

Jahresbericht 2021.



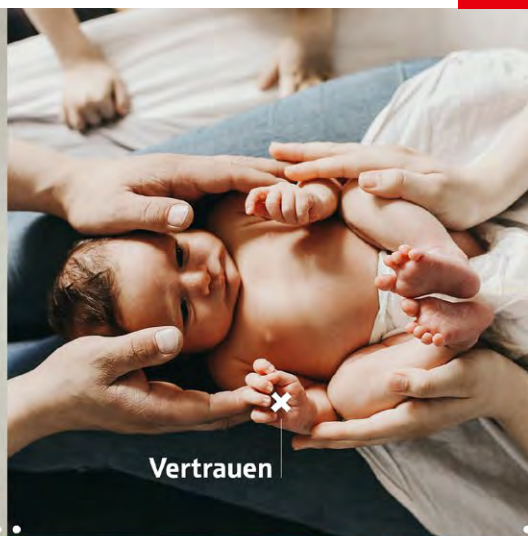
BLSK

Ein Unternehmen der NORD/LB

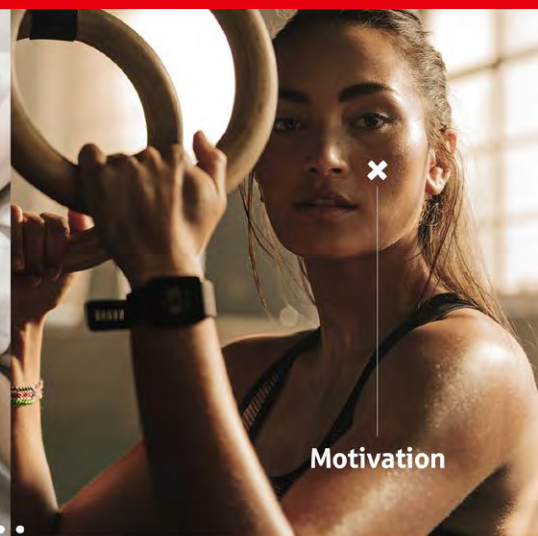
Mut



Vertrauen



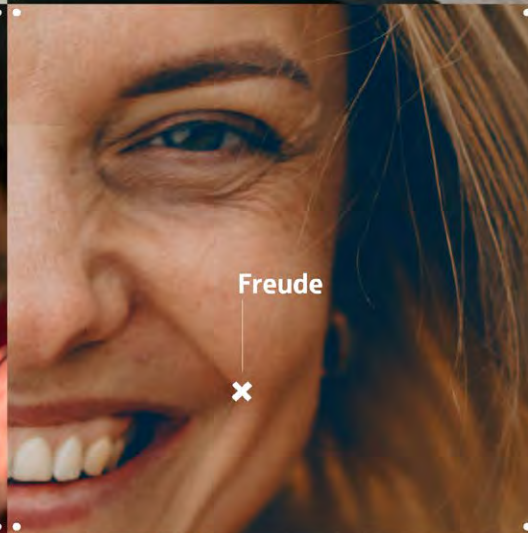
Motivation



Loyalität



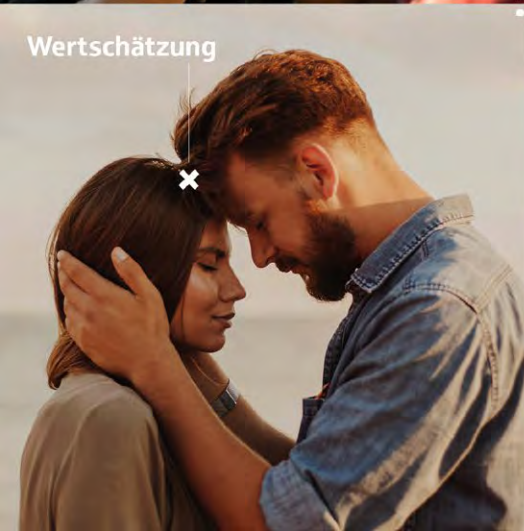
Freude



Fairness



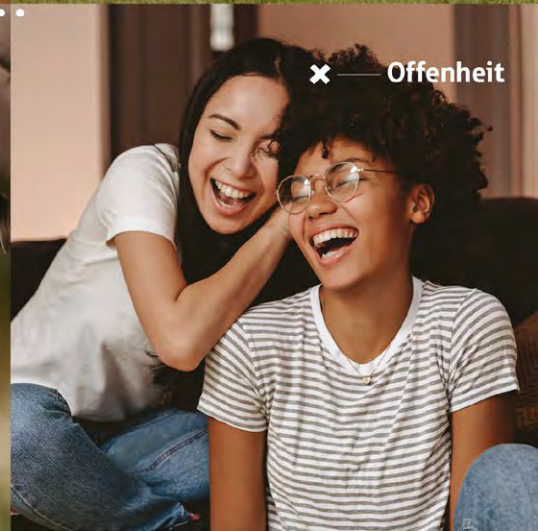
Wertschätzung



Respekt



Offenheit



01

Der Verwaltungsratsvorsitzende.
Nachhaltig für die Menschen.

