

Julius Bär



Signature du porteur :
Firma del titolare :
Firma des Inhabers: —

Julius Bär

Hierdurch wird bezeugt, dass der Inhaber der Photographie...
stehernde Person ist und die Un...
eigen... vollzogen hat.
Zürich, den 7. April...
Taxe Fr. 2.-
Kontr. No. 817...
Notariat zür...

Dieses Büchlein umfasst 32 Seiten.
Questo libretto consta di 32 pagine.

Büchlein umfasst 32 Seiten.
...ta di 32 pagine.



Das Vermächtnis von Julius Bär

Das Vermächtnis von Julius Bär fusst auf zwei tief verankerten Wurzeln: zum einen auf unserer Gründerfamilie, welche die Bank über 100 Jahre lang geleitet hat, zum anderen auf unserem unternehmerischen Geschäftsmodell, dank dessen wir zur führenden Schweizer Wealth-Management-Gruppe geworden sind.

Wenn wir auch die nächsten 100 Jahre in der Wealth-Management-Branche das Tempo vorgeben wollen, müssen wir uns stets unseres Vermächtnisses bewusst sein. Die Werte und der innovative Geist unseres Gründers Julius Bär werden bei unserer laufenden Weiterentwicklung als Wealth Manager eine zentrale Rolle spielen.

Um zu verstehen, wohin wir gehen, sollten Sie deshalb zunächst wissen, woher wir kommen. Auf den folgenden Seiten erzählen wir Ihnen die Geschichte von Julius Bär. Wir geben Ihnen einen Einblick in unsere Vergangenheit, unsere Marke und unsere Zukunftspläne.

Wir freuen uns, Sie auf diese Reise mitzunehmen und unsere Geschichte gemeinsam mit Ihnen weiterzuschreiben.

Willkommen bei Julius Bär.

MIT ELEKTRIZITÄT UND OPTIMISMUS INS NEUE JAHR- HUNDERT

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts gab es rund um die Welt bedeutende Fortschritte in Industrie, Wissenschaft und Technologie. Städte in ganz Europa und dem übrigen Westen durchliefen eine rasche Urbanisierung. Nie zuvor war das tägliche Leben so einfach und so verheissungsvoll gewesen. Unternehmen sahen völlig anders aus als noch 100 Jahre zuvor. Briefe wurden durch Telekommunikation ersetzt, Kerzen durch elektrisches Licht, Pferdewagen durch Züge und Automobile, und grosse Teile der Gesellschaft wechselten von körperlicher Arbeit zu Bürotätigkeiten im wachsenden Dienstleistungssektor.

Jede neue Entwicklung bot neue Chancen für Wirtschaftswachstum, und neu eröffnete Handelsrouten beflügelten die verarbeitende Industrie sowie die Nachfrage nach den neuesten Produkten. Der Ökonom John Maynard Keynes schrieb über den boomenden Handel mit Konsumgütern in jener Zeit: «Die Einwohner von London konnten per Telefon [...] unterschiedliche Produkte aus aller Welt bestellen [...] und vernünftigerweise davon ausgehen, dass sie rasch an ihre Tür geliefert würden.» Unternehmen wie Nestlé, dessen Ursprünge auf einen einzigen Produktionsbetrieb in Vevey zurückgehen, expandierten international. Gleichzeitig fingen neu zu Wohlstand gekommene Industrielle und Unternehmer an, die feineren Dinge des Lebens zu geniessen, die einst der Aristokratie vorbehalten gewesen waren. Reisen und Freizeit bildeten bald eigene Branchen, es entstanden Luxushotels wie das Baur au Lac in Zürich, und Hersteller von Luxusgütern wie Louis Vuitton traten auf den Plan. Aufgrund des Wohlstands nahm auch die Nachfrage nach anspruchsvoller Finanzberatung bei Unternehmen und Privatpersonen rasch zu.

Die Schweiz war aufgrund ihrer weltweit bekannten wirtschaftlichen und finanziellen Stärke besonders gut positioniert, um von der erhöhten Nachfrage nach Vermögensverwaltung und Finanzdienstleistungen zu profitieren. Zürich bildete das Zentrum dieser explosionsartig zunehmenden wirtschaftlichen Aktivität, übertraf bald die bis anhin dominierenden Bankenzentren Basel und Genf und wurde zum finanziellen und ökonomischen Herzen des Landes. Kleine Wechselbüros oder Geldverleiher in der Stadt – wie Julius Bär – waren plötzlich in der Lage, rasch zu Vermögensverwaltern für Unternehmen und Privatpersonen heranzuwachsen, von denen viele vom schnellen Ausbau des landesweiten Eisenbahnnetzes profitierten. Der bekannte Schweizer Geschäftsmann und Politiker Alfred Escher, oft als «Eisenbahnkönig» bezeichnet, trieb den Bau neuer

Bahnstrecken ab Zürich voran, wodurch sich immer bessere Handelsmöglichkeiten eröffneten. Mit seinem Meisterwerk, dem 1882 in Betrieb genommenen Gotthardtunnel, schuf er eine Nord-Süd-Route durch die Schweiz und damit den Zugang zu wichtigen und wachsenden Wirtschaftsmärkten in den Nachbarländern.

Die solide Reputation der Schweizer Bankenbranche trug entscheidend dazu bei, ausländisches Kapital ins Land zu locken. Sie erwies sich als wertvolles Instrument im Wettbewerb mit anderen Finanzzentren der damaligen Zeit, wie London oder New York. Gleichzeitig pflegte die Branche ein Netzwerk mit internationalen Bankpartnern und ebnete so den Weg für bedeutende Investitionen auf Auslandsmärkten, was ihren Einfluss und ihr Ansehen weiter steigerte. Bis Ende des 19. Jahrhunderts wurden viele der heute weltbekannten Schweizer Finanzinstitute gegründet. Alfred Escher rief die Schweizerische Kreditanstalt, die später von der UBS übernommene Credit Suisse ins Leben, Pictet expandierte rasch, und 1890 öffnete Julius Bär ihre Türen an der berühmten Bahnhofstrasse in Zürich, wo noch heute der Hauptsitz des Unternehmens angesiedelt ist.

Bis Anfang des 20. Jahrhunderts entwickelte sich der Finanzsektor zu einem integralen Bestandteil der Schweizer Volkswirtschaft. Seine Institute waren auf kantonaler, nationaler und globaler Ebene tätig. Aufgrund des schnellen weltweiten Wirtschaftswachstums floss zunehmend Kapital in die Schweiz, während gleichzeitig der gute Ruf der im Land hergestellten elektrischen Anlagen den Exportmarkt ankurbelte. Die Bevölkerung war erfüllt von einem neuen Gefühl der Hoffnung, weil sie eine Zeit der relativen Stabilität und des Friedens erlebte. Sie blickte daher positiv auf das beginnende Jahrhundert. Auch dank dem stetig steigenden Lebensstandard herrschte aussergewöhnlicher Optimismus darüber, was sich in der zunehmend globalisierten Welt würde erreichen lassen.

WICHTIGE EREIGNISSE

1885 – Karl Benz baut den Benz Patent-Motorwagen, der zum ersten handelsüblichen Auto der Geschichte werden sollte.

1889 – Die Pariser Weltausstellung präsentiert am Fuss des neu gebauten Eiffelturms über 32 Millionen Besuchenden kreative und technologische Errungenschaften.

1893 – Der norwegische Expressionist Edvard Munch malt das Bild «Der Schrei», später eines der bekanntesten Kunstwerke weltweit.

1899 – Das Raffles Hotel in Singapur öffnet die Türen seines neuen Hauptgebäudes und wird zum ersten Hotel in Südostasien mit vollständig elektrischer Beleuchtung.



Die berühmte Bahnhofstrasse – Zürichs wichtigste Einkaufs- und Geschäftsstrasse

DIE GESCHICHTE VON JULIUS BÄR

Von Raymond J. Bär
Ehrenpräsident der Julius Bär Gruppe AG
und der Bank Julius Bär & Co. AG

Die Geschichte von Julius Bär begann ausgesprochen bescheiden. Alles fing mit einer kleinen Wechselstube an, aus der eine kleine Bank in Familienbesitz wurde. 1886 siedelte mein Urgrossvater Julius Bär von Deutschland in die Schweiz über, wo er sich bei Hirschhorn & Grob einkaufte, einer kleinen Geldwechselstube in Zürich. Die Umstände meinten es gut mit ihm, und im Jahr 1900 konnte er die Firma übernehmen. Er benannte sie 1901 in Julius Bär & Co. um – und damit war die Bank geboren.

Julius Bär hatte drei Söhne: meinen Grossvater Richard, Walter und Werner. So begann die Geschichte der Bank als Familienunternehmen. Als mit Walter und Werner die zweite Generation in die Bank eintrat, lebten alle ihre Mitglieder in einem Umkreis von weniger als 500 Metern an der Bergstrasse in Zürich. Sie kannten einander so gut wie sich selbst, und die Nähe der Familie war von enormem Vorteil für das Unternehmen. Tatsächlich hatten weder die drei Brüder noch die Söhne, die sie für ihre Nachfolge in der dritten Generation auswählten, je einen Streit über irgend eine wichtige geschäftliche Entscheidung, die für das Unternehmen zu treffen war. So konnte sich die Bank ungestört weiterentwickeln und wachsen.

