

Managementansatz Marketing und Kennzeichnung (GRI 417)

Der Wert «integer» ist Teil des Marken- und Leistungsversprechens der LLB-Gruppe. Dazu gehört eine transparente und aktive Kommunikation über Produkte, Dienstleistungen und Kosten. Dies gilt auch für strategische Themen wie etwa das retrofreie Preis- und Angebotsmodell, mit dem sich LLB und Bank Linth Mitte 2014 auf veränderte Kundenbedürfnisse ausrichteten. Transparenz, kundenindividuelle Ansprache sowie die Reduzierung der Servicekomplexität spielen im Bankgeschäft eine immer wichtigere Rolle. Die Bank Linth kommt als erste Bank in der Schweiz mit ihrem Konzept «Einfachheit im Bankgeschäft» dem Bedürfnis der Kunden nach klarer und nachvollziehbarer Kommunikation entgegen.

Die LLB-Gruppe setzt die regulatorischen Bestimmungen der EU um. Produkte und Dienstleistungen wie Zahlungsverkehr und Kontoführung, Finanzierungs- und Einlagengeschäft für Privat- und Firmenkunden, das Anlage- und Wertschriftengeschäft sowie deren Preise, Risiken und Funktionsweisen sind transparent in Infoblättern und Verkaufsprospekten für Anleger und Investoren beschrieben. Die LLB hat als erstes liechtensteinisches Finanzunternehmen für die private und die institutionelle Vermögensverwaltung eine vergleichbare, objektive und zuverlässige Messung, Analyse und Steuerung der Performance eingeführt. Die Performancemessung entspricht den Global Investment Performance Standards (GIPS).

Die LLB-Gruppe ist überdies bei lokalen Messen für Privat- und Firmenkunden in Liechtenstein und der Ostschweiz präsent, um mit den Kunden einen direkten Dialog zu pflegen. Die Division Institutional Clients führt mit externen Partnern über die Online-Plattform «LLB Xpert Views» und Round-Table-Gesprächen einen intensiven und transparenten Dialog. Die Task Force «richtig einfach» hat bisher die besondere Kundenorientierung der Bank Linth überwacht und weiterentwickelt.

Um Informationen über die Kundenzufriedenheit zu erhalten, führt die LLB-Gruppe mehrmals im Jahr Umfragen durch, die unterschiedliche Kundensegmente abdecken. Die Ergebnisse werden Geschäftsleitung und Verwaltungsrat präsentiert. Sie entscheiden über Folge-massnahmen. Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft sind Schlüsselwerte der jeweiligen Auswertung.

Weitere Informationen finden sich in unserem Geschäftsbericht auf den Seiten 38 «Transparentes Preismodell», 41 «Transfer von Wissen», 41 und 42 «Asset Management» sowie 43 «Voice-of-Customer-Analyse».