

FÜHRENDE
HYPOTHEKARBANK



*Orientierung und Unterstützung
in der Lebensvorsorge*



*Kundenportal
Olivia*



PARTNERIN
DER WIRTSCHAFT



DICHTES
GESCHÄFTSSTELLENETZ



*Nachhaltige
Vermögensverwaltung*

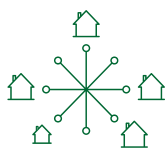
**KUNDENORIENTIERTE
DIENSTLEISTUNGEN**



Markt, Kundinnen und Kunden

Die TKB hat seit Jahrzehnten eine führende Stellung in ihrem Marktgebiet. Über 200 000 Kundinnen und Kunden nutzen das vielfältige Angebot der Bank in den Bereichen Vorsorgen, Anlegen, Finanzieren und Zahlen. Das Leistungsversprechen, verlässlich durchs ganze Leben zu begleiten, gilt es täglich neu unter Beweis zu stellen.

Viele Kunden – Private, Gewerbebetriebe, Unternehmen und die öffentliche Hand – darf die TKB über Generationen hinweg begleiten. Eine besonders starke Stellung hat sie in der Wirtschaft, pflegt doch die Mehrheit aller Betriebe im Kanton eine Kundenbeziehung mit der TKB. Erfolgsfaktoren sind die lokale Verankerung und ein überschaubares, aber zeitgemässes Dienstleistungsspektrum. So sind beispielsweise alle Angebote in der Vermögensverwaltung auf Nachhaltigkeit nach dem bankeigenen Ansatz «ESG Plus» ausgerichtet. Sehr gut an kommen auch die für Lebensphasen massgeschneiderten Lösungspakete. Im Anlage- und Vorsorgebereich hat die TKB ihr Angebot in den vergangenen Jahren stetig ausgebaut und ihre Marktposition gestärkt. Zur Sicherung einer hohen Beratungsqualität sind alle Beraterinnen und Berater der Bank ISO-zertifiziert. Dank des Einsatzes des neuen elektronischen Beratungstools «Omnium» im Berichtsjahr hat die Beratung noch zusätzlich an Substanz gewonnen. Pandemiebedingt wurden im vergangenen Jahr erstmals auch Video-Beratungen durchgeführt.



Neue Geschäftsstelle eröffnet

Während andere Banken ihr Filialnetz reduzieren, hat die TKB im Berichtsjahr eine neue Geschäftsstelle eröffnet. Seit März 2021 ist die Bank in Islikon in der Gemeinde Gachnang präsent. Die Innenräume des 29. Standortes im Kanton sind im neuen Konzept gestaltet, das die Bank schrittweise bei Umbauten anwendet. Neu ist die Selbstbedienungszone in die Bankräume integriert, was während der Öffnungszeiten spontane Kontakte mit Kundinnen und Kunden ermöglicht. Die Kundenhalle strahlt ein wohnliches Ambiente aus, und ein Blickfang ist die grüne Sitzbank. Im neuen Kleid präsentiert sich seit Mai 2021 auch die TKB-Geschäftsstelle in Sulgen. Seit dem Berichtsjahr

sind alle Kundenhallen und teils auch die Schaufenster der Bank mit Monitoren ausgestattet, auf denen Informationen zu Bankprodukten aufgeschaltet werden können – Digital Signage heisst der englische Fachbegriff dafür.

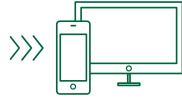


Website und Beratungszentrum

Die Website ist seit 25 Jahren der zentrale Online-Kanal der TKB. Sie wird im Schnitt täglich über 8000 Mal aufgerufen. www.tkb.ch bietet nicht nur Zugang zum Kundenportal «Olivia», sondern auch einen grossen Fundus an Informationen sowie nützliche Hilfsmittel wie einen Hypothekenrechner oder eine Vorlage für den Vorsorgeauftrag. Die Website wurde im Berichtsjahr hinsichtlich Gestaltung und Besucherführung optimiert. Das Informationsangebot umfasst neu einen Blog zu Anlage- und Vorsorgethemen. Online und telefonisch ist das Beratungszentrum das Eingangstor der TKB. Das Team wickelt das Gros der Anliegen von Privatkunden direkt ab und bietet auch Erst-Support zu E-Banking und weiteren Bankdienstleistungen. Acht Personen kümmern sich um die Anliegen von Gewerbekunden. Zudem nimmt das Beratungszentrum dem Vertrieb eine Vielzahl administrativer Tätigkeiten ab. In den sozialen Medien ist die TKB ebenfalls seit Jahren präsent – im Berichtsjahr wurde der Kanal «Instagram» neu lanciert.