Seite 4–5

02

Der Vorstand.
„Wir kümmern uns um die Zukunft. Seit über 250 Jahren.“

Seite 6–7

03

Kulturreisen.
Unsere Werte. Unsere Kultur.

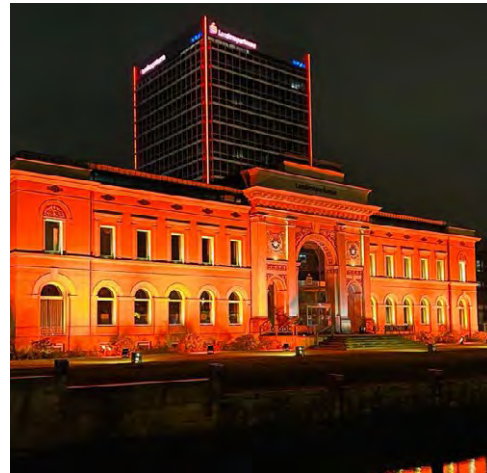
Seite 8–9



11

Das Netzwerk.
Starke Partner:innen.

Seite 30–31



04

Die Zahlen.
Betriebsergebnisrechnung.

Seite 12–13

05

Die Zahlen.
Kundenvolumen und Kennzahlen.

Seite 14–15

12

Das Jahr der Belohnungen.
Ausgezeichnet.

Seite 34–35

13

Aktionen mit Herz.
Ein Herz für andere.

Seite 36–37

14

Wertvoll.
Jede:r macht Kultur.

Seite 40–41

06

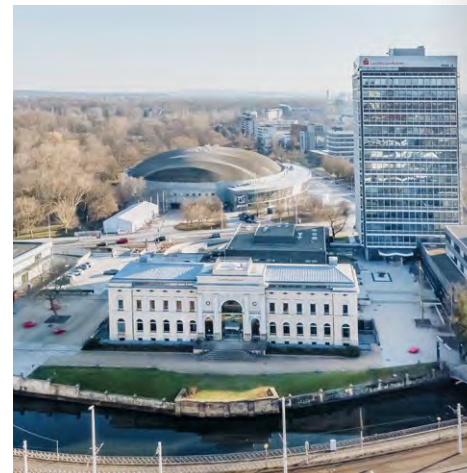
Die Zahlen.
Vertriebsergebnisse.

Seite 16–17

07

Kundenvolumen und Kennzahlen.
Bereich Braunschweig.

Seite 20–21



08

Kundenvolumen und Kennzahlen.
Bereich Nord/Ost.

Seite 22–23

09

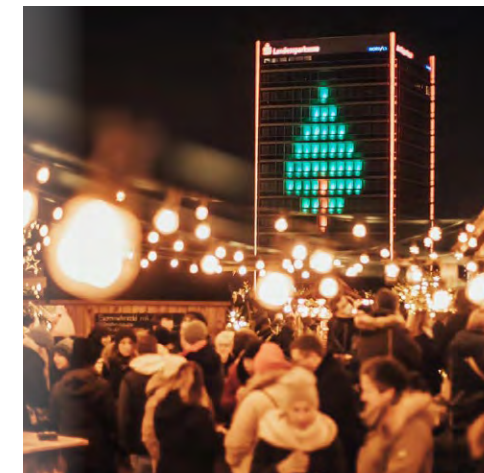
Kundenvolumen und Kennzahlen.
Bereich Süd/West.

Seite 24–25

10

Kundenvolumen und Kennzahlen.
BLSK direkt.

Seite 26–27



15

Das Impressum.

Seite 42–43



Ulrich Markurth, ehemaliger Oberbürgermeister,
mit Blick über die Stadt Braunschweig

Foto: Stadt Braunschweig, Daniela Nielsen

01 | Der Verwaltungsratsvorsitzende. Nachhaltig für die Menschen.

Ob Carl I. geahnt hat, welche nachhaltige Wirkung das Herzogliche Leyhaus – das älteste Vorgängereinstitut der heutigen Braunschweigischen Landessparkasse – noch heute entfaltet? Als er 1765 „zum Wohle aller“ den Grundstein für eine der ältesten Sparkassen Deutschlands legte, bewies er Weitsicht und sicherte so den nachhaltigen Wohlstand für alle.

Seine damalige Motivation hat nichts an Aktualität verloren: Auch heute ist die Braunschweigische Landessparkasse erste Ansprechpartnerin für die Menschen in der Region, wenn es darum geht, die finanzielle Zukunft in die eigene Hand zu nehmen.

