

Rede Bilanzpressekonferenz am 23. März 2018 Robert Restani, Vorsitzender des Vorstandes

Es gilt das gesprochene Wort!

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich begrüße Sie sehr herzlich zu unserer Bilanzpressekonferenz 2018, auch im Namen meiner Vorstandskollegen Stephan Bruhn, Dr. Altfried M. Lütkenhaus und Dr. Arne Weick. Gemeinsam wollen wir die geschäftliche Entwicklung 2017 darstellen und auf aktuelle Themen eingehen.

Im letzten Jahr habe ich es bereits angekündigt:

- Die Strecke mag bergig und steinig werden. Die Herausforderungen haben aber einen Vorteil: Wir sind mitten drin im Geschehen, mitten drin im Leben sozusagen. Und dies ist ja unser Geschäftsmodell. Mittendrin im Leben, mittendrin im Ökosystem Frankfurt.
- Wir haben unser Etappenziel – das Jubiläumsjahr 2022 – fest vor Augen und wir tun alles, um es weiterhin gesund und fit zu erreichen.

Ich möchte gleich vorweg nehmen: Dieses Jahr war ein besonderes Jahr der Tat. Die Strecke war tatsächlich bergig und steinig, aber das macht uns keine Angst, im Gegenteil: Wir nehmen die Herausforderungen an. Nicht umsonst marschieren wir stramm und gehen nicht bloß spazieren. Dabei wurden wir in diesem Jahr sogar mit einigen schönen Aussichten belohnt, doch dazu später mehr. Das Jahr der Tat zeichnete sich insbesondere durch folgende Merkmale aus:

Folie 2

1. Wir haben unser Sparprogramm konsequent umgesetzt und den Ertragsrückgang im Kundengeschäft aufgrund des Niedrigzinsniveaus vor allem durch weitere Einsparungen von Sach- und Personalkosten vollständig kompensiert. Gleichzeitig konnten wir erneut unsere finanziellen Ressourcen für die Zukunft stärken.
2. Unser Betriebsergebnis vor Bewertung hat zugenommen, insbesondere dank kräftig gestiegener Provisionserträge. Denn wir haben unser originäres Kundengeschäft ausgeweitet und sehen hier noch weiteres Potenzial.

3. Wir haben unsere Unternehmenskultur weiterentwickelt und ein neues Unternehmensleitbild erarbeitet. Das ist nicht nur schön, sondern auch sinnhaft, wenn es darum geht, sich zu fokussieren und noch intensiver am Markt anzugreifen.

Bei unserem 1822-Neujahrskonzert – einige von Ihnen waren ja dabei – hatte ich schon angedeutet, dass das Buffet in etwa wieder so lang wird wie im Vorjahr. In Zahlen übersetzt bedeutet dies: Wir haben ein Ergebnis erzielt, das fast auf Vorjahresniveau liegt.

Das ist angesichts der Passivlastigkeit unseres Instituts – wir sprechen inzwischen von 16,3 Mrd. Euro Einlagen gegenüber einem Kundenkreditvolumen von 8,2 Mrd. Euro – keine Selbstverständlichkeit.

Sicher, Rückenwind hat uns weiterhin die sehr gute wirtschaftliche Lage in unserem Geschäftsgebiet verschafft. Vor allem aber haben die genaue und frühzeitige Standortbestimmung und das harte Training der letzten Jahre entscheidend dazu beigetragen, dass wir diese schwierige Etappe dank des großartigen Engagements unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gut hinter uns gebracht haben. Wo stehen wir heute konkret?

Folie 3

Ergebnis der Frankfurter Sparkasse fast auf Vorjahresniveau

Die Frankfurter Sparkasse hat im Geschäftsjahr 2017 ein Ergebnis erzielt, das nur leicht unter dem Vorjahresniveau liegt. Zunächst die wichtigsten Eckdaten:

- Die Bilanzsumme der Frankfurter Sparkasse hat sich um 2,9 Prozent oder 529,1 Mio. Euro auf 18,7 Mrd. Euro erhöht. Dabei gingen die Impulse auf beiden Seiten der Bilanz unverändert vom Kundengeschäft aus.