Vielfalt und Service für Kunden – Beispiele 2021

- 5000 Private und Unternehmen zählen neu zum Kundenkreis
- Die 29. Geschäftsstelle der TKB wurde in Islikon eröffnet
- 3700 Zielsparpläne wurden abgeschlossen
- 100 Jahre lang ist die TKB in Sulgen präsent
- 190 000 Anrufe hat das Team des Beratungszentrums beantwortet
- 550 Pensionsberatungen wurden durchgeführt
- 840 000 Logins ins Kundenportal «Olivia» gab es jeden Monat



Züigig unterwegs in der Digitalisierung

Kunden wollen Bankdienstleistungen vermehrt digital nutzen können. Diesem Anspruch trägt die Bank seit Jahren Rechnung. So zählte die TKB beispielsweise Ende der Neunzigerjahre zu den ersten E-Banking-Anbietern in der Schweiz. Ein ebenso wichtiger Schritt war 2020 die Einführung des Online-Kundenportals «Olivia». Von E-Banking bis zum digitalen Finanzassistenten haben Kunden hier zahlreiche Dienstleistungen rund um die Uhr im Zugriff. Seit 2021 kann man im Portal einen Zielsparplan oder eine Vorsorgelösung mit Wertschriften abschliessen und verwalten. Digital die Nase vorn hat die TKB auch in der Anlageberatung, wo Kunden vom online-gestützten Ansatz «Zielbasiert investieren» profitieren. Neue Geschäftsbeziehungen sind minutenschnell und papierlos via Tablet eröffnet. Auch in der Verarbeitung ist der Digitalisierungsgrad hoch. Für repetitive Prozesse, beispielsweise im Beratungscenter oder in der Steuerabteilung, nutzt die Bank seit dem Berichtsjahr Software-Roboter. Ein weiteres Beispiel im Bereich Digitalisierung ist die selbst entwickelte Plattform für Hypothekenbroker (brokermarket.ch). Die vielfältigen Aktivitäten der Bank finden auch in der Fachwelt Beachtung. So attestieren zwei im Berichtsjahr erschienene Studien des Instituts für Finanzdienstleistungen der Hochschule Luzern der TKB einen hohen Reifegrad rund um digitale Leistungen für Privat- und Firmenkunden. Ergänzend zum klassischen Bankgeschäft hat die TKB ebenfalls ein digitales Angebot lanciert: Seit dem Frühling 2021 gibt es die mit dem Thurgauer Detailistenverband lancierte App «Thurgau Inside» – ein Marktplatz, wo Gewerbebetriebe schnell und kostenlos Angebote publizieren können.



Bargeld verliert an Bedeutung

Die Corona-Pandemie hat den seit Jahren spürbaren Trend zum bargeldlosen Zahlen beschleunigt. Hier hat die TKB das Angebot für Kunden ausgebaut. So gibt es neu die TKB-App des Schweizer Anbieters Twint. Kunden können bei Twint ihr TKB-Konto hinterlegen, sodass Transaktionen in Sekundenschnelle direkt vergütet oder belastet werden. Schrittweise ausgeliefert wurde 2021 die neue Debit-Mastercard, welche die Maestrokarte ersetzt. Die Debitkarte kann weiterhin für Bargeld-Bezüge und fürs Zahlen im Detailhandel eingesetzt werden. Neu sind damit auch Online-Käufe möglich. Kunden können zudem die mobilen Bezahlösungen von internationalen Anbietern wie Apple oder Samsung nutzen. Der stetig rückläufigen Nachfrage nach Bargeld begegnet die TKB mit einer leichten Reduktion des dichten Bancomatennetzes. Im Berichtsjahr wurde der Bancomat im Spital Frauenfeld ausser Betrieb genommen.