Im Jahr 2021, dem zweiten Geschäftsjahr, das von den besonderen Herausforderungen des pandemischen Umfeldes geprägt war, zeigte sich einmal mehr, dass die Sparkassenidee auch heute trägt und die BLSK gerade in stürmischen Zeiten einen kühlen Kopf bewahrt. Die Kundinnen und Kunden konnten sich sicher sein, dass ihre Anliegen mit Kompetenz und Umsicht begleitet wurden. Die mittelständische Wirtschaft, der Einzelhandel, die Wohnungswirtschaft und andere Akteure, die Arbeitsplätze in unserer Region bereitstellen, diese sichern und so für den Wohlstand aller sorgen, profitierten von der jahrelangen Erfahrung und dem Expertenwissen des BLSK-Teams.

Die Braunschweigische Landessparkasse und die Braunschweigische Sparkassenstiftung haben auch 2021 mit vielen unterschiedlichen Förderungen Projekte für die Menschen im Braunschweiger Land ermöglicht. Der Bogen spannte sich von der aktiven Quartiersarbeit im Kultviertel, der unmittelbaren Nachbarschaft am Hauptsitz der BLSK auf der Okerinsel, bis zur PARK SIDE GALLERY, einem Kunstprojekt, das die Kunst sechs regionaler Künstlerinnen in den öffentlichen Raum brachte und für alle Menschen zugänglich machte. Dies sind nur zwei Beispiele, die zeigen, wie die BLSK ihren öffentlichen Förderauftrag wahrnimmt und so Gemeinschaft stiftet.

Das umfangreiche soziale Engagement der Mitarbeitenden, gepaart mit den hierfür auf Arbeitgeberseite geschaffenen Möglichkeiten – vom traditionellen Weihnachtswunschebaum bis zu der Arbeit in den Teams „Wir zeigen Herz“ und „Azubis zeigen Herz“, wurde in 2021 mit dem Rückenwind-Preis, dem Unternehmenspreis im Rahmen des von der Braunschweiger Zeitung initiierten Gemeinsam-Preises, ausgezeichnet. Meine herzliche Gratulation an alle Beteiligten für dieses vorbildhafte gemeinwohlorientierte Handeln.

Mit der Verleihung des Braunschweiger Marketing-Löwen, mit dem die BLSK gemeinsam mit der Kommunikationsagentur eventives ausgezeichnet wurde,

gab es 2021 einen weiteren Grund, mit Stolz auf das Geleistete zu blicken. Ich wünsche der BLSK auch weiterhin den Mut und die Kreativität, die dieser Auszeichnung zugrunde liegen.

Liebe Kundinnen und Kunden, liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ich habe die Arbeit unserer Braunschweigischen Landessparkasse über viele Jahre begleitet und in den unterschiedlichen Gremien gestaltend mitgewirkt. Dies war mir eine große Freude und Ehre. Ich danke Ihnen allen für das Vertrauen und die Wertschätzung und wünsche der BLSK insgesamt die zur Erfüllung ihrer Aufgaben notwendige, hinreichende Selbständigkeit und allen, die die Braunschweigische Landessparkasse tragen und für sie arbeiten, eine gute Zukunft.

Ulrich Markurth
Ehemaliger Oberbürgermeister der Stadt Braunschweig und
Vorsitzender des Verwaltungsrates der Braunschweigischen
Landessparkasse sowie Mitglied des Aufsichtsrates der NORD/LB

Christoph Schulz
Vorstandsvorsitzender BLSK,
Vorstandsmitglied NORD/LB



Werner Schilli
stv. Vorstandsvorsitzender
und Vorstand Privat- und
Geschäftskunden



Dr. Ingo Lippmann
Vorstand Firmenkunden



Tanja Dresselmann
Vorständin Stabsbereiche



02 | Der Vorstand. „Wir kümmern uns um die Zukunft. Seit über 250 Jahren.“

Im Jahr 2021 hatte uns die Pandemie weiterhin fest im Griff. Einmal mehr haben wir bewiesen, dass die Sparkassenidee gerade in diesen herausfordernden Zeiten trägt und den Menschen Sicherheit gibt. Vor über 250 Jahren war die Idee revolutionär. Heute hat sie nichts an Aktualität verloren. Nur wenn die Menschen wirtschaftlich selbstbestimmt ihre Zukunft gestalten können, entsteht Teilhabe. Und diese Teilhabe macht unsere Gesellschaft stark. Jeden einzelnen und uns alle.

Allen Kundinnen und Kunden danken wir für Ihr Vertrauen in uns und in unser gesamtes Team. Wir sind auch in Zukunft an Ihrer Seite.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben die großen Herausforderungen des vergangenen Jahres hervorragend bewältigt. Ihnen gilt unser ganz besonderer Dank.

