

Abo **Bankenexpertin über BLKB**

Radicant? «Die Life-Style-Boutique von John Häfelfinger ist gescheitert»

Die Basellandschaftliche Kantonalbank steht unter Druck. Im Interview nimmt die schweizweit renommierte Compliance-Fachfrau Monika Roth kein Blatt vor den Mund.



Barbara Stähler , Benjamin Wirth

Publiziert: 23.03.2025, 18:49



«The Flavour of the day»: Branchenkennerin und Anwältin Monika Roth auf der BaZ-Redaktion.

Foto: Nicole Pont



Jetzt abonnieren und von der Vorlesefunktion profitieren.

Login

[BotTalk](#)

Als Monika Roth für dieses Gespräch auf der BaZ-Redaktion am Aeschenplatz eintrifft, strahlt sie. Hier habe sie einmal gearbeitet, sagt sie und zeigt mit dem Finger nach oben auf die Stockwerke, wo sich die Büros der Schweizerischen Bankiervereinigung befinden. Beinahe zehn Jahre lang war die ausgebildete Juristin dort tätig.

Heute ist sie Partnerin einer Anwaltskanzlei in Binningen. Bis vor kurzem lehrte die 74-Jährige auch noch am Institut für Finanzdienstleistungen Zug der Universität Luzern und unterrichtete an der Hochschule St. Gallen. Trotz ihres Rückzugs gehört die Compliance-Fachfrau nach wie vor zu den gefragtesten Expertinnen und Experten des Landes, wenn es darum geht, die Bankenwelt zu analysieren.

Und so verfolgt Roth auch das Geschehen rund um die Basellandschaftliche Kantonalbank (BLKB) mit Interesse. Dass das Stammhaus seit der Gründung von Radicant nicht mehr aus den Schlagzeilen kommt, die Kritik nicht abreißen will, ist für sie nachvollziehbar. Zugleich mahnt sie. Die viel beachtete Initiative «BLKB – die Bank fürs Baselbiet» aus den Federn von SVP-Mann Peter Riebli sei wohl kaum die Lösung des Problems.

Frau Roth, was verstehen Sie unter «Lifestyle-Geschwurbel»?

Das öffentlichkeitswirksame Streben nach Nachhaltigkeit, Greenwashing oder der Versuch, den Zeitgeist unbedingt nachzuahmen, the Flavour of the day sozusagen. (lacht) Warum fragen Sie?

Sie haben den Begriff aufgebracht, als Sie vor rund zwei Jahren von der BaZ bereits einmal auf Radicant angesprochen worden sind.

Ah ja, das kann gut sein. Ich habe mir damals das Portfolio von Radicant angeschaut. Die Digitalbank wollte sich ja insbesondere an den «17 Zielen für nachhaltige Entwicklung» der UNO

orientieren. Dagegen kann zwar niemand sein, aber eine Bank, die behauptet, das sei eine Strategie, macht den Kunden etwas vor.

Warum?

Es fehlt ein klares Konzept. Ich kann nicht nachvollziehen, weshalb die BLKB eine neue Digitalbank als Tochtergesellschaft gegründet hat. Die neue Bank sollte hipp sein, eine Life-Style-Boutique von BLKB-CEO John Häfelfinger. Aber wo ist die reale Basis des Produkts? Alle Angebote, die die BLKB mit Radicant gemacht hat und macht, könnte sie auch von sich aus anbieten. Die Idee ist nicht tragfähig, bis heute.

**Es braucht Ihrer Meinung nach gar keine Radicant?
Schliesslich hat die BLKB rund 100 Millionen Franken in ihre digitale Tochter investiert.**

Die Basellandschaftliche Kantonalbank hätte das Ganze anders aufgleisen müssen, wenn sie unbedingt in diese Richtung wachsen möchte. Warum hat sie nicht einfach eine externe Vermögensverwaltung gegründet? Das wäre viel billiger, da sie von weniger Kosten für Regulierung und Überwachung profitiert hätte. Die Hürden für eine Banklizenz sind zahlreich und hoch. Der Bewilligungsprozess ist entsprechend sehr teuer. Die BLKB hätte als Depotbank für ihre Tochter tätig sein und damit Geld verdienen können. Stattdessen kannibalisiert sie sich mit Radicant selbst und hat sich eine direkte Konkurrenz geschaffen.



Monika Roth kann nicht nachvollziehen, warum die BLKB eine neue Digitalbank als Tochtergesellschaft gegründet hat.

Foto: Nicole Pont

Mit der kürzlich vollzogenen Fusion mit dem Treuhand-Fintech Numarics aus Zürich bietet Radicant nun auch digitale Finanzdienstleistungen und Treuhandlösungen für KMU an.

