

Fair.

Menschlich.

Nah.

Leitlinien der Sparkassen für
eine nachhaltige Geschäftspolitik
im Interesse der Kunden und
der örtlichen Gemeinschaft

Sparkassen. Gut für Deutschland.

Präambel

Die Globalisierung setzt Wirtschaft und Gesellschaft unter enormen Anpassungs- und Wettbewerbsdruck. Weltweit offene Märkte und die neuen Möglichkeiten der Informations- und Kommunikationstechnik eröffnen Chancen für Wachstum und Wohlstand. Schattenseiten dieser Entwicklung sind jedoch ein immer kurzfristigeres Denken und die Verengung des Blickwinkels vieler Finanzmarktakteure ausschließlich auf eine Maximierung der Renditen. Dies ist geeignet, die Menschen zu verunsichern, Vertrauen zu untergraben und so eine nachhaltige Entwicklung zu verhindern.

Die Sparkassen stellen sich dem Globalisierungsdruck. Sie halten dabei aber an einer langfristig ausgerichteten und nachhaltigen Geschäftspolitik in den Regionen und zum Wohle der Regionen fest: Sie sind davon überzeugt, dass nur dies dauerhaften betriebswirtschaftlichen Erfolg sichert und das für die Kreditwirtschaft unverzichtbare Vertrauen der Kunden gewährleistet. Im Verbund insbesondere mit den Landesbanken, der DekaBank, den Öffentlichen Versicherern, den Landesbausparkassen, der Deutschen Leasing, weiteren Finanzdienstleistern sowie den regionalen Sparkassen- und Giroverbänden und dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband sehen sich die Sparkassen in einer besonderen Verantwortung für Gesellschaft und Wirtschaft. Sie wollen diese Verantwortung wahrnehmen, indem sie ihre Geschäftspolitik fair, menschlich und kundennah ausrichten.

Vor diesem Hintergrund bekennen sich die deutschen Sparkassen zu den folgenden 15 Leitlinien, die das Verhältnis zu Kunden, ihren kommunalen und freien Trägern, dem gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Umfeld und zu ihren eigenen Mitarbeitern bestimmen sollen.

Fair.

I. Sparkassen rechtfertigen jeden Tag aufs Neue das Vertrauen ihrer Kunden

Sparkassen genießen mit Abstand das höchste Kundenvertrauen in der deutschen Finanzdienstleistungsbranche. Rund 50 Millionen Kundenverbindungen zu den Sparkassen und ihren Verbundunternehmen sind Ausdruck dieses besonderen Verhältnisses der Menschen in Deutschland. Sparkassen wissen, dass sie dieses einzigartige Vertrauen jeden Tag aufs Neue rechtfertigen müssen, wenn sie in der Zukunft wirtschaftlich erfolgreich sein wollen.

Sparkassen verhalten sich deshalb verlässlich und berechenbar. Sie sind faire Partner in allen Lebenslagen und für alle gesellschaftlichen Gruppen. Lebenslange Geschäftsbeziehungen zu den Kundinnen und Kunden stehen für sie im Zentrum ihrer Geschäftspolitik. Nicht das schnelle Einmal-Geschäft, sondern die dauerhafte, lebensphasenbezogene Begleitung von Privat-, Firmen- sowie kommunalen Kunden zählt für die Sparkassen. Dies bedeutet Nachhaltigkeit im besten Sinne des Wortes. Deshalb entspricht es z. B. nicht dem Geschäftsmodell „Sparkasse“, vertragsgemäß bediente Kredite ohne Zustimmung der Kunden an Dritte zu verkaufen und so den Kunden ungewollte Vertragspartner aufzudrängen.

II. Bei den Sparkassen erhält jeder ein Konto

Faire Partnerschaft heißt für die Sparkassen, niemanden von modernen Finanzprodukten auszuschließen und alle Kunden zu bedienen. Konkret bedeutet dies insbesondere, grundsätzlich jedermann ein Girokonto anzubieten, um ihn so am wirtschaftlichen Leben teilhaben zu lassen. Deshalb haben nicht nur die mit eigenem Erwerbseinkommen oder Vermögen ausgestatteten Teile der Bevölkerung, sondern auch rund 80 Prozent aller Empfänger von staatlichen Sozialtransfers

eine Kontoverbindung zu einer Sparkasse. Fair heißt für die Sparkassen darüber hinaus, zwar unterschiedliche Bedürfnisse zu berücksichtigen, aber auch Kunden mit geringerem Einkommen oder Vermögen qualifiziert zu betreuen.

