvolle Partnerschaften entstehen. Ausserdem können die Kunden aufgrund unserer Unabhängigkeit in der Beratung davon ausgehen, dass wir nie im Eigeninteresse handeln.

«Offenheit verbindet» lautet das Motto dieses Geschäftsberichts. Was heisst das konkret für Sie?

Mit der Positionierung als unabhängige Beraterbank beweisen wir, dass wir als Bank innovativ sind, mutig und offen neue Konzepte sowie Ideen entwickeln und umsetzen.

Effizienz durch Kooperation

Als Teil der neuen Strategie wurden auch klare Leitlinien entwickelt, wie im Konzern mit der BKB zusammen gearbeitet wird. Diese legen den Schwerpunkt auf das sogenannte «Lead-Banken-Prinzip», was auf die fachliche Führung mit Prozesshoheit durch eine der Banken abzielt. Hierdurch soll der maximale Wirkungsgrad in der Zusammenarbeit über alle Prozesse im Kundenkontakt und im Back Office erreicht werden.

Die Leitlinien umfassen folgende Aspekte:

Positionierung

Die BKB und die Bank Coop positionieren sich als unabhängige Beraterbanken mit eigenständigem Marktauftritt.

Synergien

Alle zweckmässigen Synergien zwischen der BKB und der Bank Coop werden geprüft. Wo sinnvoll, werden Prozesse und Abläufe zentral organisiert.

Umsetzung der Projekte im Konzern

Bei bedeutenden Projekten übernimmt jeweils diejenige Bank die Führung, welche in diesem Bereich bisher effizienter und effektiver agiert hat. Dadurch werden Doppelspurigkeiten im Konzern vermieden und beide Banken profitieren von den besten Kenntnissen, die in einem der beiden Institute vorhanden sind.

Dienstleistungsvereinbarungen

Als unabhängige Beraterbank muss die Bank Coop kundenbezogene Aufgaben und Back Office-Funktionen klar trennen. Neu vereinbarte Verträge definieren, welche Dienstleistungen zu welchen Bedingungen erbracht werden sollen (Service Level Agreements). Es wird dabei geprüft, welche Aufgaben respektive Dienstleistungen an Dritte übertragen werden sollen (Outsourcing).

Kooperation

Für Kooperationsmodelle mit Drittanbietern setzt die Bank Coop auf die beste Leistung und achtet auf die Unabhängigkeit ihres Angebots.

Risiken gewichten

Die Bank Coop orientiert sich zukünftig konsequent am Prinzip der wertorientierten Banksteuerung. Mit der neuen Strategie bekennt sie sich dazu, Risiko- und Compliance-Aspekte noch stärker zu gewichten. Das verstärkte Risikobewusstsein, d.h. die Risiken abzuschätzen und abzuwägen, glaubwürdig sowie konsequent umzusetzen, wird für die Mitarbeitenden von zentraler Bedeutung sein. Ebenso beinhaltet die wertorientierte Steuerung einerseits die Kalkulation des Economic Profit (ökonomischer Gewinn), andererseits werden die Steuerungs- und Anreizsysteme auf diesen Economic Profit ausgerichtet.

Beim Prinzip der wertorientierten Banksteuerung geht es darum:

- eine ausgewogene Rendite-Risiko-Optik zu erhalten, um den nachhaltigen Unternehmenswert zu steigern,
- die Entscheide des Managements bewusst zu steuern sowie die Rendite-Risiko-Situation permanent und systematisch zu erfassen und zu diskutieren,
- den Kapitalbedarf im Unternehmen zu berücksichtigen und die Kapitalverwendung effektiv zu steuern,
- ein internes Anreizsystem zu schaffen, das nachhaltigen Kriterien entspricht,
- die Ergebnisse objektiv, transparent und umfassend zu berechnen und
- die Unternehmens- und Entscheidungskultur positiv zu beeinflussen, um falsche Anreize zu vermeiden.

Den Steuerehrlichen gehört die Zukunft

Durch die zunehmende Regulierung im Finanzbereich kommt im Anlagegeschäft dem Thema Steuerkonformität eine zunehmende Bedeutung zu. Die Bank Coop unterstützt die Strategie für einen steuerlich konformen und wettbewerbsfähigen Finanzplatz und somit die Bestrebungen, den Zufluss sowie die Verwaltung un- versteuerter Vermögen in der Schweiz zu unterbinden. Die Bank Coop informiert auf ihrer Webseite unter www.bankcoop.ch/steuerkonformitaet über vereinfachte Offenlegungsmöglichkeiten für Schweizer Kundinnen und Kunden.



«Heute ist nachhaltiges Bauen gefragt. Man achtet viel mehr auf die Umwelt als früher. Deshalb schätzen wir sehr, dass sich die Bank Coop schon viele Jahre für das Thema Nachhaltigkeit engagiert.»

Markus Heeb und Felix Schranz, Inhaber von Heeb und Schranz Architekten und Innenarchitekten HFG, Basel

Massgeschneidert für Geschäftskunden

Für Firmenkunden, Handelskunden und institutionelle Kunden wie Pensionskassen stellt die Bank Coop spezialisierte Dienstleistungen zur Verfügung, welche auch komplexe Finanzierungen beinhalten.

Ein umfassender Service - vom Zahlungsverkehr über das Anlage- und Devisengeschäft bis hin zu Investitions-, Konsortial- und Immobilienfinanzierungen - ist garantiert.



Jürgen Hunscheidt, Leiter Gross- kunden

Welche Erfahrungen haben Sie gemacht, seit zu Beginn des Jahres 2014 die Bereiche Firmenkunden, Handelskunden und institutionelle Kunden zur Abteilung Grosskunden zusammengelegt wurden? Welche Vorteile ergeben sich für den Kunden?

Meine Erfahrungen sind durchwegs positiv. Wir wissen aus entsprechenden Rückmeldungen, dass unsere Kunden diese Ansicht teilen. Die Kunden erhalten von uns eine koordinierte Betreuung mit klar definierten Ansprechpartnern. Zudem dürfen sie von der Abteilung Grosskunden eine individuelle, auf sie abgestimmte, massgeschneiderte Lösung erwarten.

Wie unterscheiden sich die Bedürfnisse je nach der Unternehmensgrösse?

So unterschiedlich wie die Bedürfnisse der Kunden sind auch unsere

Dienstleistungen, da wir diese aufeinander abgestimmt haben. Die Kunden erwarten für sie passende Lösungen; wir können diese bieten. Unabhängig von der Grösse des Unternehmens stehen für uns aber Transparenz, Offenheit und Fairness im Mittelpunkt.

Wodurch unterscheidet sich die Bank Coop von anderen Banken?

Die Bank Coop zeichnet sich durch ihre Kundenorientierung und persönliche Servicequalität aus. Die Anforderungen an unsere Beratungs- und Problemlösungskompetenz sind hoch. Ein grundlegendes Verständnis des Kundensegments, der Marktgegebenheiten im KMU- und Firmensegment sowie der Bedürfnisse der Kunden ist unerlässlich. Der Kunde steht bei uns immer im Vordergrund.





«Ich habe bestimmte Vorstellungen, wie die Dinge zu sein haben. Ein ehrlicher, offener und respektvoller Umgang mit Menschen gehört dazu. Das sind Werte, die heute nicht mehr selbstverständlich sind. Deshalb schätze ich die Bank Coop. Sie lebt diese Werte und redet nicht nur davon.»

Pascal Brandt, Kommunikationsdirektor bei Bulgari, La Chaux-de-Fonds



«Obwohl die Finanzindustrie inzwischen auch für uns undurchsichtige Angebote führt, konnte unser Berater der Bank Coop unsere Fragen jeweils kompetent und verständlich beantworten. Unsere Entscheidungen wurden jeweils erfolgreich umgesetzt, weshalb das Vertrauen auch nach 13 Jahren noch erhalten bleibt.»

Elisabeth und Theophil Ernst-Meyer, Privatkunden, Horgen

Unsere Kundinnen und Kunden sind unsere Werte

Neu bei der Bank Coop und zufrieden

Mit der «Neukundenbefragung» wird gemessen, wie zufrieden neue Kundinnen und Kunden der Bank Coop sind. Rund sechs Monate nach Eröffnung der Geschäftsbeziehung werden sie jeweils persönlich angeschrieben. Ziel ist es, Erkenntnisse zur allgemeinen Zufriedenheit sowie zur Zufriedenheit mit verschiedenen Service-Bereichen zu gewinnen.

Der Fehlvorsand von Kontoauszügen Anfang des Jahres beeinflusste die Ergebnisse der durch die Bank Coop periodisch erhobenen Neukundenzufriedenheit. Viele Neukunden waren vom Fehlvorsand betroffen, weshalb die Werte der Gesamtzufriedenheit im Vorjahresvergleich ein tieferes, wenn auch weiterhin überdurchschnittlich hohes Niveau erreichten.

Mit Abstand am zufriedensten sind die Neukunden mit dem Servicebereich «Kundenberater». Die Kundenberatenden werden als freundlich, engagiert und fachlich kompetent bewertet und schaffen in den Augen der meisten Kundinnen und Kunden eine angenehme Gesprächsatmosphäre.

Als Hauptgrund für die Aufnahme einer Bankbeziehung mit der Bank Coop werden die guten Konditionen genannt.

Drei Leistungspakete zur Auswahl

Seit 1. Juli 2014 stehen den Kundinnen und Kunden der Bank Coop drei neue Leistungspakete im Anlagegeschäft zur Verfügung: Die Beratungsangebote «Classic» und «Premium» - mit jeweils unterschiedlichem Leistungsspektrum - sowie das «E-Depot» für Anlagekunden, die ihre Geschäfte selbstständig und ohne Beratung, d.h. via E-Banking, abwickeln möchten. Die neuen, massgeschneiderten Leistungspakete der Bank Coop richten sich nach der Vermögenssituation, dem Beratungsbedarf und dem jeweiligen Interesse der Kunden am Anlagegeschäft. Die Bank Coop setzte damit ihren Anspruch, individuellen Bedürfnissen gerecht zu werden, und ihren Kundinnen und Kunden eine unabhängige und transparente Beratung zu bieten, in die Tat um. Im zweiten Halbjahr 2014 haben bereits über 8 000 Kunden das «Premium»-Paket gewählt. Dies entspricht einem verwalteten Depotvolumen von 1,8 Mia. CHF und hat die Erwartungen der Bank Coop damit bei Weitem übertroffen.

