

Das Schöne aus dem Tal

Kultur ist Haltung. Die Walser Privatbank hat daraus eine Publikation gemacht

Von Michael Reidel

Klischees sind dafür da, sie zu durchbrechen. Zu einer Alpenregion gehören Kühe, blauer Himmel, Mädels in Dirndl und natürlich die obligatorische Milchkanne. Fertig. Die Walser Privatbank pfeift auf solche Motive. Dabei hat das Finanzinstitut seit 1894 in einer der schönsten Regionen der Bergwelt seinen Sitz: im Kleinwalsertal, unweit von Oberstdorf, eine Voralberger Enklave mitten im Allgäu. Doch es sind eben nicht touristische Hochglanzbilder, die Markus Kalab vermitteln will.

Dem Marketingchef des Finanzdienstleisters geht es um etwas anderes: „Wir wollen mit dem ersten Kulturbericht unsere Haltung und Werte transportieren. Wir wollen zeigen wie wir sind.“ In Zeiten von Niedrigzinsen und Vertrauensverlusten heißt das reduzierter Auftritt, klare Aussagen und kein Chichi in den Fotografien. Authentisch, kein Werbebedöns. Das hat im Vorfeld nicht jeder verstanden. Agenturen konnten im Pitch nicht überzeugen. Stattdessen hat der österreichische Schriftsteller Wolfgang Mörth das Konzept gemeinsam mit Kalab entwickelt. Ohne Vorgaben, ohne Einschränkungen. „Es war ein Experiment, bei dem wir uns bewusst auf Neues eingelassen haben“, sagt Kalab. Und ja, es hätte auch schiefgehen können. Herausgekommen ist ein kleines Buch, das fast ohne Zahlen auskommt, stattdessen die Heimat der Bank, ihre Denkweise und ihre Ziele vermitteln will. Mit lesenswerten Texten und starken Bildern – fotografiert von Gerhard Klocker – ohne das übliche Alpenklischee. Dafür hat die Bank in den vergangenen Wochen verschiedene Preise abgeräumt, unter anderem den „IF Design Award“ (Initiator: IF Industrie Forum Design) und einen Preis in Bronze beim „6. ICMA - International Creative Media Award“. Das hat die Nachfrage nach den 3000 Exemplaren des Kulturberichts nochmals erhöht.

Adressaten des Werkes, das gemeinsam mit einem broschürenartigen Finanzbericht den Geschäftsbericht bildet, sind Aktionäre der Bank, Kunden und Multiplikatoren. Die Hälfte der Exemplare hat die Bank direkt verschickt. Die übrigen Magazine werden in den Filialien verteilt. Als digitale oder als Download-Variante gibt es das Magazin nicht, ganz bewusst nicht, wie Kalab sagt: „Wir wollen über Print die Besonderheit und die Wertigkeit unseres Kulturberichts vermitteln.“

Die Bank

Die Walser Privatbank hat ihren Hauptsitz im Kleinwalsertal. Zur AG gehören zudem die Filialen in Düsseldorf und Stuttgart, die Raiffeisen Privatbank Liechtenstein und die Walser Privatbank Invest. Der Finanzdienstleister ist spezialisiert auf Privatpersonen und Unternehmer mit einem Anlagevermögen von mehr als 300000 Euro. Das Institut hat insgesamt 170 Mitarbeiter und ein konsolidiertes Konzerngeschäftsvolumen von knapp 3 Milliarden Euro (Ende Dezember 2015). An der Spitze steht CEO Florian Widmer.



QUALITÄT UND REICHWEITE

DAS HAB' ICH VOM KURIER



8,3%*
NATIONALE REICHWEITE IM WOCHENDURCHSCHNITT

10,5%*
AM SONNTAG

35,2%**
REICHWEITE BEI ENTSCHEIDUNGSTRÄGERN IN DER WIRTSCHAFTSSTARKEN REGION OST



*Quelle: IVW 2015, Basis Gesamtvollhebung, Schwere/ausgewählte. Siehe auf <http://www.ivw.at/analyse/auswertung>
**Quelle: IAC 3/07/2015, Basis: Region Ost (WNB), CIR - Cross Media Netz, Produktmanagement, S8 - F-2,3 %

Österreichs führende überregionale Qualitätszeitung punktet mit hoher Wirtschaftskompetenz bei Entscheidungsträgern, Top-Verdienern und Markenkäufern.
Nützen Sie dieses perfekte Umfeld für Ihre Anzeige!

Weitere Informationen erhalten Sie unter b2b@kurieranzeigen.at

kurieranzeigen.at