



STRATEGISCHE POSITIONIERUNG



Strategie im Überblick

Die Thurgauer Kantonalbank (TKB) ist die führende Bank im Kanton. Sie baut auf lokale Verankerung und Kundennähe und pflegt ein nachhaltiges Geschäftsmodell, das die Erfüllung der Kundenbedürfnisse und die Beratung ins Zentrum stellt. Auf diesen Grundsätzen baut die Geschäftsstrategie für die Jahre 2020 bis 2022.

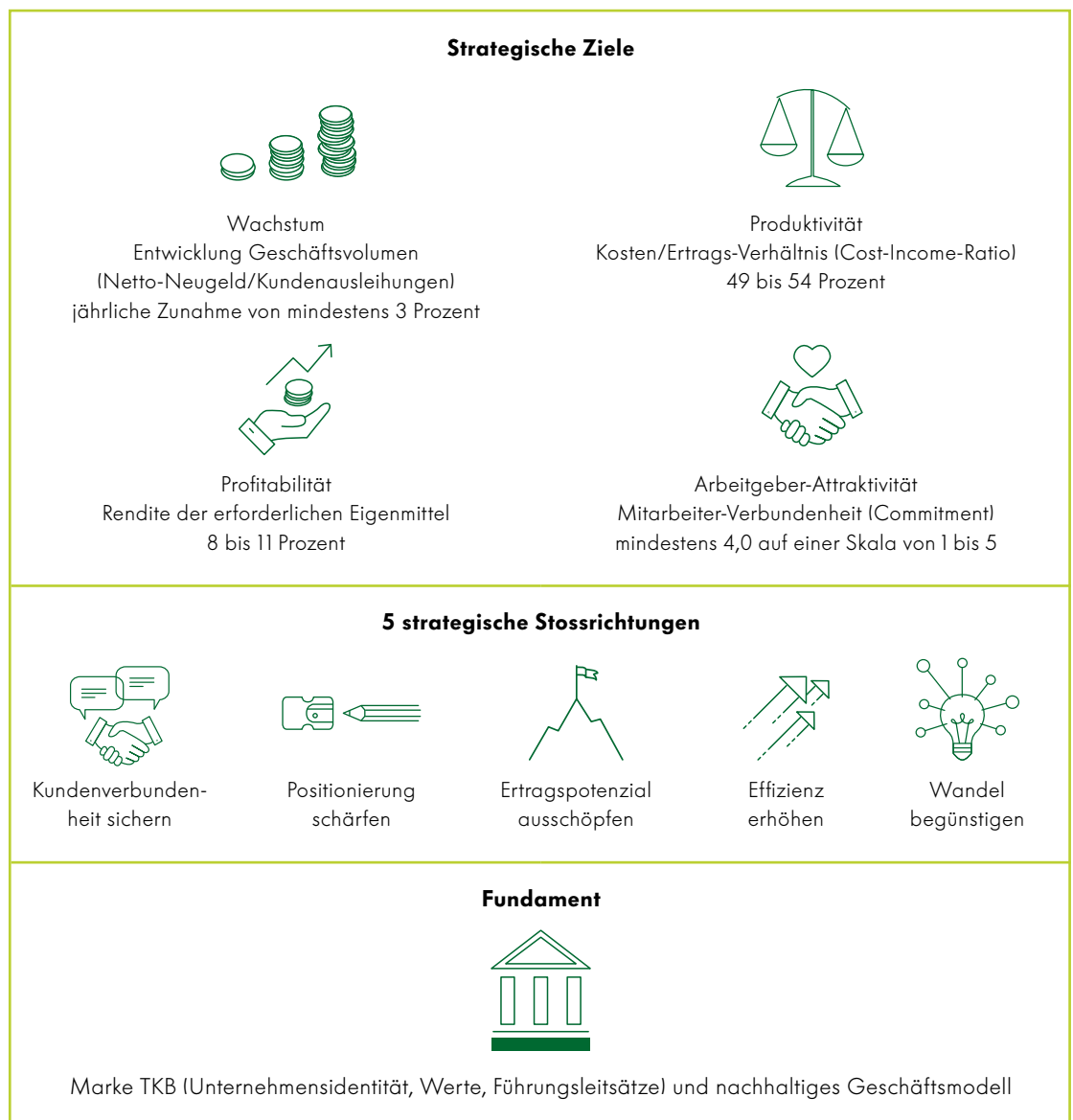
Die TKB orientiert sich an klaren Werten – diese prägen die DNA der Bank seit vielen Jahren. Auf der strategischen und operativen Ebene sind die Verantwortlichkeiten klar geregelt. Der Bankrat