„Faire Partnerschaft heißt für die Sparkassen, niemanden von modernen Finanzprodukten auszuschließen.“

III. Sparkassen bieten hochwertige Produkte zu nachvollziehbaren Preisen

Fairness bedeutet für die Sparkassen, ihren Kunden keine Mogelpackungen, sondern nachvollziehbare und berechenbare Konditionen zu bieten. Sparkassen sagen ihren Kunden, was eine Leistung kostet. Sie locken sie nicht mit vermeintlich kostenlosen Leistungen, um dann bei Zusatzleistungen überhöhte Entgelte zu berechnen. Sparkassen bieten zusammen mit ihren Verbundpartnern grundsätzlich alle Finanzdienstleistungen mit hochwertiger Qualität an. Im Rahmen einer ganzheitlichen Beratung mit dem Sparkassen-Finanzkonzept ermitteln sie individuell die Bedürfnisse der Kunden und offerieren diejenigen Produkte, die aus Sicht des Kunden besonders attraktiv und notwendig sind.

IV. Sparkassen übernehmen Verantwortung für nachhaltiges Wachstum im Mittelstand

Sparkassen begleiten als Marktführer ihre mittelständischen Firmenkunden in allen Phasen des Unternehmens. Sie stehen ihnen auch in kritischen Phasen so lange zur Seite, wie dies wirtschaftlich und aufsichtsrechtlich vertretbar ist. Sparkassen erzielen ihren eigenen Erfolg in der jeweiligen Geschäftsregion. Deshalb ist es für sie entscheidend, auch die Folgen des Ausfalls eines Unternehmens für dessen Arbeitnehmer, Zulieferer, Kunden und das gesellschaftliche Umfeld sowie die örtliche Kommune im Blick zu behalten. Sparkassen sind damit zum eigenen Nutzen am wirtschaftlichen Erfolg ihrer Region orientiert.

Ein nachhaltiges Wachstum ihrer Unternehmenskunden ist Sparkassen wichtiger als der schnelle Geschäftsabschluss. Bei Kapitalbeteiligungen ist es das Ziel der Sparkassen, den Unternehmen benötigtes Eigenkapital auf einen vereinbarten Zeitraum verlässlich zur Verfügung zu stellen. Sie unterscheiden sich damit von Investoren, die Beteiligungen als Möglichkeit sehen, Eigenkapital oder stille Reserven zu ihren eigenen Gunsten aus den Unternehmen herauszuziehen. Sparkassen sind faire Partner der Unternehmen und bieten qualitativ hochwertige Finanzprodukte – für etablierte und größere Unternehmen ebenso wie für Unternehmen mit geringeren Umsätzen und für Existenzgründer. Fairness heißt aus Sicht der Sparkassen, eingeworbene Kundengelder auch wieder in der Region für Finanzierungen zur Verfügung zu stellen.

„Ein nachhaltiges Wachstum ihrer Unternehmenskunden ist Sparkassen wichtiger als der schnelle Geschäftsabschluss.“

V. Sparkassen führen ihre Kunden nicht in die Überschuldung

Fair zu sein bedeutet für Sparkassen, durch persönliche Beratung Mitverantwortung für das wirtschaftliche Wohlergehen ihrer Kunden zu übernehmen. Geschäft um jeden Preis verbietet sich vor diesem Hintergrund. Sparkassen führen ihre Kunden nicht an oder sogar über die Verschuldungsgrenzen, sondern bestimmen mit den Kunden gemeinsam deren langfristige Fähigkeit zur Rückzahlung von Krediten. Hierzu informieren sie über die Risiken von Verschuldung und vergewissern sich vor der Kreditvergabe der langfristigen Fähigkeit der Kunden zur Kreditrückzahlung. Das gilt in besonderer Weise im Verhältnis zu jungen Menschen, Existenzgründern und wirtschaftlich Unerfahrenen.

„Fair zu sein bedeutet für Sparkassen, durch persönliche Beratung Mitverantwortung für das wirtschaftliche Wohlergehen ihrer Kunden zu übernehmen.“

Sparkassen stehen generell dafür ein, Überschuldungen der Bürger zu vermeiden. Sie unterhalten deshalb mit dem Beratungsdienst „Geld und Haushalt“ und dem „Sparkassen-SchulService“ Einrichtungen, die pädagogisch ausgerichtete Beratungsleistungen für den richtigen Umgang mit Geld erbringen. Obwohl Sparkassen dank ihrer nachhaltig ausgerichteten Geschäftspolitik deutlich unterdurchschnittlich zu den Kreditgebern überschuldeter Haushalte gehören, übernehmen sie aus ihrer gemeinwohlorientierten Geschäftsphilosophie auch hier Verantwortung, indem sie an vielen Stellen Deutschlands als einzige Gruppe der Kreditwirtschaft die Arbeit von Schuldnerberatungsstellen unterstützen und so dazu beitragen, dass überschuldete Haushalte die Chance auf einen finanziellen Neuanfang erhalten.

