



KONZEPT ZUR EINBINDUNG DER STAKEHOLDER

der Sparda-Bank Südwest eG

Inhalt

1. Unser Verständnis von Stakeholder-Einbindung	2
2. Unsere Stakeholder-Gruppen	2
3. Unsere Formate nach Stakeholder-Gruppe.....	3
4. Unser Umgang mit Ergebnissen	5
5. Unsere Weiterentwicklung	5

1. Unser Verständnis von Stakeholder-Einbindung

Die Sparda-Bank Südwest eG ist als Genossenschaftsbank in einem breiten Netzwerk von Mitgliedern, Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden, Lieferanten und der Gesellschaft verankert. Wir verstehen die Stakeholder-Einbindung daher als zentrale Voraussetzung für die aktive Umsetzung einer wertebasierten Strategie, die Wirkung entfaltet.

Der offene und ehrliche Dialog mit unseren Stakeholdern trägt dazu bei, uns in mehreren Dimensionen zu stärken:

1. **Relevanz sichern:** Wir verstehen, welche Themen für diejenigen wichtig sind, die wir betreuen und die von unseren Entscheidungen beeinflusst werden
2. **Optimierungspotenziale identifizieren:** Durch die regelmäßige Analyse von Anregungen unserer Stakeholder können wir gezielt Verbesserungspotenziale erkennen und umsetzen, um Prozesse und Angebote fortlaufend zu optimieren
3. **Vertrauen und Wertschätzung aufbauen:** Transparente und offene Kommunikation sowie die dokumentierte Umsetzung von Anregungen schaffen Glaubwürdigkeit
4. **Strategie weiterentwickeln:** Die Erwartungen und Perspektiven unserer Stakeholder informieren eine Strategie, die wirtschaftliche Zukunftsfähigkeit mit gesellschaftlicher Verantwortung verbindet
5. **Innovation fördern:** Externe Perspektiven helfen uns, Chancen und Risiken früher zu erkennen und unser Geschäftsmodell zukunftssicher auszurichten

2. Unsere Stakeholder-Gruppen

Stakeholder-Gruppen, mit denen wir regelmäßig in den Austausch gehen, sind:

Kundinnen und Kunden, darunter Mitglieder sowie Vertreterinnen und Vertreter

Durch die Einbindung unserer Mitglieder sowie Kundinnen und Kunden verstehen wir die vorliegenden Erwartungen und können Produkte und Beratungsangebote entwickeln, die ihren Werten und Zielen entsprechen. Sie profitieren von einer Bank, die ihre Interessen aktiv berücksichtigt, ihre Meinungen ernstnimmt und sie in ihre Strategie einfließen lässt.

Mitarbeitende

Mit unseren Mitarbeitenden zusammen entwickeln wir eine Unternehmenskultur, in der sich jede und jeder Einzelne wertgeschätzt und gefördert fühlt. Sie sind Mitgestaltende des Arbeitsumfelds und der damit einhergehenden Benefits-Struktur. Damit erleben sie Mitgestaltung statt Vorgabe. Wir erhalten valide Feedbacks zu internen Herausforderungen und können gezielt reagieren.

Lokale Partner, Gemeinden und Presse

Durch den Dialog mit Vertreterinnen und Vertretern aus den Regionen, in denen wir tätig sind, schaffen wir ein Verständnis für lokale Bedürfnisse und regionale Nachhaltigkeitsziele. Dies stärkt nicht nur den sozialen Zusammenhalt in der Region,

sondern hilft uns unser gesellschaftliches Engagement auf die Bedürfnisse der Region auszurichten.

Lieferanten & Geschäftspartner

Gemeinsame Definition von Grundwerten, wie bspw. Nachhaltigkeitsstandards, schaffen Klarheit und Planungssicherheit. Hierdurch kann eine langfristige vertrauensvolle Zusammenarbeit gewährleistet und Risiken in der Wertschöpfungskette besser gesteuert werden.

Branchenverbände

Der regelmäßige Austausch mit Branchenverbänden, wie dem Verband der Sparda-Banken e. V. und dem Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), eröffnet uns die Möglichkeit, von Schwesterbanken zu lernen, Best-Practice-Beispiele auszutauschen und in gemeinsamen Projekten die Branchenstandards mitzugestalten.

Weiterhin werden situativ andere Interessensträger wie bspw. NGOs, politische Akteure und akademische Institutionen eingebunden, um ein weitergehendes Bild zu aktuellen gesellschaftlichen Erwartungen, politischen und regulatorischen Entwicklungen sowie neue akademische Erkenntnisse zu gewinnen.

