

Wenn man sich mit dem Auftritt der VP Bank auseinandersetzt, fällt auf, dass der Kreis als Hauptsymbol der Bank keine geometrisch korrekte Form hat. Dieser «unrunde» Kreis steht für die Philosophie der Bank und symbolisiert das Bestreben nach massgeschneiderten, persönlichen und kundenzentrierten Lösungen.

Die Zukunft gehört denen, die zielstrebig vorangehen. Für die VP Bank zählt dabei nur eines: ihre Kundinnen und Kunden voranzubringen und gemeinsam mit ihnen die sich bietenden Chancen am Kapitalmarkt zu ergreifen. Die DNA und Expertise der VP Bank basieren auf dem Geschäft mit professionellen Finanzdienstleistern, den Intermediärkundinnen und -kunden. Dieses Wissen stellt die VP Bank auch Privatkundinnen und Privatkunden zur Verfügung. In kleinen und in grossen Schritten realisiert sie innovative und massgeschneiderte Lösungen am Puls der Zeit – mit Klarheit und Sicherheit. Über viele Jahre gestaltet sie damit immer wieder einzigartige Markenerlebnisse.

## Sieben zentrale Markenbotschaften

Sieben zentrale Markenbotschaften reflektieren die Markenstrategie und bilden das Leistungsversprechen der VP Bank ab. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website unter [www.vpbank.com/marke](http://www.vpbank.com/marke).

## Markenstruktur und -schutz

Die VP Bank verfolgt eine erweiterte Einzelmarkenstrategie. Wo immer möglich, tritt sie mit dem Namen VP Bank auf. Einheiten, die aus juristischen Gründen nicht mit dem Logo «VP Bank» auftreten dürfen, verwenden ein eigenes Logo mit der Ligatur «VP».

Die Markenstruktur der VP Bank lässt sich daher in zwei Ebenen aufteilen:

Unternehmensmarke	Die Unternehmensmarke besteht aus dem Begriff «VP Bank».
Submarke	Die Submarken beinhalten mindestens die Buchstaben «VP» im Markennamen und basieren auf dem Design der Unternehmensmarke. Beispiele: VP Fund Solutions, VP Wealth Management

Die VP Bank erachtet ihre Marke als eines der wertvollsten Güter. Deshalb sind ein professioneller Schutz und eine effektive Verteidigung äusserst relevant. Zu den markenrechtlichen Aufgaben gehören die Ausarbeitung von Schutzstrategien, Verfügbarkeitsrecherchen, Markenmeldungen und -erneuerungen, Markenüberwachungen, Markenbewertungen, Durchsetzung von Markenrechten und ein gut durchdachtes Domainmanagement.

In Zusammenarbeit mit renommierten Markenadvocates und -anwältinnen werden die Marken in den Zielmärkten, Opportunitätsmärkten und weiteren Märkten der VP Bank direkt oder nach dem Madrider System geschützt und überwacht.

## Stetige Weiterentwicklung des Markendesigns

Das Markendesign lässt sich in einem Wort beschreiben: «Clarity». Der gesamte Auftritt ist modern, klar, sowohl digital als auch analog erlebbar und vermittelt Klarheit, Einfachheit und Reduktion auf das Wesentliche. Eine Marke entwickelt sich mit den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden sowie den strategischen Vorgaben weiter. Die stetige Überprüfung und Weiterentwicklung der Marke ist daher von grosser Bedeutung für die VP Bank. Die Markenarbeit der Bank erfolgt deshalb nach dem eigens definierten «Stay Fresh Ansatz», in dem die Marke kontinuierlich in kleinen Schritten aufgefrischt und an die aktuelle Unternehmensstrategie angepasst wird.

## Neuerungen 2023

Um die Effizienz in den Bereichen Marketing und Client Experience zu steigern und Synergien besser zu nutzen, haben Anfang 2023 Mitarbeitende mit Client Experience Aufgaben vom Sales Management organisatorisch in die neu gebildete Einheit Group Marketing & Client Experience gewechselt.

