



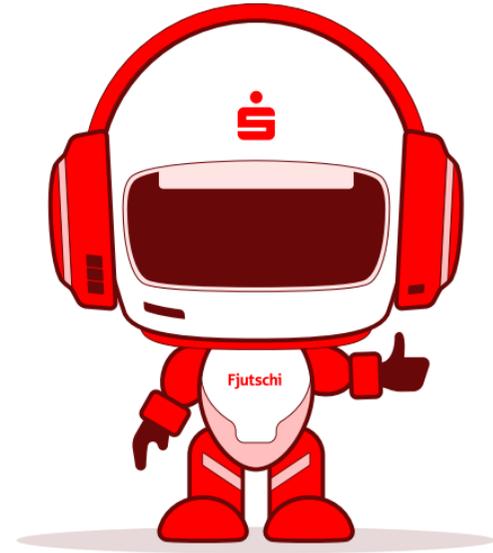
Mission Kulturwandel

Eine Kurzgeschichte über die Zukunft der Haspa

Hallo Welt, ich bin Fjutschi!

Ihr kennt mich von der Future Heads und als Wegbegleiter von People & Culture. Und ich habe den tollen Auftrag, euch eine kurze Geschichte über die Haspa zu erzählen. Eine Geschichte über ihre Historie, ihre Gegenwart und ihre Zukunft. Eine Geschichte über fest verankerte Werte und dynamische Veränderung — wofür stehen wir und wo müssen wir uns anpassen. Aber fangen wir von vorne an:

Vieles, das wir über die Haspa wissen und wahrnehmen, scheint uns selbstverständlich, schon immer da gewesen, wie Kaffee, Brötchen, Lotto, usw.

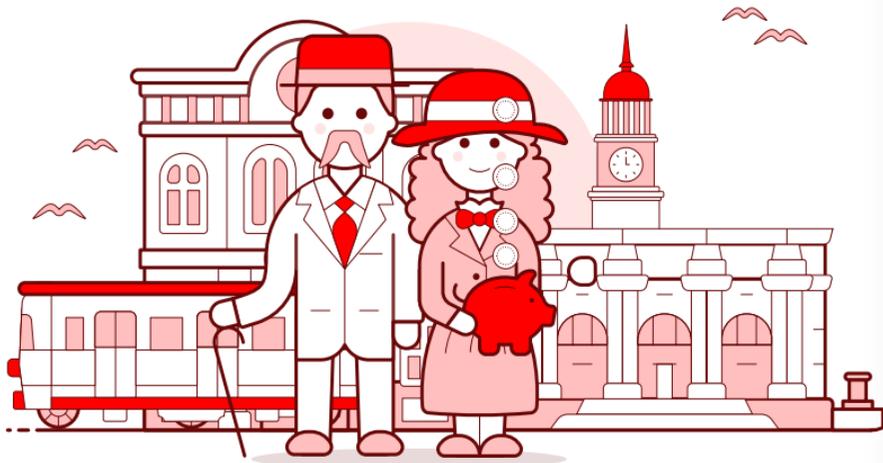


Denn jede und jeder, die oder der durch Hamburg schlendert, kann sie nicht übersehen:



die Haspa. Meine Sparkasse, die seit jeher und jeden Tag aufs Neue mit Spaß und Leidenschaft die Hamburger Kundschaft begeistert. Und in den letzten Jahren ist bei uns ganz schön viel passiert. Nur was genau? Wie sind wir zu dem geworden, was wir heute sind? Wo stehen wir und vor allem — wie geht es für uns weiter? Aber bevor wir uns mit der Zukunft beschäftigen, werfen wir zunächst mal einen kurzen Blick zurück...





Bereits vor langer Zeit wurde die Hamburger Sparkasse von klugen Hamburger Kaufleuten um Senator Abendroth aus einer tiefen Überzeugung heraus gegründet:



Alle Hamburgerinnen und Hamburger sollten in der Lage sein, finanziell selbstbestimmt zu leben. Und so zog bereits 1827 der Sparsinn in Hamburg ein.

Ein innovatives Modell, das bereits damals auf Vernetzung, Vertrauen und Verantwortung fußte und so erfolgreich war, dass die Haspa bis heute als freie Sparkasse agieren



kann und mit Leidenschaft dem Wohl unserer Heimatstadt dient, um für ihre Bürgerinnen und Bürger weitaus mehr zu sein, als eine normale Bank: Ein Stück Zuhause!



