

*Führende
Universalbank*



ENGAGIERT FÜR
DIE GESELLSCHAFT



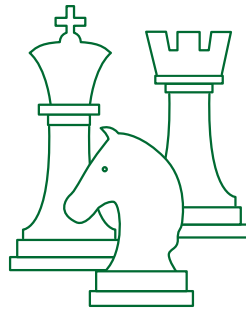
TÄTIG IM THURGAU
UND IN ANGRENZENDEN
WIRTSCHAFTSRÄUMEN



*Attraktive
Arbeitgeberin*



*Nachhaltiges
Geschäftsmodell*



VORSICHTIGE
RISIKOPOLITIK



KUNDENBEDÜRFNISSE
IM ZENTRUM



*Lokale
Verankerung*



STRATEGISCHE POSITIONIERUNG



Strategie

Die Thurgauer Kantonalbank (TKB) ist die führende Universalbank im Kanton Thurgau. Sie baut auf lokale Verankerung und Kundennähe und pflegt ein nachhaltiges Geschäftsmodell. Dieses stellt die Erfüllung der Kundenbedürfnisse und die Beratung ins Zentrum.

Die TKB orientiert sich an klaren Werten – diese prägen die DNA der Bank seit vielen Jahren. Auf der strategischen und operativen Ebene sind die Verantwortlichkeiten klar geregelt. Der Bankrat (Verwaltungsrat) definiert die strategische Ausrichtung der Bank, und der Geschäftsleitung obliegt die operative Umsetzung der Strategie. In der aktuellen Strategieperiode 2016 bis 2020 ist die TKB planmässig unterwegs. Die strategischen Schwerpunkte sind darauf ausgerichtet, die führende Position zu festigen und die Kundenorientierung zu stärken, um sich im lebhaften Wettbewerb langfristig behaupten zu können. 2019 planen Bankrat und Geschäftsleitung eine Strategieüberprüfung, um einen harmonischen Übergang auf die nächste Strategieperiode sicherzustellen und die Schwerpunkt-Themen nahtlos weiterzubearbeiten.

Fünf strategische Stossrichtungen

Die TKB verfolgt bei der Umsetzung der Strategie 2016 bis 2020 fünf strategische Stossrichtungen.

Stossrichtung 1: Potenzial ausschöpfen

Ziele: Diese Stossrichtung ist darauf ausgerichtet, die führende Stellung im Markt zu festigen und weiter auszubauen.

Inhalte: Die TKB tritt im Markt aktiver auf, betreut und entwickelt Kundenbeziehungen konsequent über alle Lebensphasen hinweg und steigert die Nutzung von Bankprodukten. Das Service Center soll zu einem Beratungszentrum werden.

Ergebnisse 2018

Geschäftsstellen: Die TKB hat ein Grundlagenpapier zur künftigen Ausrichtung ihrer Geschäftsstellen entwickelt. Die Bank will an einem dichten physischen Netz festhalten – das Angebot aber schrittweise den veränderten Kundenbedürfnissen und der Digitalisierung anpassen.

Kundenbeziehungen (CRM): Die Erfassung der kundenrelevanten Informationen im Customer Relationship Management (CRM) wurde vereinheitlicht und optimiert.

Vision – Wofür die TKB stehen will

Kunden: Die Thurgauer Kantonalbank (TKB) ist die kundenorientierteste Universalbank im Thurgau.

Mitarbeitende: Die TKB ist eine attraktive Arbeitgeberin für engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Prozesse: Die TKB verfügt über effiziente und wettbewerbsfähige Prozesse.

Stabilität und Nachhaltigkeit: Die TKB überzeugt durch nachhaltige Entwicklung und finanzielle Stabilität.

Werte: Die TKB lebt ihre Werte – sie ist engagiert, ehrlich, exzellent und einfach.

Beratungszentrum: Das Beratungszentrum der Bank wurde durch ein Team verstärkt, das Anliegen von Gewerbekunden entgegennimmt und die Beraterinnen und Berater in den Geschäftsstellen entlastet.

Stossrichtung 2: Effizienz steigern

Ziele: Bei dieser Stossrichtung geht es darum, die Kundenorientierung und Wettbewerbsfähigkeit zu sichern und die Kostenentwicklung zu steuern.

Inhalte: Die Bank optimiert die Prozesse in allen Kerndienstleistungen – mit dem Ziel, qualitativ hochstehende Dienstleistungen und einen zuverlässigen Service anzubieten sowie Wachstumskapazitäten freizusetzen. Kooperationen und Prozessauslagerungen werden geprüft, wenn Kundenbedürfnisse dadurch besser erfüllt werden können, als wenn die Bank das Tätigkeitsfeld selber ausübt. Zudem überprüft die TKB das Leistungsspektrum aller Bereiche der Bank.

Ergebnisse 2018

Verbesserung der Leistungsprozesse: Die Bank hat Grundlagen entwickelt für eine stärkere Automatisierung der Finanzierungsprozesse. Zudem wurde das Fundament gelegt für eine vereinfachte und schnellere Eröffnung von Kundenbeziehungen. Ferner hat die Bank das Vertragswesen zentralisiert und für ihr professionelles Management im Compliance-Bereich das ISO-Zertifikat erhalten. **Leistungskataloge überprüft:** Im Berichtsjahr wurden die Leistungskataloge in den Vertriebsbereichen («Privatkunden» und «Geschäftskunden»)



überprüft und Massnahmen für die Effizienzsteigerung identifiziert. Unter anderem wurden die Vertriebsregionen über alle Bereiche hinweg harmonisiert.