Als der Ausbruch des Zweiten Weltkriegs bevorstand und die Zukunft der Schweiz ungewiss war, beschloss meine Grossmutter – wie viele unserer Kundinnen und Kunden im Übrigen auch – mit ihren vier kleinen Kindern in die USA zu übersiedeln. Sie hatte kurz zuvor unerwartet ihren Ehemann, meinen Grossvater, verloren. Die drei Familien der zweiten Generation waren deshalb gezwungen, weit ent-

fernt voneinander zu leben. Wegen der Kriegswirren wurde 1940 in New York auch eine Tochtergesellschaft gegründet, der erste Schritt von Julius Bär in die internationale Expansion und der Beginn unserer globalen Perspektive.

In den folgenden Jahrzehnten wurden die drei Zweige der Familie schnell grösser – manchmal wuchsen sie schneller als das Unternehmen selbst. Die Familie befand, dass eine Veränderung nötig war, wenn das Geschäft auf ähnliche Weise florieren sollte. 1974 beschloss sie aus vielerlei Gründen, die Partnerschaft in eine Aktiengesellschaft umzuwandeln, die sie sechs Jahre später an die Börse bringen konnte. Dies war ein Schritt in Richtung Neuland – noch nie zuvor hatte sich eine Privatbank auf diese Weise der Allgemeinheit geöffnet. Aber wir wurden für unseren Mut belohnt. Der Börsengang fiel mit dem Beginn des grossen Bullenmarktes in den 1980er-Jahren zusammen. So konnten wir problemlos Kapital zur Finanzierung der globalen Expansion der Bank aufnehmen.

Der Börsengang veränderte die Wechselbeziehung zwischen Familie und Bank grundlegend. Das Unternehmen wuchs, und uns wurde klar, dass wir einen rationaleren Blick und mehr Distanz dazu benötigten. Zunächst sicherten wir uns die Unterstützung einer grauen Eminenz, die uns dabei helfen sollte, diese neue Perspektive zu finden. Doch nach meiner Berufung zum Präsidenten des Verwaltungsrates und einer strategischen Überprüfung unseres Unternehmens im Jahr 2003 kamen mein Cousin Michael Bär und ich zum Schluss, dass grundlegendere Veränderungen erforderlich waren.

Bisher hatten wir als Kunden hauptsächlich Europäer, die lieber in den USA bleiben wollten, als nach Europa zurückzukehren. Doch die Zeiten hatten sich geändert, und viele der Familien waren inzwischen in ihre Heimat zurückgekehrt. Wir sahen ein, dass wir unsere Basis in den USA nicht länger behalten konnten. Schweren Herzens entschied die Familie, unser Geschäft dort zu verkaufen und nach Osten zu gehen – nach Asien.

Doch nicht nur die Zeiten hatten sich geändert, sondern auch die regulatorischen Rahmenbedingungen – und wir mussten uns mit ihnen ändern. Nach einer Reihe von hitzigen Diskussionen über die Frage, was das Beste für die Familie und für die Bank wäre, entschieden wir, Letztere erwachsen werden zu lassen. Dies bedeutete, dass wir zu einem System nach dem Grundsatz «eine Aktie, eine Stimme» übergangen und auf die Kontrolle über die Bank verzichteten.

Obwohl sich die Familie auch nach der Abgabe der Führung weiterhin mit der Bank beschäftigte, war dies eine enorm schwierige Entscheidung, die viele Emotionen auslöste. Doch das unglaubliche Wachstum von Julius Bär ab 2005 bestätigte uns, dass wir richtig gehandelt hatten. Darauf ist die Familie auch heute noch sehr stolz.

Der Kauf von drei Privatbanken sowie des Asset Managers GAM im Jahr 2005 von der UBS verschaffte der Bank den Cashflow, den sie benötigte, um in Asien zu expandieren. Ausserdem erhielt Julius Bär dadurch Zugriff auf einen unglaublichen neuen Talentpool. Seit meiner Zeit an der Wall Street in den 1980er-Jahren hatte ich davon geträumt, den meritokratischen Ansatz, den ich dort erlebt hatte, bei Julius Bär einzuführen. Nach den Fusionen war uns dies endlich möglich. Wir bauten ein phänomenal erfahrenes Team auf, das sich mit jedem anderen in London oder New York messen konnte.

Mit diesem neuen Management am Ruder wurde Julius Bär 2008 von der Finanzkrise erschüttert. Die darauffolgende globale Rezession liess die Bankaktien dramatisch einbrechen, hauptsächlich aufgrund der Tätigkeiten im Investmentbanking. Nach einer Bewertungsanalyse kamen wir zum Schluss, dass wir uns von GAM trennen mussten. Wir wollten dafür sorgen, dass unsere Währung als Unternehmen in Form von Vermögenswerten im Private Banking wieder wertvoller werden konnte. Also trennten wir 2009 die beiden Unternehmen voneinander, worauf die Aktien von Julius Bär rapide an Wert gewannen. Dies bereitete den Weg für den letzten Schritt unseres ambitionierten Expansionsplans: die Übernahme des internationalen Wealth-Management-Geschäfts von Merrill Lynch im Jahr 2012. Sie war das letzte Stück des Puzzles, das uns noch gefehlt hatte, um unseren Kundinnen und Kunden die bestmöglichen Dienstleistungen und Lösungen anzubieten.

Es mag manchmal den Anschein erwecken, als hätten sich diese Veränderungen in rascher Folge abgespielt, doch der Übergang von einem Familienunternehmen zu einer börsenkotierten Gesellschaft war eine lange Phase des Wandels, und die Familie Bär hat die Bank bei jedem Schritt ihrer Umgestaltung begleitet. Diese Nähe der Familie zur Bank und ihrer professionellen Geschäftsleitung ist bis heute geblieben. Es ging uns dabei nicht nur darum, die DNA zu bewahren, sondern wir wollten auch weiterhin mit unseren Kundinnen und Kunden und den wichtigsten Entscheidungsträgern der Bank in Kontakt bleiben. Heute können wir mit Stolz sagen, dass uns dies gelungen ist und dass wir der Zukunft mit einem Gefühl grosser Hoffnung und Vorfreude entgegensehen.

ÜBER DIE ZUKUNFT

Es ist sehr wichtig, dass wir alle – nicht nur die Familie Bär, sondern auch die Mitarbeitenden und die Kundinnen und Kunden der Bank – immer wieder neue Kapitel der Geschichte von Julius Bär schreiben. Das Buch ist nicht zu Ende geschrieben, und wir alle dürfen stolz sein, unser Kapitel dazu beizutragen. Der Geist unseres Gründers Julius Bär soll immer weiterleben. Wir alle versuchen nichts weiter, als dafür zu sorgen, dass die Bank von Nachhaltigkeit, Verantwortungsbewusstsein, Stolz und Leidenschaft geprägt ist. Das ist das Beste, was wir tun können, wenn wir uns den kommenden Herausforderungen stellen.

ÜBER DEN EINTRITT IN DIE BANK

Mein Cousin Michael und ich wurden im Ausland ausgebildet und machten dort geschäftliche Erfahrungen. Dies prägte unsere Sicht auf die Finanzwelt in entscheidendem Mass. Ich war in der besten aller Zeiten, in den 1980er-Jahren, an der Wall Street und erlebte dort, wie eine Leistungsgesellschaft funktioniert. Es war ein raues Umfeld, aber in ihm tummelten sich einige der besten und klügsten Leute. Als ich 1988 gefragt wurde, ob ich in die Bank eintreten wolle, zögerte ich zunächst, denn es ging mir sehr gut. Ich wollte nicht unbedingt zurück nach Zürich – damals eine verschlafene Stadt und nicht mit heute zu vergleichen, und Julius Bär war ein Familienunternehmen. Also überlegte ich lange, wie viel Spass und wie viel Freiheit für Veränderungen ich dort wohl haben würde. Aber rückblickend kann ich sagen, dass es eine wunderbare Reise wurde – sie brachte mehr Veränderung, mehr Aufregung und mehr positive wie negative Herausforderungen, als ich mir je erträumt hatte. Denn es ist uns gelungen, das Unternehmen vor vielen Stolpersteinen zu bewahren. Es war eine fantastische Reise.

ÜBER DIE KULTUR BEI JULIUS BÄR

Bei Julius Bär herrscht eine Meritokratie, die respektiert, dass wir es mit Menschen zu tun haben. Wir sind nicht sehr hierarchisch organisiert und erheben den Anspruch, keine Politik innerhalb des Unternehmens zu dulden. Wir verlangen, dass die Menschen sich über alle Hierarchiestufen hinweg respektieren – bis hin zu Poststelle, Fahrern und Reinigungspersonal. In unserem Geschäft gibt es keinen Grund für Arroganz oder dafür, auf andere herabzublicken, aber stets einen Grund, die Stimme zu erheben. Wir brauchen Menschen, die ihre Stimme erheben! Das beste Argument möge gewinnen! Wenn eine solche Kultur herrscht, bin ich sehr zuversichtlich, dass wir eine grossartige Zukunft haben werden.

