

Richtlinie zur Kommunikation mit Anspruchsgruppen der Nassauischen Sparkasse (Naspa)

Inhalt

Zu dieser Richtlinie	3
1. Wertorientierungen und Stakeholder-Beziehungen in der Naspa	3
2. Allgemeine Grundsätze der Naspa für ihre Kommunikation mit Anspruchsgruppen	4
3. Anerkennung legitimer Interessen und Kommunikation mit Anspruchsgruppen	5
4. Anspruchsgruppen und Kommunikationsformate der Naspa	6
5. Berichterstattung zum Stakeholder-Engagement	7
6. Schulungen und Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	7
7. Kontinuierliche Weiterentwicklung	7
Information und Kontakt	8

Zu dieser Richtlinie

Die Naspa ist ein regional verwurzelt, dem Gemeinwohl verpflichtetes Finanzinstitut. Die Anliegen und Wünsche der im Geschäftsgebiet lebenden und arbeitenden Menschen und Unternehmen zu kennen, die Entwicklungsziele der Region und ihrer Kommunen mit zu tragen und mit zu gestalten, das ist für die Naspa Grundlage ihres Selbstverständnisses als Sparkasse und Ausdruck gelebter Nähe zu allen ihren Anspruchsgruppen.

Aus dieser Haltung heraus pflegt die Naspa seit jeher einen kontinuierlichen Austausch und gute Beziehungen zu allen ihren Anspruchsgruppen: zu den unmittelbar mit ihr in Beziehung stehenden Personen, Institutionen und Organisationen wie auch zu vielen anderen Akteurinnen und Akteuren von Wirtschaft und Gesellschaft im Geschäftsgebiet. Konstanz, Aufgeschlossenheit und die Bereitschaft, gemeinsam mit ihren Anspruchsgruppen an der Zukunft zu arbeiten, sind ein maßgeblicher Faktor für den geschäftlichen Erfolg der Naspa.

Mehr denn je agiert die Naspa in einem sich schnell und dynamisch veränderten Umfeld. Neue gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Realitäten schaffen neue Anforderungen, kreieren neue Marktconstellations, bringen andere Anspruchsgruppen mit anderen Anliegen und Interessen hervor. Klima und Umwelt, nachhaltige Formen der Produktion und des Konsums rücken verstärkt ins Blickfeld, Fragen des sozialen Zusammenhalts, der demokratischen Grundordnung oder der Unternehmensführung in Zeiten der Transformation erhalten einen neuen Stellenwert.

Die Naspa begrüßt diese Entwicklung. In ihrem Verständnis steht die geschäftspolitische Ausrichtung und unternehmerische Tätigkeit der Sparkasse immer in einer permanenten Wechselwirkung mit den Entwicklungen in Wirtschaft und Gesellschaft. Die Naspa wird daher weiterhin auf der Grundlage des Sparkassengesetzes Hessen-Thüringen, ihrer Satzung und ihres klaren Wertegerüsts ein aktiver, gestaltender und konstruktiver Akteur sein, der die Anliegen der Menschen und Unternehmen ernst nimmt und eine nachhaltige und gerechte Entwicklung im Geschäftsgebiet unterstützt.

Die Naspa ist offen für den Dialog und die Zusammenarbeit mit allen ihren Anspruchsgruppen. Die wachsende Komplexität der verschiedenen Anliegen, die zuweilen mit den Ansprüchen anderer Gruppen konkurrieren und immer öfter intensiv medial begleitet werden, erfordert von der Naspa jedoch eine noch systematischere, verbindlichere und umsichtiger Gestaltung der Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen, als dies bislang schon der Fall war. Künftig sollen daher noch klarere Analysen, Bewertungen und Zielstellungen die Information, den Dialog und die Zusammenarbeit der Naspa mit ihren Anspruchsgruppen leiten.

Die vorliegende Richtlinie zur Kommunikation mit Anspruchsgruppen soll erste Eckpunkte in der Zusammenarbeit mit diesen umreißen und zur Schaffung eines offenen, verlässlichen und berechenbaren Umfelds für alle Anspruchsgruppen beitragen. Die Richtlinie steht für den Wunsch der Naspa, den Principles for Responsible Banking folgend künftig bei zentralen Themen relevante Anspruchsgruppen auf eigene Initiative hin zurate zu ziehen, einzubinden und mit diesen partnerschaftlich zusammenarbeiten, um gesellschaftliche und wirtschaftliche Ziele in der Region zu erreichen. Die Richtlinie ordnet sich in das gesamte Regelwerk der Naspa ein und wird kontinuierlich weiterentwickelt.