Freie Produktwahl nach «Best in Class»

Als unabhängige Beraterbank bevorzugt die Bank Coop retrozessionsfreie Produkte, sofern diese am Markt verfügbar sind. Ansonsten erstattet die Bank Coop seit Juli 2014 ihren Beratungskunden die Retrozessionen unaufgefordert, transparent und vollumfänglich zurück. Die Produktauswahl erfolgt neu auch im Fondsbereich unabhängig von einzelnen Drittanbietern und deren Produkten nach dem «Best in Class»-Ansatz. Nach von der Bank Coop definierten Kriterien werden jeweils aus den rund 7 000 in der Schweiz zugelassenen Anlagefonds die besten Produkte für die verschiedenen Anlagesegmente und -strategien herausgesucht. Damit werden Interessenkonflikte und falsche Anreize bei der Selektion bzw. der Beratung vermieden. Die Bank Coop ist mit ihrem retrozessionsfreien Geschäftsmodell eine der ersten Banken in der Schweiz, die diesen Schritt freiwillig und im Interesse ihrer Kundinnen und Kunden gemacht hat.



Thomas Reiser, Leiter Produktmanagement Anlegen



Was bedeutet retrozessionsfrei?

Retrozessionen sind Zahlungen, die Banken von Drittanbietern für den Vertrieb von Anlageprodukten erhalten. Die Vermögensverwaltungsmandate wurden bereits im Sommer 2013 angepasst und sind seither retrozessionsfrei. Seit 1. Juli 2014 verzichtet die Bank Coop auch im Beratungs- und im Abwicklungsgeschäft freiwillig auf Retrozessionen. Sofern in der gewünschten Anlageklasse verfügbar, bieten wir unseren Kunden retrozessionsfreie Anlagefonds an. Unsere Kunden profitieren damit von den reduzierten Verwaltungskosten dieser Fonds. Ansonsten erstatten wir allfällige Retrozessionen unaufgefordert zurück.

Welchen Mehrwert hat der Kunde gegenüber dem bisherigen Angebot?

Mit unserem neuen Angebot tragen wir dem Wunsch nach unabhängiger Beratung Rechnung – dies je nach Dienstleistungspaket mit unterschiedlich intensiver Betreuung. Unabhängig heisst, dass wir bei den Anlagefonds aus der gesamten Palette der rund 7 000 in der Schweiz zugelassenen Fonds je nach Anlagekategorie die Besten mittels standardisierter Kriterien auswählen. Eigene Produkte haben wir keine. Indem die Beratung unabhängig vom Produkt respektive Anbieter immer gleich viel kostet, vermeiden wir falsche Anreize. Und nicht zuletzt bieten wir mit dem Portfoliomonitoring eine neue Dienstleistung an.

Was ist unter Portfoliomonitoring zu verstehen?

Wir sind überzeugt, dass sich über die Zeit nur dann ein guter Wertzuwachs erreichen lässt, wenn die Anlagen aktiv bewirtschaftet und dem Umfeld angepasst auf die verschiedenen Anlageklassen verteilt werden (sogenannte Asset Allocation). Gleichzeitig gehört dazu, dass man die Risiken der Anlagen kennt und sie aktiv überwacht. Genau hier setzt das Portfoliomonitoring an. Es wird regelmässig überprüft, ob die aktuelle Zusammensetzung des Portfolios der vereinbarten Anlagestrategie der Kundin respektive des Kunden entspricht. Bei Abweichungen wird der Kunde automatisch informiert. Ähnlich funktioniert dies bei der Überwachung der Klumpenrisiken. Zudem erhält der Kunde eine Mitteilung bei Verkaufsempfehlungen, Ratingänderungen und weiteren Kapitalereignissen. Die konkreten Anlage- und Handlungsempfehlungen werden dann in einem persönlichen Gespräch aufgezeigt.

Was bedeutet der Entscheid der Bank, auf Retrozessionen zu verzichten, für Sie persönlich respektive was hat es mit Offenheit zu tun?

Mit dem unabhängigen Beratungsmodell zeigt man sich offen – nämlich offen für das beste Angebot am Markt, wer auch immer dieses bietet. Damit zeigen wir auch, dass die Aussage, dass die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden bei uns im Mittelpunkt stehen, nicht einfach nur ein Lippenbekenntnis ist.



Kampagne «Unabhängige Beratung»

Per 1. Juli 2014 hat die Bank Coop die Retrozessionsfreiheit und ihr «Best in Class»-Auswahlverfahren bei Fonds eingeführt und setzt damit auf Offenheit und Transparenz gegenüber ihren Kundinnen und Kunden. Verdeutlicht wurde dieser Anspruch mit einer prominent in Szene gesetzten Werbekampagne, die trans-

parenter nicht hätte sein können. Alle Werbemittel waren transparent gestaltet: von den Plakaten über die Tram- und Busaushänge bis zu den Zeitungsanzeigen. Die Kampagne verschaffte der Bank und ihrem Entscheid grosse Aufmerksamkeit.



«Mir ist sicheres Geld wichtig. Ich will meinen Ruhestand genießen und mir keine Sorgen machen müssen. Deshalb habe ich mich für die Bank Coop entschieden. Sie passt gut auf mein Geld auf - so wie ich auf meinen Enkel.»

**Vreni Pfluger-Rohrbach mit ihrem Enkel,
Privatkundin, Einigen**

«In der heutigen Zeit ist vieles unsicherer und komplizierter geworden. Deshalb ist es mir besonders wichtig, dass ich mich wenigstens auf meine Bank verlassen kann. Mit der Bank Coop habe ich eine gute Wahl getroffen.»

Riccardo Gutersohn, Privatkunde, Caslano





«In der Vergangenheit war es doch so, dass die Banken einfach die Anlagen empfohlen haben, mit denen sie an meisten verdienten. Ich finde es lobenswert, dass die Bank Coop von nun an freiwillig auf diese Prämien fremder Anbieter verzichtet.»

Christian Berger, Privatkunde, Fällanden

«Mit Familie und Haus haben wir Verpflichtungen. Mit der Bank Coop starten wir in die Zukunft mit Sicherheit und ohne Experimente.»

Franziska Patzen mit ihren Kindern, Privatkundin, Zürich



Geschäftsstelle Schaffhausen: modern, hell und offen

Die Bank Coop hat 2014 weiter in die Erneuerung ihrer Geschäftsstellen investiert. Die Geschäftsstelle Schaffhausen befindet sich in einem Altstadthaus aus dem 14. Jahrhundert. Nach rund sechsmonatigen Umbauarbeiten kann das Team in Schaffhausen seit 14. März 2014 seine Kunden am modernisierten, hellen Standort an der Vordergasse 54 begrüßen. Die räumliche Ausgestaltung erfolgte nach dem aktuellen Corporate Design der Bank Coop und nach den neuesten Ergonomiestandards, die bereits in 17 Geschäftsstellen umgesetzt wurden.

Da das Corporate Design auf einem «modularen Ansatz» basiert, gibt es in einer Geschäftsstelle verschiedene Zonen, welche die Erfüllung von Kunden- oder Mitarbeiterbedürfnissen unterstützen. Dieser Ansatz ist auch Teil des neuen Geschäftsstellenkonzepts, das zurzeit ausgearbeitet wird.

Andreas Keller, Projektleiter des Umbaus in Schaffhausen und Architekt in der Abteilung Immobilien & Sicherheit



Was war bei der Modernisierung der Geschäftsstelle Schaffhausen im historischen Gebäude besonders herausfordernd?

In Schaffhausen wurden wir mit einem bautechnisch anspruchsvollen Umbauprojekt inmitten der stark belebten, attraktiven Altstadtzone konfrontiert. Es galt, aus den niedrigen, dunklen Räumen helle und freundliche Räume für Kunden und Mitarbeitende zu schaffen. Immer in Zusammenarbeit mit der Denkmalpflege und unter laufendem Betrieb unserer verschiedentlich genutzten Liegenschaft.



Welche Ergonomiestandards wurden bei diesem Projekt umgesetzt?

Mitarbeitende der Finanzbranche sitzen zu viel. In Schaffhausen sind jetzt alle Arbeitsplätze mit Sitz/Steh-Arbeitstischen ausgerüstet. Mit den verschiedensten Elementen wie beispielsweise der Akustikdecke schaffen wir in den Bereichen Raumakustik, Raumbeleuchtung oder der Raumklimatisierung optimale Arbeitsbedingungen.

Was gefällt Ihnen persönlich am besten in der Geschäftsstelle?

Es ist uns gelungen, unser modernes Corporate Design mit der alten Bausubstanz zu verbinden. An unserer Geschäftsstelle in Schaffhausen gefällt mir diese Kombination Alt/Neu speziell. Die aufwendig eingebaute Gebäudetechnik ist unauffällig und bietet einen hohen Komfort. Ich bin überzeugt, dass sich unsere Kundschaft und das Team der Geschäftsstelle Schaffhausen in diesen Räumen, die jetzt auch offener sind, sehr wohlfühlen.



Die Räume wirken hell und offen, was in alten Liegenschaften oft nicht gegeben ist. Wie wurde das bautechnisch erreicht?

Wir haben das Gebäude im Bankbereich bis auf die rohe Tragkonstruktion zurückgebaut. Wo nötig ersetzt robustes Glas andere Baustoffe und schafft Offenheit. Die Nutzer gewöhnen sich schnell an die neue Situation und können sich kaum mehr vorstellen, wie es früher war.





Neues Geschäftsstellenkonzept in Solothurn

Im Dezember 2014 wurde die Geschäftsstelle Solothurn nach grossem Umbau neu eröffnet. Das neue Erscheinungsbild und das Zonenkonzept der Bank Coop wurden erstmalig umgesetzt. Mit der neuen Gestaltung der Kundenhalle und des Servicebereichs wird die Strategie der Bank für die Kundschaft erlebbar.

Ganz nach dem Motto dieses Jahresberichts «Offenheit verbindet» werden die Kunden eingeladen, in einer offenen Atmosphäre ihre Bankgeschäfte abzuwickeln. Sämtliche Elemente in der Kundenhalle sind mobil. Fixe Kassenschalter gibt es bei diesem Geschäftsstellentyp nicht mehr. Ziel des neuen Konzepts ist es, die Kontaktaufnahme zwischen den Kundinnen und Kunden sowie den Kundenberatenden zu vereinfachen. Damit wird die Basis für mehr Beratung geschaffen. Die Beratung kann in der lockeren Atmosphäre der Lounge-Zone oder diskret in den Besprechungsräumen stattfinden.