ÜBER ASIEN

Als wir nach Asien expandierten, glaubten wir stets, dass die Marke Julius Bär, ihr Vermächtnis und ihre Geschichte für Schwellenländer, insbesondere asiatische, von enormer Bedeutung seien. Wir hatten das Glück, zur richtigen Zeit auf den Zug aufgesprungen zu sein. Heute könnten wir dieses Geschäft nicht noch einmal so aufbauen, wie wir es damals konnten. Asien ist unser zweiter Heimmarkt und unentbehrlich für die Gruppe.

ÜBER DAS AUFWACHSEN IM UMFELD DER BANK

Aus meiner Kindheit weiss ich noch, dass mein Vater immer zum Mittagessen nach Hause kam. Damals waren die Banken über Mittag geschlossen, also kam er heim, um die Mittagszeitungen zu lesen. Ebenso erinnere ich mich noch lebhaft daran, dass unser Haus stets voller Freunde und Kunden von Julius Bär war. Wir unterhielten uns über das Weltgeschehen, vor allem über Politik und weniger über Märkte. Aber nur selten sprach mein Vater daheim über die Bank – dieses Geschäft lernte ich erst viel später kennen.

IM WANDEL DER ZEIT

Die Geschichte der Marke Julius Bär macht das Wesen unseres Unternehmens aus. Sie ist geprägt von unserem Vermächtnis, und im Mittelpunkt stehen vier grundlegende Elemente: Unternehmergeist, Verantwortungsbewusstsein, integrierter Charakter und nachhaltige Denkweise.

Diese Qualitäten trieben unseren Gründer Julius Bär an, und noch heute prägen sie jeden Aspekt unserer Geschäftstätigkeit – von der Art und Weise, wie wir arbeiten, bis zu unserem Auftritt in der Welt.

Lange war die Marke Julius Bär nur in der Schweiz bekannt. Doch in jüngerer Vergangenheit ist unsere globale Präsenz gewachsen – mit der Etablierung von Asien als zweitem Heimmarkt und einem weltumspannenden Netzwerk aus Niederlassungen.

Mit jeder neuen Veränderung entwickelt sich auch unsere Marke ein wenig weiter. Aber unser Vermächtnis, unser vorausschauender Ansatz und unser Fokus auf den Aufbau dauerhafter Beziehungen zu unseren Kundinnen und Kunden bleiben unverändert. Mit einer ganzheitlichen Perspektive und der Konzentration auf das, was für unsere Kundinnen und Kunden wichtig ist, haben wir eine Marke aufgebaut, die persönliche Beziehungen ins Zentrum des Wealth Managements stellt.

Im Verlauf unserer langen Geschichte haben wir ein faszinierendes Archiv von Materialien zusammengetragen, die zeigen, wie sich Julius Bär im Lauf der Jahre entwickelt hat – vom Gründungsvertrag der Bank über Familienporträts bis hin zu unseren Werbekampagnen und Fotos von unserem Unternehmen und seinen Mitarbeitenden bei der Arbeit. Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen einen kleinen Einblick in das Leben bei Julius Bär.

Signalement. — Connotati.

Age: Né le
Alter: geb. den
Età: nato il 2. Januar 1887

Stature
Gestalt
Corporatura } fest,

Taille
Höhe
Statura } 167 Centimètres
Centimeter
Centimetri

Cheveux
Haare
Capelli } dunkelbraun,

Front
Stirne
Fronte } hoch,

Sourcils
Augenbrauen
Sopracciglia } dunkelbraun,

Yeux
Augen
Occhi } braun, Nez } normal,
Nase
Naso }

Bouche
Mund
Bocca } normal, Menton } rund,
Kinn
Mento }

Visage
Gesicht
Viso } oval, voll,

Signes particuliers
Besondere Kennzeichen
Segni particolari } +

Signature du porteur :
Unterschrift des Inhabers: — Firma del titolare:

Julius Bär

Page cinquième.

Julius Bär



Hierdurch wird bezeugt, dass der
Passinhaber tatsächlich die durch die
nebenstehende Photographie darge-
stellte Person ist und die Unterschrift
eigenhändig vollzogen hat.

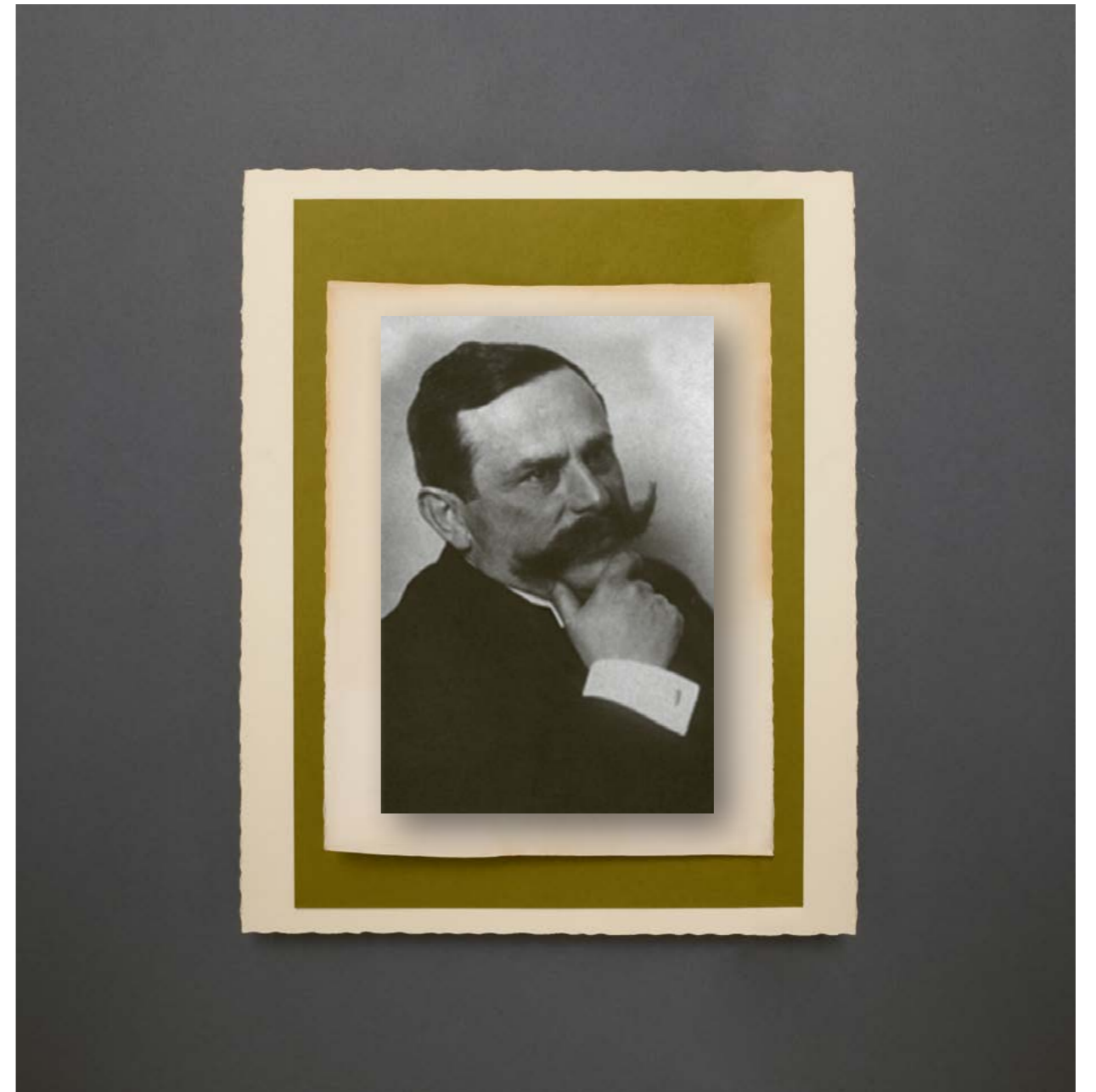
Zürich, den 7. Juni 1920.

Taxe Fr. 2.-
Kontr.No. 8171

Notariat Zürich (Altstadt)
P. Fischer, Notar



Marie und Julius Bär mit ihren Söhnen Werner, Richard und Walter



Eines der bekanntesten Bilder unseres Gründers Julius Bär

Vortrag

§ 1.

Wir, die Herren Ludwig Hirschhorn und Theodor Grob in Zürich, sind nachstehenden Inhalts...

§ 2.

Die Kapitalanlage der Herren Hirschhorn beträgt circa 125000 Franken, diejenige des Herrn Grob 15000 Franken...

§ 3.

Die Gesellschaft wird als Aktiengesellschaft gegründet, deren Zweck es ist, die oben beschriebene Kapitalanlage zu verwalten...

§ 4.

Die Gesellschaft wird am 30. September 1890 in Zürich gegründet...