Menschlich

I. Sparkassen beraten ihre Kunden persönlich und individuell

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Sparkassen geben den anonymen Finanzdienstleistungen ein menschliches Gesicht. Von den rund 257.000 Mitarbeitern der Sparkassen sind mehr als die Hälfte in der persönlichen Beratung tätig. Das sind deutlich mehr, als jeder andere Finanzdienstleister in Deutschland seinen Kunden anbieten kann. Eine langjährige feste Beziehung zwischen Kunde und „seinem“ Berater wird von den Kunden besonders geschätzt und gewünscht. Ziel von Sparkassen ist es deshalb, dem Kunden Berater zur Seite zu stellen, die ihn persönlich kennen und denen er vertraut. Diese persönliche Beratung ist gerade für Geschäftsfelder wie gewerbliche Finanzierungen, Baufinanzierungen oder Altersvorsorge entscheidend, die für die persönliche und wirtschaftliche Zukunft der Kunden von besonderer Bedeutung sind.

II. Sparkassen verfolgen das Ziel „Wohlstand für alle“

Sparkassen halten an ihrem Gründungsauftrag fest, allen Teilen der Bevölkerung die Chance zu bieten, sich selbst auch durch kleine Beiträge eine eigene finanzielle Vorsorge zu schaffen und damit unabhängig zu werden. Leitidee ist dabei, die Chancen auf „Wohlstand für alle“ zu verbessern. Sparkassen übernehmen deshalb gerade dort eine besondere Verantwortung, wo existenzielle Lebensrisiken zunehmend ergänzend zu Kollektivsystemen individuell abgesichert werden müssen. Das gilt z. B. für die notwendige Eigenvorsorge bei der Alterssicherung. Die ganzheitliche Beratung im Rahmen des „Sparkassen-Finanzkonzepts“ dient dem Ziel, gemeinsam mit dem Kunden seinen Anlage-, Kredit-, Versicherungs- und Absicherungsbedarf individuell zu ermitteln und dazu passgenaue Lösungen anzubieten.

III. Sparkassen arbeiten für die Menschen in ihrer Region

Sparkassen sind Kreditinstitute für alle Bürgerinnen und Bürger. Sie sind durch ihre kommunale Bindung ihrer jeweiligen Geschäftsregion verpflichtet. Mit ihrem Geschäftserfolg eröffnen sie neue Kreditspielräume für Unternehmen und Privatpersonen. Nicht zur Stärkung der eigenen Rücklagen benötigte Gewinne verwenden sie für Zwecke des Gemeinwohls. Während etwa bei börsennotierten Großbanken nur ein vergleichsweise kleiner Teil von Anlegern Nutzen aus dem Geschäftserfolg zieht, profitieren bei Sparkassen alle Bürgerinnen und Bürger der jeweiligen Gemeinde, Stadt oder des Landkreises von Spenden, Fördermaßnahmen, den inzwischen 619 Sparkassen-Stiftungen oder auch Ausschüttungen.

„Leitidee der Sparkassen ist es, die Chancen auf ‚Wohlstand für alle‘ zu verbessern.“

Sparkassen konzentrieren sich deshalb nicht nur darauf, betriebswirtschaftliche Kennzahlen zu verbessern. Ihre Aufgabe ist es vielmehr, Gemeinwohleffekte zu Gunsten der Bevölkerung und Wirtschaftsunternehmen der eigenen Geschäftsregion zu erreichen und Verantwortung für die erfolgreiche Entwicklung der jeweiligen Region zu übernehmen. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Sparkassen erwirtschaften so durch ihre Arbeit einen direkten Nutzen für ihre Region und ihre Mitbürger.