Folie 4

- Beim Zinsüberschuss setzte sich der Trend der vergangenen Jahre fort. Der Zinsüberschuss sank um 2,6 Prozent oder 7,2 Mio. Euro auf 272,0 Mio. Euro. Das lang anhaltende Niedrigzinsniveau schlug sich vor allem im Ergebnis der Eigenanlagen nieder. Deutlich betroffen war auch das Kundengeschäft, und hier speziell die Passivseite.
- Dem steht ein kräftig gestiegener Provisionsüberschuss gegenüber. Hier verzeichneten wir ein Wachstum um 19,0 Prozent oder 12,9 Mio. Euro auf 80,7 Mio. Euro. Ursache für diese erfreuliche Entwicklung sind die Einführung der neuen Girokontomodelle und gestiegene Umsätze im Wertpapier-Bereich. Die ebenfalls gestiegenen Erträge aus dem Vermittlungsgeschäft basieren teilweise aus einer veränderten Abrechnungsmethodik bei den Erträgen aus der Versicherungsvermittlung, die in Höhe von 2,5 Mio. Euro zu Lasten des Zinsüberschusses ging.
- Für den negativen Saldo von 2,3 Mio. Euro aus den sonstigem betrieblichen Ertrag/Aufwand war in erster Linie der Aufwand für die Veränderung des Abzinsungssatzes nach § 253 Abs. 2 HGB für die Berechnung der Rückstellungen für Altersvor-

sorgungsverpflichtungen sowie der Aufwand aus der Aufzinsung von Rückstellungen maßgebend. Hierbei gab es ja im Jahr 2016 die sogenannte „Atempause“.

- Die operativen Erträge sanken leicht um 0,8 Prozent oder 2,9 Mio. Euro auf 350,4 Mio. Euro. Dem gegenüber stand ein um 4,3 Prozent oder 11,6 Mio. Euro niedriger Verwaltungsaufwand als im Jahr 2016. Damals hatten wir u.a. den gesetzlichen Methodenwechsel beim Zinssatz für die Altersvorsorge-Rückstellungen genutzt, um für unsere Pensionskasse vorzusorgen und damit künftige Belastungen vorzuziehen. Dies war eine gute Entscheidung, denn es zeichnet sich schon ab, dass mit dem demografischen Wandel in Kombination mit dem Niedrigzinsniveau weitere Herausforderungen auf uns zukommen. Die Menschen, und damit natürlich auch unsere Pensionärinnen und Pensionäre, leben länger – das ist schön! Deshalb sind wir dieser Linie treu geblieben und haben auch im vergangenen Geschäftsjahr wieder Sonderbeiträge zur Stärkung der Deckungsrückstellung der Pensionskasse geleistet – diesmal zum Thema Biometrie, d.h. Absicherung zukünftiger Risiken daraus. Diese Maßnahme zog zusammen mit den daraus resultierenden Abgaben insgesamt einen Aufwand von insgesamt 8,7 Mio. Euro nach sich.

Folie 5

- Das Betriebsergebnis vor Risikovorsorge/Bewertung verbesserte sich – insbesondere dank gestiegener Provisionserlöse und dank des kräftig gesunkenen Verwaltungsaufwands – gegenüber dem Vorjahr um 10,6 Prozent oder 8,7 Mio. Euro auf 90,8 Mio. Euro. Den Planwert haben wir damit erneut deutlich übertroffen.
- Das Bewertungsergebnis in Höhe von -3,7 Mio. Euro ist um 16,3 Mio. Euro geringer als der Vorjahreswert. Wie erklärt sich der Unterschied? Im Vorjahr hatten wir bei den Beteiligungen ein Plus in Höhe von 2,5 Mio. Euro im Zusammenhang mit dem Verkauf von VISA-Anteilen sowie die Auflösung einer größeren Wertberichtigung im Kreditgeschäft.
- Unterm Strich erzielte die Frankfurter Sparkasse ein Ergebnis vor Steuern von 87,1 Mio. Euro, welches im Vergleich um 8,0 Prozent oder 7,6 Mio. unter dem Wert von 2016 liegt.
- Davon gehen insbesondere die Steuern ab: mit 27,1 Mio. Euro fast genauso viel wie im vorherigen Geschäftsjahr (31,3 Mio. Euro).
- Wir weisen nach Zuführung zu den Vorsorgereserven gemäß § 340f HGB und der Dotierung des Fonds für allgemeine Bankrisiken gemäß § 340g HGB einen Jahresüberschuss von 45,0 Mio. Euro aus.