Die Gesellschaft wird als Aktiengesellschaft gegründet, deren Zweck es ist, die oben beschriebene Kapitalanlage zu verwalten...

§ 5.

Die Dauer dieser Verbindung wird zunächst auf drei Jahre festgesetzt, beginnend mit dem 1. Oktober 1890...

§ 6.

Im Falle eines vorzeitigen Austritts eines der Partner wird der Rest der Gesellschaft durch die übrigen Partner fortgeführt...

§ 7.

Die Gesellschaft wird als Aktiengesellschaft gegründet, deren Zweck es ist, die oben beschriebene Kapitalanlage zu verwalten...

Die Gesellschaft wird als Aktiengesellschaft gegründet, deren Zweck es ist, die oben beschriebene Kapitalanlage zu verwalten...

§ 8.

Die Verwaltung der Gesellschaft soll dem Vorstand obliegen, welcher aus drei Mitgliedern besteht...

§ 9.

Die Herren Hirschhorn und Grob verpflichten sich, für die Gesellschaft die oben beschriebene Kapitalanlage zu leisten...

Zürich am 20. September 1890

Theodor Grob
Ludwig Hirschhorn

JULIUS BÄR & CO., BANQUIERS, ZÜRICH

TELEPHON (051) 238640 — FERNSCHREIBER 52154 — TELEGRAMM-ADRESSE: BAERBANK

24. November 1966

WOCHENBERICHT NO. 46

ALLGEMEINE BEMERKUNGEN

Aus der Politik

Für diesmal ist hauptsächlich über Abstimmungsergebnisse zu berichten. Als am naheliegendsten, wenn auch nicht weiterschütternd, ist der negative Ausgang der Abstimmung betreffs Einführung des Frauenstimm- und -wahlrechts im Kanton Zürich zu erwähnen. Immerhin hat die Prozentzahl der Ja-Stimmen im Vergleich zum letzten Mal sich ansehnlich verbessert, so dass man hoffen darf, dass bei einem nächsten Anlauf - wann? - ein positives Resultat erzielt wird.

Viel grössere Bedeutung ist selbstverständlich dem gleichfalls über das Wochenende stattgefundenen Wahlkampf zum Landtag des Bundesstaates Bayern zuzumessen, wo die rechtsextreme NPD 15 Sitze eroberte, die sie den kleinen Parteien abgenommen hat; dabei sind die Freien Demokraten sowie die Bayernpartei auf der Strecke geblieben. Die Grossen, nämlich CSU und SPD, konnten ihren Besitzstand wahren, erstere sogar leicht verbessern. Nun geht der Bonner Kampf um die Bildung der Bundesregierung weiter, wobei trotz dem Prestigeverlust in Bayern die FDP noch nicht aus dem Rennen geschieden ist. Ausser sachlichen Momenten spielen leider persönliche Ambitionen, Neigungen und Abneigungen ihre Rolle, was alles die so dringende baldige Entscheidung verzögert.

Noch weiter nördlich haben in Dänemark die sozialistischen Parteien, wenn sie auch unter sich zerstritten sind, einen Unterschied im Gegensatz zur Entwicklung in den baltischen Ländern, wo sich bei früheren Wahlen

«Wenn wir auch die nächsten 100 Jahre in der Wealth-Management-Branche das Tempo vorgeben wollen, müssen wir uns stets unseres Vermächtnisses bewusst sein.»



Irène Joliot-Curie (Trägerin des Chemienobelpreises 1935 und Tochter von Marie Curie) und Professor Dr. Richard J. Bär, erster Sohn von Julius Bär



Werner, dritter Sohn von Julius Bär, mit seiner Ehefrau, der bildenden Künstlerin Nelly Bär (rechts), in ausgelassener Runde



Walter J. Bär, zweiter Sohn von Julius Bär

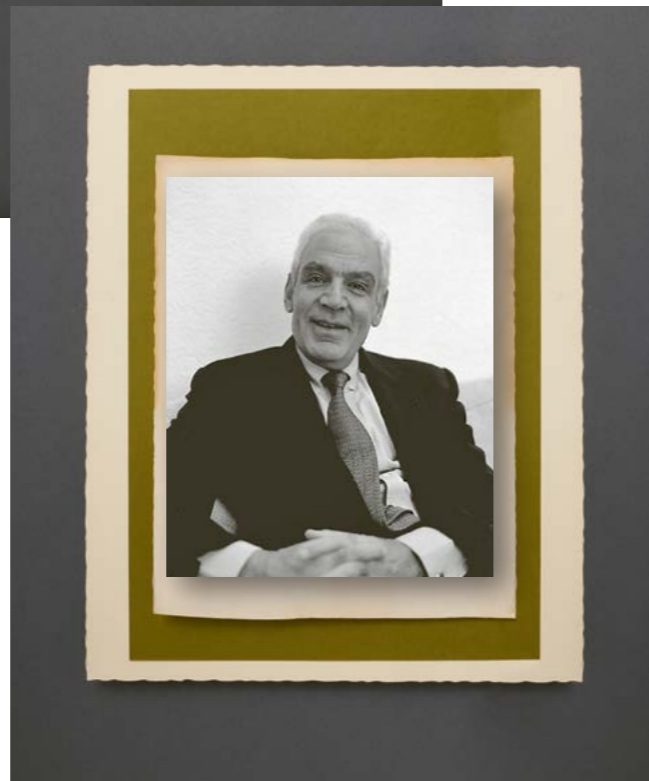


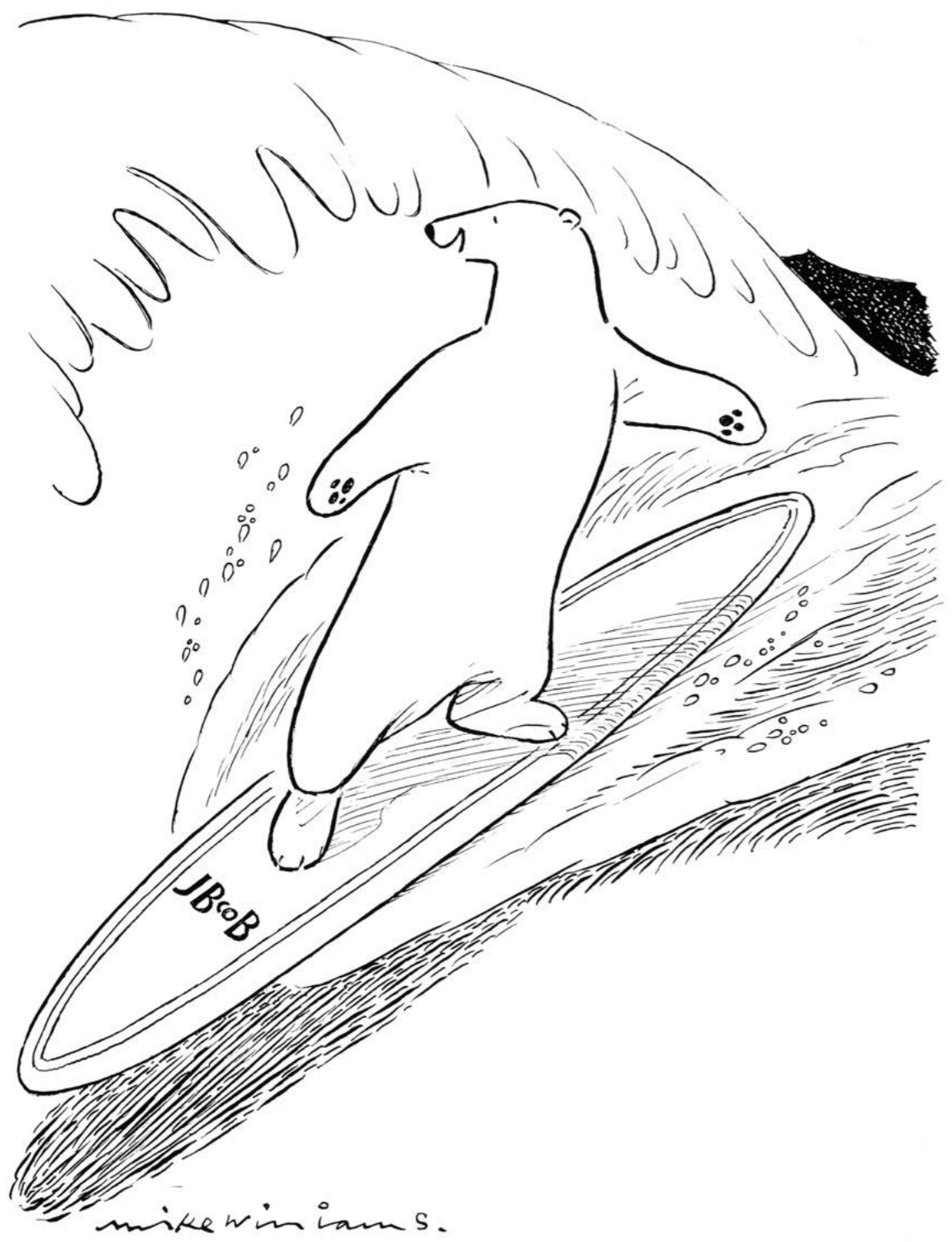
Bild oben: Michael und Raymond J. Bär
Bild unten: Dr. Thomas Bär