Gemeinsam gilt es die großen Herausforderungen wie den Klimawandel, die notwendige Modernisierung unseres Landes und den Zusammenhalt unserer Gesellschaft zu meistern. Wir sind bereit dafür, die Chancen, die sich aus dem gesellschaftlichen Wandel ergeben, zu nutzen. Dies ist uns möglich, weil wir die Arbeit und den Austausch zu unseren Werten und unserer Kultur fest in unserem Alltag verankert haben. Die Beteiligung vieler Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – über Hierarchien und Standorte hinweg – hat uns im vergangenen Jahr gezeigt, dass wir alle gemeinsam die Sparkassenidee leben – heute und in der Zukunft.

Weil's um mehr als Geld geht.


Christoph Schulz
Vorstandsvorsitzender BLSK,
Vorstandsmitglied NORD/LB


Werner Schilli
stv. Vorstandsvorsitzender und Vorstand
Privat- und Geschäftskunden


Dr. Ingo Lippmann
Vorstand Firmenkunden


Tanja Dresselmann
Vorständin Stabsbereiche

03

Kulturreisen.

Unsere Werte. Unsere Kultur.

Gemeinsame Werte sind die Basis unserer Unternehmenskultur. Ein respektvolles und wertschätzendes Miteinander ist für uns selbstverständlich.

Wir sind auf Kulturreisen gegangen und haben erarbeitet, welche Werte uns besonders wichtig sind und wie wir diese in unseren Alltag integrieren wollen. So entstanden im Jahr 2021 die „wertvollen Monate“. Von April bis Dezember stand jeden Monat ein anderer unserer Werte im Fokus. Vertrauen, Mut, Wertschätzung, Motivation, Freude, Offenheit, Respekt, Fairness und Loyalität sind unsere Kulturschätze, und auch in Zukunft werden sie unser Handeln maßgeblich bestimmen.

„Jeder macht Kultur“ haben wir von Tobi Krüger, dem ehemaligen Bereichsleiter Kulturwandel 4.0 der Otto-Group, in unserem ersten Kultur-Impuls gelernt. Der Hirnforscher Professor Dr. Martin Korte von der TU Braunschweig hat uns anschaulich erklärt, wie wir Veränderungen positiv begegnen. Sabine Kluge, die Expertin für Graswurzelbewegungen und Working Out Loud, hat uns ermutigt, Ideen auszuprobieren, und der Abenteuersportler und Aktivist Joachim Franz hat bereitwillig seine Erfahrungen rund um das Thema Motivation mit uns geteilt. All diese Impulse sind in unseren Kulturprozess eingeflossen und haben dazu beigetragen, der Frage, wie wir miteinander arbeiten wollen, offensiv zu begegnen und einen gemeinsamen Konsens zu finden.



Fest etabliert sind inzwischen die Change-Initiativen. Zu Beginn eines jeden Jahres werden aus den von den Mitarbeitenden eingereichten Ideen und Vorschlägen einige ausgewählt, die dann im Team konkret ausgearbeitet und schließlich umgesetzt werden.

Im Jahr 2021 entstand so zum Beispiel der „Ehrenamtswünschebaum“. Dahinter verbirgt sich eine Online-Plattform, die Vereine und Initiativen, die tatkräftige Unterstützung benötigen, mit Mitarbeitenden zusammenbringt, die sich ehrenamtlich engagieren möchten. Eine der ersten Aktionen war die Unterstützung einer Initiative des Blinden- und Sehbehindertenverbandes Niedersachsen e.V., die mittels selbstgestrickter rot-weißer Mützen auf Poller und Begrenzungspfeiler aufmerksam machte, die für sehbehinderte Menschen ein Risiko darstellen.



Die wertvollen Monate



2021

Farbe bekennen:

Wir unterstützen die weltweite Kampagne ORANGE THE WORLD und setzen gemeinsam mit vielen anderen Institutionen und Unternehmen ein sichtbares Zeichen im Kampf gegen Gewalt gegen Frauen.

04

Die Zahlen.

Betriebsergebnisrechnung.¹⁾

Ist per 31.12.2021

Werte in Mio. EUR	Ist 2020	Ist 2021
Zinsüberschuss	98,9	84,8
Provisions- und Handelsüberschuss	40,3	32,8
Verwaltungsaufwand	119,6	102,6
Betriebsergebnis vor Risikovorsorge	19,5	15,0
Risikovorsorge / Bewertung ²⁾	- 9,6	-1,0
Betriebsergebnis nach Risikovorsorge	9,9	14,1
Anzahl Mitarbeiter:innen/MAK ³⁾	749/615	746/609
Anzahl Auszubildende	54	59
Anzahl Filialen inkl. SB-Filialen / Finanzcenter	91	90

1) Interne Ergebnisgrößen der NORD/LB sind unter Berücksichtigung sparkassentypischer Ergebniseffekte eingeflossen, um eine Vergleichbarkeit der BLSK mit rechtlich eigenständigen Sparkassen herzustellen.