Folie 6

Betriebswirtschaftliche und aufsichtsrechtliche Kennziffern weiterhin solide

Beim wirtschaftlichen Eigenkapital hatten wir im Vorjahr erstmals die Marke von 1 Mrd. Euro überschritten. Nach Dotierung der Vorsorgereserven und Zuführung zu den Gewinnrücklagen beträgt es nach dem Geschäftsjahr 2017 1,071 Mrd. Euro. Die wirtschaftliche Eigenkapitalrendite liegt bei 8,6 Prozent. Die Kennziffer ist damit im Vergleich zum Vorjahr (9,8 Prozent) leicht gesunken, was jedoch überwiegend auf die gestiegene Eigenkapitalba-

sis zurückzuführen ist. Unsere regulatorische Eigenmittelquote ist von 19,3 auf 19,6 Prozent gestiegen. Damit sowie mit einer Kernkapitalquote von 18,4 Prozent übertreffen wir die aufsichtsrechtlichen Anforderungen weiterhin deutlich.

Angesichts der schwierigen Rahmenbedingungen sind wir mit diesen Werten zufrieden. Sie zeigen, dass die Frankfurter Sparkasse solide aufgestellt und in der Lage ist, die Herausforderungen der kommenden Jahre aus einer starken Position heraus anzugehen.

Das kommt jedoch nicht von ungefähr. Bereits im letzten Jahr habe ich Ihnen berichtet, dass wir mit unserem Projekt „SPEED“ – Sparkasse einfach und erfolgreich denken – gut vorangekommen sind. Und nicht umsonst habe ich eben das Jahr 2017 als „Jahr der besonderen Tat“ bezeichnet. Denn wir haben mit Hochdruck an den einzelnen SPEED-Maßnahmen gearbeitet, deren positive Effekte sich immer deutlicher auf unsere Geschäftszahlen auswirken:

Folie 7

1. Unser Jahr der Tat: Ertragsrückgang durch Niedrigzins fast vollständig durch Sachkosteneinsparungen und Personalabbau kompensiert

Mehr als zwei Drittel aller SPEED-Maßnahmen zur Sachkostenreduzierung und Ertragssteigerung sind bereits umgesetzt und führen jährlich zu realen Kosteneinsparungen von im Saldo 10 Mio. Euro pro Jahr. „Im Saldo“ heißt, wir sparen noch mehr, investieren aber wieder einen Teil davon. Gespart haben wir primär in internen Bereichen, wo der Kunde also nichts davon bemerkt. Auch über das Jahr 2018 hinaus werden wir dieses straffe Programm konsequent weiterverfolgen.

Beim Personalabbau sind wir ebenfalls gut vorangekommen. Seit dem Jahr 2016 haben wir rund 140 Mitarbeiter-Kapazitäten (rund 150 Mitarbeiter) über natürliche Fluktuation und Altersaustritte abgebaut, bis 2020 sind weitere rund 50 vorgesehen. Da haben wir bereits für alle Vereinbarungen getroffen. Damit wir auch künftig in der Lage sind, gleiche oder steigende Anforderungen mit einer geringeren Anzahl von Beschäftigten zu erfüllen, vereinfachen wir zum einen unsere Prozesse. Zum anderen ist die zukunftsorientierte Entwicklung und Qualifizierung der Beschäftigten ein Schwerpunkt unserer Personalarbeit. Auch in dieser Hinsicht war das Jahr 2017 ein Jahr der Tat – dazu später mehr. Zum 31. Dezember 2017 beschäftigte die Frankfurter Sparkasse insgesamt 1.693 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, hiervon waren 77 Nachwuchskräfte, also Azubis und Duale Studenten. Das sind insgesamt über 1.500 Vollzeit-Stellen.

Eine Kostenreduktion in dieser Größenordnung ist nicht selbstverständlich – insbesondere, wenn man sich anschaut, welche Regulierungsvorhaben uns im Jahr 2017 beschäftigt haben. MiFID II, die EU-Datenschutzverordnung, die Institutsvergütungsverordnung oder die MaRisk-Novelle: Diese Beispiele haben teils zu erheblichem Mehraufwand geführt. Insofern ist es aus unserer Sicht beachtlich, dass wir den Sachaufwand einschließlich der Abschreibungen im Vergleich zum Vorjahr konstant halten konnten.

Wie gesagt: das Buffet ist fast so lang wie im letzten Jahr. Ein paar Reserven haben wir sogar für die Buffets der nächsten Jahre zurückgelegt. Denn wir haben erneut mit verschiedenen Maßnahmen für die Zukunft vorgesorgt, die zu einer Entlastung des Zinsaufwands in den Folgejahren beitragen sollen. Auch für die Pensionskasse haben wir, wie bereits dargestellt, weitere Vorsorge getroffen.

