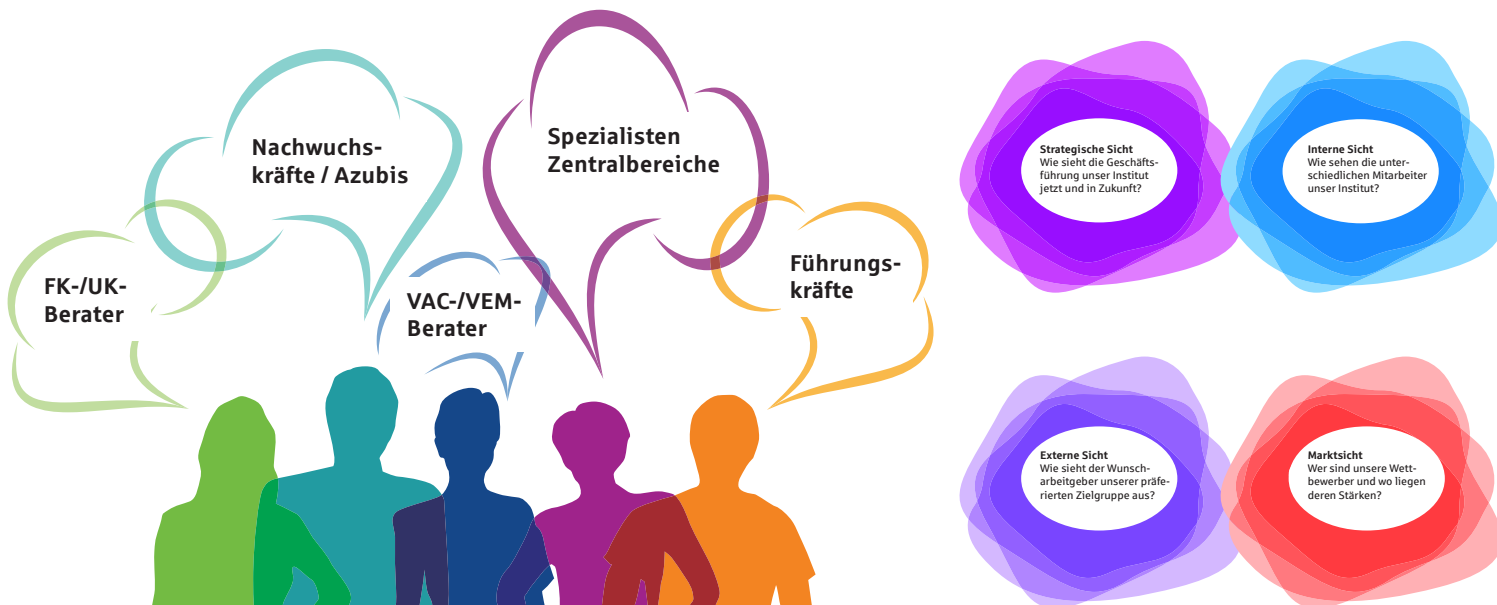


Kreissparkasse Böblingen und Sparkassenakademie Baden-Württemberg

„Ich bin doch kein Bankwesen!“ Personalmarketing trifft Kulturwandel



Das Projektteam definierte fünf verschiedene Fokusgruppen und vier zentrale Blickwinkel.

Grafiken: Birgit Tenner, Adobe Stock

Arbeitswelt und Gesellschaft verändern sich! Der Fachkräftemangel, die demografische Entwicklung und der Wunsch nach einer verbesserten Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit waren für die Kreissparkasse Böblingen Anlass, sich selbstbewusst zu fragen: Wie bleiben wir ein attraktiver Arbeitgeber und wie werden wir als solcher von außen wahrgenommen?

Das Projekt:

„Attraktive Arbeitgeberpositionierung“

Hierbei hat die Kreissparkasse Böblingen gemeinsam mit der Sparkassenakademie Baden-Württemberg eng zusammengearbeitet. Bestandteile des Projekts waren fünf aufeinander abgestimmte Phasen, an deren Ende eine individuelle Positionierungsempfehlung, ein professionelles Marketingkonzept, ein 12-Monats-Maßnahmenplan sowie ein intensiver Kulturdialog auf Ebene des Vorstands und der Bereichsleiter standen.