Daniel Wälti, Leiter Geschäfts- stelle Solothurn

Welches Ziel wird mit dem neuen Geschäftsstellenkonzept verfolgt?

Dank dem neuen Geschäftsstellenkonzept verfügen wir über noch mehr Zeit für unsere Kernkompetenz: die individuelle und unabhängige Beratung unserer Kundschaft. Standardtransaktionen wie Ein- und Auszahlungen tätigen die Kundinnen und Kunden beinahe selbstverständlich in Eigenregie an unseren beiden Automaten. Wo nötig, unterstützen wir sie bei der Erledigung ihrer Bankgeschäfte. Die dadurch frei werdende Zeit setzen wir dann wiederum in der Kundenberatung ein. So profitieren unsere Kundinnen und Kunden letztlich von mehr Beratung.



Welche Vorteile hat das neue Konzept für die Kundschaft? Wie waren die ersten Reaktionen in der Geschäftsstelle?

Die ersten Reaktionen unserer Kundinnen und Kunden sind durchwegs positiv. Besonders geschätzt werden die hellen und modernen Räumlichkeiten, welche zu einer angenehmen und positiven Gesprächsatmosphäre beitragen. Durch den Wegfall des Bankschalters wird die Kundin oder der Kunde bereits beim Betreten der Bank von einer qualifizierten Mitarbeiterin oder einem qualifizierten Mitarbeiter empfangen.

Werden jetzt auch andere Geschäftsstellen angepasst?

Ja. Die Erkenntnisse dieses neuartigen Konzeptes sollen als Grundlage für die anstehenden Anpassungen weiterer Geschäftsstellen dienen.

Die Kundinnen und Kunden in Solothurn konnten die neue Offenheit bereits erleben. Was bewirken offene Räume?

Offene Räume bewirken Transparenz. Wo Transparenz herrscht, kann Vertrauen entstehen. Dafür stehen ich und mein ganzes Team jeden Tag ein.



«Als Vermögensverwalter lebe ich vom Vertrauen, das mir meine Klienten entgegenbringen. Deshalb weiss ich, wie wichtig dieser Wert ist und wie man sich Vertrauen erarbeiten muss. Die Bank Coop geniesst mein Vertrauen – weil sie mir ihre Seriosität und Zuverlässigkeit bewiesen hat.»

Bertrand Brunner, Generaldirektor der GMBP
Vermögensverwaltung, Basel



Peter Hirsig, Projektleiter und Leiter Beratungszentrum

Wann startet das Beratungszentrum?

In einer ersten Phase erfolgt der operative Start für die Region Nordwestschweiz. Ziel ist es, die Umsetzung für die Gesamtbank bis Ende 2015 weitestgehend abgeschlossen zu haben.

Beratungszentrum

2014 wurde der Ausbau des Call Centers zu einem Beratungszentrum vorangetrieben. Der für 2015 geplante Start garantiert Privatkundinnen und -kunden einen schnellen und kompetenten Service ohne Zeitverlust. Im Beratungszentrum werden telefonische und elektronische Anfragen behandelt, und dies auch ausserhalb der normalen Öffnungszeiten. Als integrierter Bestandteil der Vertriebsorganisation der Bank Coop kommt diesem Vertriebskanal eine zentrale Bedeutung zu.

Was können die Kundinnen und Kunden vom Beratungszentrum erwarten? Welche Dienstleistungen werden geboten?

Zu Beginn können sich die Kundinnen und Kunden in den Bereichen Zahlen, Sparen und Vorsorge telefonisch beraten lassen und auch Käufe einzelner Produkte abschliessen. Zudem werden Supportleistungen für das E-Banking und das Mobile Banking erbracht sowie Termine vereinbart. Im Laufe der nächsten zwei Jahre sollen der E-Kanal weiter ausgebaut und erste Online-Produkte angeboten werden können.

Kann der Kunde trotzdem eine persönliche Beratung in seiner Geschäftsstelle in Anspruch nehmen?

Natürlich ist eine persönliche Beratung in seiner Geschäftsstelle weiterhin möglich. Das Beratungszentrum ist eine optimale Ergänzung zu den Geschäftsstellen – vor allem durch die ausgedehnten Öffnungszeiten. Unsere Kundenberaterinnen und -berater in den Geschäftsstellen nehmen sich selbstverständlich weiterhin gerne Zeit, auf die individuellen Bedürfnisse einzugehen.

Zielgruppenorientiertes Angebot **50plus - Träume verwirklichen**

Die Bank Coop bietet ihren Kundinnen und Kunden ab 50 eine spezielle Beratungsdienstleistung an, die spezifische Fragen zu Themen wie Steueroptimierung, Vorsorgeplanung, optimalem Vermögensaufbau für die Zeit nach der Pensionierung und Nachlassregelung beantwortet. Auch der Wunsch einer Frühpensionierung erfordert eine rechtzeitige Planung. Die Finanzplanungsspezialistinnen und -spezialisten der Bank Coop analysieren die persönliche Situation der Kundin oder des Kunden und visualisieren individuelle Lösungen.

eva - das Programm für die Frau

Das eva-Programm richtet sich speziell an die Kundinnen der Bank Coop, und das seit 2001. eva bietet Finanzberatung aus Frauensicht. Frauen haben oft andere berufliche und familiäre Lebensperspektiven und Bedürfnisse als Männer - und das beeinflusst auch ihr Verhältnis zu Geldangelegenheiten.

Die Bank Coop berät individuell und verfolgt das Ziel, gemeinsam mit ihren Kundinnen Lösungen zu erarbeiten, die auf die persönliche Situation und Lebensphase der Kundinnen abgestimmt sind. eva stützt sich auf drei Eckpfeiler: Beratung, Veranstaltungen und Publikationen. Mit dem eva-Programm bietet die Bank Coop ihren Kundinnen ein Netzwerk aus Verbänden und Unternehmen, um sich auszutauschen und zu informieren. Informationen zu den nächsten Events finden sich im Internet unter www.bankcoop.ch/eva.

KMU-Paket - neue Produkte und Pricing

Das KMU-Paket umfasst Basisdienstleistungen für die täglichen Bankgeschäfte. Im Gegensatz zur Einzelnutzung dieser Dienstleistungen gewährt die Bank Coop ihren Kunden mit dem KMU-Paket einen Paketbonus. Die optionalen Paketeleistungen können den Kundenbedürfnissen entsprechend gewählt werden.

Das Paketangebot der Bank Coop wird zurzeit weiter ausgebaut. Die neuen Pakete sollen 2015 eingeführt werden.

Dominik Frutig, Leiter Produkt- management

Wieso hat sich die Bank Coop entschieden, eine Banking-App anzubieten?

Der Trend zur Mobilität und gleichzeitig zur dauernden Verfügbarkeit von Informationen ist ungebrochen und durchdringt alle demografischen Schichten. Der Kunde sieht es als selbstverständlich an, dass er die Möglichkeit hat, überall seinen Kontostand zu kontrollieren, eine Börsentransaktion abzuwickeln oder eine E-Rechnung freizugeben. Ausserdem bietet die Bank Coop-App weitere Funktionalitäten, wie zum Beispiel das Einscannen von physischen Einzahlungsscheinen. Dadurch wird das Zahlen von Rechnungen nochmals bequemer und effizienter.



Mobile Banking mit Bank Coop E-Kanal

Seit 2013 hat die Bank Coop den E-Kanal für Smartphones und Tablets geöffnet. Die App der Bank Coop besteht einerseits aus einem öffentlichen Bereich, den die Kundin oder der Kunde auch dann aufrufen kann, wenn sie oder er noch keinen E-Banking-Vertrag mit der Bank Coop hat, und andererseits aus einem geschützten Bereich. Das Mobile Banking ermöglicht den Kundinnen und Kunden, sich über ihre Finanzen auf dem Smartphone oder Tablet zu informieren. Ebenfalls können z.B. Zahlungen erfasst werden.

Setzt die Bank Coop nun vollständig auf den elektronischen Kanal?

Hauptpfeiler einer kundennahen Beratung wird auch in Zukunft der persönliche Kontakt zwischen den Kunden und ihren Beratern sein. Dieses persönliche Beratungsgespräch wird aber durch die Kommunikation und den Kontakt über verschiedene Kanäle ergänzt und unterstützt.

Wie geht es im Bereich der elektronischen Kanäle weiter?

Die Bank Coop arbeitet im Rahmen ihrer strategischen Positionierung als unabhängige Beraterbank auch an der kontinuierlichen Optimierung des E-Kanals. Ziel ist es, den elektronischen Kanal dahingehend auszubauen, dass der Kunde je nach Bedürfnis auf diejenige Art und Weise mit der Bank in Kontakt treten kann, die ihm am meisten dient. Dabei sollen die Kunden auch fließend zwischen den Kanälen wechseln können. Zum Beispiel soll es dem Kunden in Zukunft möglich sein, im Internet Informationen über ein Produkt einzuholen und sich ein erstes Bild zu verschaffen. Interessiert

Diese Dienstleistung ist sehr beliebt. Viele Kunden schätzen die App, um flexibel mit der Bank Coop in Kontakt zu stehen und Bankgeschäfte unabhängig von Ort und Zeit abzuwickeln.

er sich konkret, wird er direkt über Internet einen Termin vereinbaren können. Die Terminbestätigung erhält er auf sein Smartphone. Auf Basis der vom Kunden erfassten Informationen im Internet erstellt der Berater einen Vorschlag, welcher gemeinsam bei der Bank oder beim Kunden, zum Beispiel mittels Videotelefonie, besprochen wird. Im Anschluss stellt der Kundenberater die definitive Offerte zur Überprüfung ins E-Banking des Kunden. Mittels Mobile Banking schliesst der Kunde am nächsten Tag auf dem Weg zur Arbeit das Geschäft ab. So könnte ein Geschäft in naher Zukunft abgewickelt werden.