2) Inklusive Rücklagen.

3) MAK = Mitarbeiterkapazitäten.



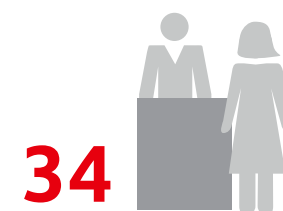
746

Mitarbeiter:innen
im Vertrieb



59

Auszubildende



34

Beratungs-Filialen



8

-Welten



Filialen 90

Gesamtzahl der Filialen



16

Finanzcenter
(gem. mit der Öffentlichen
Versicherung Braunschweig)



32

SB-Filialen

209

Geldautomaten

05

Die Zahlen.

Kundenvolumen und Kennzahlen.

> **14,5**
Mrd. Euro



Kundenvolumen

140.000

Online-Kunden

www.blisk.de



18.132

Geschäftsgirokonten

Konten



Privatgirokonten

212.987

Ist per 31.12.2021

Werte in Mio. EUR	Ist 31.12.2020	Ist 31.12.2021	Veränderung Vorjahr in %	Veränderung Vorjahr absolut
Kredite und Darlehen	4.838	4.813	-1	-25
- davon Öffentliche Haushalte	501	468	-7	-33
- davon Unternehmen	1.019	976	-4	-43
- davon Privatpersonen	88	71	-20	-17
- davon Immobilienfinanzierungen	2.008	2.072	+3	+64
- davon zweckgeb. Mittel / Termingelder	726	781	+8	+55
- davon sonstige Aktivpositionen	495	444	-10	-51
Einlagen	6.445	6.834	+6	+389
- davon Sichteinlagen	5.335	5.740	+8	+406
- davon Spareinlagen	920	919	0	-1
- davon Termingelder / Sonstiges	190	175	-8	-15
Depotvolumen	1.950	2.302	+18	+352
- Festverzinsliche Wertpapiere	195	128	-34	-67
- Aktien	713	839	+18	+127
- Fonds	923	1.136	+23	+213
- Vermögensverwaltung	118	198	+68	+80
Vermitteltes Geschäft	356	568	+60	+213
- Bausparen / LBS ¹⁾	232	439	+89	+207
- S-Konsumentenkredite ²⁾	124	130	+5	+6
Kundenvolumen	13.588	14.517	+7	+929
Privatgirokonten (ohne Kapitalkonten)	212.485	212.987	0	+502
Geschäftsgirokonten	18.110	18.132	0	+22

1) Ab 2021 inkl. LBS-Aktivbestände.

2) Vermittlung von Privatkrediten über den Sparkassen-Kreditpartner seit 2018.