1. Wertorientierungen und Stakeholder-Beziehungen in der Naspa

Aus unternehmerischer Verantwortung und ihrem Selbstverständnis als Sparkasse heraus ist die Naspa mit ihrer Haltung, ihren Produkten und Initiativen dem Gemeinwohl verpflichtet. Bei der Erfüllung ihres gesellschaftlichen Auftrags, der Umsetzung ihrer unternehmerischen Ziele sowie der Wahrnehmung der Interessen ihrer Kundinnen und Kunden hat sie gemäß ihrem Leitbild die Bedürfnisse und das Wohl heutiger und künftiger Generationen im Blick.

Die Naspa bekennt sich zur Idee und den Zielen einer gerechten und nachhaltigen Entwicklung und versteht sich als Transformationsbegleiter der Menschen und Unternehmen hin zu einer nachhaltigen Kreislaufwirtschaft. Aus diesem Selbstverständnis heraus bezieht die Naspa auf unterschiedlichen Ebenen wichtige Anliegen und Interessen ihrer Anspruchsgruppen in ihre Geschäftsentscheidungen mit ein.

Anspruchsgruppen der Naspas sind in diesem Zusammenhang die Personengruppen, Institutionen und Organisationen, die die Geschäftsstrategie, das Produktangebot oder die Dienstleistungen der Naspas beeinflussen und bzw. oder durch diese betroffen oder beeinflusst werden könnten. Dies sind unter anderem Mitarbeitende, Kunden, Geschäftspartner, Träger, gesellschaftliche Interessengruppen, Verbände, Gewerkschaften und die Öffentlichkeit.

Die Naspas bekennt sich zu ihrer Verantwortung, mit Umsicht, Sachverstand und Sorgfalt die Erwartungen ihrer Anspruchsgruppen soweit wie möglich zu erfüllen und ihre berechtigten Interessen zu achten.

Es ist die tiefe Überzeugung der Naspas, dass die gesellschaftliche Akzeptanz für ihre unternehmerische Tätigkeit langfristig nur durch ein gutes Verständnis der Anliegen und Forderungen ihrer Anspruchsgruppen sowie durch den kontinuierlichen Abgleich der verschiedenen Positionen gesichert werden kann. Das gemeinsame Arbeiten an Lösungen für aktuelle Herausforderungen bekräftigt den gemeinwohlorientierten öffentlichen Auftrag der Naspas und stärkt darüber hinaus ihre anerkannt hohe Leistungsfähigkeit.

Die Naspas ist daher in ihrer Kommunikation bestrebt, durch Information, Austausch, Beratung und Zusammenarbeit die gesamtgesellschaftliche Einbettung ihrer geschäftspolitischen Aktivitäten transparent zu machen und dabei die Anliegen ihrer Anspruchsgruppen angemessen einzubinden. Voraussetzung hierfür ist nach Auffassung der Naspas eine offene und vertrauensvolle Kommunikationskultur, in der Anliegen konstruktiv diskutiert, nachvollziehbar bewertet und Verbesserungsmöglichkeiten frühzeitig erkannt und angegangen werden.

So steht die Naspas ein für Toleranz, Respekt, Fairness und Integrität im Umgang mit ihren Anspruchsgruppen und der Öffentlichkeit. Sie arbeitet mit ihnen partnerschaftlich, vertrauensvoll und in der Regel langfristig zusammen. Auf diese Weise können soziale und ökologische Erfordernisse mit den geschäftlichen Perspektiven der Naspas verknüpft werden und im Sinne des Gemeinwohls gesellschaftliche und ökonomische Mehrwerte schaffen.

Die dieser Haltung zugrunde liegenden Prinzipien, Überzeugungen und Vorgaben sind in verschiedenen Richtlinien der Naspas fixiert. Diese beziehen sich unter anderem auf allgemeine Verhaltensgrundsätze, die Achtung der Menschenrechte und menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten in der Lieferkette, die allgemeine Produktverantwortung und auf die Beachtung der globalen Klima- und Nachhaltigkeitsziele im Kerngeschäft. Die Regelungen gehen teilweise über gesetzliche und regulatorische Vorgaben hinaus und bieten allen in der Naspas beschäftigten Personen Orientierung und Struktur im täglichen Handeln.

Die Naspas hat diese Richtlinien veröffentlicht. Sie erwartet im Dialog und in der Zusammenarbeit mit ihren Anspruchsgruppen die Einhaltung von Grundsätzen, die mit denen der Naspas vergleichbar sind.

