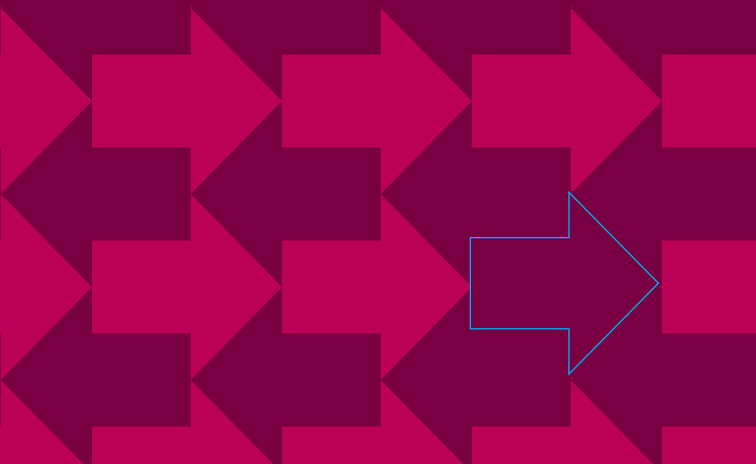


Zukunft ist jetzt

10 richtungsweisende Leitsätze



Walser Privatbank Gruppe

Das auf dem Cover abgebildete Muster hat nicht nur dekorativen Charakter, es ermöglicht auch ein interessantes Wahrnehmungsexperiment. Wer nämlich die helleren Pfeile zuerst sieht, erkennt in der Regel die dunkleren nicht; oder umgekehrt. Erst nach und nach lernt das Gehirn, mit diesem Vexierbild umzugehen, bis es schließlich in der Lage ist, sich bewusst für die eine oder andere Pfeilrichtung zu entscheiden. Spätestens dann beruhigt sich das Bild und die Gedanken werden sozusagen auf ein klares Ziel fokussiert.

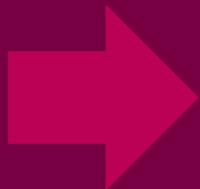
Einerseits eine unterhaltsame Bewusstseinsübung, andererseits eine taugliche Metapher, wie wir glauben, für das Vorhaben, den Blick unseres Unternehmens neu auf die Zukunft auszurichten.



**WALSER
PRIVATBANK**

Zukunft ist jetzt

10 richtungsweisende Leitsätze



Gewidmet allen Akteuren unseres Unternehmens

VORWORT DER VORSTÄNDE

Heute Sicherheit für morgen

Wir als Banker sollten die Fähigkeit besitzen, zukünftige Entwicklungen zum Wohle unserer Kunden richtig einzuschätzen. Dazu sind wir ausgebildet, dafür entwickeln wir immer feinere Analysewerkzeuge, daran lassen sich unser Talent und unsere Erfahrung am besten messen. Um diese Aufgabe verantwortungsvoll erfüllen zu können, müssen wir in der Lage sein, unsere Strategien und Methoden den sich verändernden Rahmenbedingungen eines komplexen Marktes permanent anzupassen. Diese Anpassung kann allerdings nur gelingen, wenn wir wissen, wer wir sind und was unser Unternehmen im Kern ausmacht, das heißt, in welchem Fundament aus Werten, Eigenschaften und Zielen unser Handeln letztlich verankert ist.

In unserem Zukunftsbild 2021/2026, das unter dem Motto „Heute Sicherheit für morgen“ steht, sind die strategischen Ziele für die Unternehmensgruppe Walser Privatbank klar definiert: Konzentration auf das Kerngeschäft Vermögensmanagement und das lokale Geschäft im Kleinwalsertal.

Damit soll bis 2021 die wirtschaftliche Tragfähigkeit und ab 2026 ein langfristiges profitables Wachstum gesichert sein.

