

«LUKB25»

Die Strategie der Luzerner Kantonalbank 2021 bis 2025 auf einen Blick

Wer wir sind

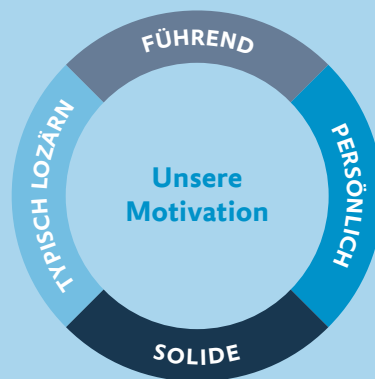
Unternehmenskultur

Seit bald 175 Jahren setzt sich die Luzerner Kantonalbank für die Bedürfnisse der Bevölkerung und der Wirtschaft im Raum Luzern ein.

Unsere Motivation

Mit uns werden Pläne seit Generationen Wirklichkeit.
Dafür sorgen wir mit überzeugenden Lösungen.
Und punkten mit einem aufmerksamen Service.
So schaffen wir Wert. Auch in Zukunft.

Unsere Markenwerte



Was uns beschäftigt

Zwei Kernthemen

Wir bekennen uns zu intensiver Weiterentwicklung und Transformation – immer mit Blick auf den Kundennutzen.

Wachstum durch Verbreiterung der Ertragsbasis

- Überzeugende und transparente Dienstleistungen/Produkte anbieten
- Auf Beratungs- und Vertriebsstärke setzen
- Mit neuen Beratungsleistungen zusätzliche Ertragsquellen erschliessen
- Durch eigenes Asset Management, eigene Strukturierte Produkte und ausgebauten Handelsaktivitäten Vorteile ausschöpfen
- Mit verstärkten überregionalen Aktivitäten im Private Banking, im Firmenkundengeschäft sowie im Kernmarkt zusätzliches Wachstum erzielen

Effizienz durch digitale Arbeitsweisen

- Komfort für die Kundinnen und Kunden erhöhen sowie die Kundenbindung stärken
- Kundenberatung administrativ entlasten und Prozesse verschlanken
- Online-Kanal inkl. Mobile Banking gezielt weiterentwickeln
- Multikanalmanagement mit Data Analytics unterstützen
- Kostendisziplin unverändert hoch halten

Wo wir hinwollen

Vier Stossrichtungen

Mehr Wertschöpfung erzielen

Wir wollen in vier Geschäftsfeldern wachsen und effizienter werden.

- Anlage- und Vorsorgegeschäft
- Geschäftskunden
- Immobilien und Wohnen
- Emissions- und Handelsgeschäft

Was wir erreichen wollen

Fünf Zielfelder

Ganzheitliche Verantwortung wahrnehmen

Wir streben in fünf Zielfeldern quantitative und qualitative Ziele an.

- Kundinnen und Kunden
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Aktionariat, Gesellschaft und Nachhaltigkeit
- Prozesse und Innovationen
- Finanzen

> Ertragskraft

kumulierter Unternehmensgewinn
2021 bis 2025

1 260 bis 1 330 Millionen Franken

> Effizienz

Cost-Income-Ratio

maximal 50 Prozent

> Solidität

Gesamtkapitalquote

16 bis 20 Prozent

davon CET1-Quote

mindestens 12 Prozent