Vom Auftrag zur Strategie



Heute, fast 200 Jahre später, ist die Welt eine andere:

Digitalisierung, New Work, Krypto, KI – Alles ist schneller und komplexer geworden. Und das führt zu der Herausforderung,

immer aufmerksam mit dem richtigen Kompass zu schauen, was wir erhalten und was nicht. Und damit wir auch zukünftig immer am Puls der Zeit bleiben, ...



... hat sich die letzten vier Jahre eine erstaunliche Menge bewegt. Haben WIR eine Menge bewegt — alles im Zuge unserer so wichtigen Transformation.



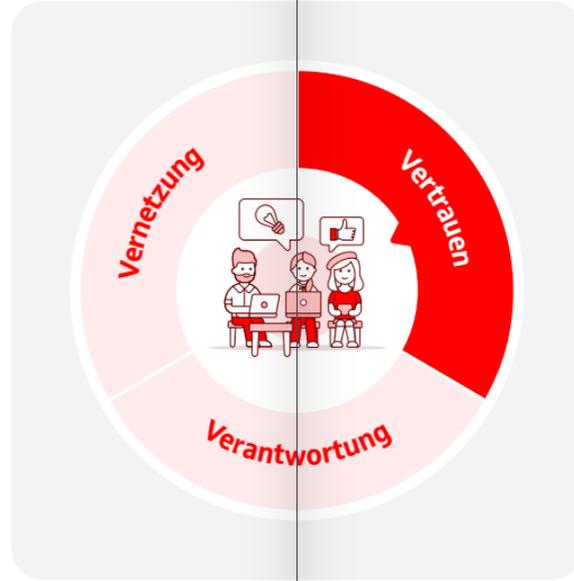
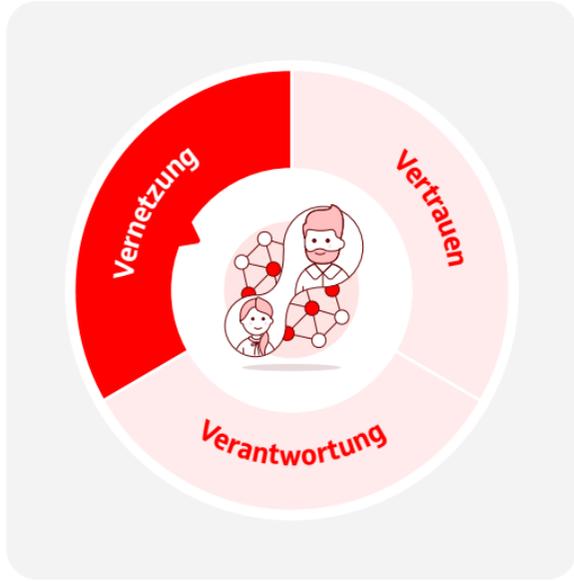
Wir sind dabei aber nicht allein, denn wir haben einen Rahmen, der uns leitet: Unsere Vision und unsere Geschäftsstrategie. Ein unverrückbares Ziel – und eine sehr genaue Anleitung dieses Ziel zu erreichen.

Von der Strategie
zum Menschen



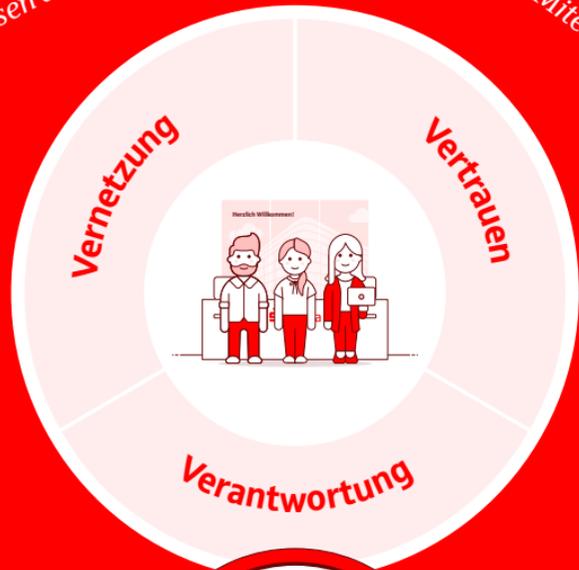
Und inmitten dieser großen Aufgabe machen wir das, was wir am besten können: den Menschen in den Mittelpunkt stellen.

