







Ausgangssituation

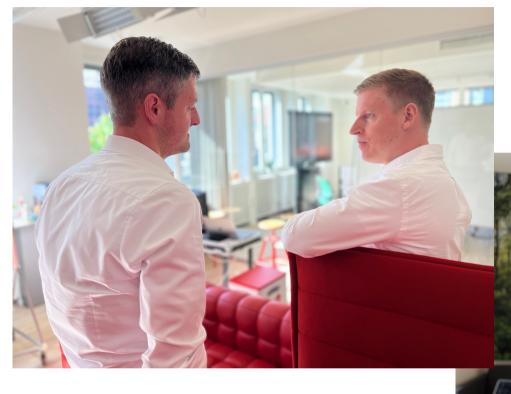


Wie kann das Thema ESG-Nachhaltigkeit zum Provisionstreiber werden und wie mobilisiert die Digitalisierung die Energie der Mitarbeitenden? Welche neuen Wege können Sparkassen bei der Verwendung des Eigenkapitals ergründen und wie wird der USP der Sparkassenfiliale im innerstädtischen Kontext ausgebaut? Und was hat das Ganze mit Recruiting von Mitarbeitenden zu tun?

Nach den erfolgreichen Workshops in den Jahren 2017 und 2018, dem Kulturworkshop im Jahr 2019 und dann der langen Corona-Pause hat der Alumni-Verein der Management-Akademie der Sparkassen-Finanzgruppe erneut zu einem weiteren Strategieworkshop eingeladen.

Der Workshop wurde als World-Café organisiert und fand am Mittwoch, den 3. Mai 2023 in den Räumen des SKPlabs statt.



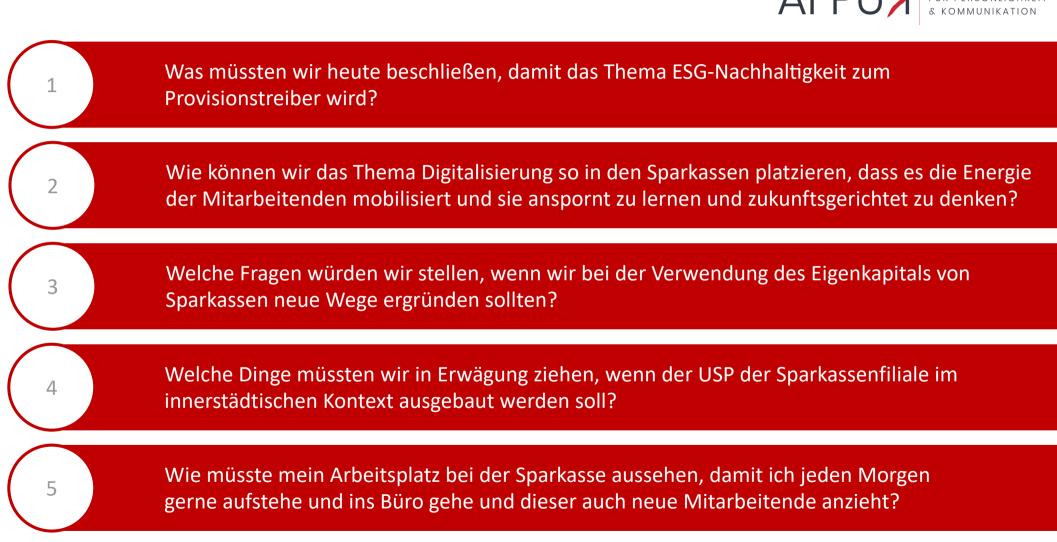






Die fünf Fragestellungen





Frage 1





Was müssten wir heute beschließen, damit das Thema ESG-Nachhaltigkeit zum Provisionstreiber wird?

Gastgeber: Dennis Büchler





Highlights aus der Diskussion



- Ein geschätztes Investitionsvolumen von 350 Mrd. Euro
- Kunden zusammenbringen, Bedarfe vernetzen
- Bildungsbedarf nicht unterschätzen. Aktuell herrscht maximale Verunsicherung in der Beratung, auf Kundenseite wie Beratungsseite
- Eine gesteigerte Kompetenzwahrnehmung bei den Sparkassen stärkt das Image
- Die Kompetenz der Kunden könnte vernetzt mehr bewirken
- Kunden möchten Flächen nutzen, andere Kunden haben Flächen
- Bestehende Produkte: Das S-Klimakonto, die grüne Kreditkarte, die ESG-Baufinanzierung, die ESG-Vermögensverwaltung

