

 Kreissparkasse  
Herzogtum Lauenburg

## ZUKUNFTSKONZEPT

VERTRIEBSSPARKASSE 2020



Zeigen Sie, was Sie sagen wollen.

DIALOGBILD<sup>®</sup>

# STRATEGIEWEG

## VERTRIEBSSPARKASSE 2020

Die Kreissparkasse Herzogtum Lauenburg kann mit Stolz auf ihre Erfolgsstory zurückblicken: Sie ist in ihrer Region die Nummer 1! Dennoch ruht die Kreissparkasse sich nicht auf ihren Lorbeeren aus, denn sie weiß, dass sie vor großen Herausforderungen steht.

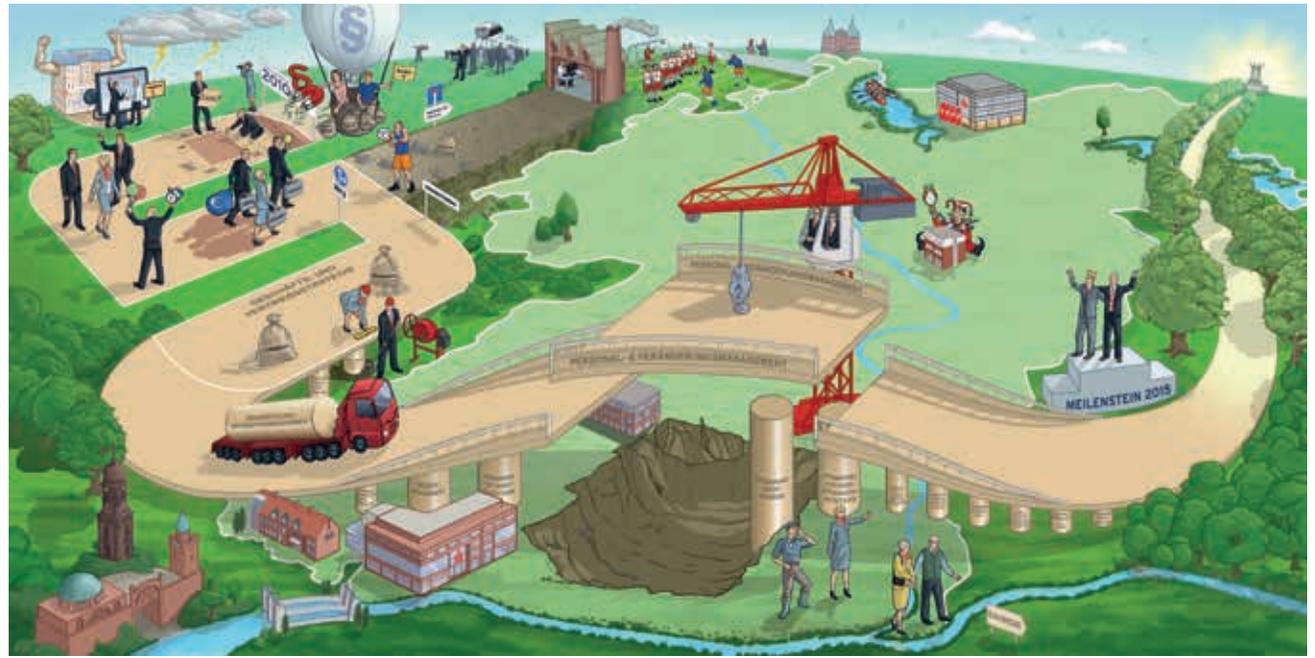
Um diesen Herausforderungen entgegenzutreten, schlägt die Kreissparkasse zwei Wege ein: Die Steigerung der eigenen Erträge durch eine Weiterentwicklung ihrer Vertriebsstrategie sowie die Erhöhung ihrer Effizienz durch eine konsequente Optimierung der Prozesse und Strukturen in Anlehnung an die Musterorganisationen des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes.

Alle Mitarbeiter sind gefordert, diesen Veränderungsprozess mitzugestalten und aktiv zu begleiten. Deshalb wurde der Strategieweg von Beginn an mit Hilfe der Dialogbilder kommuniziert.