Für diesen kulturellen Prozess benötigt es jeden Einzelnen – denn jedes Mitglied in der Organisation trägt zur Kulturprägung bei und setzt sich für ein gemeinsames Ziel ein. Neben dem Projektteam kam eine besondere Schlüsselrolle deshalb den Mitgliedern aus fünf verschiedenen Fokusgruppen zu: Knapp 40 Kolleginnen und Kollegen waren seit der Analysephase in das Projekt involviert, um die Wahrnehmung des Instituts von innen und außen zu reflektieren.

Die gesammelten Erkenntnisse wurden im Anschluss in eine prägnante Arbeitgeberpositionierung überführt und dabei wichtige Signale gesetzt: Die Kreissparkasse möchte Kundenchampion bleiben! Dafür baut die Organisation auf starke Teams unter Mitarbeitenden und eine erfolgreiche Kampagne, um im Wettbewerbsvergleich durch ein einheitliches und authentisches Image zu überzeugen. Hierbei ist die Kreissparkasse solide und ohne Show, ein starker Partner für ihre Kunden und zieht ihre Stärke weiterhin aus dem Teamgedanken, den die Kolleginnen und Kollegen leben. Und so gestalten alle selbstbewusst ihre Kreissparkasse Böblingen – ganz anders als das „graue Bankwesen“.



Die Sparkassen-Szenen für die Videoclips der Kampagne wurden nicht in einem Studio, sondern vor Ort in der Kreissparkasse Böblingen gedreht.

Fotos: Sparkassen Finanzportal GmbH



Das „graue Bankwesen“ steht im Kontrast zu den Mitarbeitenden der Kreissparkasse Böblingen.

Weiterdenker und Glücklicherinnen statt „Bankwesen“

Die Idee der Kampagne dreht sich um das personifizierte „graue Bankwesen“ – langweilig, zahlenfixiert und distanziert. Die echten Mitarbeitenden der Kreissparkasse erklären in Imagevideos und Printmedien, weshalb sie keine Bankwesen sind, sondern viel mehr in ihnen und ihren Jobs steckt. Schließlich arbeiten sie nicht bei einer anonymen Bank ohne Profil, sondern bei der Kreissparkasse Böblingen als Glücklicherin, Menschenverbinderin, Weiterhelfer oder Weiterdenker. In einem Casting mit Teilnehmenden der Fokusgruppen sowie Auszubildenden wurden vier Hauptdarstellerinnen und -darsteller ausgewählt, die von weiteren Kollegen und Statisten unterstützt wurden. Die finale Kampagne ist nun im neuen Internetauftritt der Kreissparkasse, auf Plakaten, Geldautomaten, auf Social Media und im Kino als Werbung zu sehen. Auch auf Messen und bei Stellenanzeigen ist die Kampagne präsent.

Die nächsten Schritte

Bereits während des Projektverlaufs wurde deutlich, dass die Erarbeitung einer Arbeitgeberpositionierung weit über klassische Personalmarketingaktivitäten hinausgeht. Vielmehr handelt es sich bei diesem Projekt um einen kulturellen Prozess, in den möglichst viele Mitarbeitende integriert werden, um künftig dann als Markenbotschafter das „Gesicht“ ihrer Sparkasse zu repräsentieren. Diese Identität, als klare Arbeitgeberpositionierung mit Profil, gestalten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv mit. Die Kultur ist lebendig und gab bereits Anstoß zur Umsetzung vielfältiger weiterer Projekte, wie etwa die Einführung eines neuen Dresscodes und eines breitgefächerten Onboarding-Konzepts für Neueinstellungen.

Miriam Höhn, Kreissparkasse Böblingen
E-Mail: miriam.hoehn@kskbb.de

Magnus Kyre, Sparkassenakademie Baden-Württemberg
E-Mail: magnus.kyre@sv-bw.de



Jana Schühle arbeitet bei der Kreissparkasse Böblingen als Finanzierungsberaterin im Immobilien-Center in Sindelfingen.



Sascha Herrmann arbeitet bei der Kreissparkasse Böblingen als Leiter des Filial-Centers am Markplatz in Sindelfingen.



Das Team der Kreissparkasse Böblingen am Ende der Dreharbeiten für die Videoclips – noch vor Ausbruch der Corona-Pandemie