2. Allgemeine Grundsätze der Naspas für ihre Kommunikation mit Anspruchsgruppen

Die Naspas hat für die Entwicklung und Ausgestaltung ihrer vielfältigen Beziehungen zu ihren verschiedenen Anspruchsgruppen einige Grundsätze festgeschrieben, die übergreifend Gültigkeit besitzen. Diese sind:

- Die Anspruchsgruppen der Naspas können darauf vertrauen, zeitnah und in angemessenem Umfang für sie verständliche Informationen über die Geschäftsaktivitäten der Naspas zu erhalten.
- Die Naspas sucht bei wichtigen Geschäftsentscheidungen nach Möglichkeiten zum Austausch und Dialog, für Rückmeldung sowie für die fachliche Einschätzung ihrer wesentlichen Anspruchsgruppen.
- Die Naspas nimmt grundsätzlich alle von ihren Anspruchsgruppen gemachten Einlassungen und Einwände ernst und überprüft deren Auswirkungen auf ihre Geschäftspläne. Sie bemüht sich immer, die gewonnenen Erkenntnisse bestmöglich umzusetzen.
- Die Naspas achtet die Werte und Kultur ihrer Anspruchsgruppen. Sie respektiert die Vielfalt der von ihnen vertretenen Ansichten, selbst wenn unterschiedliche Auffassungen bestehen und Meinungsverschiedenheiten nicht aufgelöst werden können.
- Die Naspas identifiziert und bewertet im Rahmen ihrer Geschäftsprozesse regelmäßig potenzielle

Risiken auf Seiten der Naspa und auf Seiten ihrer Anspruchsgruppen. Sie hat wirksame Verfahren etabliert, um deren Vermeidung bzw. schnellstmögliche Behebung sicherzustellen.

- Personengruppen, Institutionen oder Organisationen, die von den geschäftlichen Aktivitäten der Naspa in besonderer Weise betroffen sind, können darauf vertrauen, darüber informiert und in einen nachvollziehbaren Prozess eingebunden zu werden.
- Bei der Kommunikation und im Austausch mit ihren Anspruchsgruppen wahrt die Naspa jederzeit und uneingeschränkt alle für eine Bank geltenden gesetzlichen, branchenbezogenen und für die Kundenbeziehung elementaren Regeln der Vertraulichkeit.

3. Anerkennung legitimer Interessen und Kommunikation mit Anspruchsgruppen

Die Naspa ist überzeugt, dass Unternehmen nicht isoliert von gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und Entwicklungen arbeiten können. Die Naspa erkennt daher an, dass Anspruchsgruppen legitime Interessen haben können zu erfahren, welche geschäftspolitischen Ziele die Naspa im Rahmen ihres öffentlichen Auftrags und im Sinne des Gemeinwohls verfolgt. Das Auskunftsinteresse kann sich auch auf Informationen erstrecken, welche Entscheidungen sie trifft, um mit entsprechenden Produkten, Beratungsangeboten, Dienstleistungen sowie weiteren Aktivitäten den Zugang zu modernen Finanzdienstleistungen für die Menschen und Unternehmen im Geschäftsgebiet sicherzustellen.

Die Naspa ist sich bewusst, dass das Interesse der Anspruchsgruppen auch mit Erwartungen verbunden sein kann, Informationen unter anderem zu den Führungsstrukturen, Unternehmensrichtlinien, Strategien der Naspa zu erhalten oder in einzelnen Fällen an Entscheidungen beteiligt zu werden.

Die Naspa geht immer konstruktiv mit derartigen Erwartungen um. Sie orientiert sich bei der Einschätzung und Bewertung der Wesentlichkeit solcher Erwartungen sowie bei der Berichterstattung über ergriffene Maßnahmen und Ergebnisse an den Vorgaben anerkannter Standards. Aus ihrem Gründungsgedanken und ihrem Selbstverständnis heraus hat die Naspa darüber hinaus immer auch ein besonderes Augenmerk auf die Anliegen von schutzbedürftigen, diskriminierten sowie nicht- oder unterrepräsentierten Gruppen.

Die Naspa ist fest davon überzeugt, dass sich gute und dauerhafte Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen positiv auf die Reputation und den Geschäftserfolg des Unternehmens auswirken. Umgekehrt können eine fehlende Bereitschaft zum Dialog mit den Anspruchsgruppen und mangelnde Konsistenz in der Kommunikation dazu führen, dass sich die Naspa dauerhaft in der Öffentlichkeit verteidigen und Reputationsschäden hinnehmen muss.

