



Gemeinschaft.  
Mehrwert. Bank.

Medienmitteilung

## Stärkung der Schweizer KMU: WIR wird neu

---

**Neuer Auftritt, digitale Revolution und attraktive Produkte für das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft: Die WIR Bank Genossenschaft erfindet die WIR-Welt neu – und setzt dabei auch auf Bewährtes aus der 82-jährigen Geschichte. Ein vollautomatisierter Kontoeröffnungsprozess für KMU, eine mobile Bezahl-App, ein neuer digitaler KMU-Treffpunkt und eine Starthilfe für Firmen-Neugründungen ragen aus dem vielseitigen Angebot heraus. Begleitet werden Relaunch und Rebranding von einer Werbekampagne auf zahlreichen Kanälen.**

**Basel, 1. November 2016** | Der Grundgedanke der 1934 ins Leben gerufenen Komplementärwährung WIR ist aktueller denn je: Förderung der Schweizer KMU-Wirtschaft. Heute wird das weltweit einzigartige System modernisiert: mit zahlreichen neuen Dienstleistungen und Produkten, neuem Auftritt und neuem Selbstbewusstsein. Frisch, modern, zeitgemäss – so lässt sich der grösste Relaunch in der Geschichte der WIR Bank auf einen einfachen Nenner bringen.

So erfährt das WIR-Netzwerk eine grundlegende Neuausrichtung: Nach einer bis zum 1. Mai 2017 dauernden Übergangsphase wird es nur noch offizielle und sichtbare WIR-Teilnehmer geben. «Einfach, fair und transparent – diese drei Attribute standen für uns seit Beginn des im Frühjahr 2015 lancierten Projektes im Zentrum», erklärt Germann Wiggli, Vorsitzender der Geschäftsleitung der WIR Bank Genossenschaft.

Diese Komplett-Auffrischung erfolgt aus einer Position der Stärke: Mitte 2015 überstieg die Bilanzsumme der Bank erstmals die Marke von fünf Milliarden Franken, Ende Juni 2016 wies sie einen Reingewinn von 17,2 Millionen Franken aus. Die Zahlen bestätigen, dass dem «Exot in der Schweizer Bankenlandschaft» (Zitat: «schweizeraktien.net») seit 82 Jahren der Spagat zwischen Bankfachexpertise, Finanzdienstleister und KMU-Förderer gelingt.

Nebst neuem Logo sticht der Claim «**Gemeinschaft. Mehrwert. Bank.**» ins Auge, der die WIR-Welt in einem sprachlichen Dreiklang auf den Punkt bringt. «Die Kombination aus der Komplementärwährung WIR und dem vorhandenen Netzwerk von aktuell rund 45'000 KMU-Kunden bringt die Chance auf mehr Ertrag», erklärt Wiggli. «Ein Mehrwert durch Gemeinschaft.» Dazu soll die neue Farbkombination Rot und Weiss bewusst die gern zitierte Swissness untermauern: «Wir sind eben auch eine grundsolide Bank, die ausschliesslich in der Schweiz und insbesondere mit KMU-Kunden und deren Mitarbeitenden geschäftet.» Für diese Kunden sind der gegenseitige Austausch und eine effiziente Geschäftsabwicklung zentral: «Daher erachten wir auch das Bankkundengeheimnis als unzeitgemäss, weshalb ab sofort darauf verzichtet wird», ergänzt Wiggli. (siehe dazu Medienmitteilung «Verzicht auf das Bankkundengeheimnis»)

Mit der bereits im Sommer lancierten Initiative «**KMU – und du?**» hat sich die WIR Bank zum Thema Digitalisierung in KMU auf ihrer Roadshow durch die Schweiz, der erstmals durchgeführten repräsentativen WIR-KMU-Studie (Präsentation der Studienergebnisse am 26. November) und der Lancierung des WIR-Blogs ([blog.wir.ch](http://blog.wir.ch)) mit erhöhter Präsenz auf den Social-Media-Kanälen erfolgreich positioniert. Jetzt liefert sie zum Thema Digitalisierung Resultate: «Unsere neuen digitalen Produkte und Dienstleistungen dürfen als Quantensprung bezeichnet werden», sagt Germann Wiggli.

Eine Vorreiterrolle nimmt die Bank im Bereich von Neukunden ein: Mit der Online-Kontoeröffnung senkt sie nicht nur die Eintrittshürden, sondern bietet KMU in der Schweiz ab sofort einen vollautomatisierten Eröffnungsprozess an – innovative Online-Synchronisation mit dem Handelsregister und bequeme Video-Identifikation inklusive.

