



«Innovationskraft und Kontinuität sind die Schlüssel für langjährige Partnerschaften mit unseren Kundinnen und Kunden»

Mehr denn je suchen Menschen nach starken Finanzpartnern, die sie nicht nur begleiten, sondern auch verstehen und als Ansprechpartner jederzeit zur Verfügung stehen. Was das für das Bankengeschäft und die entsprechende Verantwortung bedeutet, erklärt Hanspeter Rhyner, CEO der Zuger Kantonalbank.

Herr Rhyner, definiert sich Kundennähe heute anders als vor 20 oder 30 Jahren?

Im Kern nicht. Kundennähe bedeutet für mich vor allem, Menschen wirklich zu verstehen. Gerade in einer Zeit, in der vieles digitaler und schneller wird, wächst das Bedürfnis nach Vertrauen und Orientierung. Die Menschen suchen nicht einfach eine Bank. Sie suchen eine verlässliche Partnerin. Jemanden, der erreichbar ist, zuhört und auch in wichtigen Lebensmomenten Sicherheit vermittelt. Verändert hat sich, dass Kundinnen und Kunden heute persönliche Beratung und digitale Verfügbarkeit gleichzeitig erwarten. Sie möchten vieles selbständig, einfach und schnell erledigen können, wie sie es von Dienstleistern aus anderen Branchen gewohnt sind. Gleichzeitig möchten sie eine verlässliche Ansprechpartnerin haben, wenn es um wichtige finanzielle Entscheidungen geht. Genau darin liegt die Herausforderung: Technologie intelligent einzusetzen, ohne die menschliche Nähe zu verlieren.

Was hat sich in den letzten Jahren noch verändert?

Ich habe mein gesamtes Berufsleben im Banking verbracht und in dieser Zeit einen tiefgreifenden Wandel erlebt. Das heutige Geschäft ist deutlich komplexer und stärker diversifiziert. Insbesondere die Bedeutung des klassischen Zinsengeschäfts hat sich verändert. Banken mussten lernen, Schwankungen im Zinsumfeld durch zusätzliche Ertragsquellen auszugleichen. Die Weiterentwicklung des Kommissions- und Dienstleistungsgeschäfts ist für uns der Schlüssel, um die Abhängigkeit vom Zinsgeschäft weiter zu verringern. Diese Entwicklung erfordert eine breitere Aufstellung und neue Kompetenzen.

Welche Kundenbedürfnisse werden in Zukunft bedeutender?

Die Anforderungen werden weiter steigen. Kundinnen und Kunden erwarten Lösungen, die exakt auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten und schnell verfügbar sind. In einem unsicheren Umfeld steigt zudem das Bedürfnis nach persönlicher Beratung und langfristiger finanzieller Orientierung deutlich. Mit unserem Geschäftsmodell, das konsequent auf Kundennähe, Stabilität und nachhaltiges Wachstum ausgerichtet ist, schaffen wir genau hier Verlässlichkeit und begleiten unsere Kundinnen

und Kunden als starke Partnerin auf Augenhöhe.

Die Zuger Kantonalbank ist seit 1892 Teil der Region Zug. Wie wichtig ist diese Verwurzelung heute noch?

Sehr wichtig. Gerade in einer immer globaleren Welt gewinnt regionale Nähe wieder an Bedeutung. Wir kennen die Menschen, die Unternehmen und die Besonderheiten des Wirtschaftsraums Zug. Diese Nähe schafft Vertrauen. Und Vertrauen ist im Banking durch nichts zu ersetzen.

Wie gehen Sie mit dem Spannungsfeld zwischen Tradition und Innovation um?

Tradition und Innovation sind für uns kein Widerspruch. Unsere lange Geschichte schafft Vertrauen und Verlässlichkeit. Innovation wiederum sorgt dafür, dass wir uns weiterentwickeln und relevant bleiben. Entscheidend ist, beides sinnvoll miteinander zu verbinden: Bewährtes bewahren und gleichzeitig offen für Neues bleiben. Innovationskraft und Kontinuität sind die Schlüssel für die langjährigen Partnerschaften mit unseren Kundinnen und Kunden.

Welche Ambitionen hat die Zuger Kantonalbank in ihrer neuen Strategie?

Wir führen unseren Wachstumskurs konsequent fort. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei im Private Banking. Unser Ziel ist es, unsere Kundinnen und Kunden entlang ihrer finanziellen Lebensphasen noch umfassender, noch persönlicher und individueller zu begleiten – mit massgeschneiderten Lösungen und einer hohen Beratungsqualität.

In Zug sind viele Banken im Private Banking aktiv. Wie unterscheidet sich die Zuger Kantonalbank?

«Ich habe mein gesamtes Berufsleben im Banking verbracht und in dieser Zeit einen tiefgreifenden Wandel erlebt. Das heutige Geschäft ist deutlich komplexer und stärker diversifiziert.»



Unsere Stärke liegt in der Verbindung aus regionaler Verankerung und hoher Kompetenz. Wir kennen den Wirtschaftsraum Zug, die Menschen und ihre Bedürfnisse sehr genau. Gleichzeitig bieten wir eine Beratungsqualität, die sich an höchsten Standards orientiert. Diese Kombination schafft Vertrauen und macht uns zu einer verlässlichen Partnerin, gerade in einem kompetitiven Umfeld.