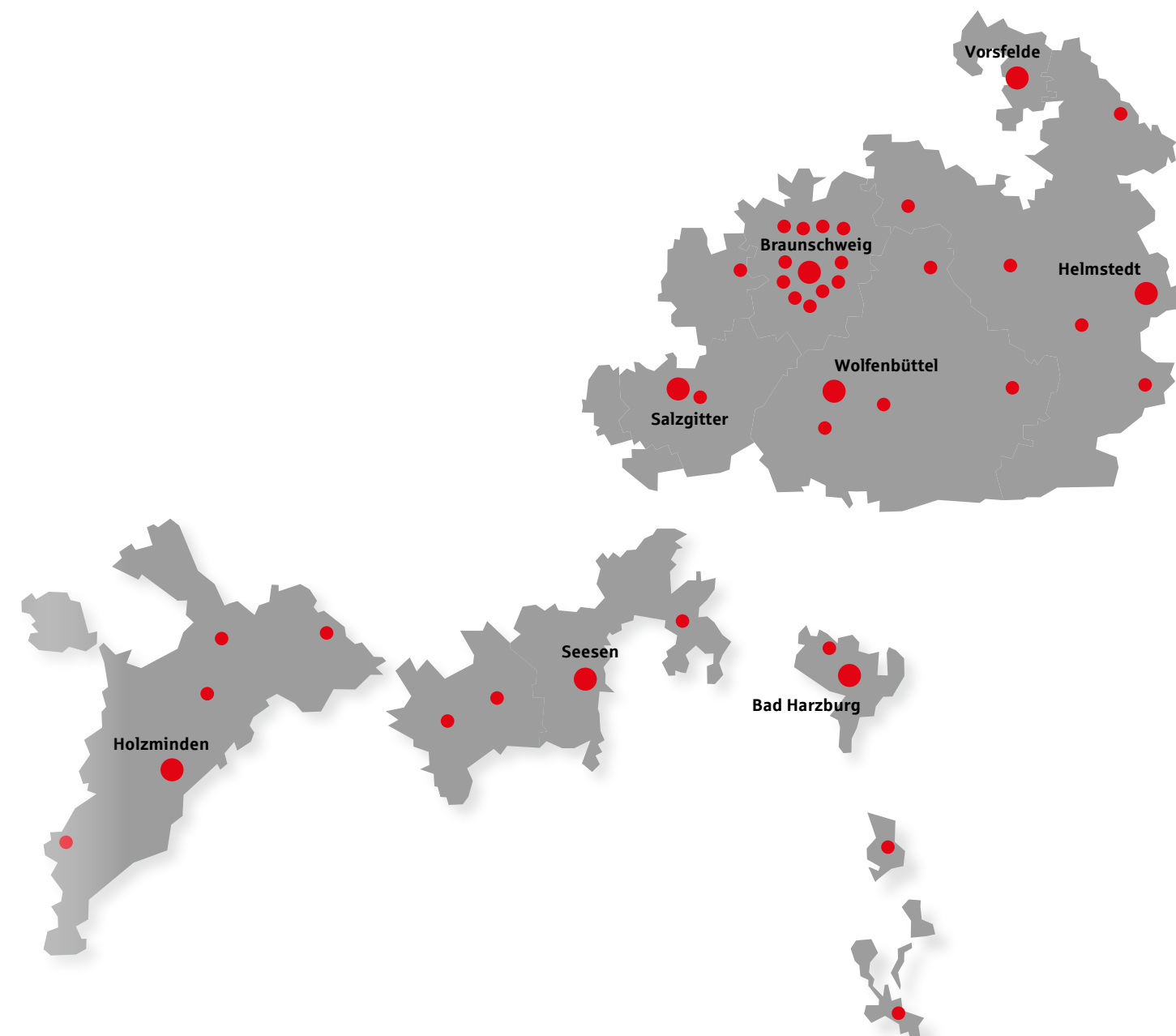
06 | Die Zahlen. Vertriebs- ergebnisse.

Ist per 31.12.2021

Vertriebsprodukte	Ist 2020	Ist 2021	Veränderung Vorjahr in %	Veränderung Vorjahr absolut
Investitionsdarlehen (Neugeschäftsvolumen in Mio. EUR)	280	117	-58	-163
Immobilienfinanzierungen (Neugeschäftsvolumen in Mio. EUR)	456	443	-3	-14
S-Konsumentenkredite (Neugeschäftsvolumen in Mio. EUR)	62	53	-14	-9
Wertpapiergeschäft (Erlöse in TEUR)	11.564	14.514	+26	+2.950
Lebensversicherungen (bew. Beitragssumme in Mio. EUR)	28	24	-13	-3
Kompositversicherungen ¹⁾ (Jahresbeitrag in TEUR)	418	270	-35	-148
Bausparverträge (Bausparsumme in Mio. EUR)	87	54	-38	-33

1) Unfallversicherungen, Sach- und Haftpflichtversicherungen sowie Rechtsschutzversicherungen.

Filialnetz der
Braunschweigischen Landessparkasse
Ist per 31.12.2021





07 | Kundenvolumen und Kennzahlen. Bereich Braunschweig.

Ist per 31.12.2021

Werte in Mio. EUR	Ist 31.12.2020	Ist 31.12.2021	Abweichung Vorjahr in %	Abweichung Vorjahr absolut
Kredite und Darlehen	2.258	2.214	-2	-44
Einlagen	2.796	2.923	+5	+126
Depotvolumen	956	1.146	+20	+190
Vermitteltes Geschäft ¹⁾	112	207	+85	+95
Kundenvolumen	6.122	6.490	+6	+368
Bedeutungsanteil BLSK	45,8 %	45,4 %	--	-0,4 %-P.
Privatgirokonten 	62.279	62.899	+1	+620
Geschäftsgirokonten 	5.435	5.294	-3	-141
Anzahl Filialen 	13	13		
Anzahl SB-Filialen 	11	11		
Anzahl Finanzcenter 	7	7		

1) Ab 2021 inkl. LBS-Aktivbestände.



Gemeinsam

Viele unserer Kundinnen und Kunden unterstützen unser soziales Engagement großzügig

08

Kundenvolumen und Kennzahlen.

Bereich Nord/Ost.