Folie 8

2. Unser Jahr der Tat: Originäres Kundengeschäft ausgeweitet

Bei SPEED haben wir auch die Einnahmenseite in den Blick genommen. Neben einem lebhaften Wertpapiergeschäft – unser Depotbestand inkl. DekaBank-Depots liegt inzwischen bei einem Volumen von 4,8 Mrd. Euro – hat unter anderem die Überarbeitung unserer Kontomodelle vor gut einem Jahr zu höheren Provisionserträgen geführt. Obwohl dies zum Teil mit Gebührenerhöhungen einherging, sind uns unsere Kunden treu geblieben.

Diesen Erfolg führe ich vor allem auf zwei Punkte zurück:

- Die Frankfurter Sparkasse ist vor Ort. Wir sind persönlich ansprechbar, in den Filialen, aber auch über mobile Kanäle. Das persönliche Gespräch zahlt sich aus. Unsere Beraterinnen und Berater zeigen unseren Kunden, welche Mehrwerte die Frankfurter Sparkasse bietet. Das beginnt bei ihnen selbst, bei der Präsenz vor Ort, und reicht bis zu den hochwertigen Dienstleistungen, die wir bieten – und die eben auch ihr Geld wert sind.

Denn ein Girokonto bei der Frankfurter Sparkasse ist mehr als ein Zugang zum Zahlungsverkehr. Die unterschiedlichen Kontomodelle beinhalten zahlreiche Vorteile:

- Die Plus-Konten beinhalten zum Beispiel einen Rechtsberatungs-Rechtsschutz, Schlüsselfund-Service oder Reisebuchungsservice mit 5 Prozent Reisepreis-Rückvergütung.
- Alle registrierten Inhaber von Privatkonten profitieren von S-Cashback online und damit z.B. von Rabatten in ausgewählten Online-Shops.
- Mit einer Kreditkarte können registrierte Kunden ebenfalls Rabatte über das Sparkassen-Shoppingportal in Anspruch nehmen.
- Nicht vergessen sollte man die Vorteile bei paydirekt sowie die Sparkassen-App und das Online-Banking.
- Und natürlich unsere 35.000 AdlerCards: Sie bieten ihren Besitzern eine starke Identifikation mit Eintracht Frankfurt. Ich habe es schon oft erlebt, dass ich beim Bezahlen auf das schicke Design angesprochen wurde. Die Frankfurter Sparkasse trägt dazu bei, dass Eintracht-Fans ihren Adler nicht nur im Herzen, sondern auch im Portemonnaie tragen. Das ist emotional!
Und genau das ist unsere Stärke als menschliches, regionales Kreditinstitut.

All diese Leistungen sind mit den Girokonten bei der Frankfurter Sparkasse verknüpft. Das sind erhebliche Mehrwerte, die wir unseren Kunden im vergangenen Jahr noch deutlicher als bisher erläutert haben und die unsere Kunden auch gut annehmen.

- Nicht zuletzt stellen unsere Beratung und unser Service einen konkreten Mehrwert dar. Das zeigen beispielsweise die Auszeichnungen des Internationalen Instituts für Bankentests. Bei dessen Studie belegt die Frankfurter Sparkasse in den Kategorien

„Beratung Firmenkunden“, „Beratung Baufinanzierung“ und „Beratung Private Banking“ hessenweit jeweils den 1. Platz, in der Kategorie „Private Banking“ sind wir sogar deutschlandweit Gesamtsieger.

Originäres Kreditgeschäft wächst, Bestandsvolumen deutlich ausgebaut

Doch zurück zu den Geschäftszahlen: Das Wachstum auf der Passivseite wurde insbesondere durch Kundengelder getragen. Insgesamt hielt auch im Jahr 2017 der Trend zu kurzfristig verfügbaren, sicheren Anlageformen an. Infolgedessen stiegen die Kundengelder inklusive der 1822direkt um 1,9 Prozent oder 310,4 Mio. Euro auf 16,3 Mrd. Euro. Der Zuwachs ist rund 31 Prozent geringer als im Vorjahr, und das war so geplant.

Das originäre Kreditgeschäft hat sich nicht nur im Volumen, sondern auch in seiner Breite positiv entwickelt. Während das Wachstum im Jahre 2016 fast ausschließlich durch die Bau- und Immobilienfinanzierungen getrieben wurde, gingen im Jahr 2017 auch von den gewerblichen Finanzierungen und den Konsumentenkrediten spürbare Impulse aus. Von Januar bis Dezember 2017 sagte die Frankfurter Sparkasse ihren Kunden insgesamt Kredite und Darlehen (ohne Dispositions- und Kontokorrentkredite) im Umfang von 1,4 Mrd. Euro zu – ein Plus von über 6 Prozent oder 82,8 Mio. Euro. Diese Zahlen zeigen, dass wir unsere Rolle als zuverlässiger Partner der Menschen und der Unternehmen in unserem Geschäftsgebiet weiter ernst nehmen. Insgesamt stieg das Kundenkreditvolumen um 3,8 Prozent oder 300,5 Mio. Euro auf 8,2 Mrd. Euro.