Rudolf E. Bär



Hans J. Bär, Dr. Nicolas J. Bär, Peter J. Bär, Dr. Ernst Bieri



Der Eisbär stand bis weit in die neunziger Jahre für den Werbeauftritt von Julius Bär



Es gab fast kein Sujet, für das der Eisbär nicht einsetzbar gewesen wäre – dank des Zeichners Mike Williams



Als in den 1980er-Jahren die internationalen Aktivitäten zunahmen, war Zeit stets ein wichtiger Faktor

Einführung von IT-Systemen, um dem stetig wachsenden Geschäftsvolumen zu begegnen



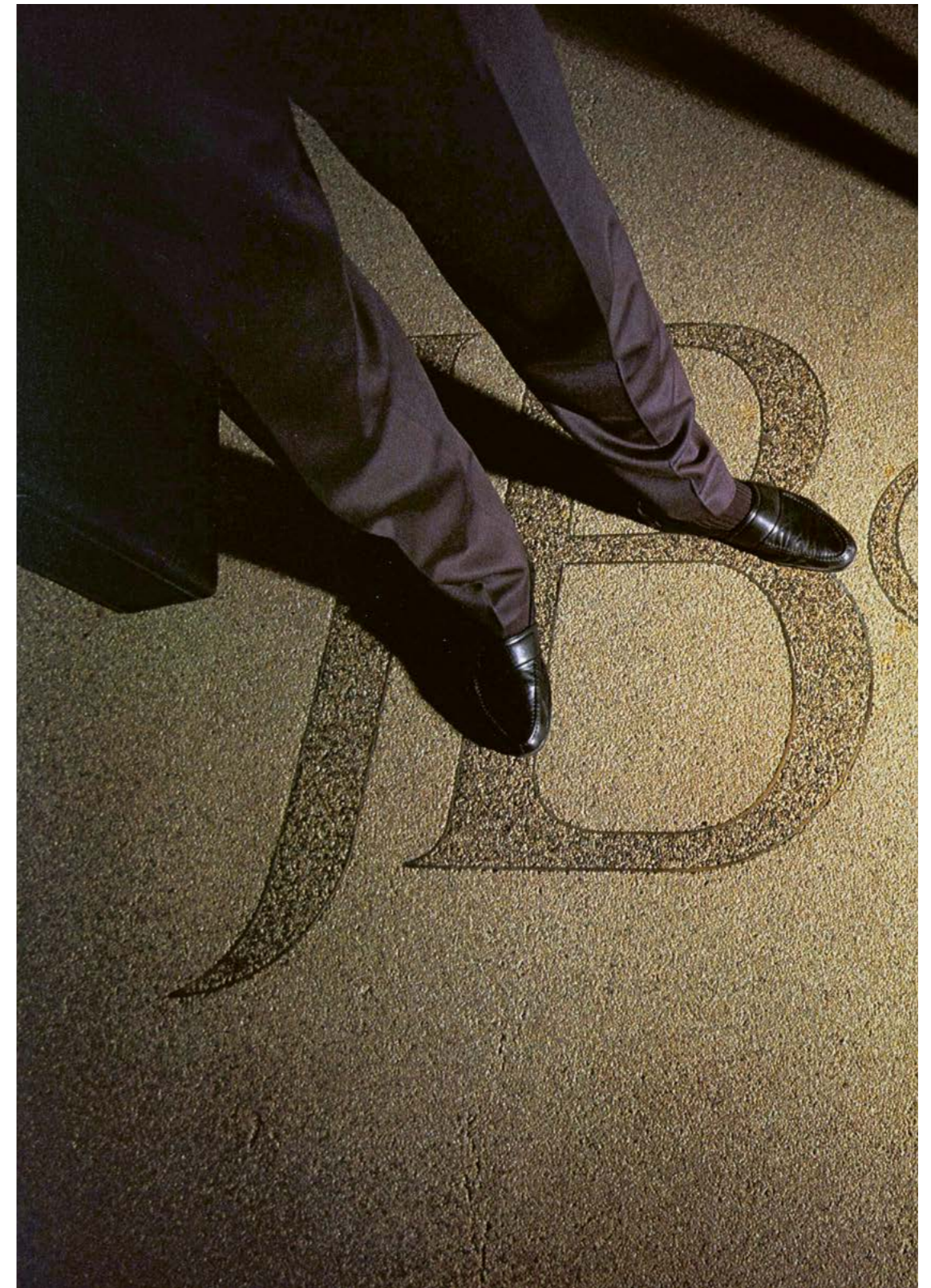
Schulung mit den damals modernsten Mitteln



In den 1980er-Jahren beschleunigten Telexgeräte den internationalen Austausch von Informationen



«Grosse Marken haben eine Kraft, die mehr bewirkt als Wertschöpfung für die Aktionärinnen und Aktionäre. Sie beeinflussen das Leben ihrer Kundinnen und Kunden, ihrer Mitarbeitenden und ihrer lokalen Gemeinschaften.»



Seit 1890 steht unser Name für ausgezeichnetes Wealth Management



Metallskulptur von Silvio Mattioli am Hauptsitz von Julius Bär an der Bahnhofstrasse



Geschäftsleitung der Bank Julius Bär im Jahr 1980:
Dr. Fritz Laager, Peter Hangartner, Hans J. Bär, Helmuth Saurer, Dr. Jürg F. Geigy und Jürgen Lüthi



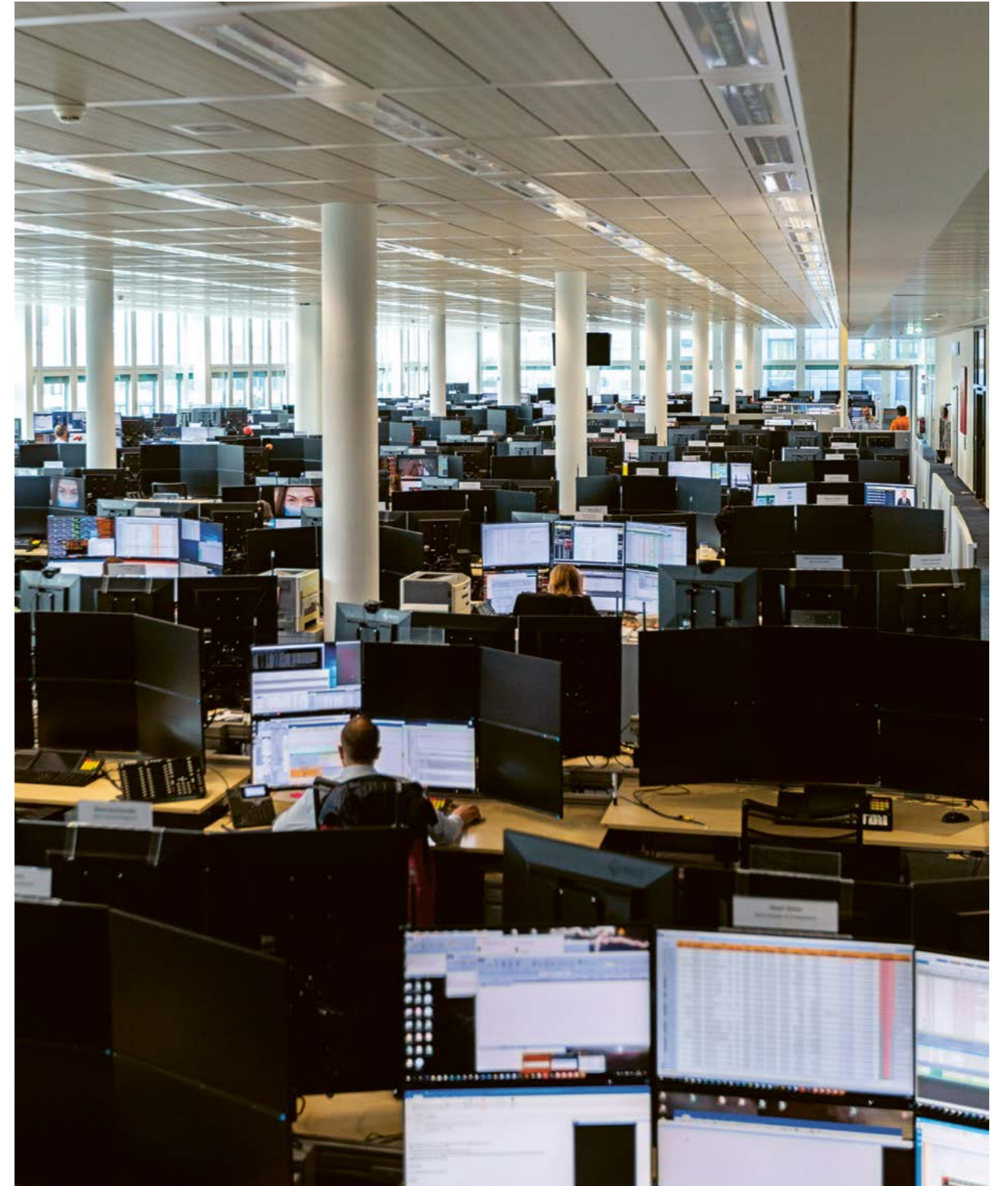
Moderne Bankschliessfächer im Jahr 1983



Zeichnung des geplanten Betriebszentrums der Bank Julius Bär in Zürich Altstetten, gebaut in den Jahren 1986/87



Bei Julius Bär spielt Kunst am Arbeitsplatz eine wichtige Rolle. Seit der Gründung der Kunstkommission 1981 kommen jährlich neue Werke dazu.



