

Strategische Ausrichtung der TKB 2023 bis 2027

5 strategische Ziele



Wachstum

Zunahme Geschäftsvolumen (Netto-Neugeld/
Kundenausleihungen) mind. 3% pro Jahr



Arbeitgeber-Attraktivität

Mitarbeiter-Verbundenheit (Commitment)
mind. 4,0 auf Skala 1 bis 5



Produktivität

Kosten/Ertrags-Verhältnis
(Cost-Income-Ratio) < 53%



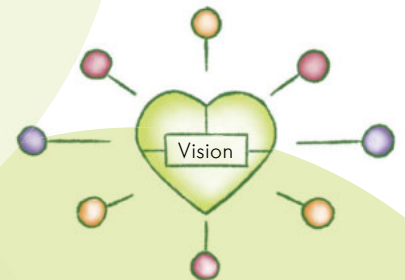
Profitabilität

Rendite der durchschnittlich erforderlichen
Eigenmittel 8 bis 11%



Nachhaltigkeit

Verbesserung Nachhaltigkeits-
rating um 1 Klasse



Geschäftsstrategie mit 8 strategischen Schwerpunkten

Für Kundinnen und Kunden

- Kundenerlebnis optimieren
- Wachstum generieren
- Kooperationen prüfen und Innovationen entwickeln

Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- Arbeitgeberattraktivität und Diversität steigern
- Effektivität und Effizienz erhöhen
- Werte leben und verankern

Für die Region

- Wahrnehmung stärken

Für Kunden, Mitarbeitende, Region

- Nachhaltigkeit



Das Fundament

Unternehmensidentität und -werte
Vision «Mehr als eine Bank»
Marke und nachhaltiges Geschäftsmodell

Strategieperiode 2023 bis 2027

Die Unternehmensstrategie der TKB ist auf einen Fünfjahres-Horizont ausgerichtet. Die aktuelle Strategieperiode dauert bis 2027. Die Bank will ihre starke Stellung im Kanton weiter festigen und die Kundenorientierung pflegen. Alle strategischen Aktivitäten zielen darauf ab, «mehr als eine Bank» zu sein – passend zur gleichlautenden Vision. Für die TKB heisst dies, dass sie neben ihrem Engagement für Kundinnen und Kunden auch als Arbeitgeberin und für die Region Akzente setzt. Und sich für Nachhaltigkeit engagiert. Zudem will sie ihre Fokuswerte noch stärker spürbar machen.

Die Festlegung der Bankstrategie ist eine Aufgabe der obersten Unternehmensebene. Bei der TKB ist dies der Bankrat (Verwaltungsrat). Auch die Nachhaltigkeitsstrategie wird vom Bankrat genehmigt. Die Umsetzung der Strategie obliegt der Geschäftsleitung. Basis für die strategische Ausrichtung und die Aktivitäten der TKB bildet die Vision «Mehr als eine Bank» bzw. deren drei Dimensionen: Kunden, Mitarbeitende, Region.

Acht Schwerpunkte

Für die laufende Strategieperiode hat die Bank acht strategische Schwerpunkte definiert, bei denen sie vorwärtskommen will. Jeder Schwerpunkt stärkt eine der drei Dimensionen der Unternehmens-Vision. Um die gesteckten Ziele erreichen zu können, werden pro Schwerpunkt rollend die jeweiligen Projekte lanciert, inkl. Definition der passenden Messgrössen. Hier die acht strategischen Schwerpunkte der Strategie 2023 bis 2027 im Überblick:

Schwerpunkt «Kundenerlebnis optimieren» (Kunden): Stärkung der Kundenzufriedenheit durch das Schaffen von Mehrwert in der Beratung und im digitalen Angebot. In der Gesamtwertung der beiden Kanäle Beratung und Selbstbedienung will die TKB die beste «Hybridbank» werden in der Schweiz.

Schwerpunkt «Wachstum generieren» (Kunden): Wachsen durch Potenzialausschöpfung im bestehenden Kundenkreis sowie durch das Gewinnen neuer Kunden; insbesondere im Firmenkundenbereich und im Private Banking.