Die Naspa handelt daher in der Gewissheit, dass mit einer kontinuierlichen und planvollen Kommunikation zu ihren Anspruchsgruppen positive Effekte verbunden sind. So können beispielsweise

- Entscheidungsfindungsprozesse verbessert werden, wenn Anspruchsgruppen über geschäftspolitische Pläne informiert, mögliche Problemlagen identifiziert und angemessen auf diese Bedenken eingegangen wird.
- Bindung und Loyalität von Kundinnen und Kunden gestärkt werden, wenn durch regelmäßigen Austausch besser auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden eingegangen wird.
- eine besser auf die Markterfordernisse angepasste Leistung und Qualität von Produkten und Dienstleistungen angeboten werden.
- wirtschaftliche oder gesellschaftliche Probleme gelöst werden, wenn durch konstruktiven Austausch Handlungsbedarfe identifiziert, hilfreiche Maßnahmen vereinbart und unterschiedliche Ressourcen für deren Umsetzung gebündelt werden, etwa um gemeinsame gesellschaftliche Ziele für nachhaltige Entwicklung und Prosperität in der Region zu verfolgen.
- starke regionale Gemeinschaften im Geschäftsgebiet aufgebaut bzw. erhalten werden, wenn durch die Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen Vertrauen, Perspektiven, Informationen und Wissen zwischen der Naspa und einzelnen Anspruchsgruppen, aber auch zwischen den verschiedenen Anspruchsgruppen selbst, aufgebaut und vertieft wird.

- das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Naspa als ein im öffentlichen Auftrag handelndes und dem Gemeinwohl verpflichtetes Finanzinstitut gestärkt werden.

Im Umgang mit ihren Anspruchsgruppen geht die Naspa sensibel mit der Tatsache um, dass möglicherweise nicht alle Anspruchsgruppen über die notwendigen Ressourcen verfügen, um mit ihr in Kontakt zu treten. Daher werden angemessene Schritte unternommen, um beispielsweise für Einschränkungen, die durch sprachliche, zeitliche und kulturelle Barrieren oder eingeschränkten Zugang zu elektronischen Informationsquellen verursacht sein können, geeignete alternative Kommunikationsmöglichkeiten zu schaffen.

4. Anspruchsgruppen und Kommunikationsformate der Naspa

Die Naspa hat aus ihrer Funktion als regionaler Finanzdienstleister sowie aus ihrer gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Verankerung in ihrem Geschäftsgebiet heraus eine Vielzahl von Anspruchsgruppen.

Die wichtigsten Anspruchsgruppen der Naspa sind

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Naspa und ihrer Beteiligungsunternehmen
- Kundinnen und Kunden (Privatkunden, Firmenkunden, Institutionelle)
- Träger (Verwaltungsrat, kommunalpolitische Entscheiderinnen und Entscheider)
- Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner (Lieferanten, Gewerkschaften, Finanzdienstleister, Dienstleister)
- Verbände und Institute der Sparkassen-Finanzgruppe
- Mitbewerber im Markt/Geschäftsgebiet
- Lokale Institutionen (Ämter/Behörden, Verbände der Wirtschaft, öffentliche Einrichtungen etc.)
- Vereine, Stiftungen, Bildung und Wissenschaft
- Zivilgesellschaftliche Akteure
- Nichtregierungsorganisationen
- Nachhaltigkeits-Community
- Bürgerinnen und Bürger
- Presse und Medien (inkl. einzelner Portale in sozialen Medien)

Die Naspa ist stets bestrebt, die Vielzahl an Anspruchsgruppen anhand von Kriterien wie beispielsweise Expertise, Einfluss, Handlungsfähigkeit, Kooperationsbereitschaft, Risikorelevanz oder Themenrelevanz zu systematisieren und für die verschiedenen Anspruchsgruppen daraus passende Kommunikations- und Interaktionsformen abzuleiten.

Die Naspa ist sich bewusst, dass es vielfältige Formen und Möglichkeiten gibt, mit ihren Anspruchsgruppen in Kontakt zu treten. Um alle relevanten Anspruchsgruppen auf angemessene und geeignete Weise zu erreichen, legt die Naspa die am besten passenden Kommunikationsinstrumente für jede Anspruchsgruppe entsprechend den bestehenden Kommunikationsstandards und -kapazitäten des Instituts fest. Die von der Naspa eingesetzten Kommunikationsformen und -medien lassen sich grob in folgende Kategorien einordnen:

- Beobachtung (thematisches Screening und Monitoring)
- Information (online/offline, aktiv/passiv)
- Dialog (Konsultationstreffen, Dialogveranstaltungen, Beratungsgremien, Multi-Stakeholder-Foren)
- Kooperationen (temporäre und langfristige Partnerschaften)

Die Naspa handelt immer in der Überzeugung, dass nur der differenzierte Einsatz von Kommunikationsinstrumenten dazu beiträgt, die jeweiligen Anliegen, Anforderungen und Möglichkeiten der Anspruchsgruppen angemessen gerecht zu werden. Die vorgenommene Systematisierung ist daher nicht statisch und kann je nach Themen oder Problemlagen, die zur Entscheidung anstehen, variieren.