Im vorliegenden Kodex versuchen wir, die Haltung, die diesem Konsolidierungs- und Veränderungsprozess zugrunde liegt, auf gefühlvolle und intellektuell anschauliche Art zu vermitteln. Auf Basis des von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erarbeiteten Ideenmaterials haben wir, begleitet vom Autor und Redakteur unseres Kulturberichts 1894/2015 Wolfgang Mörth, 10 Leitsätze formuliert. Sie bilden das emotionale Herzstück unseres Zukunftsbilds und sollen als Orientierung für die Gestaltung dieses Prozesses dienen.

Dipl.-Volkswirt Florian Widmer, MBA
Vorstandsvorsitzender

Mag. Regina Reitter, MBA, CMC
Vorstand

MMag. Erhard Tschmelitsch
Vorstand

1

Wir leben mit unserer Zukunft in einer dynamischen Beziehung.

So wie die Zukunft abhängig ist von unseren Entscheidungen, so sind unsere Entscheidungen geprägt vom Bild, das wir uns von der Zukunft machen.

2

Das Zukunftsbild der Walser Privatbank Gruppe umfasst alle Akteure des Unternehmens.

Damit sind Kunden, Mitarbeiter, Führungskräfte, Eigentümer und Partner gleichermaßen gemeint. Aus den unterschiedlichen Verhaltensweisen und Lebenszusammenhängen all dieser Menschen wird der Charakter unserer Unternehmensgruppe gespeist.

3

Ehrlichkeit, Bodenständigkeit, Solidität, Zuverlässigkeit.

Diese Eigenschaften werden den Walsern zugeschrieben, egal, wo sie sich niedergelassen haben. Und weil wir unsere Wurzeln kennen, halten wir es für legitim und wahr, diese Attribute auch für die Walser Privatbank Gruppe in Anspruch zu nehmen.

4

Im Abwägen von Sicherheit, Risiko und Ertrag stellen wir unsere Werte unter Beweis.

Das heißt: Wir versprechen nicht das eine,
ohne das andere zu berücksichtigen.
Alle, mit denen wir über unsere Arbeit in
Beziehung stehen, befinden sich darüber
in einem permanenten Austausch.
Dieser Austausch ist für uns Auftrag und
Verantwortung zugleich.

5

Unsere idealen Mitarbeiter_innen suchen die persönliche Balance

...

... zwischen Lebensqualität und Leistungsbereitschaft, zwischen Privatheit und Kollegialität, zwischen Freiheit und Verantwortlichkeit, zwischen Gelassenheit und Leidenschaft, zwischen Effizienz und totalem Einsatz. Und sie üben sich in der Kunst, aus Fehlern zu lernen.

6

In unseren idealen Teams herrscht Respekt für das Gegenüber.

Das heißt, die Eigenwilligkeit der jeweils anderen wird als Stärke geschätzt. Abteilungsgrenzen stellen keine Denkbarrieren dar. Entscheidungen fallen vernetzt und transparent. Und alle nutzen die Möglichkeit, ihre Erwartungen, Hoffnungen und Bedenken ehrlich zu äußern.

7

Unsere ideale Geschäftsführung erwirbt sich Vertrauen durch nachvollziehbare Entscheidungen.

Sie fördert eigenverantwortliches Handeln.
Sie ist offen für Ideen, egal, wer sie wann äußert.
Sie behält den Blick für eine gesunde geschäftliche Entwicklung. Und sie ist sich der Verantwortung für alle Akteure des Unternehmens bewusst.

8

Unser idealer Kunde erkennt in uns Gleichgesinnte.

Egal, ob Kleinbetrieb oder mittelständisches Unternehmen, ob Eigentümer, Geschäftsführer oder Freiberufler, die Beziehung zu unseren Kunden ist offen und partnerschaftlich, geradlinig und selbstbewusst, von Herz wie von Hirn geprägt und deshalb langfristig haltbar und für beide Seiten fruchtbar.

9

Wir sind in der Lage, unsere Fähigkeiten richtig einzuschätzen.