Schwerpunkt «Kooperationen prüfen und Innovationen entwickeln» (Kunden): Durch nutzenstiftende Kooperationen und mit Innovationen Erträge sichern.

Schwerpunkt «Wahrnehmung stärken» (Region): Vielfältiges Engagement für einen attraktiven und lebendigen Kanton Thurgau mit entsprechender Wahrnehmung.

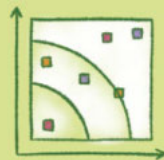
Schwerpunkt «Arbeitgeberattraktivität und Diversität steigern» (Mitarbeitende): Positionierung der TKB im Arbeitsmarkt stärken durch ein attraktives und modernes Leistungsangebot sowie Erhöhung der Diversität im Mitarbeiterkreis.

Schwerpunkt «Effektivität und Effizienz erhöhen» (Mitarbeitende): Prozesse effizienter gestalten, um zusätzliches Potenzial für Wachstum zu schaffen.

Schwerpunkt «Werte leben und verankern» (Mitarbeitende): Mission/Vision sowie die Unternehmenswerte im Mitarbeiterkreis verankern, damit die Motivation hoch und die Arbeit sinnstiftend bleibt.

Nachhaltigkeitsstrategie 2022 bis 2025

Seit über 10 Jahren verfolgt die TKB eine individuelle Nachhaltigkeitsstrategie. Die aktuelle gilt bis 2025 und ergänzt die Unternehmensstrategie. Basis für die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Bank bildet die sogenannte «Wesentlichkeitsmatrix». Diese zeigt auf, bei welchen Themen die TKB den grössten Einfluss hat auf ihr Umfeld – und wo sich Chancen und Risiken für die Bank ergeben. Die Matrix ist auf der TKB-Website einsehbar.



Wesentliche Themen

Wesentlichkeitsmatrix mit 14 Themen als Basis für alle Aktivitäten. Jedes wesentliche Thema ist einer Stossrichtung zugeordnet.

www.tkb.ch/nachhaltigkeit

Umsetzung der Aktivitäten in 4 Stossrichtungen mit Ambitionen und Zielen



Engagiert für Kundinnen und Kunden



Verantwortungsbewusst gegenüber Mitarbeitenden



Verankert in Gesellschaft und Region



Sorgsam gegenüber der Umwelt



Diverse Grundlagen und Leitplanken

Mehrwert schaffen für Anspruchsgruppen
Schonungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen
Beitrag an klimaneutrale Schweiz (Netto-null-Ziel)

Schwerpunkt «Nachhaltiger werden» (Dimension Kunden, Region und Mitarbeitende): Nachhaltiger werden und die Dimensionen von ESG (Umweltbewusstsein, soziale Verantwortung, verantwortungsbewusste Unternehmensführung) auf allen Ebenen verankern – im Angebot ebenso wie in Prozessen und Strukturen. Die TKB will in Sachen Nachhaltigkeit zu den besten acht Kantonalbanken gehören.

Klare Werte

Seit ihrer Gründung vor über 150 Jahren richtet die TKB ihr Handeln an klaren Werten aus. Diese wurden 2022 zeitgemässer formuliert und sind auch die «Wegweiser» für die Umsetzung der Strategie. Während die Grundwerte schon sehr gut verankert sind und der Bank auch von Aussenstehenden attestiert werden, sind die Fokuswerte wichtig, um auch in der Zukunft erfolgreich zu bleiben. Hier die Werte und ihre Bedeutung im Überblick:

Grundwerte

- **Bodenständig:** Seit 1871 ist die TKB die Bank im Thurgau. Mit klaren Werten. Verwurzelt und verbunden.
- **Solid:** Wir denken langfristig, handeln verantwortungsbewusst und tragen unserer Stabilität Sorge.
- **Kundenorientiert:** Wir verstehen die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden und begleiten sie verlässlich und partnerschaftlich.

