



wie Fairness

Für Melek Ates, Leiterin Firmenkunden Aarau, ist Fairness ein Leitmotiv: «Dank diesem Selbstverständnis pflegen wir gesunde und nachhaltige Kundenbeziehungen.»

Frau Ates, praktisch jedes Unternehmen schreibt sich Fairness auf die Fahne. Inwiefern lebt die AKB Fairness tatsächlich?

Fairness ist Teil unserer DNA und somit stark verankert in der Unternehmenskultur, in den Angeboten, in den Prozessen und in den Systemen. Fairness zieht sich als Spielregel durch alle Beziehungen und Handlungen der AKB. Unter anderem erlaubt uns genau dieses Selbstverständnis, klare Entscheidungen zu treffen und transparent, schnell und frei von Pokerspielen zu kommunizieren.

Wie wichtig sind denn heute solche schnelle und unkomplizierte Lösungen?

Wichtiger denn je: Gerade Firmenkunden stehen vor Herkulesaufgaben wie Digitalisierung, kontinuierliche Innovation und Internationalisierung. Sie müssen sich mit Veränderungen der Wertschöpfungsketten auseinandersetzen, mit neuen Standbeinen, dem Kauf oder Verkauf von Firmen oder einer Partnerschaft mit einem internationalen Business-Ökosystem. Das zieht häufig neue oder veränderte finanzielle Bedürfnisse an Liquiditäts- respektive Investitionsmitteln, Aktienkaufpreisfinanzierungen oder Zahlungsverkehrs- und Devisentransaktionen mit sich. Da ist man schon froh, wenn's schnell geht und man punkto Qualität und Fairness seinem Bankpartner hundert Prozent vertrauen kann.

Und gegen innen: Wie wird Fairness da gelebt?

Das beginnt bei der Gleichbehandlung und der Chancengleichheit von Mitar-

beitenden unabhängig von Geschlecht, Alter, Lebensphase, sexueller Orientierung, Herkunft oder Beeinträchtigung. Sie umfasst verschiedene Arbeitsmodelle, Nachwuchsförderungs- und Wiedereinstiegsprogramme, Homeoffice-Möglichkeiten und individuelle Karriere- und Entwicklungsperspektiven. Motivierte Mitarbeitende profitieren von diesen Modellen von der Rekrutierungsphase bis hin zur Pensionierung.

Aber auch Nichtkunden profitieren. Was auffällt: In praktisch jedem Programmheft von Vereinsanlässen im Kanton Aargau ist ein Inserat der AKB zu finden ...

Die Engagements der AKB sind auf bestehende und mögliche künftige Kunden ausgerichtet. Sie umfassen eigene Anlässe, aktive Teilnahmen an öffentlichen Anlässen, Sponsorings in Kultur, Sport oder Gesellschaft sowie das AKB Freizeitportal. Einerseits zementieren wir damit unsere Kunden- nähe. Aber vor allem wollen wir der Gesellschaft etwas zurückgeben. Denn ohne Aargauerinnen und Aargauer gäbe es die Aargauische Kantonalbank nicht.

Sie setzen vor allem auf intensive persönliche Gespräche, um den Kunden in seiner Individualität wahrzunehmen. Wie erkennt man als Banker, welcher der ideale nächste Schritt für einen Kunden ist?

90 Prozent unserer Firmenkunden sind KMU und Familienunternehmen. Ihre emotionalen und materiellen Werte sind in den beiden Systemen

"Fairness zieht sich als Spielregel durch alle Beziehungen und Handlungen der AKB."



«232 036 Kundinnen und Kunden schenken uns ihr Vertrauen»: Melek Ates.

"In Familienunternehmen können emotionale Themen rund um eine interne Nachfolgeregelung rein finanzielle Themen überschatten."

«Familie» und «Unternehmen» verflechtet. Wenn wir die Werte, Präferenzen und Ziele der Familie kennen, verstehen wir auch das Geschäftsmodell und die Ziele der Firma besser. Je besser wir die beiden Systeme verstehen, desto konkreter ermitteln wir die Lebens- und die Reifephase des Unternehmens und die damit verbundenen Kundenbedürfnisse. Und je konkreter wir diese ermitteln, desto höher ist die Qualität unserer Lösungsansätze für die nächsten Schritte der Familie und für die nachhaltige Existenz des Unternehmens.

Was sind die grössten Herausforderungen in solchen Gesprächen?

In Familienunternehmen können emotionale Themen rund um eine interne Nachfolgeregelung rein finanzielle Themen überschatten. Das passiert insbesondere, wenn keine Familienstrategie definiert wurde oder eine besteht, die nicht transparent ist oder nicht von allen Familienmitgliedern getragen wird. Aber diese Momente werden seltener, weil viele Unternehmerfamilien auf das Thema sensibilisiert sind und sich vorbildlich und frühzeitig damit auseinandersetzen.

Wo hat die AKB die Chance, vielleicht etwas fairer oder persönlicher zu sein als eine der Grossbanken?

Ihrem Gesetzauftrag getreu betreibt die AKB eine Universalbank und sieht sich mitverantwortlich für die wirtschaftliche und soziale Entwicklung unseres Kantons. Nicht die kurzfristige Maximierung des Shareholder-Values steht im Vordergrund, sondern Sicherheit und Nachhaltigkeit des Geschäftserfolgs. Strategische und operative Entscheidungen werden langfristig ausgerichtet.

Wird Fairness auch vorgelebt? Erinnern Sie sich an ein besonders faires Verhalten eines Vorgesetzten?

Da gibt es zahlreiche grosse und kleinere Vorkommnisse, die am Ende des Tages viel von der AKB-Fairness ausmachen. Beispielsweise fördert die Geschäftsleitung einen bewussten «Seitenwechsel», der allen Mitarbeitenden inklusive Lernenden ermöglicht, einen Tag in einem Institut für benachteiligte Menschen zu arbeiten. Ein anderes Beispiel ist die Tiefgarage im Hauptgebäude: Es gibt hier keine an die Geschäftsleitung zugewiesenen Parkplätze. Wer zuerst kommt, parkt zuvorderst. Auf der Nummer 1 parkiert also nur ein ausgewiesener Early Bird – oft ist es unser Direktionspräsident.

Inspiration für die Freizeit



Mehr Freizeit für weniger Geld: Seit Frühling 2018 betreibt die AKB zusammen mit Aargau Tourismus das AKB Freizeitportal. Kundinnen und Kunden der AKB profitieren von abwechslungsreichen Freizeitmöglichkeiten, Veranstaltungen, Ausflügen und Angeboten zu vergünstigten Konditionen. Jede Woche werden neue Angebote aufgeschaltet. Von Gastronomie und Hotellerie über Wellness und Beauty, Theater und Kino bis hin zu Sport und Events.

Schauen Sie vorbei – es lohnt sich:

www.akb-freizeitportal.ch