Konsumentenkredite haben am gesamten Kundenkreditvolumen zwar einen kleineren Anteil. Die Umschlaggeschwindigkeit ist aber hoch und deshalb ist es höchst erfreulich, dass sich ihr Absatz im vergangenen Geschäftsjahr besonders positiv entwickelte. Die Bestände legten netto um 36,7 Mio. Euro zu; insbesondere der Nettoabsatz von Ratenkrediten entspricht fast dem Dreifachen des Vorjahreswertes. Bemerkenswert hierbei ist, dass wir diesen Zuwachs zu fast 80 Prozent im stationären Vertrieb erzielt haben. Hier zeigt sich, dass unsere Filialen aus gutem Grund ein Herzstück unseres Kundengeschäfts sind.

Auch die Ausleihungen im gewerblichen Bereich haben sich erfreulich entwickelt. Die Zunahme um 7,6 Prozent oder 61,6 Mio. Euro auf 867,5 Mio. Euro wurde im Wesentlichen durch ein deutliches Plus bei den Investitionsdarlehen und sonstigen gewerblichen Finanzierungen getragen.

Immobilienfinanzierungen weiterhin stärkster Pfeiler des Kreditgeschäfts

Die Immobilienfinanzierungen sind nach wie vor der wichtigste Bestandteil des Kreditgeschäfts. Der Bestand an privaten und gewerblichen Immobilienfinanzierungen betrug im Jahr 2017 6,1 Mrd. Euro.

Die Rahmenbedingungen für das Baufinanzierungsgeschäft sind weiterhin günstig. Bei der Frankfurter Sparkasse hat sich das Wachstumstempo bei den Bau- und Immobilienfinanzierungen verglichen zum Vorjahr zwar verlangsamt, mit einer Zunahme um 3,1 Prozent oder 183,9 Mio. Euro auf 6,1 Mrd. Euro gingen von dieser Sparte aber nach wie vor die stärksten

Wachstumsimpulse aus, wobei die Immobilienfinanzierungen von gewerblichen Kunden im Mittelpunkt standen.

Das sind schöne Aussichten! Auf diese Erfolge können wir stolz sein, denn wir haben sie beim Anstieg hart erarbeitet. Dennoch ist noch nicht die Zeit gekommen, um eine Pause einzulegen und die Landschaft zu bewundern. Im Gegenteil: Wir wollen den Schwung nutzen, um uns ein noch beeindruckenderes Panorama zu erarbeiten. Hierfür sehen wir nämlich durchaus Potenzial: Insgesamt gibt es im Kreditgeschäft weiterhin gute Möglichkeiten, unsere Erträge auszubauen.

Folie 9

Stiftungsmanagement und Firmenkunden bieten Potenzial

Unser Stiftungs- und Nachlassmanagement hatte ich Ihnen im letzten Jahr vorgestellt. Auch dieser Bereich hat sich sehr erfreulich entwickelt. Inzwischen betreut das Stiftungsmanagement der Frankfurter Sparkasse insgesamt 60 Stiftungen und damit neun mehr als noch im Jahr 2016. Das damit verbundene Grundstockvermögen beträgt inzwischen über 70 Mio. Euro. Wir sind Marktführer auch bei diesem Thema, haben nachhaltige Provisionserträge und unsere Kunden haben die Sicherheit, dass wir verlässlich das fördern, das ihnen am Herzen liegt.

Auch auf anderen Gebieten sehen wir die Chance, unser Kundengeschäft auszuweiten; etwa im Firmenkundengeschäft. Bei anderen Instituten geraten Unternehmen, die ein bestimmtes Geschäftsvolumen nicht erreichen, schnell aus dem Fokus. Sie erhalten dann keine maßgeschneiderten Angebote und keine persönliche Beratung. Das ist bei uns anders: Für die Frankfurter Sparkasse ist jeder Kunde wichtig. Wir sortieren niemanden aus. Diese vertrauensvolle Geschäftsbeziehung ist auf Nachhaltigkeit angelegt und nicht auf schnellen Profit. Das ist unser Selbstverständnis. Und in diese Marktlücke werden wir künftig gezielt noch intensiver stoßen.