Stossrichtung 3: Profil schärfen

Ziele: Im Rahmen dieser Stossrichtung will die TKB ihre Anlagekompetenzen noch stärker als bisher zum Tragen bringen.

Inhalte: Die TKB stellt Kundinnen und Kunden zeitgemässe und attraktive Lösungen in der Anlageberatung und in der Vermögensverwaltung zur Verfügung. Die Beratung und Betreuung der Kunden erfolgt nach einem systematischen und kundenorientierten Ansatz. Die Bank setzt in sinnvollen Bereichen auf die Leistungen von spezialisierten Partnern.

Ergebnisse 2018

Neue Lösungen in der Anlageberatung: Anfang Jahr hat die Bank neue Lösungen in der Anlageberatung eingeführt. Diese gibt es in

drei unterschiedlichen Ausprägungen zu fairen Konditionen.

Neuer Beratungsansatz im Anlagebereich: Mit so wenig Risiko wie möglich die gesteckten Anlageziele zuverlässig und transparent erreichen: diese Philosophie steht im Zentrum des neuen Beratungsansatzes «Zielbasiert investieren» (ZBI). ZBI wird ab 2019 schrittweise eingeführt.

Ergänzung Produktpalette: Die Bank hat mit zwei kantonalen Fachstellen im Energiebereich eine Zusammenarbeit beschlossen. Kunden profitieren von kostenloser Finanzberatung bei der energetischen Sanierung der Liegenschaft bzw. bei der Installation von Fotovoltaik-Anlagen.

Stossrichtung 4: Digitaler werden

Ziele: Diese Stossrichtung umfasst die Nutzung der digitalen Entwicklung bei der Ausgestaltung der Dienstleistungspalette.

Inhalte: Die TKB nutzt den technologischen Fortschritt für die Entwicklung oder Erweiterung des elektronischen Vertriebs und des Mobile Banking.

Strategische Ausrichtung und Ziele der Thurgauer Kantonalbank 2016 bis 2020

Vision				
Strategische Ziele		Zielbandbreite bis 2020		
Kosten/Ertrags-Verhältnis (Cost/Income-Ratio; vor Abschreibungen)		50 bis 55 Prozent		
Rendite auf erforderlichen Eigenmitteln		8 bis 10 Prozent		
Jährliches Neugeld-Wachstum (Net New Money)		300 bis 500 Mio. Franken		
Wachstum Hypothekarvolumen im Kanton Thurgau		Jährliche Volumenzunahme auf dem Niveau des Marktwachstums (+/- 1 Prozentpunkt)		
Mitarbeiter-Verbundenheit (Commitment)		4,0 oder höher (auf Skala 1 bis 5)		
5 strategische Stossrichtungen				
Potenzial ausschöpfen	Effizienz steigern	Profil schärfen	Digitaler werden	Werte entwickeln
Strategische Positionierung:				
<ul style="list-style-type: none"> – Führende Universalbank im Thurgau mit solider Verankerung im Marktgebiet – Bank für Private, KMU, Firmen und Institutionen sowie die öffentliche Hand – Bedürfnisgerechte Dienstleistungspalette – mit starken Kompetenzen im Anlage- und Vorsorgebereich – Verantwortungsbewusstes Engagement als Arbeitgeberin und Mitglied der Gesellschaft – Finanzielle Stabilität und konservative Risikopolitik 				
Grundlagen: Marke TKB (Unternehmensidentität, Werte, Führungsleitsätze) und etabliertes Geschäftsmodell				



Ergebnisse 2018

Neues Kunden-Webportal «OLIVIA.»: Seit 2018 können E-Banking-Kunden elektronische Bankdienstleistungen im Portal OLIVIA. nutzen.

Neues E-Banking: Wichtige Entwicklungsarbeiten für ein neues E-Banking wurden geleistet. Die Lösung des Software-Anbieters Avaloq soll im Herbst 2019 bei der TKB eingeführt werden.

Fachstelle für Digitalisierung: Der im Berichtsjahr neu zur TKB gestossene «Leiter Digitalisierung» soll sicherstellen, dass in der Bank die relevanten Dimensionen der Digitalisierung über alle Ebenen hinweg vernetzt betrachtet und Massnahmen sinnvoll koordiniert werden.

Stossrichtung 5: Werte entwickeln

Ziele: Diese Stossrichtung soll sicherstellen, dass die TKB als Bank und als Arbeitgeberin auch in Zukunft eine ausgezeichnete Reputation geniesst.

Inhalte: Die TKB will ihre Wahrnehmung als Bank der Wirtschaft und als Bank mit ausgewiesener Anlage- und Vorsorgekompetenz stärken. Sie han-

delt ökonomisch, sozial und ökologisch verantwortungsbewusst und lässt sich von klaren Werten leiten. Sie bleibt eine verlässliche und attraktive Arbeitgeberin mit einer guten Unternehmenskultur.

Ergebnisse 2018

Laufbahnplanung: Als Teil der HR-Strategie wurde das Vorgehen festgelegt für die Begleitung und Entwicklung der Mitarbeitenden in allen Lebensphasen – mit dem Ziel, das Potenzial optimal auszuschöpfen und die Arbeitsmarktfähigkeit zu erhalten.

Attraktivität als Arbeitgeberin: Das elektronische Portal im Personalbereich wurde mit neuen Funktionen für die Bearbeitung von Bewerbungen ergänzt. Mitarbeitende ab 50 Jahren konnten an kostenlosen Vorbereitungskursen für die Pensionierung teilnehmen.

Strategie 2016 bis 2020: Initiativen und Massnahmen pro Stossrichtung

