

IBB

SETZT DIE SEGEL NEU

Die Internationales
Bankhaus Bodensee
AG frischt Auftritt und
Markenbotschaft auf

Silberjubiläum bei der jüngsten Privatbank am See: Seit 25 Jahren kümmert sich die IBB AG um die finanziellen Belange ihrer Kunden. Seit 2019 stehen nun Heike Kemmer und Joachim Mei an der Spitze der Privatbank in Friedrichshafen. Und sie haben zusammen mit ihrem Team in den letzten Monaten so einiges neu aufgestellt.

Da ist das Logo, das mit dem einprägsamen Segel: Die IBB-Schrift ist jetzt klarer, die runden Formen im Segel durch ein minimalistischeres Icon ersetzt. Zwei Segel eigentlich, die in dieselbe Richtung fahren. Oder sich sportlich messen. Oder doch ein Segel, das sich dynamisch bewegt? „Es ist ja vieles passiert, seit unserer Gründung im Jahr 1996 und vor allem auch seit Herr Prof. Dr. Reinhold Würth mit der international bekannten WÜRTH-Gruppe die Mehrheit an der IBB AG übernommen hat“,



sagt Joachim Mei. „Wir sind stark gewachsen und haben uns nicht nur an der Führungsspitze verändert, sondern auch viele neue, junge Mitarbeiter an Bord. Und eine Marke muss bekanntermaßen leben. Jeder Mitarbeiter, jede Mitarbeiterin ist für sich der wichtigste Markenbotschafter. Die Marke Internationales Bankhaus Bodensee ist Identifikation, Auftrag, aber auch Antrieb für uns.“

Das Segel ist dabei mehr als ein Logo: Segel sammeln unsichtbare Kräfte, die Mannschaft gibt ihnen die Richtung. Eine gute Bank sollte das Gleiche tun. Es verkörpert die Tradition einer Bank, die ihre Kunden voranbringt. So wurde der neue Markenauftritt in enger Zusammenarbeit mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Bank gestaltet.

Entsprechend dem Anspruch immer wieder neue Lösungen zu finden, hat die IBB AG den medialen Auftritt mit maximaler Benutzerfreundlichkeit optimiert und aufgefrischt. Das Segel-Icon führt durch das Menü und fungiert ganz nebenbei noch als intuitive Schaltfläche. „Dabei war uns eins besonders wichtig, nämlich, dass auch die Sichtweise unserer Kunden auf die Bank zum Ausdruck kommt und wir unser neues Erscheinungsbild in erster Linie aus Kundensicht gestalten“, sagt Joachim Mei – und ist sichtlich zufrieden: „Und ich denke, dies ist uns mit vielen neuen Umsetzungs-ideen auch wirklich sehr gut gelungen.“

Neu ist aber nicht nur der Markenauftritt. Auch neue Dienstleistungen wurden in den letzten beiden Jahren zum Nutzen der Kunden umgesetzt. So zum Beispiel IBB jiminy. Joachim Mei ist begeistert vom neuen animierten Tool: „IBB jiminy verbindet echte Erfahrung der IBB als Vermögensverwalter mit den Möglichkeiten marktführender und zukunftsweisender Digitalisierungstechnologie. Mit IBB jiminy wird hochprofessionelle Geldanlage so einfach und bequem wie noch nie. Und vor allem für jedermann zugänglich. Das Ergebnis dieses digitalen Anlageassistenten ist eine wirklich maßgeschneiderte Portfoliostruktur, die auf Basis herausragender Fondslösungen umgesetzt wird und durch individuelle Themen-Wahlbausteine ergänzt werden kann.“

KLEIN UND AGIL MIT GROSSER KOMPETENZ

Von besonderer Bedeutung für die Bank ist die klare Fokussierung auf Nischen. „Wir sind sicherlich keine

Bank wie jede andere. Wir können und wollen manche Themen in unserem Dienstleistungsangebot auch gar nicht abdecken. Wir sehen uns vielmehr als überzeugte Spezialbank. In den Geschäftsfeldern, auf welche wir in der IBB unser Augenmerk gelegt haben – Gewerbliche Immobilienkunden, Private Banking, Sportfinanzierung und Unternehmenskunden – wollen wir einfach der beste Lösungsanbieter für unsere Kunden sein. Das ist unser Ziel, unsere DNA und unser Anspruch an uns selber – Tag für Tag“, betont Mei.

„Wir sind ja auch, um in der naheliegenden ‚Bootsprache‘ zu bleiben, kein großer Tanker, sondern ein agiles Schnellboot. Deshalb verbinden unsere individuellen Lösungen die Geschwindigkeit einer kleinen Bank mit dem unternehmerischen Verständnis und finanztechnischem Know-how, wie man es sonst nur in großen Banken findet.“

Klein und agil eben. Weiter vorne in der Lösungssuche für Kundenanliegen statt weiter oben im eigenen Selbstverständnis einer Bank. Eine Bank ohne Marmor und dicke Teppiche. „Für uns sind andere Dinge wichtig: Sie haben Ziele. Sie haben Ansprüche. Wenn Sie den Blick lieber nach vorn richten, brauchen Sie eine Bank, die zuhört, mitdenkt und lösungsorientiert für Sie handelt“, fasst es IBB-Vorstand Joachim Mei zusammen. ■



**INTERNATIONALES BANKHAUS
BODENSEE AG**

Otto-Lilienthal-Straße 8, 88046 Friedrichshafen
Tel. 07541/304-0, www.ibb-ag.de

Text: Thomas Kapitel, Fotos: Internationales Bankhaus Bodensee AG



ERSCHIENEN IM **top magazin** Das führende Magazin für die Bodensee-Region
BODENSEE WINTER 2021