Dafür habe ich noch weniger Verständnis. Die Zusammenarbeit mit den KMU gehört zu den ureigenen Aufgaben der BLKB! Sie ist ein Herzstück des Dienstleistungsangebotes aller Kantonalbanken in der Schweiz. Dass man dafür eine Tochterbank haben muss, verursacht nur eines: ongoing-Kosten, die man nicht mehr loswird.

Kann man nicht sagen, dass hier zwei Sichtweisen aufeinanderprallen, was eine Bank machen soll: eine traditionelle und eine moderne? Oder anders formuliert: Mit Radicant wollte die BLKB ein wenig sexier werden und ein neues Publikum ansprechen.

Alles schön und gut. Das ist eine plausible Überlegung. Doch auch dafür braucht es nicht extra eine neue Bank. Es wirkt alles wenig überzeugend. Und schliesslich hat man durch die Fusion mit Numarics ja eine andere Strategie eingeschlagen. Diese beinhaltet eine traditionelle Tätigkeit der BLKB.

Die BLKB betont, dass Radicant weiterhin nachhaltige Produkte anbietet. Sie spricht also nicht von einem Strategiewechsel ...

... natürlich ist es das. Schauen Sie sich nur einmal die neue Website von Radicant an. Von den hehren Nachhaltigkeitszielen, die zu Beginn verkündet wurden, ist weniger die Rede. Der Fokus liegt jetzt vor allem auf den KMU.

Radicant hatte den Hauptsitz im Zürcher Seefeld. Seit der Fusion mit Numarics ist er in Liestal. Wie deuten Sie das?

Wahrscheinlich ist es ein Zugeständnis an die Politik. Ich konnte sowieso keinen Sinn darin erkennen, warum man nach Zürich gegangen ist. Das ist ein Widerspruch in sich. Man gründet eine Bank, die ausschliesslich digital und damit überall funktionieren soll, und zügelt in einen anderen Kanton.

Im August 2023 gab Radicant den vollständigen Markteintritt bekannt. Heute hat die Bank 10'000 Kundinnen und Kunden. Zudem verwaltet sie Kundengelder in Höhe von 120 Millionen Franken. Das klingt doch gut.

Da muss ich Ihnen etwas erzählen: Mein Mann ist ein sehr zahlenaffiner Mensch. Als er diese Ergebnisse gesehen hat, fragte er mich ganz salopp, ob er jetzt beeindruckt sein müsse. (lacht) Schauen Sie: Mit etwas über 300'000 Nutzern und einem Kundenvermögen von 3 Milliarden Franken hat Yuh, eine vergleichbare Digital-App, nach nur vier Jahren ihre Profitabilität erreicht.

Muss man Radicant nicht einfach mal machen lassen, um das nötige Vertrauen aufzubauen?

Ich bin der Meinung, dass die Öffentlichkeit einen Anspruch auf die Beantwortung der offenen Fragen hat. Radicant ist schliesslich die Tochtergesellschaft der BLKB, einer Bank, die zum grössten Teil dem Kanton Baselland gehört. Aufgrund der Staatshaftung gibt es unbestritten einen Begründungsbedarf, da die Tochtergesellschaft auch den Gewinn des Mutterhauses beeinflusst. Den Steuerzahlenden wurde nie und schon gar nicht genügend vermittelt, weshalb es diese neue Bank braucht.

Das Stammhaus glaubt weiterhin an den Erfolg der Digitalbank. Sie plant den Break-even in den Jahren 2027 oder 2028. Kann Radicant mit der aktuellen Strategie profitabel werden?

Nein, das glaube ich nicht. Mit der Fusion mit Numarics anerkennt die Kantonalbank indirekt ja auch, dass die ursprüngliche Strategie gescheitert ist, und bei der neuen kann ich nicht erkennen, was diese bringen soll.



Sie werfen der BLKB einerseits vor, dass sie für ihre Pläne nie eine neue Bank gebraucht hätte. Zudem finden Sie, dass das Projekt nie richtig erklärt wurde. Kritisieren Sie die Kommunikation der Führung?

Ja. Die BLKB hat die Kritik an Radicant in einer ersten Phase einfach über sich ergehen lassen. Und jetzt macht sie weiter so. Es scheint, als baue sie sich eine Wagenburg, hinter der sie sich verschanzt. Das erbost die Menschen, die die richtigen Fragen stellen, aber keine Antworten erhalten. Die Stakeholder – Politik und Bevölkerung – hätten ein Recht auf einen Dialog.

Die BLKB widerspricht und betont, dass sie am öffentlichen Diskurs durchaus teilnehme. Unter anderem habe die Bank in den letzten Jahren verschiedene Veranstaltungen für die Bevölkerung organisiert.

Es ist ein Phänomen, dass sich Verantwortliche in Unternehmen bei hartnäckigen kritischen Fragen oft als Opfer sehen, was natürlich nicht hilfreich ist. Und die, die kritisch nachfragen, werden dann als Unwissende abgetan. Das ist fast schon unverschämt.