Fokuswerte

- **Agil:** Wir handeln rasch und proaktiv, sind beweglich und nutzen Chancen.
- **Unkompliziert:** Wir sind lösungsorientiert, kommunizieren verständlich und halten die Wege kurz.
- **Empathisch:** Wir zeigen Einfühlungsvermögen und Respekt und begegnen unserem Gegenüber auf Augenhöhe.

Strategische Positionierung

Kontinuität ist der TKB wichtig – auch im strategischen Bereich. An ihrem nachhaltigen Geschäftsmodell und der Kundennähe hält die Bank denn auch in der laufenden Periode fest. Als Finanzpartnerin will sie Private, Gewerbetreibende, KMU und Firmen ein Leben lang zuverlässig und professionell begleiten. Die TKB will ihre führende Stellung im Kanton stärken und dafür auch das Potenzial im Kundenkreis ausschöpfen. Sie ist offen für Kooperationen und will ihre Prozesse stetig verschlanken. Aktivitäten im Eigenhandel und im Investmentbanking sind weiterhin nicht geplant. Keine Anpassung erfährt auch die konservative Risikopolitik.

Die TKB-Strategie baut auf diesen Eckwerten:

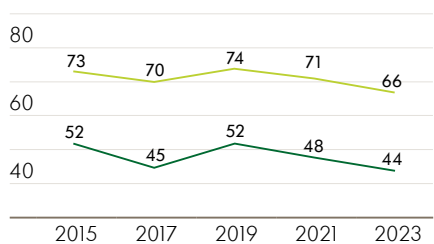
- Marktgebiet mit Fokus auf den Kanton Thurgau und die angrenzenden Wirtschaftsregionen
- Beratungs- und Vertriebsbank mit einem dichten Geschäftsstellen-Netz und einem starken digitalen Angebot
- Verlässliche Finanzpartnerin mit Angeboten in den Bereichen Finanzieren, Anlegen, Vorsorgen, Sparen und Zahlen
- Bank der Wirtschaft und Begleiterin fürs ganze Leben
- Erstklassige Beratung und ein starkes Selbstbedienungsangebot
- Effizient, innovativ und nachhaltig

Starke Marke «TKB»

Die TKB ist die führende Bank im Thurgau. Wichtigste Mitbewerber im Kanton sind die hiesigen Raiffeisenbanken; insbesondere im Privat- und Gewerbekundenbereich. Der Bekanntheitsgrad der TKB im Einzugsgebiet ist sehr hoch, und die «Marke TKB» ist hervorragend verankert. Deren Wahrnehmung bei Kunden und weiteren Anspruchsgruppen erhebt die Bank regelmässig. Die jüngste qualitative Marken-Umfrage fand 2022 statt. Die TKB kann zudem vom guten Ruf der Dachmarke «Kantonalbank» profitieren, die auf nationaler Ebene

durch den Verband Schweizerischer Kantonalbanken (VSKB) gepflegt wird. Auch der VSKB führt jährliche Kundenumfragen durch, die Aufschluss geben über das Image oder die Nutzung von Dienstleistungen und Produkten. Im Berichtsjahr sind die Ergebnisse der VSKB-Umfrage bei Geschäftskunden erschienen (vgl. Grafik am Schluss des Textes). In der laufenden Strategieperiode will die TKB die Inhalte ihrer Marke überprüfen und weiterentwickeln. Dabei legt die Bank einen besonderen Fokus auf die Stärkung der Arbeitgeber-Marke.

Marktdurchdringung bei KMU



— Marktdurchdringung insgesamt auf einer Skala von 0–100 (Unternehmen mit 10–249 Mitarbeitenden)
 — Entwicklung Anteil Hauptbankbeziehungen

Die TKB verfügt über eine hohe Marktdurchdringung bei den Thurgauer Unternehmen. Das zeigt die im Zweijahres-Rhythmus durchgeführte Umfrage des Kantonalbankenverbandes.

Erfolgsfaktoren der Marke «TKB»