Die fünf wichtigsten Aussagen



- Die Sparkassen k\u00f6nnen sich im Rahmen ihrer Kompetenzvermutung gezielt am Markt platzieren. Diese Chance muss genutzt und die Verantwortung \u00fcbernommen werden.
- 2. Wir haben Kunden mit Bedarfen, die andere Kunden von uns decken können. Bspw. Dienstleistungen, Flächen, Ressourcen. Aufbau einer Wissensplattform zur Vernetzung der Bedarfe.
- Produktpalette neu denken. Nicht nur alter Wein in neuen Schläuchen. Bspw. neue Beratungsdienstleistungen (ESG Score verbessern), ESG-Check für Kunden, Vermittlungsdienstleistungen, Zertifikatsausstellung, neue Risiken absichern.
- 4. Die Sparkassen als Vorreiter im Bereich Personal. FIF, Gender Pay Gap, Attraktivität als Arbeitgeber steigern und Diversität weiter fördern.
- 5. Im Schulterschluss gemeinsam mehr erreichen. Etablierung einer internen Ideen Plattform, um gute und funktionierende Ansätze in Sparkassen stärker publik zu machen und in die Fläche zu bringen.

Frage 2





Wie können wir das Thema Digitalisierung so in den Sparkassen platzieren, dass es die Energie der Mitarbeitenden mobilisiert und sie anspornt zu lernen und zukunftsgerichtet zu denken?

Gastgeber: Marc Goldschmidt





Highlights aus der Diskussion



- Sparkassen müssen den Mitarbeitenden die Ängste nehmen, sich mit digitalen Neuerungen auseinander zusetzen
- Das Aus- und Fortbildungsprogramm muss deutlich über freiwillige Web Based Trainings (meist mit hohem zeitlichen Aufwand zzgl. Abschlusstest) hinausgehen und mit konkreter Praxisorientierung zum Lernen anregen?
- Filiale im Metaverse?! Warum nicht! Ausprobieren oder verwerfen? Hype oder Zukunft?
- Digitalisierung vormachen und als Vorbild agieren
- Ängste nehmen durch Befähigung (eine Frage der Kultur)
- Technik bereitstellen und Use Cases generieren
- Führungsarbeit gleich Führungsvorbild
- Transformationale Führung hin zum Sinn und zur Wertschätzung

Die fünf wichtigsten Aussagen



- Die Digitalisierung einfach machen Usability steigern, die Vorteile für einzelne Mitarbeitende deutlich herausstellen und eigenen Nutzen ins Zentrum stellen, um intrinsische Motivation anzusprechen.
- Es müssen die Voraussetzungen geschaffen werden, um sich mit digitalen Tools auseinander setzen und in die Denkweise einsteigen zu können.
- Weniger Lernprogramme, sondern mehr in die Interaktion mit dem Team, mit den Kunden, mit der Technik.
- 4. Paten Konzept Reverse Mentoring Generationsübergreifendes Lernen in beide Richtungen.
- 5. Gamification Effekt versus Zielkarte.

Frage 3

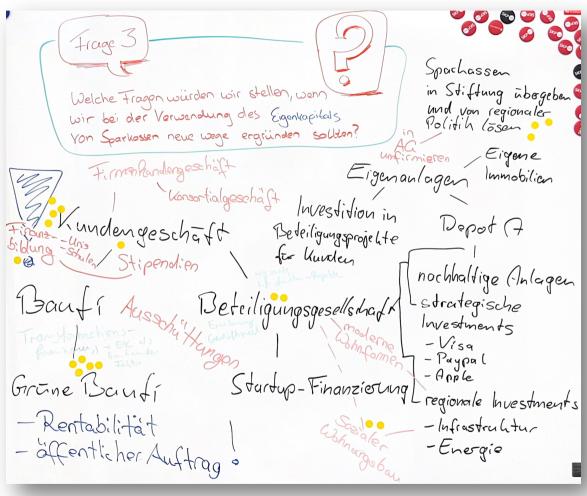




Welche Fragen würden wir stellen, wenn wir bei der Verwendung des Eigenkapitals von Sparkassen neue Wege ergründen sollten?

Gastgeber: Dirk Hilmering





Highlights aus der Diskussion



- Eigenkapital strategisch und rentabel einsetzen
- DNA der Sparkassen als Orientierung
- Finanzbildung, Finanzführerschein als großer Ankerpunkt
- Sparkassen sind nicht nur dafür da, um Geld zu verdienen und das Kundengeschäft voranzutreiben
- Transformationsfinanzierung wie werden wir in der Bevölkerung insgesamt grüner?
- Haben wir eine Verpflichtung, jede PV-Finanzierung zu begleiten?
- Investieren wir jetzt in das Kundengeschäft, in die Eigenanlagen, in Immobilien und auch in Beteiligungsfinanzierungen
- Die Rolle und die Form der Beteiligung von Sparkassen an Infrastrukturprojekten (bspw. Bürgerwindpark) schärfen. (Finanzierungspartner, Finanzierungsberatung und Unterstützung, Vermittlung von Beteiligungsmöglichkeiten, Verwaltung und Abwicklung)
- Moderne Wohnform Generationenmanagement