Der im Jahr 2017 vollständig renovierte Julius Bär Handelsraum in Zürich

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Kein Unternehmen kann seinen Erfolg als selbstverständlich betrachten. Im Durchschnitt werden Firmen weniger als 20 Jahre alt – unsere Bank, deren Wurzeln bis ins Jahr 1890 zurückreichen, ist also allein durch ihre Langlebigkeit eine Ausnahme. Was uns aber wirklich einzigartig macht und in die Lage versetzt hat, durch unsere gesamte Geschichte hindurch zu florieren, ist unsere Anpassungsfähigkeit. Erfolg bedeutet, relevant und trotzdem sich selbst treu zu bleiben, ungeachtet gesellschaftlicher oder wirtschaftlicher Trends – auch wenn dies schwierige Entscheidungen erfordert.

Im Lauf der Jahre hat das Management von Julius Bär mehrere mutige unternehmerische Schritte vollzogen. So sorgte es dafür, dass sich die Bank und ihre Kundschaft in einem sich rasch wandelnden Umfeld weiterhin gut entwickeln konnten. Ein Beispiel ist die Umstellung auf einen Ansatz des reinen Wealth Managements. Es handelte sich oft um Massnahmen gegen die in der Branche vorherrschende Stimmung. Doch jede von ihnen hat dazu beigetragen,

unser Unternehmen voranzubringen und uns auf die folgenden Jahrzehnte vorzubereiten.

Wenn wir unsere Branche und die Welt insgesamt betrachten, erkennen wir, dass einige fundamentale Veränderungen im Gang sind. Wir wissen aus Gesprächen mit unseren Kundinnen und Kunden, dass sich ihre Bedürfnisse und Ziele in den vergangenen zehn Jahren deutlich verändert haben und auch weiterhin verändern werden. Ihr Leben ist zunehmend international und komplex geworden, und sie benötigen heute mehr als je zuvor Lösungen, die über die reine Verwahrung und Verwaltung ihrer finanziellen Vermögenswerte hinausgehen.

Bereits vor mehreren Jahren haben wir diese Veränderungen vorausgesehen und begonnen, unseren ganzheitlichen Wealth-Management-Ansatz zu entwickeln. Dabei stellen wir das Leben unserer Kundinnen und Kunden mit all seinen verschiedenen Phasen, speziellen Anforderungen, Werten und Zielen ins Zentrum unserer Beratung. Um unserer

Kundschaft weiterhin echten Mehrwert zu bieten und in einer sich schnell verändernden Welt relevant zu bleiben, haben wir den 360-Grad-Beratungsansatz eingeführt. Dieser Ansatz verknüpft eine massgeschneiderte Beratung mit der gesamten Palette an Ressourcen, die Julius Bär zur Verfügung stehen. Hinzu kommt, dass in den kommenden Jahrzehnten über 30 Billionen US-Dollar an jüngere Generationen weitergegeben werden. Vor diesem Hintergrund bauen wir unsere Kompetenzen für generationenübergreifendes Wealth Management weiter aus. So sorgen wir dafür, dass heutige wie künftige Generationen der von uns betreuten Familien vollumfänglich unterstützt werden und ihr Vermögen Jahr für Jahr den Zweck erfüllen kann, den sie dafür vorsehen.

Darüber hinaus haben wir massiv investiert, um hochmoderne Technologie und Fintech-Kompetenzen in unsere täglichen Dienstleistungen zu integrieren. Einerseits stehen unseren Kundinnen und Kunden zahlreiche Kanäle für den Zugang zu unserer Bank zur Verfügung, andererseits werden auch ihre Kundenberaterinnen und Kundenberater von einer umfassenden Palette an preisgekrönten digitalen Tools und Dienstleistungen unterstützt. So können sie sich auf die wichtigste Aufgabe überhaupt konzentrieren: Die Bedürfnisse unserer Kundschaft zu verstehen.

Dieser zusätzliche Fokus hat einen bedeutenden Vorteil: Wir sehen, dass unsere Kundinnen und Kunden aus traditionellen Anlageklassen in Bereiche wechseln, in denen die meisten Banken und Wealth Manager nicht vertreten sind. Deshalb haben wir intensiv daran gearbeitet, den Zugang zu diesen neuen Performancequellen zu erschliessen, etwa zu Privatmarkt-Investitionen und digitalen Vermögenswerten. Auch in den kommenden Jahren werden wir damit fortfahren, unser Angebot genau auf die Bedürfnisse unserer Kundschaft abzustimmen.

Des Weiteren befindet sich die Arbeitswelt in einem tiefgreifenden Wandel. Die 2020 ausgebrochene Covid-19-Pandemie hat die Arbeitsweise von Unternehmen weltweit grundlegend verändert. Vom vorherrschenden Präsenzarbeitsmodell stellten sie zunächst fast vollständig auf Fernarbeit um. Mittlerweile setzen viele Unternehmen auf ein hybrides Modell. Diese Entwicklung hat uns in der Überzeugung bestärkt, dass Investitionen in Technologie, mit deren Hilfe unsere Mitarbeitenden so flexibel, effizient und effektiv wie möglich agieren können, von entscheidender Bedeutung sind. Persönliche Kontakte sind wichtig, aber sie

müssen nicht exklusiv in Form von physischer Interaktion stattfinden. Unsere Arbeitsweisen werden sich in den kommenden Jahrzehnten weiter verändern. Wir engagieren uns dafür, diesen Veränderungen immer einen Schritt voraus zu sein, um unseren Mitarbeitenden das bestmögliche Umfeld zu bieten und unseren Kundinnen und Kunden volle Verbundenheit zuzusichern.

Zu guter Letzt müssen Unternehmen in der unsicheren Welt von heute einen verantwortungsbewussten Geschäftsansatz wählen. Dies ist aus unserer Sicht der einzig gangbare Weg in die Zukunft. In der gesamten Branche müssen sich die Strategien wandeln: weg vom reinen Anhäufen von Vermögenswerten und vom Streben nach schierer Grösse hin zu einem Fokus auf Qualität und nachhaltige Profitabilität. Wir haben uns für diesen Ansatz entschieden und sind zuversichtlich, dass es der richtige Weg ist – nicht nur für unser Unternehmen, sondern auch für unsere Kundschaft und die ganze Branche.

Wir werden mit voller Transparenz an der Verwirklichung unserer Vision von der Zukunft des Wealth Managements arbeiten. Nie zuvor stand unsere Branche unter so scharfer Beobachtung – nicht nur durch die Aufsichtsbehörden, sondern zu Recht auch seitens der Kundinnen und Kunden, der Mitarbeitenden und der Gesellschaft. In den vergangenen Jahren wurde eine Reihe von Fehlern begangen. Jetzt aber haben wir die Gelegenheit zum Aufbau einer Kultur, in der Fehler offen und unvoreingenommen angesprochen werden, um aus ihnen zu lernen. Diese Kultur haben wir bei Julius Bär bereits entwickelt und werden sie weiter verbessern und stärken. Kein Unternehmen ist ohne Schwächen, aber wir werden daran gemessen, wie wir mit ihnen umgehen.

Grosse Marken haben eine Kraft, die mehr bewirkt als Wertschöpfung für die Aktionärinnen und Aktionäre. Sie beeinflussen das Leben ihrer Kundinnen und Kunden, ihrer Mitarbeitenden und ihrer lokalen Gemeinschaften. Julius Bär ist eine solche Marke. Traditionell steht sie für vorausschauende Entscheidungen – nicht nur in der Finanzwelt, sondern auch bei unserem Engagement für Kunst, Philanthropie und Nachhaltigkeit sowie für das, was unserer Kundschaft wirklich wichtig ist. Wir sind entschlossen, diese Tradition weiterzuentwickeln, statt bloss zu erhalten. Denn Stillstand ist schlicht keine Option.