Sommeraktion lädt zur Entdeckungstour

Mit dem Ziel, das Vertrauen nach dem Fehlversand beim Jahresende 2013 zu stärken und den Kundinnen und Kunden Wertschätzung zu vermitteln, hat die Bank Coop ihrer Kundschaft im Sommer die Möglichkeit geboten, für nur zehn Franken einen von 50 000 SBB RailAway Freizeitgutscheinen zu beziehen und damit einen Tagesausflug zu unternehmen.



«Offen gesagt, meine ganze Familie ist bei der Bank Coop. Wenn man so will, ist es fast schon Tradition bei uns. Wir sind bei der Bank Coop immer super beraten worden und es gibt für uns überhaupt keinen Grund, etwas zu ändern. Für uns war und ist auch die Persönlichkeit unseres Beraters sehr wichtig und massgebend.»

Cornelia Thoma, Coach Berufsbildung, Bilten

«Entscheidend für eine gute Bankbeziehung ist für mich der persönliche Kontakt zu meinem Kundenberater. Deshalb bin ich bei der Bank Coop richtig. Mein Kundenberater nimmt sich Zeit für mich und ich fühle mich hier ernst genommen.»

**Olivier F. Ziegler, Inhaber der
Ziegler Teppich + Boden AG, Solothurn**

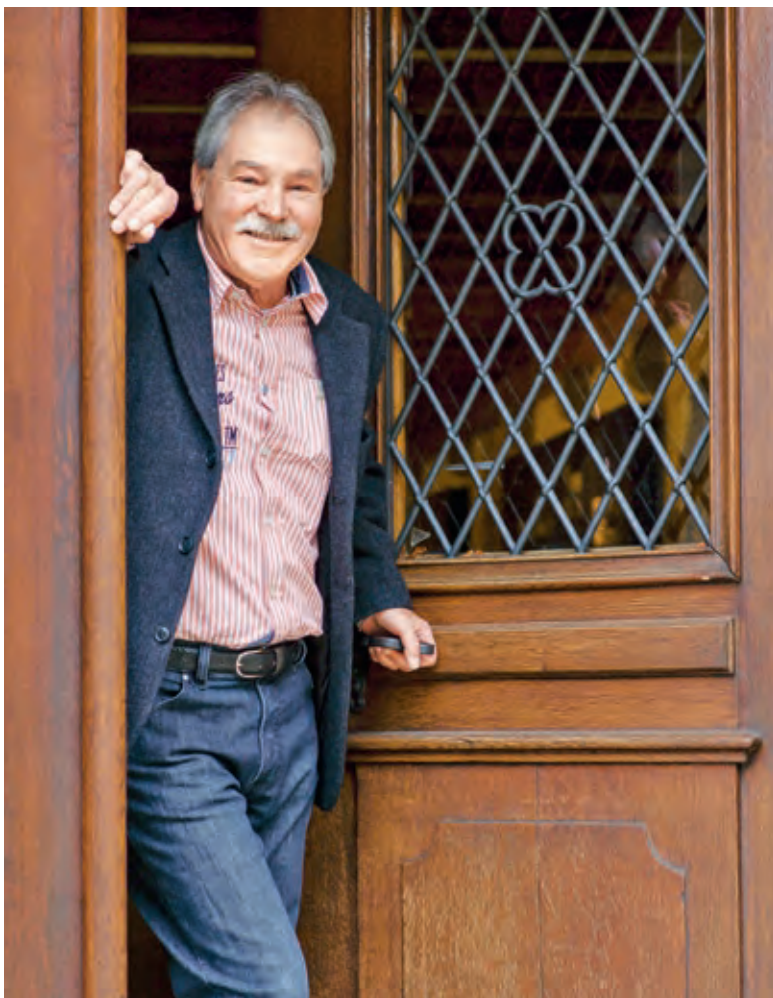


«In unserer Bankenlandschaft kenne ich nur ein Institut, das diese sogenannten Retrozessionen nicht behält, sondern an die Kunden abgibt. Das ist die Bank Coop. Mir ist das sehr sympathisch.»

**Martin P. Abrahamse, Garten- und Landschafts-
architekt BSLA, Muttenz**

«Ich bin im Ruhestand und finde es enorm, wie schnell sich die Dinge heute verändern und wie komplex alles geworden ist. Da bin ich froh, dass ich bei der Bank Coop gut aufgehoben bin. Die Mitarbeiter dort erklären mir alles so, dass ich es verstehe.»

Willy Vögeli, Ruheständler, ehemals zuständig für einen technischen Bereich bei TV Suisse romande (heute Radio Télévision Suisse), Lausanne



«Die Bank Coop ist immer am Ball, wenn es um guten Service und zuverlässige Beratung geht. Sie sorgt dafür, dass ich nichts aufs Spiel setze.»
Werner Könitzer, «alt Regierungsstatthalter» und Präsident des Fussballclubs FC Biel

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unsere Stärke

Attraktiven Arbeitsbedingungen verpflichtet

Zentral ist für die Bank Coop eine fortschrittliche und sozial verantwortliche Personalpolitik. Unter dem Begriff «Diversity» bekennt sie sich zu einem vorurteilsfreien Arbeitsumfeld. Im Zentrum stehen die Gleichbehandlung aller Mitarbeitenden, die Chancengleichheit und die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Teilzeitarbeit für Führungskräfte

Teilzeitarbeit ist bei der Bank Coop auf allen hierarchischen Ebenen grundsätzlich möglich. Mehrheitlich wird diese Möglichkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ohne Führungsverantwortung genutzt.

Telearbeit

Die Bank bietet unter bestimmten Voraussetzungen und nach Rücksprache mit der vorgesetzten Stelle die Arbeitsform Telearbeit an. Die Bank fördert damit die bessere Vereinbarkeit der beruflichen Anforderungen mit den privaten Bedürfnissen und leistet somit einen Beitrag zur Work-Life-Balance ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Mutterschaftsurlaub

Die Bank gewährt einen Mutterschaftsurlaub, der über die gesetzlich vorgeschriebene Frist von 14 Wochen hinausgeht.

Vaterschaftsurlaub

Bei der Geburt eines Kindes erhalten die Väter mehr als den üblichen Einzeltag frei. Sie können bezahlten und/oder unbezahlten Vaterschaftsurlaub beziehen.

Unbezahlter Urlaub

Auf Antrag können Mitarbeitende unbezahlten Urlaub beziehen, wenn dieser mit der vorgesetzten Stelle abgesprochen ist und die betriebliche Situation dies erlaubt.



«Dive



rsity»

Kostenbeteiligung an Weiterbildung

Wer sich beruflich weiterbildet, wird auf Antrag unterstützt, sofern ein betriebliches Interesse besteht. Das Unternehmen beteiligt sich an den Ausbildungskosten und/oder gibt Zeit für die Ausbildung. Frauen und Männer sind hinsichtlich der Teilnahme an Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen gleichberechtigt. Die individuellen familiären Verpflichtungen werden bei der Auswahl der Veranstaltungen berücksichtigt.

Flexibles Rentenalter

Der Altersrücktritt ist ab dem vollendeten 58. Lebensjahr möglich und kann auch flexibel gestaltet werden.

Drei Sparpläne zur Auswahl

2013 wurde die Pensionskasse so gestaltet, dass der Mitarbeitende seit 1. Januar 2014 im Rentenplan zwischen drei individuellen Sparplänen wählen kann.

Childcare, Homecare, Eldercare

Die Unternehmung Familienservice bietet im Auftrag des Konzerns BKB den Mitarbeitenden sowie ihren Angehörigen kostenlose Informationen, Beratungen und Vermittlungsdienstleistungen in der ganzen Schweiz zu folgenden Themen:

- Familienergänzende Kinderbetreuung am Wohn- oder Arbeitsort
- Finanzplanung in der Familie
- Mutterschaft, Vaterschaft, Familie
- Erziehung und Schule
- Eldercare (Unterstützung für betagte Familienangehörige)
- Homecare (Reinigungshilfe, Haustierbetreuung)

www.familienservice.ch

Peter Staub, HR Development Konzern BKB

Die Bank Coop bietet ihren Mitarbeitern einen besonderen Vaterschaftsurlaub an. Wie viele freie Tage können sie beziehen?

Frisch gebackene Väter können bei der Bank Coop zehn bezahlte freie Tage beziehen. Darüber hinaus haben sie die Möglichkeit, ihren Vaterschaftsurlaub von zwei Wochen zusätzlich um weitere vier Wochen unbezahlten Urlaub zu verlängern. So werden Eltern in der oft anspruchsvollen «Startphase» als Familie unterstützt.

Sie profitieren selber von der Möglichkeit der Teilzeitarbeit. Was bedeutet das für Sie?

Ja, ich arbeite aktuell mit einem Teilzeitpensum von 70%. Anders als bei jungen Vätern liegt mein Motiv für die Teilzeitarbeit beim Ausüben einer ergänzenden freiberuflichen Tätigkeit. Ich schätze die sich durch diese Möglichkeit ergebenden Freiräume sehr und nutze die erhaltene Flexibilität, um mit meinen beiden jungen erwachsenen Töchtern spontan gemeinsam etwas zu unternehmen oder einfach zusammenzukommen.

Was sind die konkreten Vorteile der Telearbeit?

Die Telearbeit fördert die Vereinbarkeit von beruflichen Anforderungen und privaten Bedürfnissen. Die Vorteile sind sehr vielfältig und individuell. Eltern können familiäre Betreuungsaufgaben unkompliziert wahrnehmen, z.B. wenn die Kinder für Mittagsbetreuung nach Hause kommen. Mitarbeitende mit langen Arbeitswegen können beispielsweise

durch fokussiertes Arbeiten an einzelnen Tagen zu Hause von täglichen Reisesträpazen entlastet werden. Telearbeit trägt zudem zur Reduktion der an ihre Grenzen stossenden Mobilität und zum Schutz der natürlichen Ressourcen bei. Dennoch – Telearbeit eignet sich nicht für alle Arbeitsprofile, muss gut geplant und auf die betrieblichen Bedürfnisse abgestimmt sein. Und sie setzt eine gute Vertrauensbasis voraus. Massvoll angewendet, überwiegen aus meiner Sicht die Vorteile der Telearbeit, da sowohl Mitarbeitende als auch das Unternehmen von einer besseren Work-Life-Balance und einer höheren Motivation profitieren.



Warum ist die Bank Coop beim Thema Diversity so offen und engagiert?