Was stimmt: Die BLKB informiert regelmässig an ihren Medienkonferenzen. Auch CEO John Häfelfinger steht dann für Fragen zur Verfügung. Ansonsten spricht er selten mit Medien. Was halten Sie davon?

Ich habe den Satz des Kommunikationswissenschaftlers Paul Watzlawick im Kopf: Man kann nicht nicht kommunizieren.

Wie meinen Sie das?

Es signalisiert eine gewisse Abgehobenheit, so nach dem Motto: Wir wissen, wie es geht, lasst uns nur machen. Der Erklärungsbedarf, der in der Öffentlichkeit besteht, wird damit ignoriert. Ich finde, dieses Verhalten ist letztlich reputationsschädigend für die Bank. Sie propagiert Transparenz. Aber wenn es um die Strategie geht, dann schweigt sie. Damit schafft sich die BLKB politische Risiken.

Wie schätzen Sie die Rolle von Häfelfinger als CEO des Mutterhauses ein?

Dass ein Bankchef eine strategische Weiterentwicklung «seiner» Bank vorantreibt, ist völlig legitim. Aber dann muss die Strategie verständlich und nachvollziehbar sein. Ich habe manchmal den Eindruck, dass ihm das Baselbiet zu eng ist.

Wenn wir Ihnen so zuhören, müssen wir die Personalfrage stellen: Ist Häfelfinger noch der richtige Mann am richtigen Ort?

Er ist an sein Projekt Radicant gebunden. Wenn er aber seine Strategie nicht anpasst, dürfte es schwierig werden. Die BLKB probiert einen Hosenlupf, den sie eigentlich nur verlieren kann. Denn die Debatte wird sie nicht einfach aussitzen können.

An der diesjährigen Bilanzmedienkonferenz hat die BLKB betont, was sie alles für die Region macht. Wir hatten den Eindruck, dass sie damit bereits ein bisschen Abstimmungskampf gegen die Initiative, die ihr ein enges Korsett anlegen möchte, betreibt.

Ich verstehe zwar, dass Politikerinnen und Politiker zum Mittel einer Initiative greifen, um endlich Antworten auf ihre Fragen zu bekommen ...

... das klingt nach einem aber?

Richtig. Die Initiative ist der falsche Weg. Sie kritisiert unter anderem den Fokus der Bank auf Nachhaltigkeit. Doch es ist die eidgenössische Finanzmarktaufsicht (Finma), die in diesem Bereich verschiedene Vorgaben macht, und diesen kann die BLKB nicht entgehen. Ich weise etwa auf die Klima- und Naturrisiken hin. Die Einhaltung dieser Vorgaben ist Voraussetzung für eine Bankenlizenz.



Monika Roth kritisiert auch die Kommunikation der BLKB.

Foto: Nicole Pont

Dann sehen Sie die Initiative als Druckmittel?

Ja, aber auch nicht mehr. Sie ist meines Erachtens von ihrer Stossrichtung vollkommen aus der Zeit gefallen und will Details regeln, die nicht in ein Gesetz gehören.

Grenzt sie an politischen Aktivismus?

Es ist wohl eher ein Zeichen der Resignation. Politikerinnen und Politiker haben viele berechtigte Fragen, erhalten aber keine Antworten. Das ist eine Geringschätzung der Politik. Ich kann daher verstehen, dass man in so einer Situation eine Initiative lanciert. Wenn sie zustande kommt, und davon gehe ich

aus, gerät die Kantonalbank stärker unter Druck und muss sich der Debatte stellen.

Was würde die Annahme der Initiative bedeuten?

Die Bank wird sich strategisch auf ein Minimum beschränken müssen. Damit wäre die Idee einer digitalen, voll auf Nachhaltigkeit fokussierten Bank, wie die Radicant ursprünglich sein sollte, gestorben. Man würde aber auch sonst Aspekte regulieren, die unnötig und einengend sind.

Könnte man nicht ein bisschen grosszügiger sein, wenn es um Radicant geht? Schliesslich ist das Resultat der Kantonalbank durchaus positiv.

Das ist kein Argument. Es geht um eine erklärungsbedürftige Strategie, und die Zahlen wären noch besser, hätte man sich mit Radicant nicht auf einen Irrweg begeben.

NEWSLETTER

Der Abend

Erhalten Sie zum Feierabend die wichtigsten News und Geschichten der Basler Zeitung.

Weitere Newsletter

Einloggen

Barbara Stäbler arbeitet als Wirtschaftsredaktorin für die Basler Zeitung und berichtet schwerpunktmässig über Wirtschafts- und wirtschaftspolitische Themen. [Mehr Infos](#)

Benjamin Wirth ist Journalist und Autor. Er ist Mitglied des Politikteams im Lokalressort. [Mehr Infos](#)

✕ @beniwirth

Fehler gefunden? [Jetzt melden.](#)

7 Kommentare