Damit die rund 650 Mitarbeiter der Kreissparkasse mit ins Boot geholt werden, veranstaltete die Kreissparkasse in Zusammenhang mit dem ersten Dialogbild eine Roadshow und nutzte für die Präsentation des Strategieweges eine interaktive Version des Dialogbildes.

Anschließend wurden die Mitarbeiter halbjährlich über den aktuellen Stand des Veränderungsprozesses informiert. Auch dafür erstellten wir Präsentationsfolien, auf denen mit einer Lupe in die einzelnen Szenen gezoomt wurde.

## STRATEGIEWEG, MAI 2012



## STRATEGIEWEG, OKTOBER 2012



# EINIGE BEISPIELSZENEN

AUS DEM DIALOGBILD



## Der Vorstand

Der Veränderungsprozess wird aktiv vom Vorstand unterstützt. Er behält die Übersicht über alle Entwicklungen und steuert die einzelnen Prozesse.



## Anpassung Marktstrukturen

Durch eine neue Rollenverteilung der Kundenberater und -betreuer soll gewährleistet werden, dass Kunden und Berater gemeinsam „alt“ werden. Die Kreissparkasse begleitet ihre Kunden durch alle Lebensphasen.



## Einführung neuer Girokontomodelle

Damit bietet die Kreissparkasse ihren Kunden einen fairen und angemessenen Preis, der sich nach dem individuellen Nutzungsverhalten richtet. Die Giro-Premium-Kunden können sich entspannt zurücklehnen – die KSKHL kümmert sich um alles.



## Prozessmanagement

Wichtige Prozesse müssen kontinuierlich gemessen und gesteuert werden. Die frühzeitige Erkennung von Qualitätsproblemen soll zur Kundenzufriedenheit beitragen.

# DIE BROSCHÜRE

ALS BEGLEITMATERIAL ZUM DIALOGBILD

Zu jedem Dialogbild erstellen wir einen Flyer, den die Kreissparkasse an alle Mitarbeiter ausgehändigt hat. So wurde gewährleistet, dass die Inhalte, die bei einer Mitarbeiterversammlung erläutert wurden, nicht nach kurzer Zeit verloren gehen, sondern nachhaltig kommuniziert werden.





Die Geschäftsstrategie soll den Mitarbeitern verbal und mit Hilfe des Dialogbildes visuell aufzeigen, wie die formulierten Leitsätze sich aus der Vision entwickeln und konsequent in alle Teilstrategien abgeleitet werden können.

Sie zeigt den Mitarbeitern ebenfalls, wie sie ganz persönlich zum Erreichen der Vision beitragen können.

## DIE AUFTRAGGEBER



**Christoph Herbers**

Kreissparkasse Herzogtum Lauenburg  
Projektleiter „Vertriebssparkasse 2020“

**Dennis Grote**

Kreissparkasse Herzogtum Lauenburg  
Teilprojektleiter „Personal-/Veränderungsmanagement“

Im Rahmen einer repräsentativen Mitarbeiterbefragung aus dem Jahr 2011 wurde u. a. die Feststellung getroffen, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Strategie unseres Hauses eher nicht so gut kennen, trotzdem aber zu einem sehr großen Anteil persönlich voll und ganz hinter unseren geschäftspolitischen Entscheidungen stehen. Dieses Ergebnis spiegelt das große Vertrauen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wider, sagt uns aber auch, dass die bislang verwandten, klassischen Kommunikationswege durchaus optimierbar sind. Aus diesem Grunde haben wir uns entschieden, unseren Strategieweg „Vertriebssparkasse 2020“ über ein Dialogbild und weitere begleitende Maßnahmen, wie z. B. die Aushändigung der Dialogbild-Flyer sowie Betriebsinformationen zu kommunizieren. Mit Erfolg! Eine ebenfalls repräsentative Mitarbeiterbefragung aus dem April 2013 hat ergeben, dass 83% der befragten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Ziele des Strategieweges verstanden haben.

# Zukunftskonzept Vertriebsparkasse 2020