Diversity anerkennt die Vielfalt von Mitarbeitenden mit unterschiedlichem Hintergrund, sei es das Alter, die Herkunft, der Glaube, die sexuelle Orientierung usw. Erst diese offene und vorurteilsfreie Haltung ermöglicht, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in welchem Mitarbeitende ihre Unterschiedlichkeit konstruktiv nutzen und ihr volles Leistungspotenzial entfalten können.

Intern zertifizierte Beraterqualität

Bestrebungen der FINMA, die Beratungsqualität der in der Schweiz tätigen Banken stärker zu normieren sowie die Arbeit der Schweizerischen Bankiervereinigung an einem verbindlichen Zertifizierungsrahmen für die Mitgliedbanken waren die Auslöser: Die Bank Coop hat eine interne Zertifizierung ins Leben gerufen.

Damit werden gleichzeitig weitere strategische Ziele verfolgt:

- Der ganzheitliche Beratungsansatz wird konsequent gelebt.
- Die Beratung durch die Bank Coop erfolgt in der gewünschten einheitlichen Qualität.
- Regulatorische Anforderungen sind jederzeit erfüllt.

2014 haben über 80 Mitarbeitende mit Kundenkontakt den internen Zertifizierungsprozess absolviert. Insgesamt werden bis 2016 in vier Wellen über 300 Kundenberatende in die Zertifizierung aufgenommen. Künftig werden auch neu eintretende Mitarbeitende mit Kundenkontakt diesen Prozess durchlaufen. Die Bank übernimmt im Rahmen der Zertifizierung die Verantwortung, ihre Qualifizierungs- und Anreizsysteme auf die geforderten Kompetenzen auszurichten.

Chancengleichheit mit klaren Zielen

Seit dem Jahr 2001 bekennt sich die Bank Coop zur Gleichbehandlung und hat sie in ihrer Strategie verankert. Folgende Massnahmen setzt die Bank Coop um, um diesem Prinzip Rechnung zu tragen:

- In den strategischen Zielen ist der Anteil von Frauen im Kader und in der Direktion klar definiert.
- Der Anteil wird jährlich erhoben und im Jahresbericht offengelegt.
- Frauen haben ein Anrecht auf 16 Wochen Mutterschaftsurlaub.
- Männern wird nach der Geburt eines Kindes, mit dem sie im gleichen Haushalt wohnen, zwei Wochen bezahlter und vier Wochen unbezahlter Vaterschaftsurlaub gewährt.
- Mitarbeitende können ein Sabbatical beziehen.
- Die Bank Coop unterstützt Teilzeitarbeitsmodelle und Telearbeit auf allen Stufen.
- Stellen werden unabhängig von Geschlecht anhand von Qualifikation und Erfahrung besetzt.

Weiterbildungen und Nachwuchsförderung

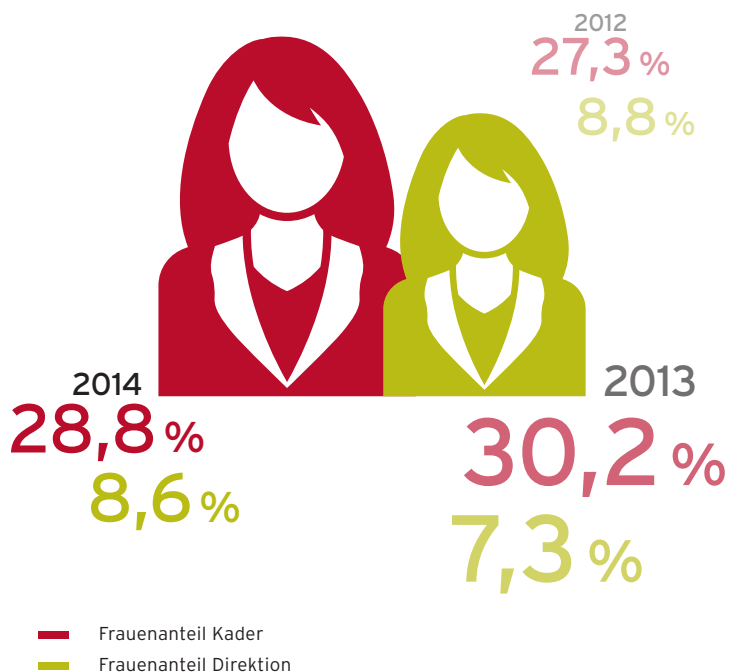
Aus- und Weiterbildungswünsche der Bank Coop Mitarbeitenden werden mit einem umfangreichen internen Kursangebot und durch Beteiligung an externen Lehrgängen sowohl finanziell als auch zeitlich in grossem Umfang unterstützt.

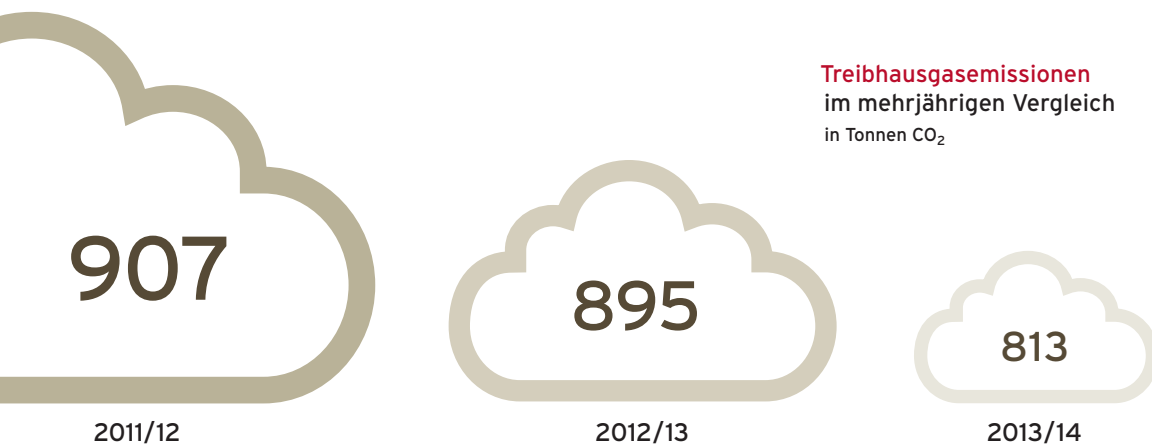
Berufsnachwuchs

Die Bank Coop bildet jährlich Lernende, Praktikanten und Trainees aus, die sie nach erfolgreichem Ausbildungsabschluss zu einem grossen Teil innerhalb des Konzerns weiterbeschäftigt. Nachwuchs aus eigenen Reihen zu haben, ist für die Bank von grosser Bedeutung.

Frauenanteile des Kaders / der Direktion

in Prozenten %





Unsere Nachhaltigkeit ist unsere Verantwortung

Nachhaltigkeit ist für die Bank Coop über das rein Wirtschaftliche hinaus ein wesentlicher Faktor ihres Geschäfts und ist in ihrer strategischen Ausrichtung verankert. Nachhaltiges Handeln orientiert sich an einer langfristigen Perspektive. Die Bank Coop hat auch im vergangenen Geschäftsjahr ihr Nachhaltigkeitsengagement weiterentwickelt. Sie überprüft und hinterfragt dafür regelmässig ihr Handeln, passt die relevanten Handlungsfelder der laufenden Entwicklung an oder richtet sie neu aus. Die externen Ratingagenturen würdigen dies durch gute Beurteilungen und belegen damit, dass die Bank in den vergangenen Jahren bezüglich der Wahrnehmung der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung Fortschritte erzielt hat. Auf dem Erreichten baut die Bank Coop auf und will durch adäquates nachhaltiges Handeln weiterhin zu einer zukunftsfähigen Schweiz beitragen.

Klima schützen und Ressourcen schonen

Der schonende Umgang mit den Ressourcen und der Beitrag zum Klimaschutz sind zentrale Ziele des betrieblichen Umweltmanagements. Vor dem Hintergrund dieser Zielsetzung setzt die Bank Coop konsequent auf erneuerbare Energien und ergreift Massnahmen, um die Energieeffizienz im Bankbetrieb zu erhöhen.

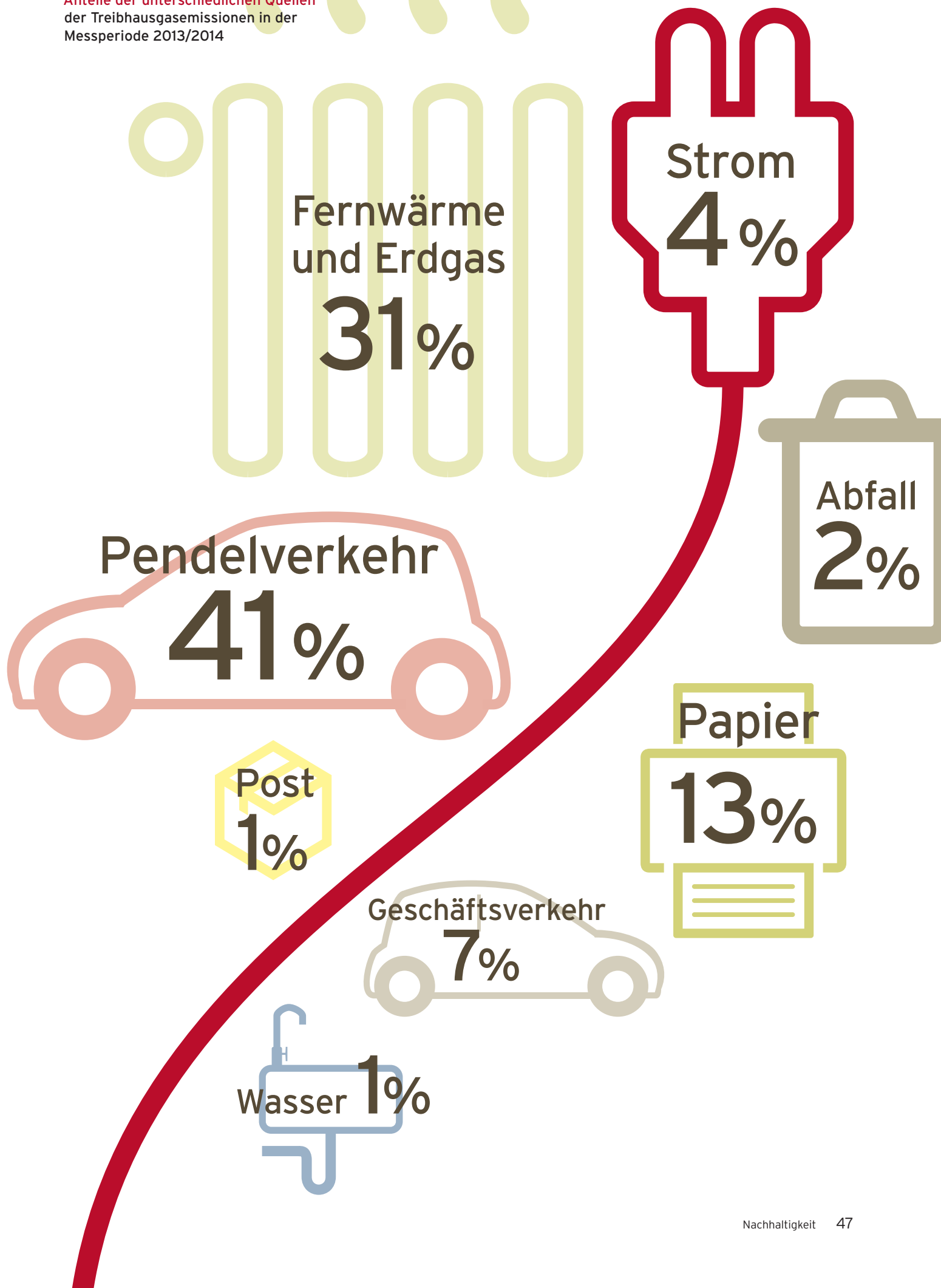
Indem verschiedene Entscheide im Gebäudebereich umgesetzt und die Mitarbeitenden für einen sorgsamen Umgang mit Energie weiter sensibilisiert wurden, konnte der Energiebedarf über die vergangenen Jahre stabil gehalten werden. Darüber hinaus nutzt die Bank ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Sie setzt damit ein Zeichen für eine nachhaltige Energieversorgung in der Schweiz.