Mitarbeitende, wie Kundschaft. Und genau dafür rückt unsere leitende Unternehmenskultur immer stärker in den Fokus:

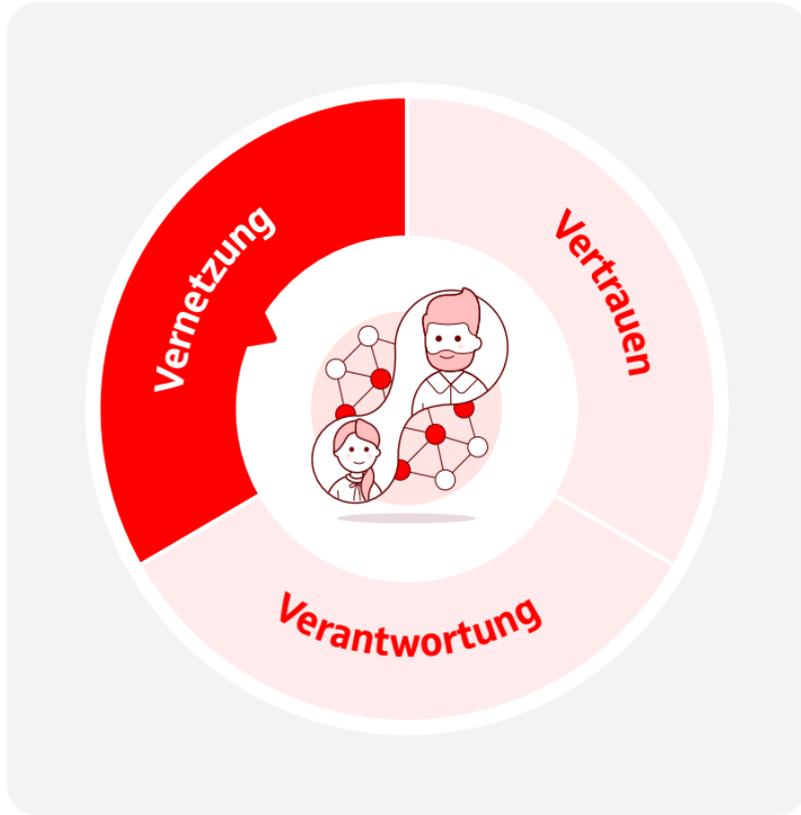


Vernetzung, Vertrauen und Verantwortung. Dieser Dreiklang ist heute genauso gefragt, wie damals, 1827 und bildet damit das Rückgrat der Haspa.

Denn mit diesen drei Werten schaffen wir eine Kultur des Miteinanders, in der jede Einzelne und jeder Einzelne einen Platz findet, um am Ende