IV. Sparkassen fördern bürgerschaftliches Engagement

Die ersten Sparkassen sind vor mehr als 200 Jahren durch bürgerschaftliches oder kommunales Engagement als regionale Selbsthilfeeinrichtungen entstanden. Jenseits des Staates wurden so örtliche Angelegenheiten in die eigene Hand genommen und vor Ort gelöst. Dieser Philosophie sind die Sparkassen verpflichtet. Es gehört deshalb zu ihrem Selbstverständnis, bürgerschaftliches Engagement vor Ort zu unterstützen und örtlichen Akteuren als Partner zur Verfügung zu stehen. Dies erfolgt beispielsweise durch finanzielle oder ideelle Förderungen und die Würdigung der Arbeit örtlicher Vereine und Bürgergruppen.

Sparkassen setzen auch bei ihren Mitarbeitern auf bürgerschaftliches Engagement vor Ort. Dieses Engagement etwa in Schulen, in der Wissenschaft, Hilfsorganisationen, sozialen Diensten, in Sport- und Kulturvereinen sowie anderen Bürgergruppen stärkt die Verbundenheit mit der Heimat. Dies ist ein Schlüssel für das Vertrauen der Menschen in die Sparkassen.

V. Sparkassen sind verantwortungsvolle Arbeitgeber

Sparkassen sehen sich als Arbeitgeber in einer besonderen Verantwortung. Sie sind im Verbund der Sparkassen-Finanzgruppe in Deutschland der größte gewerbliche Arbeitgeber und Ausbilder. Die Ausbildungsquote ist dabei weit überdurchschnittlich. Sie stellen in allen Regionen des Landes hochwertige Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung. Zur Philosophie der Sparkassen gehört es dabei, Anforderungen an eine immer bessere wirtschaftliche Effizienz nicht zu Lasten der Mitarbeiter zu lösen. Wo Beschäftigungsabbau unumgänglich ist, organisieren ihn Sparkassen sozial verträglich, indem sie auf Kündigungswellen verzichten und die natürliche Fluktuation sowie die Möglichkeit von Teilzeittätigkeiten nutzen. Gerade Teilzeitangebote sind dabei eine Chance für Beschäftigte beiderlei Geschlechts, Familie und Beruf besser miteinander zu vereinbaren.

Ziel von Sparkassen ist es, ihren Mitarbeitern gute Arbeitsbedingungen und einen erlebbaren Nutzen für die Region als Ergebnis der eigenen Arbeit zu bieten. Hohe Identifikation mit dem Arbeitgeber und ausgeprägte Werteorientierung zählen in der Sparkasse mehr als der kurzfristige Profit. Nur zufriedene Mitarbeiter können Kunden ausgwogen, freundlich und kompetent beraten.

**„Sparkassen stellen in allen Regionen des Landes
hochwertige Arbeits- und Ausbildungsplätze zur
Verfügung.“**

Nah.

I. Sparkassen sind die wahren Direktbanken

Sparkassen haben mit 16.200 Geschäftsstellen und mit 24.300 Geldautomaten das dichteste Netz aller Kreditinstitute in Deutschland. Jeder Bürger hat eine Sparkasse und meist mehrere Sparkassen-Geldautomaten „direkt um die Ecke“. Kein anderer kreditwirtschaftlicher Anbieter stellt seinen Kunden in Deutschland ein so dichtes Netz der kostenlosen Bargeldversorgung zur Verfügung. In den Geschäftsstellen wird die gesamte Produktvielfalt der Sparkassen-Finanzgruppe nahe am Kunden angeboten. Sie stellen überall in Deutschland das „Tor zur Welt der Finanzen“ dar. Direkter geht es nicht. Die Sparkassen sind deshalb die wahren Direktbanken Deutschlands. Sie unterscheiden sich dabei positiv von „Distanzbanken“, die in der Regel nur Telefon- oder Internetdienstleistungen ohne persönlichen Kundenkontakt anbieten.

II. Sparkassen sind überall und auf allen Wegen für die Menschen da

Ziel von Sparkassen ist es, überall dort zu sein, wo ihre Kunden leben und arbeiten. In mehr als 12.000 Gemeinden, Städten und Landkreisen überall in Deutschland sind die Sparkassen der Ansprechpartner der Menschen vor Ort. Aber Sparkassen sind nicht nur flächendeckend mit ihren Filialen präsent. Sparkassen verfolgen die Philosophie, dass der Kunde entscheidet, auf welchem Weg er die Sparkasse erreichen möchte – oder ob die Sparkasse zu ihm kommen soll. Neben der persönlichen Beratung in den Geschäftsstellen bieten die Sparkassen deshalb Internet- und Telefonbanking sowie Selbstbedienungsmöglichkeiten ebenso wie Beratung beim Kunden zu Hause als selbstverständliche Leistungen an. Der Kunde wird dabei nicht auf einen Zugangsweg festgelegt, sondern kann sich je nach Bedarf täglich neu entscheiden.