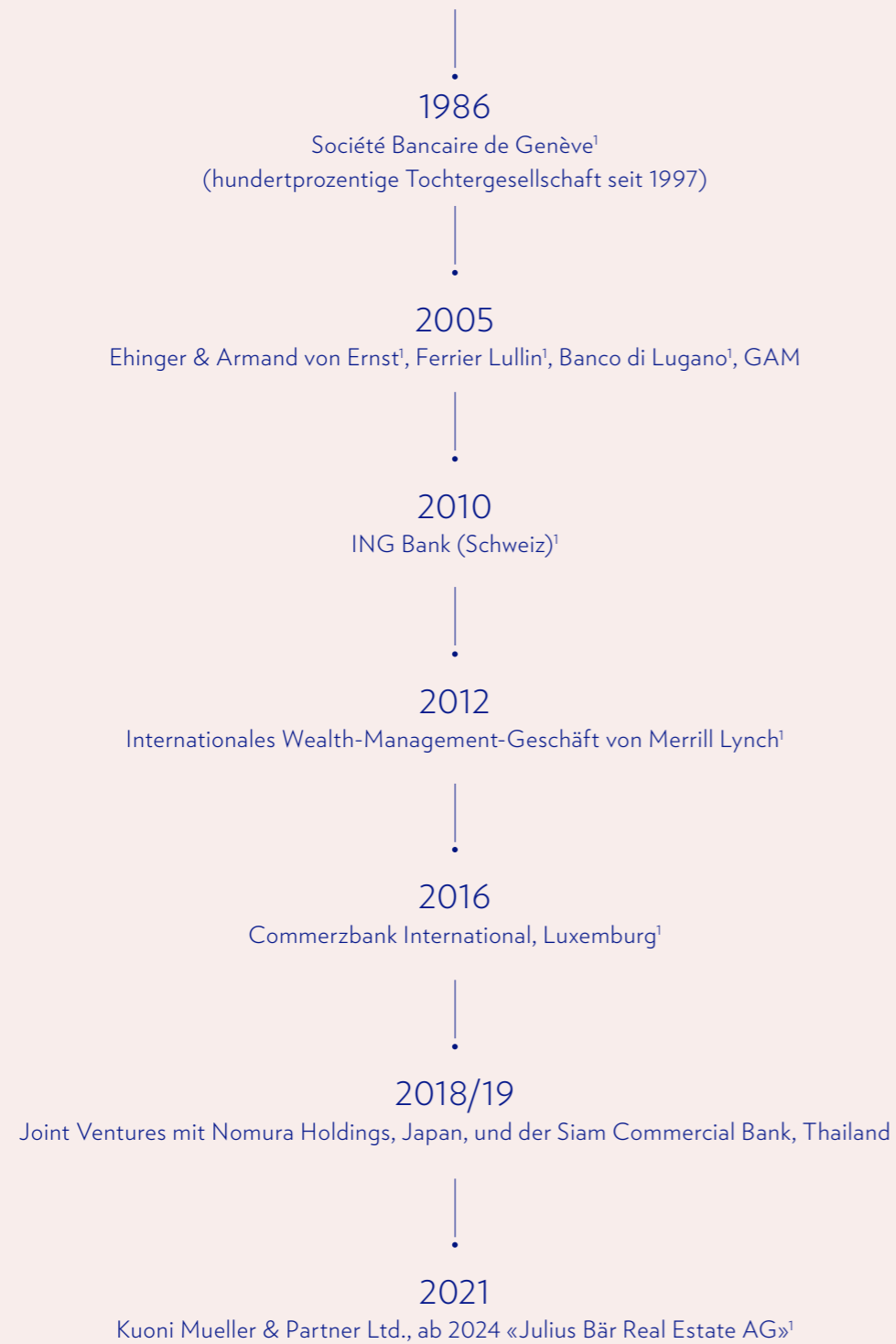
Julius Bär hat seit 1901 einen Sitz an der Zürcher Börse



EXPANSION DER BANK

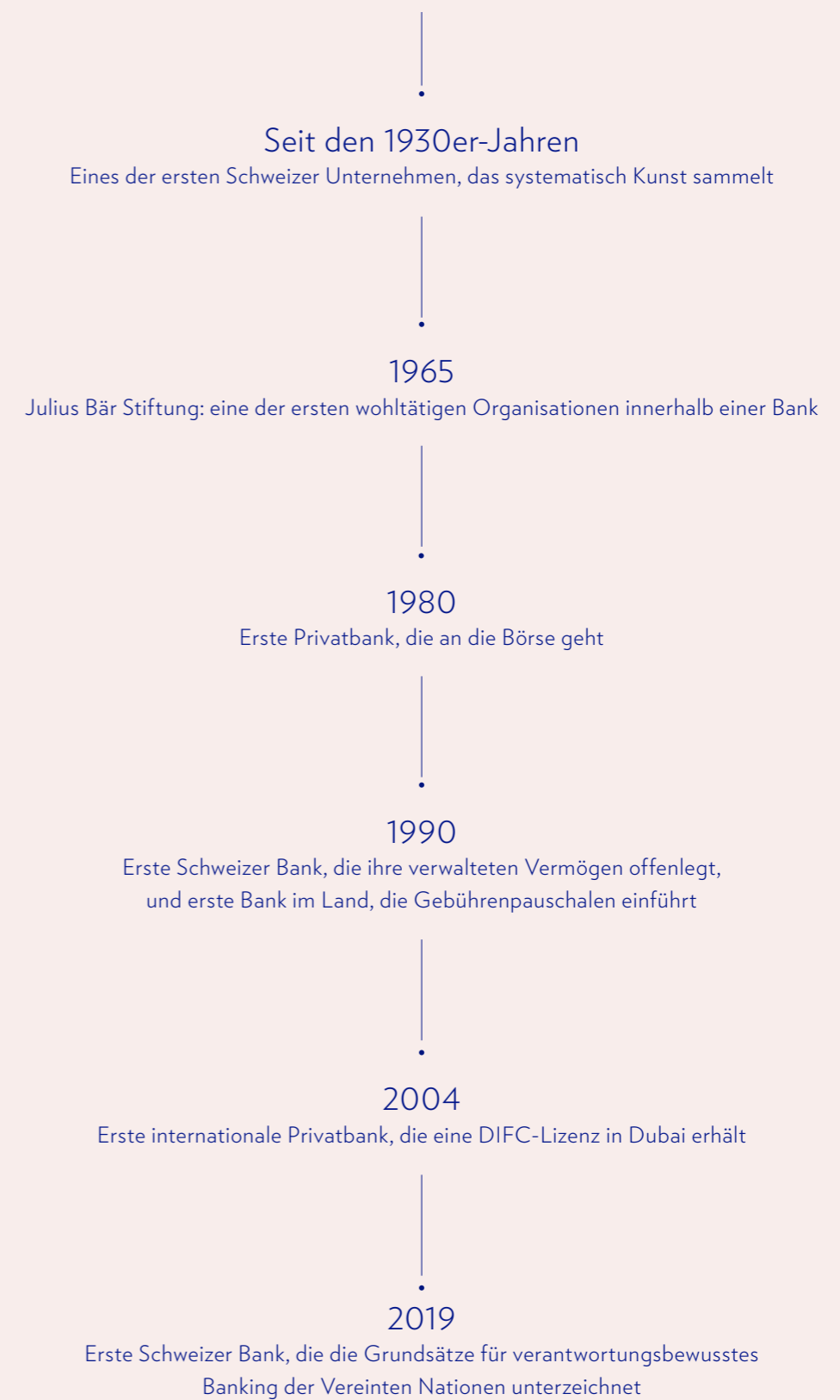
Seit 1890 hat sich Julius Bär von einer kleinen Geldwechselstube in Zürich zur globalen Referenz im Wealth Management entwickelt und ist noch heute eine Pionierin und Visionärin auf diesem Gebiet. Auf den folgenden Seiten stellen wir unsere Geschichte und unser Wachstum im Zeitverlauf dar.