Die fünf wichtigsten Aussagen



- Abwägung unter den Aspekten des öffentlichen Auftrages und der Rentabilität zwischen Kundengeschäft, Beteiligungen, Eigenanlagen und Immobilien.
- 2. Bei allen Überlegungen muss die DNA der Sparkassen im Fokus bleiben und ein ausgewogener Mix zwischen öffentlichem Auftrag und Rentabilität gefunden werden.
- 3. Transformationsfinanzierung nutzen, um sich dem Thema zu stellen. Regionale Investments begleiten und Kunden beteiligen.
- Stipendien von den Sparkassen für Studierende, um die Finanzbildung voranzutreiben und talentierte Nachwuchskräfte aus der Region zu fördern.
- 5. Moderne Wohnformen fördern. Verantwortung übernehmen und generationsübergreifenden Wohnungsbau fördern.

Frage 4



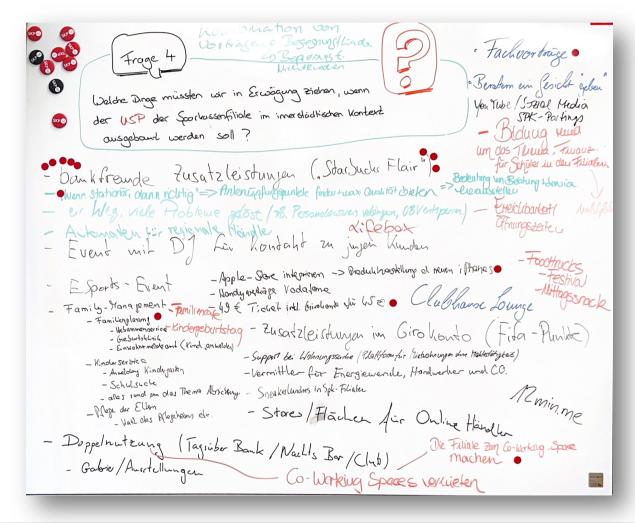


Welche Dinge müssten wir in Erwägung ziehen, wenn der USP der Sparkassenfiliale im innerstädtischen Kontext ausgebaut werden soll?

Gastgeber: Alexander Dyck

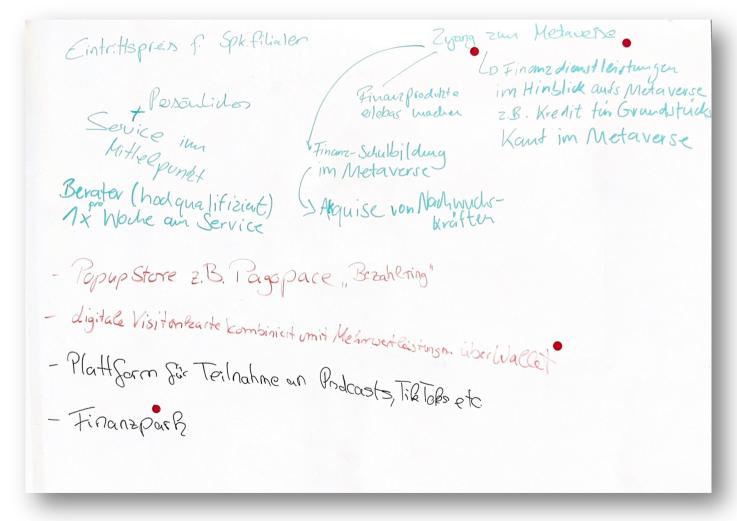


Seite 1





Seite 2



Highlights aus der Diskussion



- Bankfremde Zusatzleistungen (Starbucks Flair)
- Wenn stationär, dann richtig
- Automaten für regionale Händler
- Kombination von Vorträgen und Begegnungsstätte Bepreisung für Nichtkunden
- Anknüpfungspunkte finden und maximale Qualität bieten
- E-Sports Events
- Familiencafé und Kindergeburtstage
- Frühbildung als Auftrag der Sparkassen Schulklassen, Praktikum Kontaktpunkt früh ansetzen
- Financial Life Park Bankwelten nach Altersgruppen erleben
- Filiale im Metaverse integrieren und digitale Beratungen erlebbar machen
- Digitale Visitenkarte in der Wallet
- Dem Kunden Behördengänge ersparen