(Verwaltungsrat) definiert die strategische Ausrichtung der Bank; der Geschäftsleitung obliegt die operative Umsetzung der Strategie. In der aktuellen Strategieperiode 2020 bis 2022 will sich die TKB weiter in Richtung Beratungs- und Vertriebsbank entwickeln. Die Strategie umfasst fünf Stossrichtungen (vgl. Grafik).

Strategische Positionierung

Bei der strategischen Positionierung setzt die Bank auf Kontinuität. Sie will weiterhin die führende Bank sein für die Bevölkerung und die Wirtschaft

Strategische Ausrichtung der Thurgauer Kantonalbank 2020 bis 2022





im Thurgau. Das Marktgebiet umfasst den Kanton und die angrenzenden Gebiete. Die Bank setzt auf ein nachhaltiges Geschäftsmodell und Kunden-nähe. Als verlässliche und berechenbare Finanz-partnerin für Private, Gewerbe, Firmen und die öffentliche Hand will sie Kunden ein Leben lang begleiten und die Werte der Marke «TKB» spür-bar machen. Bei der Weiterentwicklung des Ange-botes und im Vertrieb sollen die Chancen der Digitalisierung gezielt genutzt werden. Die TKB will sich noch stärker als Beratungs- und Vertriebs-bank positionieren und neben dem physischen Vertriebsnetz auch die digitalen Kontaktpunkte pflegen und ausbauen. Zudem soll das Profil als Anlage- und Vorsorgebank weiter geschärft wer-den. Die Bank setzt auf effiziente Prozesse und ist offen für Kooperationen. Auf allen Kanälen soll ein einheitliches Markenerlebnis gewährleistet werden. Der Fokus liegt auf der Erfüllung der Kundenbedürfnisse; Aktivitäten im Eigenhandel und im Investmentbanking sind weiterhin nicht geplant.

Resultate 2020

Die Umsetzung der Strategie ist bei der TKB trotz der ausserordentlichen Corona-Situation plan-mässig gestartet. Vor dem Hintergrund der neuen Strategieperiode hat die TKB 2020 ihre IT- und HR-Strategie aktualisiert und die Überprüfung der Nachhaltigkeitsstrategie gestartet (vgl. separaten Text). Bei verschiedenen strategischen Projekten hat die TKB Grundlagen erarbeitet, etwa für die Weiterentwicklung der Servicepakete, für die Evaluation neuer Systeme im Bereich Content Management und Dokumentenmanage-ment oder für verschiedene Marketing-Initiativen. Im Projektmanagement hat die TKB die Struk-turen und Prozesse optimiert. Im Vertrieb wurde die digitale Eröffnung von Geschäftsbeziehungen mit Privaten weiter etabliert; ebenso die Nutzung des Beratungstools «Zielbasiert investieren» im Anlagegeschäft. Die Vermögensverwaltungs-mandate wurden auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Zudem stand das Jahr im Zeichen der Vorberei-tungen für das neue Tool «Omnium», das ab Früh-ling 2021 in der Kundenberatung zum Einsatz kommt. Mitte Jahr hat die Bank die Erweiterung ihres Geschäftsstellennetzes beschlossen. Der neue 29. Standort wird im März 2021 in Islikon eröffnet. Im Frühling hat die neue Innovations-einheit der Bank ihre Tätigkeit aufgenommen. Aus deren Aktivitäten wurden bereits erste Ideen für die konkrete Umsetzung ausgewählt. Auf der Agenda des Berichtsjahrs stand auch die Weiter-entwicklung der Unternehmenskultur. So wurde das frühere Rangmodell durch ein Funktionsstu-fenmodell abgelöst. In diesem Zusammenhang hat die TKB einzelne Anstellungsbedingungen gross-zügiger ausgestaltet – beispielsweise die Kriterien für eine berufliche Auszeit. Auch das Vergütungs-reglement für Mitarbeitende galt es anzupassen. Zum Themenkreis Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben hat die Bank eine bankinterne Sensibi-lisierungskampagne entwickelt und erste Mass-nahmen umgesetzt.