BEDEUTENDE AKQUISITIONEN UND JOINT VENTURES



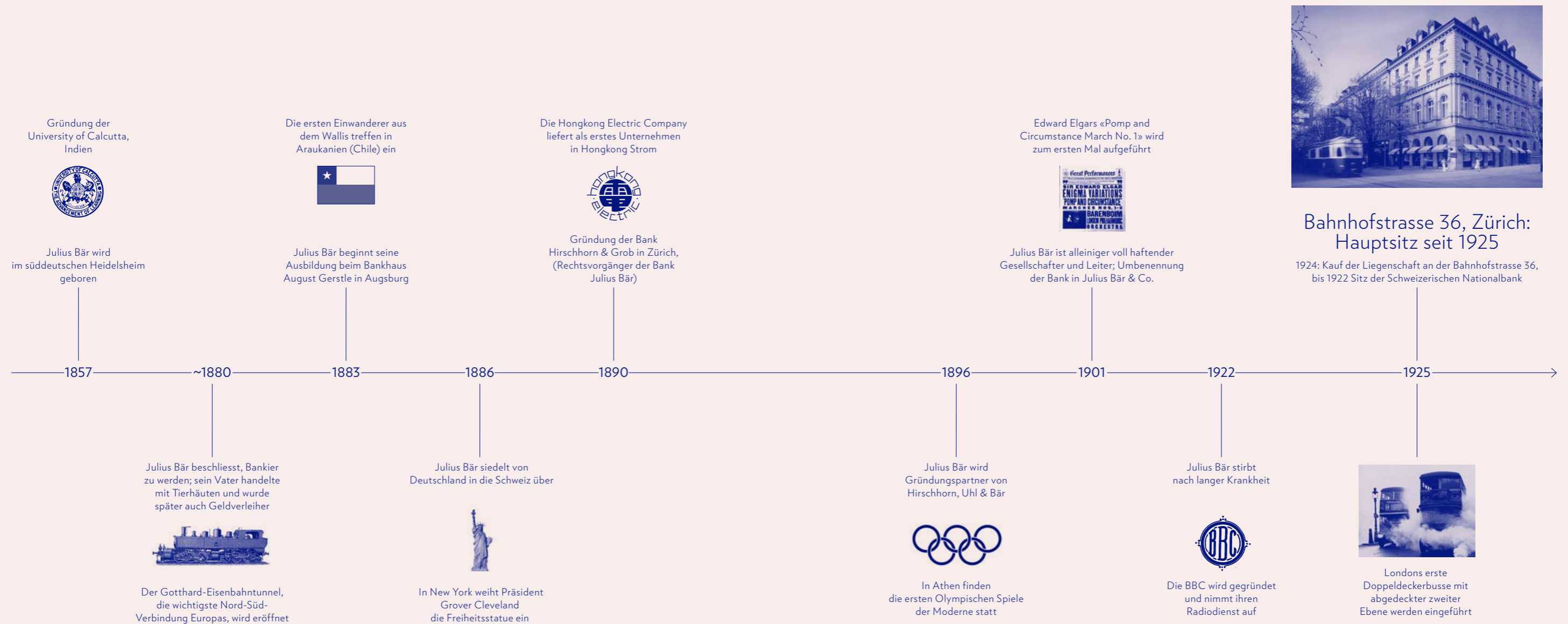
¹ Heute voll integriert

PIONIERIN UND VISIONÄRIN Beispiele für Innovationen



DIE URSPRÜNGE DER BANK

Wichtige Ereignisse



DER STAMMBAUM DER FAMILIE BÄR (AUSZUG)*

1. GENERATION

2. GENERATION

3. GENERATION

4. GENERATION



Julius (geb. Isaac) Bär
1857–1922

Julius Bär,
Gründer, Bankier,
Philanthrop

Aktiv in der Bank
von 1896
bis 1922

- Richard
1892–1940
- Walter**
1895–1970
- Werner
1899–1960

- Marianne
- Hans**
- Ruth
- Thomas
- Nicolas**
- Alfred
- Roger
- Ulrich
- Peter**
- Sonja
- Beatrice
- Rudolf**

- Raymond**
- Monique
- Beatrice Speiser**
- Barbara
- Andreas**
- Eric
- Suzanne
- Patricia
- Christopher**
- Marc
- Nadia**
- Ruth
- Sandra
- Yvonne
- René
- Michael**
- Christine
- Caroline

- Führungsfunktion**
- Keine Führungsfunktion
- Keine offizielle Funktion

* Der vollständige Stammbaum ist in der Festschrift «Eine Familie und ihre Bank» (1990) abgebildet

STÄRKE IN KRISENZEITEN

Immer wieder hat sich Julius Bär in Krisen als widerstandsfähig und zuverlässig erwiesen. Wir haben es verstanden, unsere Köpfe – und die unserer Kundinnen und Kunden – in schwierigen Zeiten über Wasser zu halten und aus Krisen gestärkt hervorzugehen.

1918

Während des Ersten Weltkriegs begann Julius Bär & Co. mit dem Verfassen des «Wochenberichts», einer hauptsächlich an Banken gerichteten Publikation. Nachdem der Fokus zunächst auf dem Devisenmarkt lag, wurde er mit der Zeit auf Berichte über politische und wirtschaftliche Ereignisse erweitert.

1940

Nach dem Ausbruch des Zweiten Weltkriegs in Europa etablierte Julius Bär eine Präsenz in New York, um vor dem Konflikt geflohene Kundinnen und Kunden dabei zu unterstützen, ihr Vermögen in ihrer neuen Heimat USA zu schützen und zu vermehren.

1980–1990

Während eine globale Rezession eintrat, setzte Julius Bär ihre ruhige und strategische Expansion fort, unter anderem mit dem Börsengang 1980, der Eröffnung neuer Niederlassungen und den Feierlichkeiten zum 100-Jahr-Jubiläum 1990.

2007–2009

Während der Finanzkrise entwickelte Julius Bär ihr Geschäft weiter und führte 2009 den Ansatz des reinen Wealth Managements ein, der dabei half, die schwere Zeit zu überstehen und die eigene Position sogar noch zu stärken.

2012

Als die Branche sich von der Krise zu erholen begann und die Schweizer Privatbanken sich mit dem neuen Paradigma der globalen Steuertransparenz auseinandersetzten, übernahm Julius Bär im Rahmen ihrer ambitionierten Expansionsstrategie das Internationale-Wealth-Management-Geschäft von Merrill Lynch.

2020

Die Covid-19-Pandemie brachte die Welt zum Erliegen und versetzte der Wirtschaft den grössten Schock seit der Grossen Depression, doch Julius Bär behält ihre starke finanzielle Basis und spendet CHF 5 Millionen für Nothilfeprogramme.

Mit unserer Resilienz und Innovationskraft ist Julius Bär bestens gerüstet, die sich verändernden Herausforderungen der Weltwirtschaft zu bewältigen und langfristig Wert für unsere Kundinnen und Kunden zu schaffen. Indem wir unseren Werten treu bleiben und Veränderungen angehen, auch für künftige Generationen ein verlässlicher Partner bleiben.





WICHTIGE RECHTLICHE INFORMATIONEN

Dieser Inhalt stellt Marketingmaterial dar und ist nicht das Resultat einer unabhängigen Finanz-/Anlageanalyse. Die enthaltenen Informationen und Meinungen stammen von der Bank Julius Bär & Co. AG, Zürich («Julius Bär»), die von der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht FINMA zugelassen ist und reguliert wird. Dieser Inhalt kann Informationen von Drittparteien enthalten.

Die vorliegenden Informationen und Meinungen gelten zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Inhalts und können auf zahlreichen Annahmen beruhen und sich daher ohne vorherige Ankündigung ändern. Dieser Inhalt dient ausschliesslich Informationszwecken und versteht sich weder als Rechts-, Buchhaltungs- oder Steuerberatung noch als Angebot noch als Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Finanzinstrumenten und/oder -produkten. Ausserdem stellt er keine persönliche Empfehlung dar und berücksichtigt keine spezifischen persönlichen Umstände (wie Anlageziele, finanzielle Situation oder Anlagestrategien). Obwohl die Informationen als richtig und vollständig beurteilt und die Daten in gutem Glauben aus als zuverlässig erachteten Quellen bezogen werden, wird diesbezüglich weder eine ausdrückliche noch eine stillschweigende Zusicherung oder Gewährleistung gegeben. Soweit dies nach den anwendbaren Gesetzen und/oder Vorschriften zulässig ist, übernimmt Julius Bär keinerlei Haftung für Verluste oder Schäden jeglicher Art, die direkt oder indirekt aus diesem Inhalt entstehen (einschliesslich Handlungen oder Unterlassungen von Dritten wie Erfüllungsgehilfen und/oder Beauftragten von Julius Bär). Weitere wichtige rechtliche Hinweise (z. B. betreffend Risiken, Nachhaltigkeit und Informationen Dritter) sowie länderspezifische Haftungsausschlüsse im Zusammenhang mit diesem Inhalt finden Sie unter nachstehendem Link bzw. QR-Code:

Lesen Sie hier die rechtlichen Informationen in voller Länge.



VERLEGER
Bank Julius Bär & Co. AG

Weitere Informationen über Julius Bär erhalten Sie unter:
www.juliusbaer.com

Julius Bär Gruppe, 2025

BILDNACHWEIS

Umschlag: Unternehmensarchiv Julius Bär, Valentin Jeck

Titelseite: Unternehmensarchiv Julius Bär, Chomboson

Seiten 5, 12–41, 47, 48, 50, 52:

Unternehmensarchiv Julius Bär

Seite 42: Thomas Eugster

Seite 43: Scott McNamara, Julius Bär

Seite 47: Schweizerische Nationalbibliothek,

Eidgenössisches Archiv für Denkmalpflege:

Archiv Photoglob-Wehri

Seite 51: Doppeldecker: Hulton Deutsch,

Seite 52: Lokomotive: Universal Images Group,

Freiheitsstatue: NurPhoto

Seite 53: Doppeldeckerbusse: Hulton Deutsch

Seite 57–59: Nico Schaeerer

Der Forest Stewardship Council (FSC) ist eine unabhängige, gemeinnützige Nichtregierungsorganisation, die sich weltweit für eine verantwortungsvolle Bewirtschaftung von Wäldern einsetzt. Julius Bär sorgt sich um die Umwelt. Deshalb wurde dieses Dokument auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt.

medienwerkstatt ist eine durch FSC und ClimatePartner zertifizierte, klimaneutral arbeitende Druckerei.



JULIUS BÄR GRUPPE

Hauptsitz
Bahnhofstrasse 36
Postfach
8010 Zürich
Schweiz
Telefon +41 (0) 58 888 1111
Telefax +41 (0) 58 888 1122
www.juliusbaer.com



LIUS BÄR & CO