Die Zuger Kantonalbank steht für eine hohe Qualität der Beratung – vor Ort mit persönlichem Service. Wie sehr schätzt die junge Generation diese «Vor-Ort-Expertise»?

Sie ist wichtiger, als viele denken. Junge Menschen möchten flexibel und digital unterwegs sein, aber gerade bei grossen Entscheidungen suchen auch sie das persönliche Gespräch. Vielleicht verändert sich die Form der Beratung, aber nicht ihr Wert. Vertrauen entsteht letztlich immer zwischen Menschen.

Wie verändert die Digitalisierung Ihr Tagesgeschäft?

Die Digitalisierung verändert unser Geschäft fundamental. Viele Prozesse werden einfacher, schneller und effizienter. Das ist wichtig. Aber entscheidend ist, was wir mit dieser gewonnenen Zeit machen. Unser Anspruch ist, dass unsere Mitarbeitenden mehr Zeit für Beratung,

für Gespräche und für individuelle Lösungen haben.

Welche Rolle spielt die Künstliche Intelligenz?

Künstliche Intelligenz hat bereits und wird das Banking weiter stark verändern. Sie hilft dabei, grosse Datenmengen schneller auszuwerten und bessere Entscheidungsgrundlagen zu schaffen. Besonders in der Vermögensverwaltung sehe ich grosses Potenzial. Aber bei aller Technologie bleibt für mich klar: Die Verantwortung und das Vertrauen liegen immer beim Menschen.

Ein Hauptaugenmerk der Zuger Kantonalbank liegt auf der Finanzierung von selbstbewohntem Wohneigentum. Welche Herausforderungen gibt es dort derzeit?

Der Traum vom Eigenheim bewegt viele Menschen nach wie vor stark. Gleichzeitig wird die Finanzierung durch regulatorische Vorgaben, höhere Anforderungen und ein herausforderndes Marktumfeld anspruchsvoller. Umso wichtiger sind verantwortungsvolle Lösungen mit langfristiger Perspektive. Genau hier sehen wir unseren Auftrag als verlässliche Partnerin in der Region.

Sie sprechen oft von Verantwortung. Was bedeutet das konkret?

Als Kantonalbank tragen wir Verantwortung – wirtschaftlich, gesellschaftlich und regional. Wir wollen nicht nur erfolgreich sein, sondern auch einen Beitrag zur Entwicklung der Lebens- und Wirtschaftsregion Zug leisten. Das betrifft Unternehmen genauso wie Familien oder junge Menschen, die ihre Zukunft aufbauen möchten.

Was erwarten Sie von Ihren Mitarbeitenden – und was dürfen sie von Ihnen erwarten?

Unsere Mitarbeitenden prägen die Kultur der Bank jeden Tag. Deshalb investieren wir bewusst in ihre Ausbildung und ihre Entwicklung. Mir ist wichtig,

Steckbrief

Zuger Kantonalbank

Die Zuger Kantonalbank wurde 1892 gegründet und beschäftigt heute rund 600 Mitarbeitende. Die Bank ist eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft mit Staatsgarantie und an der Schweizer Börse kotiert. Die Hälfte der Namenaktien hält der Kanton Zug, die andere Hälfte verteilt sich auf rund 11'000 Privataktionärinnen und -aktionäre. Die Bank verfügt über 14 Geschäftsstellen, verteilt auf den ganzen Kanton.

Hanspeter Rhyner

Hanspeter Rhyner ist seit 2021 CEO der Zuger Kantonalbank. Zuvor leitete er acht Jahre lang die Glarner Kantonalbank, für die er bereits früher in leiternder Funktion tätig war. Weitere Stationen seiner Laufbahn umfassen das Private Banking der Credit Suisse sowie das Firmenkundengeschäft der Zürcher Kantonalbank. Neben seiner operativen Aufgabe engagiert sich Hanspeter Rhyner in verschiedenen Gremien, unter anderem als Verwaltungsrat im Verband Schweizerischer Kantonalbanken, als Verwaltungsrat der Pfandbriefzentrale der Schweizerischen Kantonalbanken AG sowie als Vorstandsmitglied der Zuger Wirtschaftskammer.

Mehr Informationen unter [zugerkb.ch](https://www.zugerkb.ch)

dass Menschen bei uns Verantwortung übernehmen können, Ideen einbringen und sich weiterentwickeln. Die Mischung aus Erfahrung und neuen Perspektiven macht uns stark und macht uns zu einer attraktiven Arbeitgeberin.

Was motiviert Sie persönlich nach all den Jahren im Banking noch immer?

Mich motivieren die Menschen. Banking ist am Ende ein Beziehungsgeschäft. Wenn Kundinnen und Kunden uns über viele Jahre ihr Vertrauen schenken und wir sie in wichtigen Lebensphasen begleiten dürfen, dann ist das etwas sehr Wertvolles. Genau dafür lohnt es sich, sich jeden Tag mit Leidenschaft zu engagieren.

Werte betreffen heute nicht nur Kontostände. Was bedeutet das für Ihre Rolle als CEO?

Als CEO sehe ich mich in der Verantwortung, wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlicher Verantwortung zu verbinden. Werte wie Vertrauen, Verlässlichkeit und Nachhaltigkeit sind für uns keine Schlagworte, sondern Teil unseres Selbstverständnisses. Sie prägen unsere Entscheidungen und unsere Haltung gegenüber Kundschaft, Mitarbeitenden und der Region.

Interview: Rüdiger Schmidt-Sodingen