

## «Die neue Cumulus Kreditkarte ist eine Erfolgsgeschichte»

**Die Migros Bank holt im Ranking Top Banken 2024 gleich mehrere Podestplätze. Doch der CEO ist nicht mit allem zufrieden.**

Michael Heim, Holger Alich

Rang 1 im Bereich private Kunden schweizweit und in drei Regionen, Rang eins bei Kreditkarten ohne Jahresgebühren. Im Erstmals durchgeführten Ranking Top Banken 2024 erobert die Migros Bank gleich mehrfach Spitzenplätze. Im Spar- und Kreditbereich reicht es immerhin für eine Platzierung in den Top 15. Manuel Kunzelmann leitet die Migros-Tochter seit 2020 und analysiert die Ergebnisse.

**Herr Kunzelmann: Die Kunden scheinen mit Ihnen zufrieden zu sein: Nennen Sie etwas, worauf sie stolz sind und etwas, das man bei der Migros Bank noch verbessern müsste.**

Vorab möchte ich unseren Kundinnen und Kunden ein grosses Dankeschön für das uns entgegengebrachte Vertrauen aussprechen. Und allen Migros-Bank-Mitarbeitenden danken, die diese Leistung jeden Tag aufs Neue erbringen. Denn das macht mich besonders stolz. Uns ist es wichtig, für alle Bedürfnisse und Lebenssituationen die geeignete Lösung wie auch den gewünschten Zugang zu unseren Dienstleistungen – sei es analog oder digital – zu ermöglichen. Wir lernen jeden Tag dazu und müssen noch besser verstehen, wie wir den Menschen in der Schweiz helfen können, immer bessere Finanzentscheidungen zu treffen.

**Im Kreditkartengeschäft sind Sie als Bank relativ neu unterwegs und schliessen gut ab: Zeigt sich das auch in den Zahlen? Wie viele Karten verwaltet die Migros Bank insgesamt?**

Die neue Cumulus Kreditkarte ist eine Erfolgsgeschichte. Sie stiess vom ersten Tag an auf eine sehr positive Resonanz und liess unseren Gesamtkundenbestand vergangenes Jahr erstmals die Millionenmarke erreichen. Mit der Cumulus Kreditkarte verfügen wir über ein attraktives Angebot, das bei den Vergleichsportalen sehr gut abschneidet und eine breite Zielgruppe anspricht.

**In Sachen Digitalisierung werden Sie weniger gut bewertet. Haben Sie zu lange mit dem Relaunch von App und E-Banking gewartet?**

Für mich gibt es kein zu früh oder zu spät. Wir haben uns die digitale, kundenzentrierte Transformation auf die Fahne geschrieben und freuen uns über konkrete Umsetzungserfolge. Unser Massstab ist die Kundenzufriedenheit, nicht das Tempo.

Dass uns das die Fachseite zusätzlich bestätigt, spornt uns an. Wir wurden dieses Jahr als «Digitalste Retailbank der Schweiz» ausgezeichnet, wir erhielten den Best-of-Swiss-Web Award und vor Kurzem wurden unser Voicebot und unsere Videoberatung prämiert. Wir setzen konsequent einen Schritt vor den anderen. Sollte es noch Stolpersteine im Kundenerlebnis geben, werden wir einen um den anderen aus dem Weg räumen.

**Sparen und Hypotheken war mal ein USP der Migros Bank, jetzt reicht es nur noch für Rang 15: Müssen Sie da wieder mehr Gas geben?**

Das überrascht mich und es ist schwierig zu beurteilen, was hinter dieser Wahrnehmung steckt. Ich vermute, dass unsere Aussenwirkung als Finanzplanungs-, Anlage- und Vorsorgebank unsere Herkunft als KMU-, Spar- und Hypothekarbank überstrahlt. Unser Angebot deckt alle Bedürfnisse rund um das Zahlen, Sparen, Anlegen, Finanzieren, Vorsorgen und Absichern ab. Aber ich gebe ihnen recht: Mit der Rangierung können wir nicht zufrieden sein. Wir wollen hier künftig klar besser abschneiden.