Bereits zum vierten Mal in Folge hat die Bank Coop 2014 das Swiss Climate CO₂ Label erhalten. Dieses Label wird an Unternehmen vergeben, die eine vollständige Treibhausgasbilanz nach den Vorgaben der ISO-Norm 14064 und dem Greenhouse Gas Protocol erstellen und sich verpflichten, anhand konkreter Aktivitäten ihre Emissionen zu senken. Die externe Prüfung der Treibhausgasbilanz der Bank Coop führt die SQS (Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme) durch.

Die Treibhausgasbilanz der Bank Coop weist für den Bankbetrieb einen Ausstoss von 813 Tonnen CO₂-Äquivalenten aus. Dies entspricht den durchschnittlichen jährlichen Treibhausgasemissionen von rund 65 Personen in der Schweiz. Die grössten Anteile der Emissionen der Bank Coop stammen aus dem Pendelverkehr der Mitarbeitenden (41%) sowie aus der Beheizung der Gebäude (31%). Über die vergangenen Jahre konnten die Treibhausgasemissionen markant gesenkt werden. Im Rahmen der Energie- und Klimastrategie werden weiterhin Massnahmen umgesetzt, die zum Schutz des Klimas beitragen.

Der sparsame Umgang mit Papier und der Einsatz von Recyclingpapier sind ebenfalls wichtige Massnahmen im Rahmen des betrieblichen Umweltmanagements. Der Papierbedarf für die Korrespondenz und für Drucksachen konnte über die letzten Jahre kontinuierlich gesenkt werden. Gleichzeitig wurde der Anteil an Recyclingpapier am Gesamtpapierbedarf auf 98 Prozent erhöht.

Darüber hinaus wird das attraktive E-Banking-Angebot laufend ausgebaut. Durch die Möglichkeit, Bankbedürfnisse auf elektronischem Weg abzuwickeln und die Bankdokumente papierlos abzuspeichern, ermöglicht die Bank ihren Kundinnen und Kunden ihrerseits, den Papierverbrauch zu senken und zur Schonung der Ressourcen beizutragen.



«Ethik, Moral und Werte sind in unserer Gesellschaft wichtig für unser Zusammenleben. Banken eingeschlossen. Für mich kommt nur eine Bank infrage, die solche Grundsätze auch lebt – so wie die Bank Coop.»

Francis-Michel Meyrat, Präsident von l'ARMOUP
(Association des maîtres d'ouvrage d'utilité publique)
und Vizepräsident von Coopératives d'habitation Suisse,
Rossemaison

12



Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen **Von einer Nachhaltigkeitshypothek profitieren**

Der Klimawandel und steigende Energiekosten erfordern, dass die Wohneigentümer umdenken. Die Bank Coop unterstützt klimafreundliches Bauen und Renovieren. Über die Nachhaltigkeitshypothek können Vorhaben in folgenden Bereichen finanziert werden: Minergie, Gebäudeenergieausweis der Kantone (GEAK), energieeinsparende Renovationen und erneuerbare Energien. Mit einer Nachhaltigkeitshypothek profitieren Kundinnen und Kunden von einer attraktiven Zinsvergünstigung.

Nachhaltige Anlagefonds sorgfältig geprüft

Sämtliche Fonds der nachhaltigen Fondspalette der Bank Coop werden vom Nachhaltigkeitsbeirat mithilfe eines differenzierten Prüfverfahrens untersucht. Nur diejenigen Fonds respektive Fondsgesellschaften, die den Kriterien wie Transparenz und Unabhängigkeit, aber auch den hohen Qualitätsstandards der Nachhaltigkeitsanalyse gerecht werden, erhalten das bank-eigene Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert». Die Bank hat zudem Ausschlusskriterien definiert. Fonds, die in Rüstung, Tabak oder Atomkraft investieren, erhalten das Prädikat nicht. Untersucht wird ebenfalls der Umgang der Fondsgesellschaften mit kontroversen Investitionsthemen, wie z.B. fossile Brennstoffe oder die Pharmaindustrie.

Die Ergebnisse der Beurteilung veröffentlicht die Bank Coop in einem Nachhaltigkeitsprofil für den jeweiligen Fonds im Internet. Das in der Schweiz einzigartige Nachhaltigkeitsprofil schafft für die Kundinnen und Kunden der Bank Coop grösstmögliche Transparenz darüber, ob die anerkannten Standards und Ausschlusskriterien eingehalten werden und wie die Fondsgesellschaft mit Investitionen in kontroverse Anlagen wie beispielsweise Nahrungsmittelindustrie, Bergbau und Rohstoffe oder Energie umgeht.

Gesamtes Anlageuniversum an nachhaltigen Anlagefonds

Prüfung

- Risikoprofil, Risikostruktur und Performance
- Geografische, ökologische, ethische und soziale Ausrichtung
- Kompatibilität mit der Strategie der Bank Coop

Qualitativ hochstehende nachhaltige Anlagefonds

Prüfung Fondsgesellschaften mit Hinblick auf

Einhaltung der Ausschlusskriterien

Selbstdeklaration: Eurosif-Transparenzleitlinien und Arista-Standard

Einhaltung internationaler Standards

Umgang mit kontroversen Investitionsthemen nach Best-Practice-Kriterien

Entscheid Beirat
Nachhaltigkeit zur
Aufnahme
in:

Nachhaltige Fondspalette Bank Coop

Susanne Assfalg, Fachspezialistin Nachhaltigkeit

Was zeichnet das Prüfverfahren für nachhaltige Fonds der Bank Coop aus?

Nicht jeder nachhaltige Anlagefonds, der auf dem Markt angeboten wird, erfüllt die Erwartungen der Kundinnen und Kunden hinsichtlich deren ethischer Ansprüche. Wir überprüfen deshalb bei den einzelnen Fonds alle wesentlichen Aspekte hinsichtlich ihrer ökologischen, ethischen und sozialen Ausrichtung. Insbesondere kontrollieren wir, wie Fondsgesellschaften mit Anlage-themen umgehen, die zwar nicht grundsätzlich ausgeschlossen sind, jedoch hinsichtlich der Nachhaltigkeit problematisch sein können. Dieser Aspekt der Beurteilung ist bei der Bank Coop speziell: Investiert ein Fonds beispielsweise in die Landwirtschaft, verlangen wir Auskunft darüber, ob Best-Practice-Kriterien hinsichtlich der Einhaltung von Tierschutzstandards, des Schutzes der Artenvielfalt und der Arbeitsrechte eingehalten werden.

Welcher Mehrwert ergibt sich für die Kundinnen und Kunden aus diesem Verfahren?

Unsere Kundschaft kann davon ausgehen, dass die von uns definierten Ausschlusskriterien sowie die Richtlinien und Standards eingehalten werden und dass die Unabhängigkeit des Researchprozesses gegeben ist. Sodann veröffentlichen wir die Prüfergebnisse in einem Nachhaltigkeitsprofil. Unsere Kunden können bei jedem von der Bank Coop mit dem Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichneten Fonds nachschauen, wie die gesellschaftliche oder die ökologische Verantwortung bei der Umsetzung berücksichtigt wird.



Stossen nachhaltige Anlagemöglichkeiten bei den Anlegerinnen und Anlegern auf Interesse?

Der Markt für nachhaltige Anlageformen ist in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen. So sind gemäss Marktbericht nachhaltige Geldanlagen in der Schweiz rund 60 Mia. CHF in nachhaltigen Mandaten, Investmentfonds oder strukturierten Produkten angelegt. Auch bei uns ist das Volumen der nachhaltigen Mandate seit 2011 stetig angestiegen. Der Anteil dieser Mandate am Gesamtbestand betrug im Jahr 2014 24,1%. Nach einem leichten Rückgang in den letzten Jahren ist ebenfalls das Volumen der nachhaltigen Fonds um 23 Mio. CHF gewachsen, der Anteil am Gesamtfondsbestand liegt bei 9,3%. Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass Investments, die ethische, soziale und ökologische Aspekte berücksichtigen und die Erzielung einer angemessenen finanziellen Rendite anstreben, über einen längeren Zeitraum betrachtet auf eine beständig steigende Nachfrage stossen.

Ratings und Auszeichnungen

Status «Prime» für die Bank Coop

Im Nachhaltigkeitsrating von oekom research (eine der weltweit führenden Ratingagenturen im nachhaltigen Anlagesegment) wurde die Bank Coop wiederum mit dem Status «Prime» ausgezeichnet. Das Corporate Rating von oekom research umfasst rund 100 branchenspezifische Kriterien zur Corporate Governance, zum gesellschaftlichen Engagement sowie zur Ökoeffizienz und zum Umweltmanagement. Unternehmen, die zu den führenden ihrer Branche gehören («Best in Class»), verleiht oekom research den Status «Prime».