5. Berichterstattung zum Stakeholder-Engagement

Die Naspa ist sich dessen bewusst, dass die Berichterstattung über ihre Geschäftstätigkeit einen wesentlichen und wichtigen Bestandteil des Anspruchsgruppen-Engagements darstellt. Gleichwohl geht die Naspa davon aus, dass sie möglicherweise nicht immer mit der gesamten Bandbreite der Einschätzungen ihrer Anspruchsgruppen einverstanden ist bzw. in der Lage ist, deren Anliegen, Anforderungen und Interessen zu entsprechen.

Die Naspa sieht sich dessen ungeachtet in der Pflicht, umfassend und konsistent über den Austausch mit ihren Anspruchsgruppen zu berichten. Sie berichtet daher jährlich zu ihren Aktivitäten, Maßnahmen und Ergebnissen in der Kommunikation mit ihren Anspruchsgruppen. Die Berichterstattung erfolgt im Rahmen ihres Nachhaltigkeitsberichts.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung der Naspa erfolgt auf Basis des für die Sparkassen-Finanzgruppe entwickelten und vom Rat für Nachhaltigkeit der Bundesregierung anerkannten Sparkassen-Standards. Der Nachhaltigkeitsbericht wird auf der Webseite der Naspa veröffentlicht und ist auch für die vorangegangenen Berichtsjahre dort einsehbar.

6. Schulungen und Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die Naspa bildet regelmäßig alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu den Wertorientierungen, Verhaltensgrundsätzen und Richtlinien fort. Sie sensibilisiert diese dabei insbesondere zum richtigen Verhalten am Arbeitsplatz, zur ethischen Entscheidungsfindung, zur Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften sowie zur Achtung der Menschenrechte und entsprechenden Sorgfaltspflichten in der Lieferkette. Regelmäßige Informationen und Hinweise halten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zum Auftritt der Naspa in der Öffentlichkeit auf dem Laufenden. Diese schließen auch den Umgang mit den Anspruchsgruppen der Naspa ein.

7. Kontinuierliche Weiterentwicklung

Der Vorstand der Naspa ist überzeugt, dass ein erfolgreiches Anspruchsgruppen Management zur Steigerung des Beziehungskapitals des Instituts beiträgt und die langfristige wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Naspa sicherstellt.

Aus diesem Grund werden die Maßgaben dieser Richtlinie und ihre Auswirkungen in der Praxis regelmäßig überprüft und angepasst. Sie sollen dabei helfen, aktuelle Entwicklungen und veränderte Gegebenheiten auf Seiten der Naspa, der Anspruchsgruppen oder in Wirtschaft und Gesellschaft frühzeitig zu berücksichtigen. Dies gilt in gleichem Maße für die den Anspruchsgruppen zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle, die im Rahmen des Verhaltenskodex und der anderen Governance-Richtlinien beschrieben und veröffentlicht worden sind. Sie stehen für die Eingabe von Impulsen, Anliegen und Beschwerden allen Anspruchsgruppen offen.

Information und Kontakt

Ansprechpersonen

Klaus Schlee, Vorstandsstab und Kommunikation

Telefon: 0611 364-0

Mail: nachhaltigkeit@nasp.de

Udo Kiefer, Nachhaltigkeitsbeauftragter

Telefon: 0611 364 - 0

Mail: nachhaltigkeit@nasp.de

E-Mailadresse für geschützte Hinweise

hinweise@nasp.de

Hinweis zur gendergerechten Sprache in diesem Text

Wo immer möglich werden im Text männliche und weibliche Form genannt. Hier und dort, wo in Aufzählungen oder in zusammengesetzten Wörtern aufgrund einer besseren Lesbarkeit nur die männliche Form verwendet wird, sind die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

Die Begriffe "Stakeholder" und "Anspruchsgruppen" werden synonym verwendet.

Impressum

Nassauische Sparkasse

Anstalt des öffentlichen Rechts

Rheinstraße 42-46

D-65185 Wiesbaden

Telefon: 0611/364-0

E-Mail: info@nasp.de

www.nasp.de

Erstellt mit dem kap N Publisher®