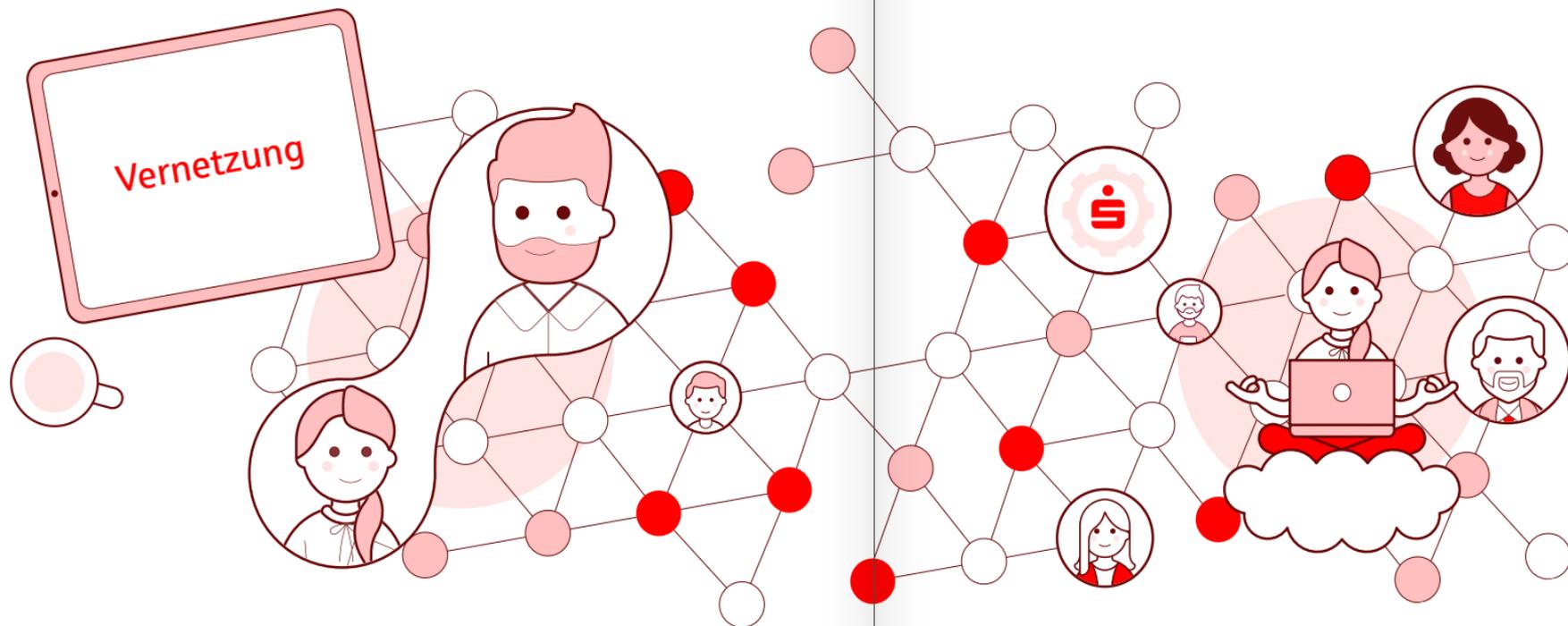
gemeinsam Großes zu erreichen — für und mit dem Kunden. Eine kundenorientierte Haspa, die jederzeit und flexibel den Herausforderungen des ständigen Wandels begegnen kann. Und das schauen wir uns jetzt mal ganener an:



Vernetzung schweißt zusammen.

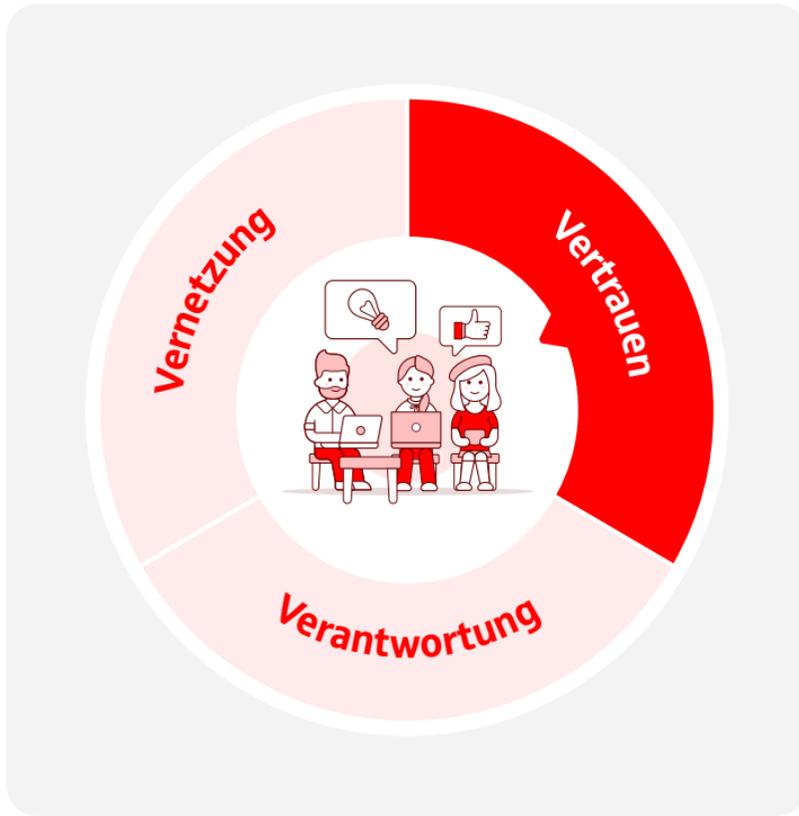
Durch Vernetzung entsteht das Gefühl, dass wir gemeinsam und über Teamgrenzen hinaus mehr erreichen können.