Die fünf wichtigsten Aussagen



- 1. Den größten Nutzen schaffen, in dem die Kunden mit einem Weg in die Filiale gleich viele Probleme lösen können. So weit denken, dass die Kunden dafür bereit sind einen Eintritt zu zahlen.
- Family Management Zusatzdienstleistungen bei Familienzuwachs, bei Eintritt einer Pflegesituation, Support bei Kita- und Schulanmeldung, Elterngeld. Die Kunden benötigen dafür oft Informationen, die die Sparkassen haben.
- 3. Die Filiale benötigt einen 24 Stunden Use Case. Tagsüber Bank, stundenweise Co-Working Space, abends Museum und nachts Club.
- 4. E-Sports in bestehende Kontomodelle integrieren und Events in den Filialen ausrichten. Ohne gezielt Emotionen anzusprechen, bekommen wir junge Kunden nicht über klassische Bankthemen in die Filiale.
- 5. Wenn schon Filiale, dann richtig. Es muss was Besonderes sein, im Service aushelfen zu dürfen.

Frage 5

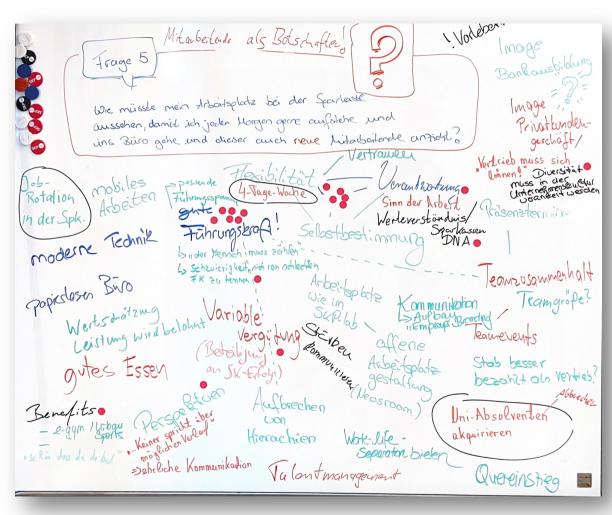




Wie müsste mein Arbeitsplatz bei der Sparkasse aussehen, damit ich jeden Morgen gerne aufstehe und ins Büro gehe und dieser auch neue Mitarbeitende anzieht?

Gastgeber: Daniel Kreuzburg





Highlights aus der Diskussion



- Mitarbeitende als Botschafter
- Vertrieb muss sich lohnen
- Job Rotation in der Sparkasse
- Führung als Schlüsselrolle
- Benefits gutes Essen, E-Gym, Urban Sports,
- Ehrliche Kommunikation zu eigenen Perspektiven
- Stab besser bezahlt als Vertrieb?
- Der Mensch muss zählen
- Vier-Tage Woche
- Talentmanagement
- Großes Potenzial bei Uniabsolventen und -abbrechern

Die fünf wichtigsten Aussagen



- Den Faktor Mensch in den Fokus stellen, insbesondere auf Führungsebene und weniger auf materielle Dinge rücken. "Wenn die Führungskraft es schafft zu vermitteln, dass der Mensch zählt."
- 2. Benefits müssen authentisch sein. "Dienstwagen wird gestellt, aber das Wasser muss bei jeder Besprechung bezahlt werden?"
- 3. Den Sinn der Arbeit darstellen und das Werteverständnis vorantreiben. Die Mitarbeitenden kommen nicht wegen des Geldes. Das Arbeiten für einen attraktiven und nachhaltigen Arbeitgeber zählt.
- 4. Mitarbeitende als Botschafter positionieren, um am Image zu arbeiten Vielfältigkeit, Benefits, Arbeitgeberattraktivität darstellen und erlebbar machen.
- 5. Team als entscheidender Faktor dafür, wie ich die Sparkasse als Arbeitgeber wahrnehme.



Wie geht es weiter?



Die Ergebnisse des Strategieworkshops werden am 08.06.2023 in Eckpunkten dem Präsidenten des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes e. V. Herrn Helmut Schleweis vorgestellt.

Im Anschluss erfolgt die Übergabe der Impulse an Herrn Matthias Schumacher, Leiter der Abteilung Geschäftsmodell und Portfoliosteuerung des DSGV e.V., mit der Empfehlung, die Ergebnisse zu besprechen und diese in die weiteren Arbeitsprozesse zu integrieren.



Impressionen





























Dennis Büchler

Persönlichkeiten, nicht Prinzipien bringen die Zeit in Bewegung.

Oscar Wilde

AFPUK | Akademie für Persönlichkeit & Kommunikation GmbH

Fritz-Schäffer-Str. 20 83104 Ostermünchen

Handelsregister: HRB 28935

Sitz: Tuntenhausen

Registergericht: Traunstein

Vertreten durch:

Dennis Büchler, Peter Gschwendtner

Kontakt

T. 08067 909817-1

F. 08067 909817-3

office@afpuk.de