Vision – Wofür die TKB stehen will

Kunden: Die Thurgauer Kantonalbank (TKB) ist die Bank der Bevölkerung und der Wirtschaft im Kanton. Sie handelt kundenorientiert – ihre Kundinnen und Kunden liegen ihr am Herzen. Die Bank begleitet sie ein Leben lang und berät persönlich, ganzheitlich und professionell. Die TKB verfügt über ein starkes digitales Angebot und gewährleistet ein einheitliches Markenerlebnis.

Mitarbeitende und Kultur: Die TKB ist eine attraktive Arbeitgeberin für engagierte Mitarbeite-rinnen und Mitarbeiter. Sie lebt eine Vertrauens-kultur und erzielt Erfolge durch starke Teams.

Werte und Nachhaltigkeit: Die TKB überzeugt durch finanzielle Stabilität und eine nachhaltige Entwicklung. Die Bank lebt ihre Markenwerte (lehrlich, engagiert, exzellent, einfach). Sie handelt unternehmerisch und verantwortungsbewusst und ist im Thurgau verankert.

Prozesse: Die TKB verfügt über effiziente Prozesse.



Nachhaltigkeitsstrategie

Seit 2013 ergänzt die TKB ihre Unternehmensstrategie mit einer separaten Nachhaltigkeitsstrategie. Dabei orientiert sich die Bank an einem ganzheitlichen Nachhaltigkeitsverständnis, das soziale, ökologische und ökonomische Kriterien umfasst. Die Strategie wurde seit der Lancierung stetig weiterentwickelt; die jüngste Periode endete im Berichtsjahr. Daher hat die Bank eine umfassende Überprüfung der Nachhaltigkeitsstrategie lanciert. Dies auch darum, weil der internationale GRI-Standard, an dem sich die TKB bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung orientiert, neue Vorgaben enthält. Bei der Strategieüberprüfung zieht die TKB ein auf Nachhaltigkeit spezialisiertes Beratungsunternehmen bei, das zahlreiche Schweizer Unternehmen unterstützt. Das Fundament für die Nachhaltigkeitsstrategie 2021 bis 2025 bildet die sogenannte Wesentlichkeitsmatrix (vgl. Abbildung). Diese zeigt auf, bei welchen Nachhaltigkeitsthemen das Handeln der Bank die grössten Auswirkungen hat und wie wichtig diese Themen aus Sicht der Anspruchsgruppen der TKB sind. Die Erarbeitung der Wesentlichkeitsmatrix erfolgte im Rahmen eines systematischen Prozesses, der eine Themenanalyse, eine Stakeholder-Analyse sowie eine «Impactanalyse»

(Beurteilung der möglichen Einflussnahme) umfasste. Die Wesentlichkeitsmatrix wurde anschliessend aus interner und externer Optik validiert. Um die externe Optik einzuholen, lud die TKB im Herbst 2020 rund 30 Vertreter aus ihren wichtigsten Anspruchsgruppen zu einem halbtägigen Anlass ein, an dem die wesentlichen Themen und die Ansprüche an die TKB in Gruppenworkshops diskutiert wurden. Die Ergebnisse daraus flossen im Anschluss in die Matrix ein. Die finale Fassung der Wesentlichkeitsmatrix beinhaltet 22 Nachhaltigkeitsthemen, wobei sich die TKB in ihrer Strategie auf die Bearbeitung der für sie relevantesten 13 Themenkreise konzentriert. Im laufenden Jahr werden dazu konkrete Zielsetzungen und Indikatoren festgelegt.

Welche weiteren Aktivitäten die TKB im Nachhaltigkeitsbereich 2020 umgesetzt hat, ist im Kapitel «Leistungsauftrag und Nachhaltigkeit» dieses Geschäftsberichts zusammengefasst. Der jüngste Nachhaltigkeitsbericht zu den Jahren 2018/2019 ist hier einsehbar:



tkb.ch/nachhaltigkeitsbericht-2019