3. Unsere Formate nach Stakeholder-Gruppe

Zur Einbindung der vorgenannten Stakeholder-Gruppen haben wir bereits vielfältige Formate etabliert, die künftig weitergehend forciert werden:

Kundinnen und Kunden, darunter Mitglieder sowie Vertreterinnen und Vertreter

- Bedarfsorientierte Beratungsgespräche:
Persönliche Gespräche mit unseren Kundinnen und Kunden, in denen wir ihre individuellen Bedürfnisse und Werte verstehen lernen
- Jährliche BVR-Kundenzufriedenheitsumfrage:
Eine etablierte Umfrage, die regelmäßig durchgeführt wird und Aufschluss über das Erlebte sowie Erwartungen der Kundinnen und Kunden gibt
- Jährliche Dialoge mit den Vertreterinnen und Vertretern im Rahmen der Vertreterversammlung:
Austausch auf strategischer und operativer Ebene mit unseren Mitgliedervertretenden
- Kundenveranstaltungen:
Thematische Veranstaltungen, bspw. zum Thema Nachhaltigkeit in der Baufinanzierung, die Kunden informieren und zum Austausch einladen

Mitarbeitende

- Biennale Great Place to Work-Umfrage:
Eine umfassende Befragung der Mitarbeitendenzufriedenheit, des Arbeitsumfeldes und der Führungskultur
- Regelmäßige digitale Informationsveranstaltungen:
Digitale Informationssession mit anschließender Q&A-Session zur Einbindung von Impulsen der Mitarbeitenden, hierbei werden mindestens halbjährlich aktuelle Nachhaltigkeitsthemen aufgegriffen
- Quartalsweise Diversitätszirkel:
Praktische Mitgestaltung durch Beteiligung bei der Ausgestaltung von Diversitätsthemen, u. a. Chancengleichheit und altersgerechtes Arbeiten
- Umfragen zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement:
Regelmäßiges Erfragen zum Erleben der bisherigen Leistungen und von Wünschen zur künftigen Gesundheitsförderung
- Situative Umfragen:
Erfragen von Erlebnissen und Wünschen zu spezifischen Themen, bspw. Mobilität, Elternzeit und Betriebsfeste

Lokale Partner, Gemeinden und Presse

- Austausch im Rahmen des regionalen Engagements:
Regelmäßige Dialoge mit lokalen Gemeinschaften, Vereinen und Initiativen
- Teilnahme an regionalen Messen und Veranstaltungen:
Regelmäßiger Austausch mit Menschen aus der Region, bspw. bei Baumessen
- Regelmäßiger Kontakt zu Pressevertretenden

Lieferanten & Geschäftspartner

- Lieferantenrichtlinie:
Dokumentierte Standards für unsere Geschäftspartner und offener Dialog zu diesen Mindestanforderungen
- Austausch mit Kooperationspartnern der genossenschaftlichen Finanzgruppe:
Regelmäßiger Austausch zur Erweiterung und Weiterentwicklung des Produktangebots auf Basis der Bedürfnisse der Mitglieder sowie Kundinnen und Kunden

Branchenverbände & NGOs

- Projektbegleitung:
Teilnahme an Verbandsprojekten zur Einbringung der eigenen Kompetenzen in den Verbund, zur Erweiterung des eigenen Horizonts durch die Perspektiven der Schwesterbanken und zur aktiven Mitgestaltung der Branchenstandards

- Austauschrunden und Veranstaltungen zu aktuellen Themen:
Austausch in thematischen Runden zu Best-Practice-Beispielen der Schwesterbanken und Unterstützungsleistungen der Verbände

4. Unser Umgang mit Ergebnissen

Ein zentrales Vertrauenselement ist die systematische Rückmeldung bezüglich der Umsetzung von Anregungen und einer verständlichen Erläuterung, warum bestimmte Impulse nicht umgesetzt werden. Daher veröffentlichen wir zu Austauschformaten regelmäßig Updates und erstellen eine Dokumentation der wichtigsten Erkenntnisse und Anregungen. Die involvierten Stakeholder werden zeitnah über die Ergebnisse informiert. Zudem wird in unserer Nachhaltigkeitserklärung jährlich dargelegt, wie die Stakeholder-Einbindung gestaltet wurde.

5. Unsere Weiterentwicklung

Die Rahmenbedingungen unserer Stakeholder-Einbindung überprüfen wir jährlich auf Aktualität. Bei wesentlichen Veränderungen unserer Geschäftsfelder, Kundengruppen, Produkte oder des externen Umfeldes analysieren wir:

- Erreichen wir alle relevanten Stakeholder-Gruppen?
- Existieren neue Stakeholder-Gruppen, die einzubinden sind?
- Sind die Dialogformate noch zeitgemäß und wirksam?
- Wie können wir die Wirksamkeit unserer Dialoge kontinuierlich verbessern?

Auf dieser Basis passen wir unser Konzept an und tragen damit dazu bei, dass der Dialog zwischen Bank und Stakeholdern ein kontinuierlicher Prozess wird, aus dem gegenseitiger Nutzen entsteht.