Swiss Climate Label in Silber

Bereits zum vierten Mal erlangte die Bank Coop das Swiss Climate Label in Silber. Das Label wird an Unternehmen vergeben, die sich verpflichten, eine vollständige Treibhausgasbilanz zu erstellen und ihre Emissionen zu senken. Das Label beinhaltet eine externe Prüfung der Treibhausgasbilanz durch die SQS (Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme) und verpflichtet, anhand von konkreten Massnahmen die betrieblichen Emissionen zu senken.

Carbon Disclosure Project (CDP)

Das CDP ist der weltweit grösste Zusammenschluss institutioneller Investoren und befragt regelmässig börsennotierte Unternehmen der ganzen Welt zu ihrer Strategie bezüglich Klimawandel. Die Bank Coop erreichte 2014 einen Score von 78 Punkten (von max. 100 zu erreichenden Punkten). Das CDP erhebt weltweit bei über 5 000 Unternehmen Daten und Informationen über deren Treibhausgasemissionen, Energieverbrauch sowie zu deren Reduktionszielen und -strategien. Investoren, politische Entscheidungsträger, Wissenschaftler und die Medien nutzen die CDP-Daten, um sich über klimarelevante Daten und Strategien von Unternehmen zu informieren.

Mitgliedschaften

Öbu, Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften

Die Mitglieder der Öbu setzen sich für die Weiterentwicklung der Schweizer Wirtschaft nach den Grundsätzen der Nachhaltigkeit ein. Die Bank Coop ist langjähriges Mitglied der Öbu.

Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW)

Die Bank Coop engagiert sich als Mitglied der Gruppe Banken in der EnAW und hat 2014 eine neue Zielvereinbarung unterschrieben. Die EnAW setzt sich für die Reduktion von CO₂-Emissionen und die Erhöhung der Energieeffizienz unter Ausschöpfung wirtschaftlich rentabler Massnahmen ein.

Klimaplattform der Wirtschaft Bern

In Bern ist die Bank Coop Mitglied der Klimaplattform der Wirtschaft. Gemeinsam mit der Stadt Bern setzen sich die mehr als 50 Partnerunternehmen aus verschiedenen Branchen für den Klimaschutz ein.

Engagiert für die Gesellschaft

Die Bank Coop nimmt ihre gesellschaftliche und soziale Verantwortung wahr und engagiert sich dabei auch finanziell. Sie unterstreicht damit ihre Ausrichtung als faire Bank. Als Sponsorin sowie mit Spenden fördert die Bank Coop in der ganzen Schweiz Organisationen und Initiativen, die sich für soziale, kulturelle oder ökologische Anliegen engagieren.

Mit dabei bei «Gemeinsam gegen Brustkrebs»

Der Oktober ist weltweit dem Thema Brustkrebs gewidmet. Seit über 100 Jahren engagiert sich die Krebsliga Schweiz im Kampf gegen diese Krankheit. Seit sieben Jahren ist die Bank Coop Hausbank und Partnerin der Krebsliga. Mit einer finanziellen Zuwendung trägt die Bank Coop dazu bei, dass die Krebsliga ihre wichtigen Ziele weiterverfolgen kann.

Wie in den letzten Jahren hat sich die Bank Coop im Oktober 2014 zwei Wochen lang an der Aktion «Gemeinsam gegen Brustkrebs» der Krebsliga Schweiz beteiligt. Die Mitarbeitenden trugen rosa Ansteckschleifen. Damit bekundeten sie ihre Solidarität im Kampf gegen Brustkrebs. Die Kundinnen und Kunden wurden mit verschiedenen Massnahmen wie Kontoauszugsbeilage, Infoblätter oder Informationen im Internet oder an den Bancomaten auf das Thema und die Kampagne aufmerksam gemacht.

Mehr Weihnachten für drei Organisationen

In der Weihnachtszeit unterstützt die Bank Coop seit zehn Jahren jeweils drei gemeinnützige Organisationen, die sich für soziale oder ökologische Anliegen einsetzen, mit einer Spende. Im Jahr 2014 begünstigte die Bank Organisationen in der Schweiz, für die sich Mitarbeitende der Bank Coop privat engagieren. Die Weihnachtsspende 2014 ging an die Stiftung Kinderhilfe Sternschnuppe, an den Verein Arche Zürich sowie an die Schweizerische Pfadistiftung. Die Organisationen erhielten von der Bank Coop je eine Spende von 10 000 CHF. Mit einer Beilage zu den Kontoauszügen, in der die Mitarbeitenden die Organisationen vorstellen, wurden die Kundinnen und Kunden Anfang Dezember eingeladen, die Spende der Bank Coop zu vergrössern.

Nachhaltig berichtet

Über den Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung gibt unsere Nachhaltigkeitsberichterstattung im Internet ausführlich Auskunft unter:
www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit

Zusätzlich publiziert die Bank Coop 2014 erneut einen lesefreundlichen Kurzbericht zur Nachhaltigkeit, der anhand von ausgewählten Beispielen unser Engagement darlegt.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Bank Coop orientiert sich am weltweit führenden Standard zur Berichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI, G3 Guidelines, Anwendungsstufe A+).

«Wir sind noch von der alten Schule. Wenn wir bei jemandem im Wort stehen, dann halten wir es auch. Von einer Bank erwarten wir dasselbe. Auf die Bank Coop können wir uns verlassen. Das zählt für uns.»

Marcel und Brigitte Boillat, Privatkunden, Aesch



Unsere Führungsgremien

Zusammensetzung des Verwaltungsrats per 31.12.2014



Dr. Ralph Lewin, Präsident

Schweizer Bürger, geb. 21.5.1953;
Dr. rer. pol.; im Verwaltungsrat
seit 25.3.2010; Präsident seit
25.3.2010



Dr. Irene Kaufmann, Vizepräsidentin

Schweizer Bürgerin, geb. 10.9.1955;
Dr. oec. publ.; im Verwaltungsrat
seit 20.4.2001; Vizepräsidentin
seit 18.4.2005



Jan Goepfert

Schweizer Bürger, geb. 3.11.1958;
lic. iur. und lic. phil.;
im Verwaltungsrat seit 15.4.2013



Christine Keller

Schweizer Bürgerin, geb.
6.10.1959; lic. iur.;
im Verwaltungsrat seit 18.4.2005



Hans Peter Kunz

Schweizer Bürger, geb. 8.4.1952;
Bankkaufmann;
im Verwaltungsrat seit 18.4.2005



Markus Lehmann

Schweizer Bürger, geb. 27.5.1955;
Eidg. dipl. Versicherungsfachmann;
im Verwaltungsrat seit 18.4.2005



Martin Tanner

Schweizer Bürger, geb. 15.10.1967;
Eidg. dipl. Betriebswirtschaftler HF;
im Verwaltungsrat seit 15.4.2013



Dr. Andreas Sturm

Schweizer Bürger, geb. 30.1.1964;
Dr. rer. pol. lic. oec. HSG;
im Verwaltungsrat seit 28.4.2014

Verwaltungsratsausschuss

Dr. Ralph Lewin, Vorsitz
Hans Peter Kunz
Jan Goepfert

Konzern Audit Committee

Jan Goepfert, Vorsitz
Karoline Sutter Okomba
Christine Keller
Michel Rusterholtz

Mitglieder des Vergütungs- und Nominationsausschusses

Dr. Ralph Lewin, Vorsitz
Dr. Irene Kaufmann
Dr. Andreas Sturm

Detaillierte Angaben zu Ausbildung und beruflichem Hintergrund sind dem Finanzbericht 2014 zu entnehmen.
Der Finanzbericht inkl. Vergütungsbericht ist unter www.bankcoop.ch unter dem Menüpunkt «Bank Coop/Investor Relations» abrufbar.
Angaben zu Karoline Sutter Okomba und Michel Rusterholtz sind dem Finanzbericht 2014 der Basler Kantonalbank zu entnehmen.

Zusammensetzung der Geschäftsleitung per 31.12.2014



Sandra Lienhart, Vorsitzende der Geschäftsleitung und Leiterin Präsidialbereich ad interim

Schweizer Bürgerin, geb. 26.5.1966; kaufmännische Angestellte; in der Geschäftsleitung seit 1.7.2004

Yves Grütter, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Kredite & Services