Durch mehr Kreativität und Perspektivenvielfalt ...



... sowie unsere Bereitschaft, jederzeit und ganz offen Wissen und Informationen zu teilen, entsteht ein belastbares Miteinander – über sämtliche Abteilungsgrenzen hinweg. Und auf dieser Basis

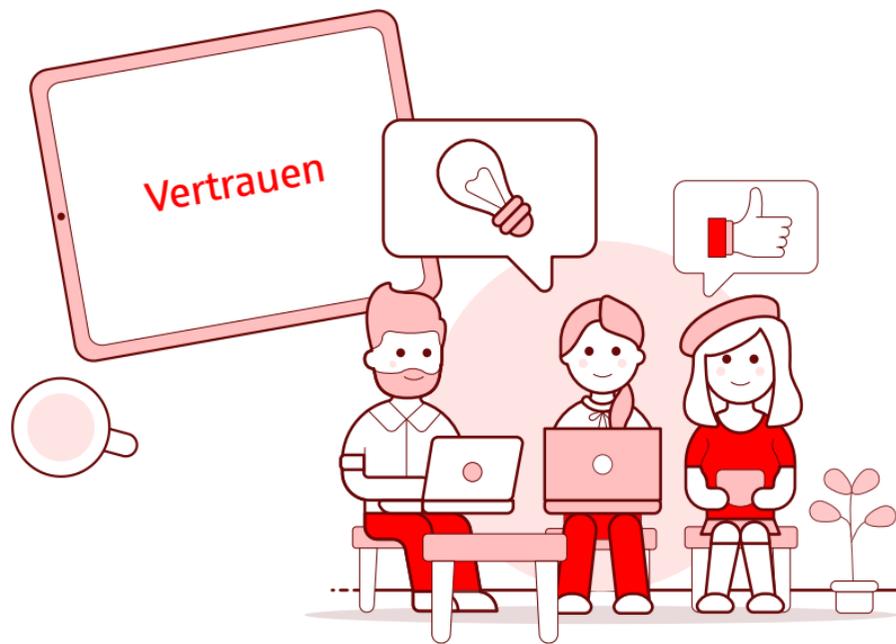
des kollaborativen Zusammenarbeitens baut sich dann ganz natürlich Vertrauen auf — das Fundament für ehrliche, transparente und starke Beziehungen.



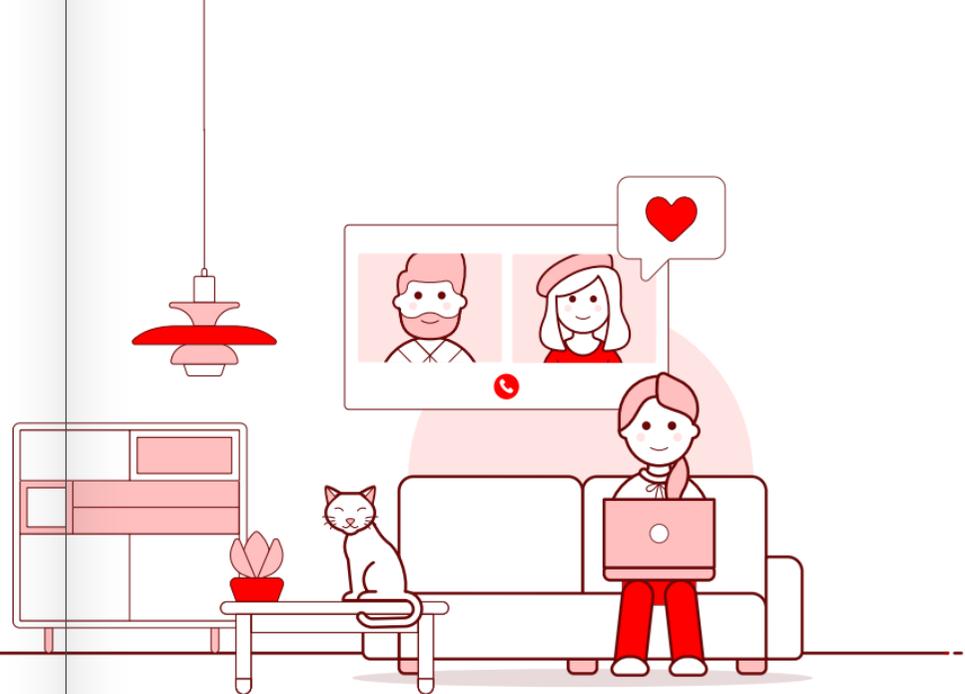
Vertrauen schafft Komfortzonen.