Helmstedt – Vorsfelde – Bad Harzburg – Wolfenbüttel

Ist per 31.12.2021

Werte in Mio. EUR	Ist 31.12.2020	Ist 31.12.2021	Abweichung Vorjahr in %	Abweichung Vorjahr absolut
Kredite und Darlehen	1.409	1.384	-2	-26
Einlagen	1.720	1.831	+6	+110
Depotvolumen	570	664	+16	+94
Vermitteltes Geschäft ¹⁾	114	195	+71	+81
Kundenvolumen	3.813	4.072	+7	+259
Bedeutungsanteil BLSK	28,5 %	28,5 %	--	0 %-P.

Privatgirokonten		51.200	51.826	+1	+626
Geschäftsgirokonten		3.736	3.782	+1	+46
Anzahl Filialen		16	15		
Anzahl SB-Filialen		10	11		
Anzahl Finanzcenter		5	4		

1) Ab 2021 inkl. LBS-Aktivbestände.



Wir für ältere Menschen

Unsere Spenden ermöglichen Zeitspenden

9

Kundenvolumen und Kennzahlen.

Bereich Süd/West.

Salzgitter – Seesen – Holzminden

Ist per 31.12.2021

Werte in Mio. EUR	Ist 31.12.2020	Ist 31.12.2021	Abweichung Vorjahr in %	Abweichung Vorjahr absolut
Kredite und Darlehen	1.110	1.158	+4	+48
Einlagen	1.313	1.421	+8	+108
Depotvolumen	413	480	+16	+67
Vermitteltes Geschäft ¹⁾	100	134	+33	+33
Kundenvolumen	2.937	3.194	+9	+257
Bedeutungsanteil BLSK	22,0 %	22,3 %	--	+0,4 %-P

Privatgirokonten		42.627	43.308	+2	+681
Geschäftsgirokonten		3.248	3.325	+2	+77
Anzahl Filialen		15	14		
Anzahl SB-Filialen		9	10		
Anzahl Finanzcenter		5	5		

1) Ab 2021 inkl. LBS-Aktivbestände.



Wir für ältere Menschen

Unsere Spenden wirken gegen Einsamkeit

10 | Kundenvolumen und Kennzahlen.

BLSK direkt.

Ist per 31.12.2021

Werte in Mio. EUR	Ist 31.12.2020	Ist 31.12.2021	Abweichung Vorjahr in %	Abweichung Vorjahr absolut
Kredite und Darlehen	18	15	-14	-3
Einlagen	445	490	+10	+45
Depotvolumen	10	11	+12	+1
Vermitteltes Geschäft ¹⁾	29	32	+10	+3
Kundenvolumen	502	549	+9	+47
Bedeutungsanteil BLSK	3,8 %	3,8 %	--	+0,1 %-P.
Privatgirokonten 	56.379	54.954	-3	-1.425
Geschäftsgirokonten 	5.691	5.731	+1	+40

1) Ab 2021 inkl. LBS-Aktivbestände.



Neueröffnung

Die Campus-Filiale in Braunschweig vereint modernste digitale Ausstattung mit persönlicher Beratung und nachbarschaftlichem Austausch



2021

In Regenbogenfarben leuchtet der Alte
Bahnhof auf der Braunschweiger Okerinsel.
Vielfalt ist unsere Haltung.

Die Charta der Vielfalt ist Bestandteil
unserer Unternehmenskultur.

11

Das Netzwerk.
**Starke
Partner:innen.**

In einer starken Partnerschaft profitieren alle!

NORD/LB



DSV Gruppe



NBank

Deutsche Leasing

KFW

**Deutsche Factoring
Bank**



Öffentliche



2021

Altes bewahren und Neues ermöglichen: Als der alte LIDO-Schriftzug am Bunker im Kultviertel Platz für das erste Mural der neuen Outdoor-Galerie Gross.Form.Art machen musste, leuchtete er eine Woche lang auf der Okerinsel.



12 | Das Jahr der Belohnungen. Ausgezeichnet.

2021 war in vielerlei Hinsicht ein besonderes Jahr. Es war für uns, neben allen Herausforderungen und Anstrengungen, auch das Jahr der Belohnungen.

Wir sind stolz darauf, im Sommer gemeinsam mit unseren Freundinnen und Freunden der Kommunikationsagentur eventives GmbH mit dem Braunschweiger Marketingglöwen ausgezeichnet worden zu sein. Im Fokus der jährlichen Auszeichnung stand auch hier die Pandemie und damit die verbundene hohe Flexibilität und die Kreativität, die in der Kommunikation notwendig war. Die Jury zeichnete die Kampagne „Summer of Purpose“ und die vielen begleitenden Aktionen als „mutig und unkonventionell“ aus. Besonders hervorgehoben wurde, dass alle Aktivitäten in ihrer Haltung miteinander verbunden waren und den Gemeinschaftsgedanken und den Aspekt der regionalen Wertschöpfung nachhaltig förderten.