Im Bereich Client Experience hat die VP Bank den Kundenfeedbackmanagement-Prozess überarbeitet. Nun werden sämtliche Feedbacks systematisch in Echtzeit verarbeitet und die Umsetzung von Optimierungsmassnahmen wird überwacht. Zudem wurden Vorarbeiten zur Durchführung einer Kundenzufriedenheitsumfrage im Jahr 2024 getätigt. Diese Umfrage wird auch Themen in Bezug auf die Markenerwartungen und Kundenbedürfnisse beinhalten.

Im Jahr 2023 wurde das Designsystem der VP Bank implementiert, das eine holistische Übersicht aller digitalen Touchpoints und Applikationen sicherstellt. Ein nächster Ausbauschritt stellt die Verknüpfung zwischen der Design- und der Code-Welt dar. Die Arbeiten dazu haben bereits begonnen und werden im Jahr 2024 fortgesetzt.



Das Metaverse ist ein spannender virtueller Raum, in dem die Grenzen zwischen digitaler und realer Welt verschwimmen. Hier bietet die VP Bank seit Oktober 2023 eine innovative Plattform, auf der Interessierte tokenisierte Vermögenswerte virtuell erleben können. Unter [www.vpbank.com/metaverse](http://www.vpbank.com/metaverse) können digitale Vermögenswerte interaktiv erkundet werden.

Im Rahmen der Weiterentwicklung des Social Intranets der VP Bank wurde ein interner Shop mit State-of-the-art-Technologie und User Experience für die Bestellung von Kundengeschenken und Büromaterial lanciert.

Im Bereich User Experience und User Interface Design (UX/UI) wurden diverse Projekte erfolgreich mitentwickelt – unter anderem ein internes Data Analytics Tool, das in äusserst übersichtlicher und intuitiver Weise passende Anlagevorschläge den richtigen Kundinnen und Kunden zuordnet.

Ende 2023 wurde im Bereich Social Media ein neues Employee Advocacy Programm eingeführt. Über die persönlichen Social Media Profile von ausgewählten Mitarbeitenden werden Inhalte zusätzlich zu den Corporate Kanälen geteilt. Dadurch wird eine deutlich höhere Reichweite erreicht.

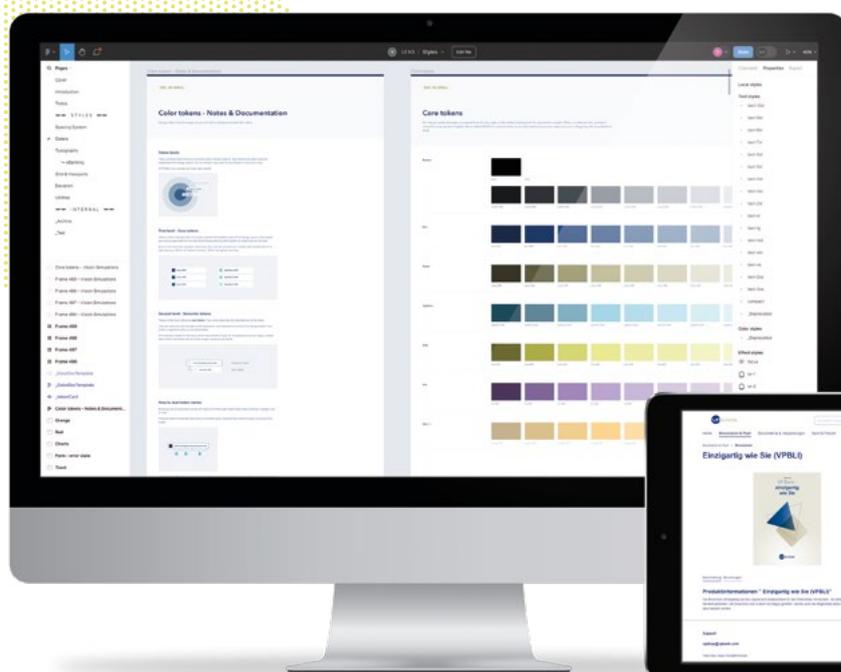
Verteilt über das ganze Jahr 2023 wurden diverse Multi Channel Kampagnen zu den Themen Geldmarktanlagen, Themenfonds, Portfoliooptimierung, digitales Onboarding, Finanzerziehung sowie das Next Gen Angebot «VP Bank

Nova» und zu der Neukundengewinnung im Intermediärsegment umgesetzt.