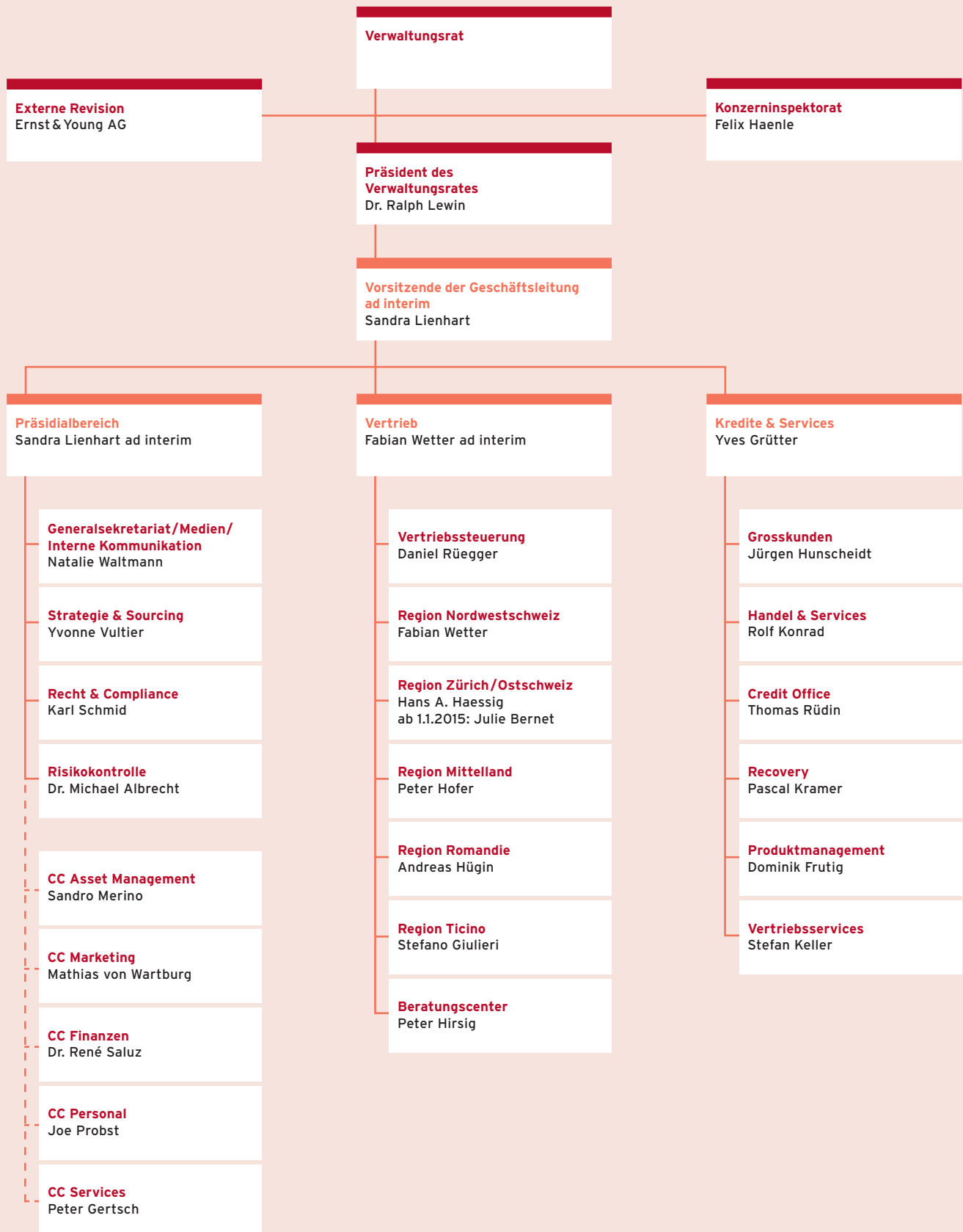
Schweizer Bürger, geb. 23.10.1960; Matura Typus C; in der Geschäftsleitung seit 1.10.2010

Fabian Wetter, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter Vertrieb ad interim

Schweizer Bürger, geb. 3.2.1962; Dipl. Betriebsökonom FH; in der Geschäftsleitung a.i. seit 6.8.2014

Detaillierte Angaben zu Ausbildung und beruflichem Hintergrund sind dem Finanzbericht 2014 zu entnehmen.
Der Finanzbericht inkl. Vergütungsbericht ist unter www.bankcoop.ch unter dem Menüpunkt «Bank Coop/Investor Relations» abrufbar.

Organigramm per 31.12.2014



Direktion

Ernennungen zu Mitgliedern der Direktion während des Jahres 2014

Julie Bernet
Frank Bottini
Peter Feuz
Kurt Gasser
Patrick Heinemann
Peter Hirsig
Rudolf Hofstetter

Mitglieder der Direktion (Stand 31.12.2014)

a) Geschäftsbereich Präsidial

Dr. Michael Albrecht
Stephan Berglas
Doris Carnot
Karl Schmid
Yvonne Vultier
Natalie Waltmann

b) Geschäftsbereich Vertrieb

Hauptsitz

Peter Hirsig
Henriette Hofmann

Regionen

Fabio Battaglioni
Julie Bernet
Reto Blum
Stephan Bosshard
Frank Bottini
Stefan Briggen
Daniel Burlon
Paolo Buzzi di Marco
Mauro Camozzi
Leandro Cicolecthia
Eric Dreyfuss
Gaspar Fente
Peter Feuz
Stefano Giulieri
Olivier Gloor
Jörg Guggisberg
Hans A. Haessig
Roland Hauri
Patrick Heinemann
Peter Hofer
Rudolf Hofstetter
Meinrad Hueber
Andreas Huegin
Peter-Andreas Hurni

Thierry Jaquier
Urs Jergen
Bruno Jordi
Gregor Kälin
Horst Kämpfen
Heinz Kuhn
Reto Kühnis
Elmar Kuster
Jacqueline Küttel-Morgenthaler
Marcus Lohse
François Martenet
Christian Mayor
Christian Mossu
Peter Nardo
Helmut Pergher
Barbara Pichler
Hubert Renggli
René Rogalla
Max Rüegg
Ralph Rüegg
Daniel Rüegger
Dr. Claudia Ruf Bopp
Peter Schmid
Roger Schmidhauser
Salvatore Sortino
Jürgen Staab
Pierre-André Stoudmann
Achim Strohmeier
Claude Taurian
Jürg Umhang
Luigi Urbani
Urs Vondrasek
Josef Walser
Daniel Wälti
Fabian Wetter
Hansueli Züllig
Thomas Zumofen

c) Geschäftsbereich Kredite & Services

Dominik Frutig
Kurt Gasser
Thomas Grüdl
Rolf Hänggi
Andreas Hinck
Jürgen Hunscheidt
Stefan Keller
Rolf Konrad
Pascal Kramer
Thomas Rüdin
Daniel Scheidegger
Markus Weiland
Niklaus Wegmann





«Wenn man eine Familie hat und für sie sorgen muss, sieht man viele Sachen anders. Mir geht es darum, dass wir finanzielle Sicherheit für die Zukunft haben. Auch weil meine Kinder mal eine gute Ausbildung bekommen sollen.»

**Roman Rothacher mit seinem Sohn,
Privatkunde, Schlatt**

Unsere Geschäftsstellen per 31.12.2014

Nordwestschweiz Fabian Wetter	Zürich/Ostschweiz Hans A. Haessig ab 1.1.2015: Julie Bernet	Mittelland Peter Hofer	Romandie Andreas Huegin	Ticino Stefano Giulieri
Basel Fabian Wetter	Zürich Hans A. Haessig, ab 1.1.2015: Julie Bernet	Bern Peter Hofer	Lausanne Andreas Huegin	Lugano Stefano Giulieri
Basel-Gundeldingen Peter-Andreas Hurni	Rapperswil-Jona Jürgen Staab	Biel Josef Walser	Fribourg Christian Mossu	Lugano Cioccaro Mauro Camozzi
Delémont Christophe Berberat	Wiedikon René Rogalla	Solothurn Daniel Wälti	Genève Thierry Jaquier	Bellinzona Fabio Battaglioni
Brugg Lea Grossmann	Oerlikon Roland Hauri	Luzern Max Rüegg	La Chaux-de-Fonds Pierre-André Stoudmann	Locarno Vakant
Aarau Meinrad Hueber	Schaffhausen Ralph Rüegg	Zug Gregor Kälin	Neuchâtel François Martenet ab 1.1.2015: Christophe Brun	
Olten Peter Nardo	St. Gallen Heinz Kuhn	Thun Stefan Briggen	Yverdon Lionel Baruchet	
	Chur Reto Kühnis		Sion Christian Mayor	
	Winterthur Stephan Bosshard		Vevey Olivier Gloor	
	Wetzikon Elmar Kuster			

Adressen der Geschäftsstellen

Hauptsitz

4002	Basel	Dufourstrasse 50	061 286 21 21
------	--------------	------------------	---------------

Geschäftsstellen

5001	Aarau	Hintere Vorstadt 8	062 836 40 80
4002	Basel	Aeschenplatz 3	061 286 21 21
4018	Basel	Güterstrasse 190	061 366 58 58
6501	Bellinzona	piazza Nosetto 3	091 820 60 20
3011	Bern	Amthausgasse 20	031 327 75 75
2501	Biel	Bahnhofstrasse 33	032 328 81 81
5201	Brugg	Neumarkt 2	056 461 74 74
2301	La Chaux-de-Fonds	30, avenue Léopold-Robert	032 910 93 93
7002	Chur	Masanserstrasse 17	081 258 38 48
2800	Delémont	10, rue de la Maltière	032 421 42 00
1700	Freiburg	35, rue de Romont	026 347 45 60
1204	Genf	6/8, place Longemalle	022 818 44 44
1003	Lausanne	21, rue Saint-Laurent	021 310 34 11
6601	Locarno	via Trevani 3	091 759 98 88
6900	Lugano	viale C. Cattaneo 17A	091 911 31 11
6901	Lugano	piazza Cioccaro 3	091 936 30 70
6002	Luzern	Morgartenstrasse 5	041 226 46 46
2001	Neuenburg	3, rue du Temple-Neuf	032 722 59 59
4603	Olten	Kirchgasse 9	062 205 47 47
8645	Rapperswil-Jona	Allmeindstrasse 22	055 225 53 10
9001	St. Gallen	Vadianstrasse 13	071 227 65 65
8201	Schaffhausen	Vordergasse 54	052 632 32 32
1951	Sitten	46, place du Midi	027 328 15 55
4500	Solothurn	Westbahnhofstrasse 1	032 626 50 50
3600	Thun	Bälliz 59	033 225 36 36
1800	Vevey	15, avenue Général-Guisan	021 925 93 20
8620	Wetzikon	Bahnhofstrasse 126	044 931 17 77
8400	Winterthur	Bahnhofplatz 12	052 269 12 22
1400	Yverdon-les-Bains	4/6, rue du Casino	024 424 13 40
6304	Zug	Alpenstrasse 9	041 727 76 30
8001	Zürich	Uraniastasse 6	044 218 63 11
8050	Zürich Oerlikon	Querstrasse 11	044 317 91 91
8055	Zürich Wiedikon	Birmensdorferstrasse 308	044 454 48 20

Impressum

Herausgeber

Bank Coop AG
Generalsekretariat,
Medienstelle & Interne Kommunikation
Dufourstrasse 50
4002 Basel
www.bankcoop.ch

Copyright

© 2015 Bank Coop AG

Konzept und Gestaltung

cr basel

Redaktion

Bank Coop AG, Generalsekretariat,
Medienstelle & Interne Kommunikation
TAKTKOMM AG, Zürich

Fotografie

Pablo Wünsch Blanco, Basel
Alexander Preobrajenski, Basel, Interview S. 8-11

Lithografie

Sturm AG, MuttENZ

Druck

Schwabe AG, Basel

Erscheint in deutscher, französischer und italienischer Sprache.

Massgebend ist die deutsche Fassung.

Bank Coop AG
Dufourstrasse 50
CH-4002 Basel

0800 88 99 66
info@bankcoop.ch
www.bankcoop.ch