III. Sparkassen kennen ihre Kunden und deren Bedürfnisse

Sparkassen stehen in der Mitte der Gesellschaft, verwurzelt in ihrer Gemeinde, Stadt oder ihrem Landkreis. Nicht abgesondert. Nicht abgehoben. Nicht abgeschottet. Das Gesicht der Sparkassenmitarbeiterin und des Sparkassenmitarbeiters ist vertraut. Sie leben dort, wo ihre Kunden leben. Sie kennen die Region. Sie sprechen die Sprache der Menschen vor Ort. Nahe bei den Kundinnen und Kunden zu sein, bedeutet für die Sparkassen auch, um deren Bedürfnisse und Wünsche zu wissen. Als Hausbank für alle Menschen kennen sie die Lebens- und Wirtschaftsbedingungen der Menschen und der Unternehmen vor Ort persönlich. Entscheidungen sind bei Sparkassen das Ergebnis des Wissens um die Kunden und um die Situation in der Region. Deshalb können Sparkassen Risiken besser einschätzen – ein Wettbewerbsvorteil, der sich nicht nur für die Sparkassen in niedrigen Kreditausfallraten, sondern auch für die Kunden auszahlt.

**„Sparkassen sind die wahren Direktbanken.
Sie haben das dichteste Netz aller Kreditinstitute
in Deutschland.“**

IV. Sparkassen entscheiden vor Ort und deshalb schnell

Sparkassen sind wirtschaftlich selbständige und vor Ort unternehmerisch geführte Kreditinstitute, die ihre Entscheidungen auch direkt vor Ort treffen. Deshalb können sie schnell und zielgerichtet entscheiden. Nicht ferne Konzernzentralen geben nach einheitlichen Mustern den Entscheidungsspielraum vor. Die Sparkasse muss sich für diese Entscheidungen gegenüber den Kunden und demokratisch gewählten und mit örtlichen Repräsentanten besetzten Gremien verantworten.

Deshalb haben für den Kunden nachvollziehbare und für die Region nützliche Entscheidungen für Sparkassen besondere Priorität.

V. Sparkassen eröffnen Chancen in der Region

Sparkassen sind am Wohlstand ihrer Region ausgerichtet und in ihrer Geschäftstätigkeit auf diese Region konzentriert. Nachhaltigkeit der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung vor Ort steht im Zentrum ihrer Geschäftspolitik, denn nur so kann auch die Sparkasse auf Dauer erfolgreich sein. Deshalb stehen für die Sparkassen Geschäfte im Vordergrund, die eine realwirtschaftliche Anbindung haben und sich nicht nur an den internationalen Finanzmärkten abspielen. Sie wirken so einer Loslösung der Finanzmärkte von den Bedürfnissen der Unternehmen und Bürger entgegen. Darüber hinaus bieten Sparkassen überall in Deutschland, in stark wachsenden wie auch in ländlichen und in strukturschwachen Gebieten, qualifizierte Arbeits- und Ausbildungsplätze, sie sind verlässliche Steuerzahler, geben mit eigenen Aufträgen Impulse für die örtliche Wirtschaft und tragen so zum Ausgleich zwischen den Regionen und zur Vergleichbarkeit der Lebensverhältnisse in Deutschland bei.

„Nachhaltigkeit der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung vor Ort steht bei den Sparkassen im Zentrum ihrer Geschäftspolitik.“

Sparkassen: Fair. Menschlich. Nah.

Mit ihrer Geschäftsphilosophie nehmen Sparkassen in besonderer Weise Verantwortung für unsere Gesellschaft wahr. Die besondere Bindung an das wirtschaftliche Wohlergehen der Regionen und aller Teile der Bevölkerung stellt sicher, dass Sparkassen ihren Erfolg nicht gegen die Interessen ihrer Kunden suchen. Dies gewährleistet nachhaltiges Wirtschaften, das einer zu einseitigen Ausrichtung an kurzfristigen Kapitalmarktinteressen langfristig deutlich überlegen und im Interesse der Menschen in der Region ist.

Impressum

Herausgeber

Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV)

Kommunikation und Medien

Charlottenstraße 47

10117 Berlin

Telefon 030 20225-5115

Telefax 030 20225-5119

gut-fuer-deutschland@dsgv.de

www.gut-fuer-deutschland.de

www.dsgv.de