Frankfurter Sparkasse bietet erstmals „Digital Learning Journey“ an

Und wir gehen noch einen Schritt weiter, denn im April bietet unser Firmenkundenbereich gemeinsam mit unserem innovationLab und in Kooperation mit der Honorarkonsulischen Vertretung Estlands in Hessen erstmals eine „Digital Learning Journey“ an. Die Unternehmerreise führt uns nach Estland, einem europäischen Vorreiter in Sachen Digitalisierung. Das Land ist ein Paradebeispiel dafür, wie etablierte Unternehmen den digitalen Wandel meistern und neue Geschäftsmodelle erschließen. Hier gibt es für viele Mittelständler der Region genauso wie für unser Haus einiges zu entdecken.

Sowohl das Stiftungs- und Nachlassmanagement als auch unsere Leistungen für Firmenkunden sind gute Beispiele dafür, wie wir Akzente setzen, um unser Kundengeschäft auszuweiten. So unterschiedlich die beiden Bereiche sind, so zählt doch beides auf unser Geschäftsmodell ein, nämlich nah am Menschen zu sein.

Ich fasse zusammen: Unsere Geschäftszahlen 2017 zeigen, dass es der Frankfurter Sparkasse gelungen ist, rechtzeitig die richtigen Wege einzuschlagen und trotz der schwierigen Rahmenbedingungen eine ansehnliche Strecke zurückzulegen. Wir haben uns für die Zukunft gestärkt. Die Herausforderungen können mit uns, und Sie können mit der Frankfurter Sparkasse rechnen!

Folie 10

Digitalisierung als Chance: Frankfurter Sparkasse baut „Kunden-Service-Center“ auf

Wie gesagt, unser Geschäftsmodell besteht darin, nah am Menschen zu sein. Das hat im Prinzip schon Goethe formuliert: „Zwei Dinge sollen Kinder von ihren Eltern bekommen: Wurzeln und Flügel.“ Wir bieten unseren Kunden die Wurzeln eines tief in der Region verankerten, im besten Sinne traditionellen Partners. Da wir dem digitalen Wandel offen gegenüber stehen und ihn für unser Geschäft mitgestalten, partizipieren wir gemeinsam mit unseren Kunden an der Zukunft.

Das Internet bietet viele zusätzliche Gelegenheiten, mit unseren Kunden ins Gespräch zu kommen. Wir nutzen die Digitalisierung für unsere Zwecke und verknüpfen den stationären Vertrieb intelligent mit den Online-Medien.

Unsere Internet-Filiale 6.0 entwickelt sich weiter sehr positiv. Im Jahr 2017 wurde das Online-Banking insgesamt rund 24,2 Mio. Mal aufgerufen, 9,3 Mio. Mal mehr als im Vorjahr. Unsere Online-Beratung führte im Jahr 2017 insgesamt gut 29.000 Text- beziehungsweise Video-Chats. Außerdem verzeichnete sie fast 800 Video-Legitimationen.

Unsere Kunden gehen spürbar in Richtung Omnikanal. Selbstverständlich gehen wir mit ihnen mit. Wir haben gerade mit dem Aufbau unseres „Kunden-Service-Centers“ (KSC) begonnen. Wir planen, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in dieser neuen Abteilung über die übliche Servicezeit hinaus per Telefon, E-Mail, SMS- und Video-Chat erreichbar sein werden. Hier bündeln wir schrittweise die Inbound-Telefonie und den Terminierungsservice. Außerdem sollen die Kolleginnen und Kollegen künftig auch selbstständig Produkte abschließen, Vorgänge fallabschließend bearbeiten, Kunden gezielt ansprechen und an den stationären Vertrieb überleiten.

Perspektivisch werden wir in diesem Bereich auch neue Mitarbeiter einstellen. Gleichzeitig holen wir eine Auslagerung der Telefonie in unser Haus zurück und sparen damit an anderer Stelle Kosten. Wie gesagt, die Digitalisierung nützt dem Vertrieb. Daher steht das neue KSC nicht in Konkurrenz zu unseren Filialen, sondern im Gegenteil: Es unterstützt diese und ergänzt damit unser gesamtes Angebot. Wir gehen dort hin, wo unsere Kunden sind und sein werden.

innovationLab treibt Entwicklung zweier Geschäftsideen voran

Im vergangenen Jahr hatte ich Ihnen über das innovationLab der Frankfurter Sparkasse berichtet, das primär vom Frankfurter TechQuartier aus arbeitet. Die beiden Mitarbeiter organisierten vor einem Jahr die innoChallenge, bei der fünf Teams mit je fünf Kolleginnen

und Kollegen innerhalb einer Woche verschiedene Geschäftsideen entwickelten. Zwei davon haben wir im vergangenen Jahr weiterverfolgt:

- Mit „S-Regionect“ wollen wir unsere traditionelle Rolle als Ansprechpartner für verschiedene Kundengruppen nutzen und eine Plattform entwickeln, bei der unsere Gewerbe- und Firmenkunden bei unseren Privatkunden für ihre Angebote werben können. Der Prototyp ist sowohl in der Händler- als auch in der Privatkunden-Version vertestet; Gespräche mit Geschäftskunden und möglichen Kooperationspartnern laufen. Im Laufe des Jahres wollen wir die Entwicklung der Software beauftragen.
- Unter dem Motto „Friends in Banks“ hat unser Projektteam mit Experten aus einer Partnervermittlungsagentur zusammengesessen. Nun entwickeln wir eine Plattform, die prüft: Welchen Berater bekommt der jeweilige Kunde? Der, der am besten zu ihm passt. Der Kunde beantwortet einige Fragen über sich und wir finden den Kundenberater, der auf menschlicher Ebene am besten zum Berater passt. Persönliche Sympathie und die gemeinsame „Wellenlänge“ spielen hier die wichtigste Rolle. Die Fragen dazu testen wir gerade bei Mitarbeitern und Kunden. Wir gehen davon aus, dass wir noch in der ersten Hälfte dieses Jahres live gehen können. Intern kurziert hierzu momentan der Slogan: „Spar-ship: Alle 11 Minuten findet ein Frankfurter seinen passenden Bankberater!“

2018, ein weiteres Jahr der Umsetzung: Nun wollen wir diese Geschäftsideen in konkrete Angebote umsetzen. Wir betrachten solche neuen Geschäftsideen als essentielle Ergänzung unserer Ausrüstung. Das sind keine technischen Spielereien. Denn unser Geschäftsmodell besteht wie gesagt darin, mit den Menschen zu sprechen. Das tun wir durch unser weiterhin größtes Filialnetz in Frankfurt genauso wie über die digitalen Kanäle. Digitale Innovationen unterstützen uns dabei, mit unseren Kunden ins Gespräch zu kommen, und machen uns und unser Geschäftsmodell fit für die Zukunft. Wir beobachten nicht nur Trends, sondern versuchen auch, diese zu setzen.

Folie 11

3. Unser Jahr der Tat: Neues Unternehmensleitbild entwickelt

Die Zukunft spielte für die Frankfurter Sparkasse in 2017 auch bei der Aktualisierung des Unternehmensleitbilds eine große Rolle. In diesem Fall bedeutet „Zukunft“ unser Jubiläumsjahr 2022 – angesichts der dynamischen Entwicklung der letzten Jahre aus meiner Sicht eine sinnvolle Herangehensweise. Niedrigzinsphase, Digitalisierung und der intensive Wettbewerb zeigen, wie wichtig es ist, dass unser Haus mit geeinter Kraft auf ein gemeinsames Ziel hinarbeitet. Das Unternehmensleitbild stärkt ein solches gemeinsames Verständnis.

Der Vorstand gab den inhaltlichen Rahmen für die Überarbeitung vor. Hier flossen auch Ergebnisse aus einer umfassenden Kundenbefragung ein. Die Ausarbeitung legten wir bewusst in die Hände der Beschäftigten. Alle hatten die Möglichkeit, ihre Meinung einzubringen.

gen. So entstand ein praxisnahes und vielseitiges Unternehmensleitbild – ein wertvoller Impuls für eine offene und zukunftsgerichtete Unternehmenskultur.

Diesen Prozess haben wir bereits im Jahr 2016 mit unserer Mitarbeiterbefragung und bereichsübergreifenden Hospitationen begonnen und anhand eines umfangreichen Führungskräftefeedbacks über alle Hierarchie-Ebenen, Workshops zu Zukunftsthemen und Digitalisierungs-Messen fortgeführt. Ebenso durchlaufen alle Führungskräfte einen Führungs-Triathlon (Workshop-Reihe), um für ihre Führungs-Aufgabe fit zu sein und zu bleiben. Wie gesagt: 2018, ein weiteres Jahr der Umsetzung.

Auch hier gilt: Das sind keine Spielereien. Wir sind massiv von sich stetig und schnell wandelnden Anforderungen betroffen. Um diesen langfristig gerecht zu werden, sind eine offene Unternehmenskultur und die Kompetenz der Beschäftigten, sich immer wieder auf neue Themen einzustellen, von größter Bedeutung.