Der **WIRmarket** ([wirmarket.ch](http://wirmarket.ch)) wird zum digitalen KMU-Treffpunkt – als komplett neu entwickelte Desktop-Lösung und unterwegs via Mobile-App (für Apple iOS und Android). Die Plattform ist Suchmaschine, Shop und Werbeplattform in einem. Und bietet daneben Kommunikations- und Vernetzungsmöglichkeiten. Unternehmen im WIR-Netzwerk können sich kostenlos mit einem eigenen Profil auf dem WIRmarket präsentieren und Produkte und Dienstleistungen in einem eigenen Shop zum Verkauf anbieten. Käufer finden via App die nächste



Gemeinschaft.  
Mehrwert. Bank.

WIR-Einkaufsmöglichkeit oder das nächste WIR-Restaurant – oder füllen sich ihren Online-Warenkorb bequem mit den Angeboten aus verschiedenen Firmenshops und bezahlen in einem Zahlvorgang mit entsprechendem WIR-Anteil.

Für die Bezahlung steht ab sofort die Option **WIRpay** zur Verfügung: Dabei handelt es sich um eine mobile Bezahl-App (für Apple iOS und Android), die mittels QR-Code oder manueller Eingabe Zahlungen bequem und in Sekundenschnelle abwickelt – in Schweizer Franken, WIR oder kombiniert.

Alle digitalen Dienstleistungen sind (nebst dem bereits bestehenden E-Banking-Angebot) im neuen **WIR-KMU-Paket** kostenlos enthalten – genauso wie die neue **WIRcard plus**. Die Debitkarte mit Contactless-Funktion ist für KMU-Unternehmer nicht nur gratis (Erstkarte), sondern ermöglicht ihnen – nebst sämtlichen WIR-Funktionalitäten – zudem kostenlose Bargeldbezüge im In- und Ausland.

Rund drei Millionen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind in der Schweiz bei einem KMU mit bis zu 249 Mitarbeitenden angestellt. «Es handelt sich bei diesem Unternehmenssegment folglich ganz klar um das Rückgrat der Schweizer Wirtschaft», so Wiggli. «Dafür machen wir uns mit dem WIR-System stark.» Die Bank wolle sich im Sinne einer «Stimme für KMU» künftig in politischen und regulatorischen Fragen vermehrt positionieren. «WIR spricht KMU», heisst konsequenterweise einer der Markenwerte.

Erfolgreiche Schweizer KMU und eine starke Binnenwirtschaft sollen mit konkreten Massnahmen Support erhalten: So profitieren bestehende WIR-Kunden und Neukunden mit guter Bonität im Rahmen des neuen WIR-KMU-Pakets von einem **Sofortkredit von 10'000 WIR** – und das völlig zinslos. «Damit erleichtern wir beispielsweise Neugründungen von Firmen», erklärt Bruno Stiegeler, stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung und Leiter Kundenbetreuung der WIR Bank Genossenschaft.

Bei der WIR-Gründung 1934 im Zeichen der damaligen Wirtschaftskrise war Solidarität ein ganz zentraler Gedanke – ein Thema, das auch in der neuen WIR-Welt keinesfalls nur Worthülse sein soll: «Ein **Solidaritätsfonds** hilft WIR-Teilnehmenden in Notlagen mit indirekten Geldzahlungen», erklärt Bruno Stiegeler. «Die Mittel aus dem Fonds werden für die Bezahlung von Hilfeleistungen durch Dritte – in der Regel ebenfalls WIR-Teilnehmende – für einen in Notlage geratenen WIR-Teilnehmer eingesetzt.»

Der Relaunch und das Rebranding wird von zahlreichen Werbeaktionen und Kommunikationsmassnahmen begleitet: Nebst neuem TV-Spot sollen Plakat- und Inserateaktionen (offline/online) sowie diverse Auftritte auf den Social-Media-Kanälen und der komplett neu gestalteten, multifunktionalen WIR-Webseite ([wir.ch](http://wir.ch)) auf die geschärften Werte und das neue Selbstbewusstsein der WIR-Welt aufmerksam machen.

Trotz klarem Fokus auf das KMU-Segment will die Bank natürlich ihre Privatkunden keineswegs aussen vor lassen: «Die Konditionen unserer Spar- und Vorsorgeprodukte sollen weiterhin zu den besten im Markt gehören», verspricht Wiggli. Und bei allen Neuerungen bleibt die WIR Bank, was sie ist: «Bodenständig.»

Rückfragen:

Volker Strohm  
Mediensprecher – Leiter PR/Digitale Medien  
[medien@wir.ch](mailto:medien@wir.ch)  
T 061 277 92 27

WIR Bank Genossenschaft  
Auberg 1  
4002 Basel  
T 0800 947 947  
F 0800 947 942  
[info@wir.ch](mailto:info@wir.ch)  
[www.wir.ch](http://www.wir.ch)