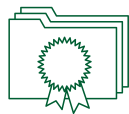


Publikationen, Anlässe und Ideenlabor

Das Angebot der TKB umfasst mehr als klassische Bankprodukte und -dienstleistungen. Beispiele sind der zweimal jährlich publizierte Thurgauer Eigenheim-Index, die traditionelle Firmenkundenumfrage oder verschiedene Anlagepublikationen. Der direkte Dialog mit Kundinnen und Kunden ist der TKB wichtig. Die seit Langem institutionalisierten Anlässe zu Anlegen, Vorsorgen und Wirtschaftsthemen werden seit zwei Jahren ergänzt durch die «Thurgauer Kompaktseminare». Diese kostenlosen Vorabend-Seminare zu aktuellen Finanzthemen stehen der ganzen Bevölkerung offen. Im Berichtsjahr wurden erstmals Kompaktseminare für KMU durchgeführt. Seit November 2021 gibt es im Onlineportal «Olivia» ein Ideenlabor. Interessierte Kundinnen und Kunden können dort beispielsweise bei der Entwicklung neuer Angebote ihre Meinung abgeben. Meist erfolgen die Umfragen im Ideenlabor online;



es sind aber auch örtliche Gesprächsrunden vorgesehen. Unabhängig vom Ideenlabor geht die TKB schon seit Jahren systematisch mit Rückmeldungen von Kunden um. Erhebliche Reklamationen werden auf Ebene der Geschäftsleitung behandelt. Zudem besteht auf allen Kanälen der Bank die Möglichkeit, Feedback zu geben.



Auch in Nischen stark

Die TKB ist in verschiedenen Nischen sehr gut positioniert. So verfügt sie seit Jahren über eine zentrale Ansprechstelle für Gründer und Jungunternehmerinnen, die auch Zugang zu Netzwerken eröffnet. Zudem ist die Bank Partnerin des Startnetzwerks Thurgau. Auch grosse Firmenkunden mit komplexeren Bedürfnissen können sich auf kompetente Begleitung verlassen. Immer mehr Betriebe schätzen die Expertise und das Fachwissen zu Lösungen für die berufliche Vorsorge (BVG). Seit 2021 tritt die TKB als BVG-Maklerin im Markt auf. Auch das Immobilienbewertungsteam der Bank geniesst einen guten Ruf. Und die Handelsabteilung ist ein zuverlässiger Dienstleister für die Exportwirtschaft. Wachsend ist die Nachfrage rund um Erbschaftsberatung und Willensvollstreckung – 500 Beratungen fanden 2021 statt. Das Steuerteam hat 3800 Steuererklärungen bearbeitet. Professionell präsentiert sich das Angebot für externe Vermögensverwalter. Diese können dank einer 2021 implementierten Schnittstelle zum IT-System der TKB ihre Kunden noch effizienter bedienen. Hypothekenvermittlern steht seit November 2021 die benutzerfreundlich konzipierte Online-Plattform «brokermarket.ch» zur Verfügung.

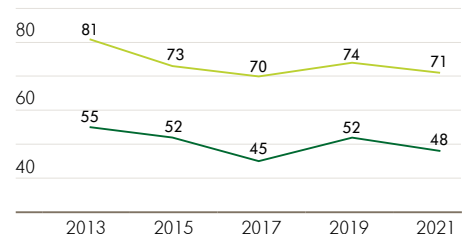
Informationen zum Marktumfeld gibt es im «Lagebericht» im Finanzteil dieses Berichts.



Starke Marke TKB

Die Marke TKB ist im Einzugsgebiet der Bank hervorragend verankert und der Bekanntheitsgrad ist sehr hoch. Bei der Markenführung setzt die Bank gezielt auf die Vermittlung ihres ganzheitlichen Engagements für Kunden und auch für die Gesellschaft und die Region. Seit 2020 läuft eine Dachkampagne mit dem Slogan «Logisch, TKB». Auch der im Berichtsjahr erstellte neue Imagefilm stellt die Werte der Bank in den Vordergrund. Mittels Umfragen erhebt die TKB regelmässig ihre Wahrnehmung bei Kunden und weiteren Anspruchsgruppen. Bei der Planung neuer Dienstleistungen holt die TKB ebenfalls die Meinung bzw. die Bedürfnisse der Kundschaft ab. Alle Aktivitäten der Markenführung sollen der Kundin, dem Kunden ein stimmiges Erlebnis bieten – an allen Kontaktpunkten. Die TKB kann zudem vom sehr guten Ruf der Dachmarke «Kantonalbank» profitieren, die auf nationaler Ebene durch den Verband Schweizerischer Kantonalbanken (VSKB) gepflegt wird. Aus dem VSKB-Netzwerk resultieren Auswertungen aus Kundenumfragen, die Aufschluss geben über das Image oder die Nutzung von Dienstleistungen und Produkten. So sind im Berichtsjahr die Ergebnisse der VSKB-Umfrage bei Geschäftskunden erschienen (vgl. Grafik).

Hohe 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.