Wir kreieren glaubwürdige „Safe-Spaces“ — sowohl in der Zusammenarbeit untereinander als auch für den Kunden.

Damit wir in Zeiten von Unsicherheit und Umbruch ...



*... Halt und Orientierung sowohl finden als auch geben können.
Die Basis dafür ist eine offene und transparente Kommunikation,
sowie ein konstruktiver Umgang mit Kritik und Konflikten, um*



*ein Klima zu schaffen, in dem Fehler nicht nur erlaubt, sondern
wichtig für Wachstum sind. Jede konstruktive Idee wird belohnt
und ebnet den Weg zur mehr Initiative und Verantwortung.*



Verantwortung macht Spaß.

Eine wertschätzende Kultur bringt ein Miteinander hervor, das von Engagement geprägt ist und unseren Wandel und unsere Weiterentwicklung unterstützt. Durch die Eigeninitiative ...



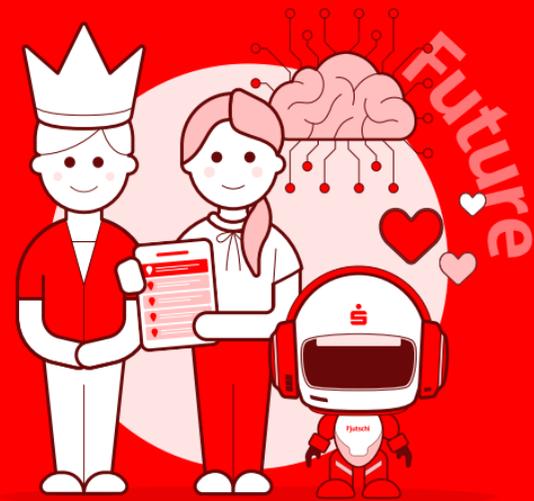
... und die Selbstständigkeit jedes und jeder Einzelnen, sowie durch konsequent lösungsorientiertes und innovatives Denken wird es uns möglich, Entscheidungen auch immer proaktiv zu treffen.



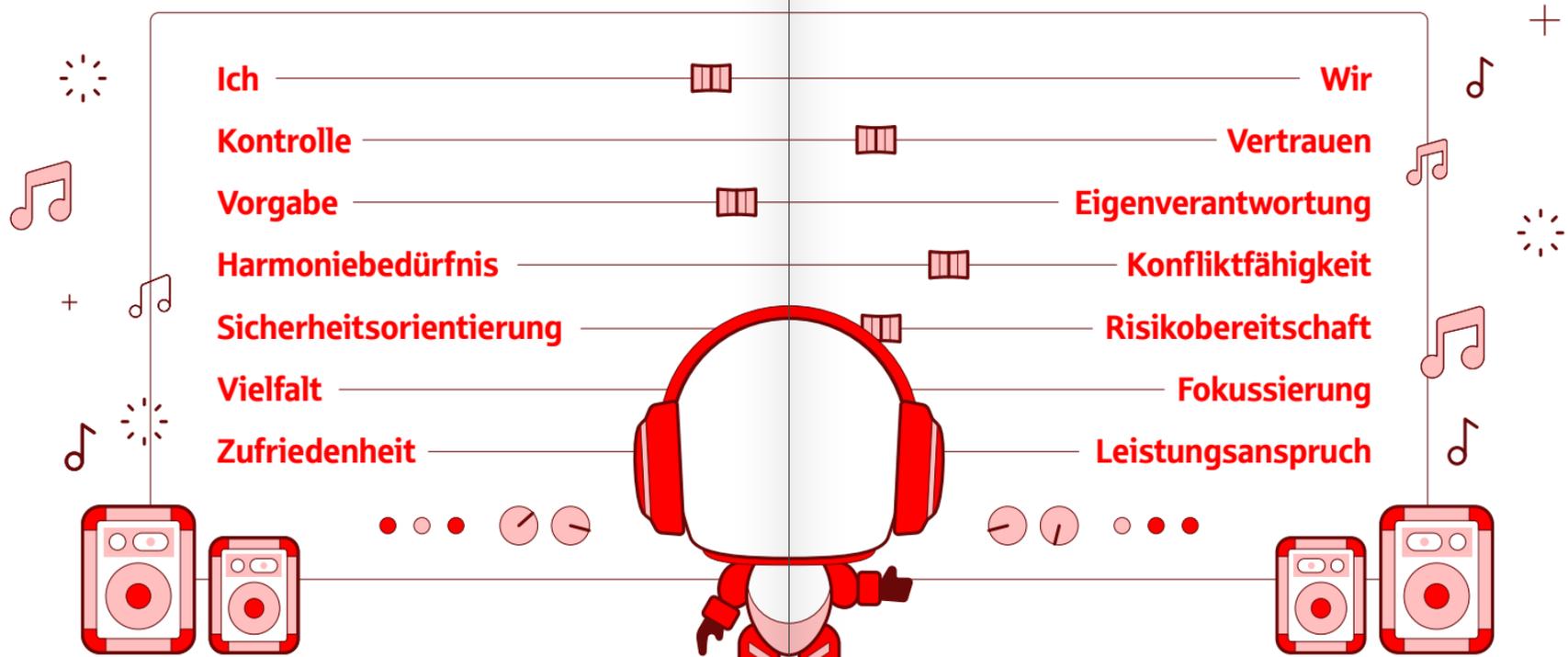
Dabei sind wir uns der Konsequenzen für Kolleg:innen und Kund:innen stets bewusst, damit wir auch die nächsten 200 Jahre für unsere Kundschaft und Hamburg wachsen können.