Bei der Steuerung der digitalen Kampagnen wurde im Jahr 2023 verstärkt auf den Ansatz des Data Driven Marketings gesetzt. Die digitalen Kampagnen zum Produktlaunch von «VP Bank Nova» sowie zu verschiedenen Events wurden mit spezifischen Landing Pages zur besseren Analyse der Performance durchgeführt. Für das Jahr 2024 ist zudem die Implementierung eines erweiterten Conversion Trackings für Suchmaschinenkampagnen geplant.

Mit der Entwicklung eines neuen gruppenweit gültigen Elevator Pitches verfügt die VP Bank über ein Instrument, das von den kundenberatenden Einheiten für die Gewinnung von neuen Kundinnen und Kunden eingesetzt werden kann.

Im Sponsoring- und Eventbereich hat die VP Bank neue Engagements konzipiert und mehr als 130 Events durchgeführt. Das innovativste Projekt stellt die VP Bank Session dar. Im November 2023 fand die erste Studio Session mit dem Schweizer Künstler Jan SEVEN dettwyler statt. Die Musik und die Emotionen der 100 Gäste wurden eingefangen und live auf einem Original-Schallplatten-Master verewigt. Durch die Tokenisierung dieser einmaligen Schallplatte ermöglicht die VP Bank das Investment in emotionale Vermögensanlagen. Diese besondere Verbindung von Musik, Emotion und finanzieller Beteiligung macht das Projekt aussergewöhnlich.



Umfassendes Designsystem der VP Bank

Interner Online Shop als Bestandteil des Social Intranets

## Engagements

Die VP Bank bekennt sich zum Prinzip des gesellschaftlichen Engagements. Von diesem sozialen und kulturellen Engagement profitieren seit vielen Jahren zahlreiche Initiativen und Projekte. Zudem leistet die VP Bank einen Beitrag zur Weiterentwicklung und Sicherung des Wirtschafts- und Industriestandorts Liechtenstein sowie der Regionen, in denen sie vertreten ist.

Die VP Bank engagiert sich für ausgewählte Sponsoringprojekte in den Bereichen Sport, Kultur und Kulinarik. Projekte, die einzigartig sind - genauso einzigartig wie die Kundenerlebnisse, mit denen die Bank begeistert, und jene Projekte, die jungen Talenten eine Plattform bieten.

Die Sponsoringprojekte im Überblick:

VP BANK  
session

Musik

ensemble <sup>Vaduz</sup>  
esperanza

marmite

Kulinarik

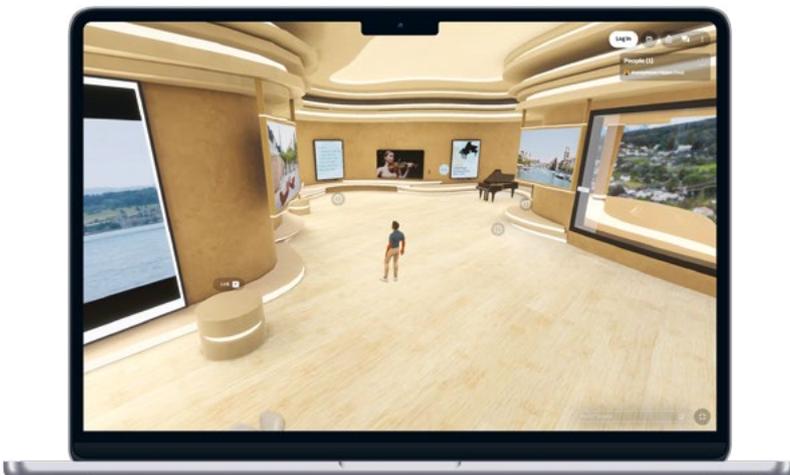
g  
genuss  
festival

Musikakademie  
in Liechtenstein

Golf

VP BANK  
Swiss  
Ladies Open

Interaktive Erkundung von tokenisierten Vermögenswerten im Metaverse



Nähere Informationen dazu finden Sie auf der Website der VP Bank unter [www.vpbank.com/engagements](http://www.vpbank.com/engagements)