**Im Firmenkunden-Geschäft werden Sie weniger gut bewertet, es reicht nicht für die Top 15. Zeit für einen Relaunch?**

Seit die Migros Bank vor 65 Jahren durch den Ausnahmeunternehmer Gottlieb Duttweiler gegründet wurde, ist sie im Unternehmenskundengeschäft aktiv. Schon damals betreute sie nicht nur Privatkunden, sondern auch Produktions- und Zulieferbetriebe der Migros-Gruppe und profilierte sich als Unternehmerbank. Heute bilden mittelständische Unternehmen und Immobilieninvestoren die Zielsegmente unseres Firmenkundengeschäfts. Dabei fokussieren wir uns auf Angebote für den inländischen Markt; grenzüberschreitende Dienstleistungen wie Exportfinanzierungen und ähnliches überlassen wir anderen Anbietern.

**Wie steht es um die geografischen Expansionspläne der Migros Bank? Ist ihr Niederlassungs-Netz mittlerweile gebaut?**

Wir gehen dahin, wo uns unsere Kundinnen und Kunden brauchen. Generell kann ich sagen, dass wir unser Netz eher ausbauen. Eine Variante sind neue Standorte innerhalb von Postfilialen. Dort bieten wir seit vergangener Herbst Beratungsdienste an. Das ist aus Vertriebs- und Kostensicht sinnvoll. Die Post gibt uns die Möglichkeit, innerhalb von 3 bis 6 Monaten eine Marktpräsenz aufzubauen, ohne dass wir eine eigene Infrastruktur brauchen.

**Hat sich das mit der Beratung auf Poststellen gelohnt?**

Die Partnerschaft mit der Post ist gut gestartet, positive Entwicklungen sind vielerorts sichtbar. Unter dem Strich hat es

sich gelohnt, aber es ergibt sich insgesamt ein heterogenes Bild. Es gibt einzelne Standorte, die nicht wie erwartet angelaufen sind. Aus den Erfahrungen lernen wir und passen unser Angebot ständig an die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden an. Die physischen Vertriebskanäle spielen neben dem Distanzvertrieb noch immer eine Schlüsselrolle.

### **Sie haben uns vor Anfang 2023 in einem Interview gesagt, dass Sie nicht gross auf Jagd nach CS-Mitarbeitern gehen. Wie viele Kunden konnten Sie von der ehemaligen Grossbank übernehmen?**

Es gab eine Periode, in der Kunden der CS vermehrt Gelder zu uns gebracht haben, vor allem zum Zeitpunkt der akuten Krise. Jetzt haben sich die Zuflüsse normalisiert. Das ganze Jahr 2022 war geprägt von hohen Bilanzzuflüssen, das kann aber nicht einzig auf die Situation der CS zurückgeführt werden.

### **Sie sind seit Anfang 2020 Chef der Migros Bank. Wie viel von dem, was Sie sich beim**

### **Start vorgenommen haben, konnten Sie schon umsetzen?**

Wahrscheinlich nehmen sich CEOs generell eher mehr vor, als realistisch ist. Aber jetzt im Ernst: Die Migros Bank war seit jeher eine kerngesunde und ertragsstarke Bank mit engagierten Mitarbeitenden und einem sehr starken Brand. Wir haben uns bei meinem Start auf die Strategie geeinigt, das Kerngeschäft auszubauen und dafür aktiv Innovation zu betreiben sowie einen Synergienutzen mit der Migros-Gruppe zu schaffen. Wir sind jetzt in der Halbzeit der Strategieperiode. Wir konnten die Finanzberatung rund um das Ökosystem Wohnen und Mobilität etablieren, die Cumulus Kreditkarte lancieren, einen professionellen Distanzvertrieb aufbauen und die Online-Dienste erweitern. Ich bin wirklich sehr zufrieden mit der Entwicklung. Die Migros Bank als eine der eigenmittelstärksten Universalbanken der Schweiz ist fit für die Zukunft.