Auf dieser Grundlage, setzen wir unsere Bestimmung fort in die Zukunft. Egal ob unvorhersehbar oder planbar: Wir sind gut ausgestattet — und über unseren Dreiklang Vernetzung, Vertrauen und Verantwortung geht's nun direkt weiter in die Umsetzung.

Vom Menschen
zum Handeln



Den Grundstein haben WIR gelegt — jetzt heißt es konsequent drangleiben!



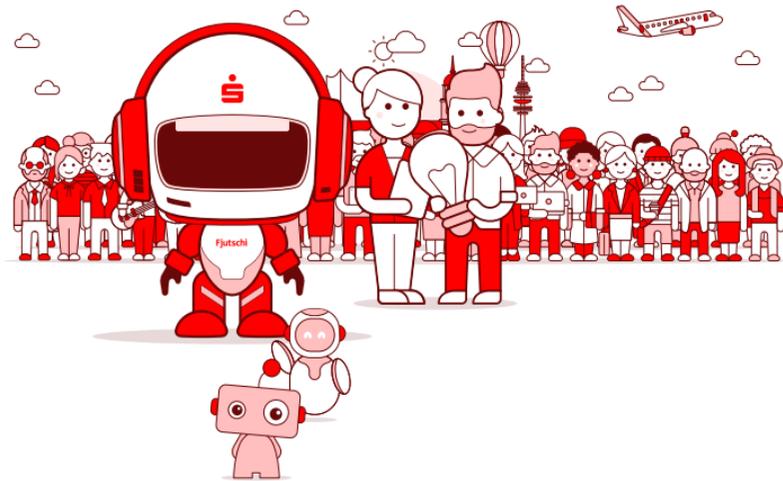
Denn wir alle bringen Verhaltensweisen mit, die ihren Sinn und ihre Berechtigung haben — Und gleichzeitig lohnt es sich, die gesamte Klaviatur zu beherrschen und immer den

passenden Gegenspieler im Blick zu haben, um bei jeder Aufgabe die jeweiligen Paare so zu gewichten, dass am Ende stets die beste Balance hergestellt werden kann.



Und damit haben wir dann auch schon die ideale Basis, auf der jede und jeder Einzelne gefragt ist, aktiv alle individuellen Stärken einzubringen, sowie ...

... voneinander und miteinander zu lernen und persönlich zu wachsen. Für uns und unsere Kundschaft.



Damit wir für sie relevant bleiben. Damit sie bleiben.

*Und, schaffen wir das? Klar schaffen wir das!
Jede:r für sich und wir alle zusammen!*