Was wir tun, das tun wir, weil wir es gut können.
Die Ziele, die wir für uns und für unsere Kunden
anstreben, sind vernünftig und erreichbar.
Mit klarem Denken und nachvollziehbaren
Methoden reagieren wir auf die Unwägbarkeiten
eines zunehmend komplexen Umfelds.

10

Wir verfolgen unsere Ziele im Bewusstsein unserer Stärke.

Und wir wissen zugleich, wie wichtig es ist, die eigenen Fähigkeiten und den eingeschlagenen Weg im Licht sich verändernder Anforderungen immer wieder neu zu bewerten. Denn wir leben mit unserer Zukunft in einer dynamischen Beziehung.

Die Zukunft signieren alle

Gedanken eines Co-Autors

Als Redakteur und Autor des Kulturberichts 1894/2015 habe ich in den letzten Jahren zahlreiche Gespräche mit ehemaligen und aktuellen Mitarbeiter_innen und Führungskräften geführt und dabei die Kultur der Walser Privatbank Gruppe gut kennengelernt. Hätte ich allerdings nicht am eigenen Leib erfahren, wie wichtig das Gewahrwerden eines „Zukunftsbildes“ für die grundsätzliche Orientierung im Leben sein kann, ich hätte vielleicht nicht ohne Weiteres an Sinn und Wirkung der Formulierung eines solchen Bildes für ein Unternehmen geglaubt.

Wann es sich bei mir selbst eingestellt hat, kann ich heute nicht mehr mit Bestimmtheit sagen. Eines Tages war es einfach da. Oder besser, ich sah mich plötzlich als Figur in einem Bild, das ich sofort als Darstellung des Idealzustands meines Daseins erkannte. Es war eine gleichermaßen klare wie für Interpretationen offene Vorstellung von der Stimmung, die mein Leben prägen und vom Umfeld, in das meine Existenz eingebettet sein sollte. Genau genommen sah ich vor mir, welche Art von Persönlichkeit ich einmal sein wollte.

Seit ich mein „Zukunftsbild“ wahrgenommen habe, glaube ich auf der Suche nach dem richtigen Weg jene Momente zu erkennen, in denen ich grundsätzliche Lebensentscheidungen treffen sollte. Es geht dabei nicht so sehr um das Wissen, wohin genau der Weg mich führen wird, sondern mehr um das Gefühl dafür, wann ich mich zu weit davon entferne.

Die Mitarbeiter_innen der Walser Privatbank Gruppe haben in intensiven Workshops jenes gedankliche Material zusammengetragen, das als Grundlage für die Beschreibung einer Art Unternehmenspersönlichkeit dienen sollte. Sie waren es, die die Kernfrage gestellt haben, nämlich: Wer wollen wir sein? Die eigentliche Signatur dieser Publikation besteht daher aus der Namenskette jener, die an diesem wichtigen Prozess beteiligt waren. Bei den vorliegenden 10 Leitsätzen handelt es sich lediglich um die sprachliche Verdichtung der von ihnen erarbeiteten Ideen und Erkenntnisse. ■

IMPRESSUM

Herausgeber

Walser Privatbank AG

Walserstraße 61, 6991 Riezlern, Österreich

+43 (55 17) 202-01

info@walserprivatbank.com

www.walserprivatbank.com

Vorstand

Dipl.-Volkswirt Florian Widmer, MBA

Mag. Regina Reitter, MBA, CMC

MMag. Erhard Tschmelitsch

Verantwortlich

Markus Kalab, Leiter Marketing

+43 (55 17) 202 - 3 36

markus.kalab@walserprivatbank.com

Konzept und Redaktion

Wolfgang Mörth, Markus Kalab

Gestaltung

dietrabanten, Büro für Kommunikationsdesign, München

Projektleitung & Artdirection: Friederike Hujer

Druck / Herstellung

Industriedruck Haas, Augsburg

Copyright © 2016