„Wir sind da. Wir machen die Vielfalt der Finanzen zum Erlebnis – einfach, jederzeit und überall.“ So lautet der Titel unseres neuen Unternehmensleitbilds. Übersetzt bedeutet dies im Kern: Der Kunde entscheidet. Wir fragen unsere Kunden, wie sie sich ihre Sparkasse wünschen. Bei „friends in banks“, aber zum Beispiel auch bezüglich der künftigen Kleiderordnung unserer Beschäftigten.

„Wir sind da“, das heißt auch: Wir sind aktueller und präsenter denn je! Traditionell engagieren wir uns für Themen übers reine Bankgeschäft hinaus, die den Menschen in unserem Geschäftsgebiet einen echten Mehrwert bieten. Zum Beispiel beim Thema Museen: Nicht nur eröffnen wir in diesem Sommer unser Stoltze-Museum in der ‚Neuen Altstadt‘. Sondern wir unterstützen auch das Junge Museum – das ehemalige Kinder-Museum –, eine ganz beeindruckende Einrichtung, welche Mitte Februar im Historischen Museum neu eröffnet wurde. Last but not least fördert die Frankfurter Sparkasse gemeinsam mit anderen Sponsoren aus der Sparkassen-Finanzgruppe die aktuelle Rubens-Ausstellung im Städel Museum.

Unser Engagement hört bei der Frankfurter Museumslandschaft längst nicht auf. Denn wir unterstützen zahlreiche gemeinnützige Institutionen und Vereine und – was uns von anderen Unternehmen unterscheidet: Traditionell organisieren wir mit unserer Stiftung seit langem selbst gemeinnützige Projekte und Veranstaltungen. Von verschiedenen Fußball-Cups über „1822 Schule und Natur“ bis hin zu den „Klangkünstlern“: Insbesondere Kindern und Familien kommt unser Engagement zugute. Dank der Kammermusikabende und Tonkünstlerkonzerte, die regelmäßig im Kundenzentrum hier im Gebäude stattfinden, dem Höchster Schlossfest oder dem jährlichen Konzert in der Oberurseler Stadthalle profitieren aber auch erwachsene Kunden und natürlich auch Nicht-Kunden davon, dass wir da sind und uns vor Ort, in Frankfurt, den Stadtteilen und den Umlandgemeinden, für die Region einsetzen. Nicht zu vergessen: Wir engagieren uns weiterhin trotz der Niedrigzinsphase, unter der unsere Stiftungserträge erheblich sinken. Das ist das Besondere an unserer Sparkasse.

Folie 12

Ausblick: Frankfurter Sparkasse geht gestärkt in ein weiteres Jahr der Umsetzung – ins Jahr der Evolution

Unsere Geschäftszahlen zeigen auch in diesem Jahr, dass wir insgesamt auf einem guten Weg sind. Wir haben Taten sprechen lassen, Steine aus dem Weg geräumt und uns fit gemacht, um die kommende Strecke sicher und gesund zu bewältigen. Auch die Zahlen der ersten beiden Monate 2018 bestätigen diesen Trend.

Warum Jahr der Evolution? Weil wir von der Natur lernen können. Auch in der Natur ist nichts so beständig wie der Wandel. Wer erfolgreich sein möchte, muss sich an wandelnde Rahmenbedingungen anpassen, das zeigt die Evolutionstheorie. Wir wissen auch: Mit Einfallsreichtum und Innovationen besteht man im Wettbewerb, der manchmal brutal sein kann wie die Natur.

Es kann sein, dass der Weg nun steiler und die Luft möglicherweise dünner wird. Ich persönlich bin aber gespannt darauf, was uns hinter den nächsten Serpentinaugen erwartet. Klar ist aber auch: Wir dürfen uns nicht ausruhen und nicht unser Ziel aus den Augen verlieren – nämlich, unser Jubiläumsjahr weiterhin gesund und fit zu erreichen. Oder – um die Evolutionstheorie noch einmal aufzugreifen: Nach dem Motto „survival of the fittest“. Oder wie es Hannes Rehm mal sagte: der fitteste überlebt, nicht der fetteste.

Bei all dem bleiben wir mit unseren Kunden im Gespräch, denn das ist die Basis für unseren Erfolg. Wie heißt es so schön in der Trainingsliteratur: Wenn man sich bei der Bewegung noch unterhalten kann, ist das ein gutes Tempo. Und das machen wir jetzt mit Ihnen: uns unterhalten.

Folie 13

Daher vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit! Und nun stehen meine Vorstandskollegen und ich Ihnen für Fragen und die Diskussion zur Verfügung.