Das soziale Engagement der Mitarbeitenden wurde mit dem Rückenwind-Preis im Rahmen des von der Braunschweiger Zeitung initiierten Gemeinsam-Preises ausgezeichnet. Der von dem Braunschweiger Energieversorger BSEnergy ausgelobte Unternehmenspreis macht uns besonders stolz. Alle der Auszeichnung zugrundeliegenden Aktionen und Aktivitäten, wie der jährliche Weihnachtswünschebaum, der Soziale Tag, die Arbeit in den Teams „Wir zeigen Herz“

und engagieren uns“ und „Azubis zeigen Herz“, die unkonventionelle Hilfe für die Sexarbeiterinnen in der Braunschweiger Bruchstraße u.v.a.m., werden getragen von unseren Mitarbeitenden. Mit großer Empathie und oftmals vielen Stunden ehrenamtlichen Einsatzes in der Freizeit haben sie gezeigt, was sie unter „für die Menschen in unserer Region“ verstehen und deshalb diese wertvolle Auszeichnung völlig zu Recht erhalten. Danke an alle, die sich für andere einsetzen.



Wurden mit dem Braunschweiger Marketingglöwen ausgezeichnet: Marion Thomsen (vorne links) mit dem Team der Kommunikationsagentur eventives GmbH



Soziales Engagement

Auszeichnung der Mitarbeitenden der BLSK mit dem Rückenwind-Preis



13

Aktionen mit Herz. Unser Herz für andere.

Kann man „Herz zeigen“ und im Team standort-übergreifend Gutes tun? Ja! Obwohl kein einziges persönliches Treffen möglich war, obwohl der Austausch und das Teamwork ausschließlich digital erfolgte, haben alle Engagierten im Team „Wir zeigen Herz und engagieren uns“ und ebenso im Team „Azubis zeigen Herz“ gezeigt, dass trotzdem Wirkung erzielt werden kann. Die standort- und hierarchieübergreifende Zusammenarbeit funktionierte reibungslos. Wir alle haben schnell gelernt, die digitalen Medien effizient zu nutzen und das Beste aus der pandemischen Situation herauszuholen.

So haben die Mitarbeitenden im Team „Wir zeigen Herz“ auch 2021 neben dem jährlichen Aufruf, Schulranzen für Kinder zu spenden, eine zweite Aktion für die von der Hochwasserkatastrophe betroffenen Kinder organisiert. Bereits zum dritten Mal fand – wiederum mit großem Erfolg – die Kleiderspende statt. Ergänzt wurde der Aufruf 2021 um die Sammlung von Kinderkleidung, die zum Jahresende den Sexarbeiterinnen in der Bruchstraße für deren Kinder und Jugendliche überreicht wurde. Hier wurde direkt zu Beginn des Jahres bereits eine junge Mutter mit ihrem Neugeborenen unterstützt, die aufgrund der gesammelten Sach- und Geldspende die Möglichkeit hatte, in eine Einrichtung aufgenommen zu werden.

Zwei weitere Schwerpunkte waren die Aktionen für ältere Menschen und für Kinder. So konnten sieben Einrichtungen im gesamten Geschäftsgebiet finanziell unterstützt werden. Diese Zuwendungen werden dafür verwandt, älteren Menschen Zeit



Im Einsatz beim Inklusionslauf der esn Ev. Stiftung Neuerkerode

widmen zu können. Ob es um einen Arztbesuch oder einen Spaziergang, einen Einkaufsbummel oder eine Partie Schach geht, rund 470 Stunden für Menschen und gegen die Einsamkeit kamen zusammen. Für die Kinder, die besonders von der Pandemie betroffen waren, konnte gemeinsam mit dem Verein Lindenblüten e.V. das Projekt NESTSTUNDEN realisiert werden. Im kleinen Team erhalten hier Kinder und Jugendliche Begleitung und professionelle Hilfe, um für die Zukunft stark zu werden und diese gut zu bewältigen.

Eine außergewöhnliche Unterstützung war aufgrund der großzügigen Spende durch Andreas Sander und



Ehrenamtswünschebaum

seinem Unternehmen KOSATEC Computer GmbH möglich. So konnte ein kompletter PC-Arbeitsplatz an die Frauenberatungsstelle „Unter uns“ überreicht werden. Dadurch haben Frauen in schwierigen Situation jetzt die Möglichkeit, in einem geschützten Raum Recherchen im Netz zu erledigen. Dies ist eine wertvolle Hilfe für diejenigen, die auf der Suche nach einer Wohnung, nach einer Arbeit oder anderen Hilfsangeboten sind.

Die „Azubis zeigen Herz“ zeigten ihr großes Herz für an Krebs erkrankte Kinder im Braunschweiger Klinikum. Sie organisierten Spendenaktionen, kauften Geschenke, verpackten diese liebevoll und brachten sie zur Kinderkrebstation. Außerdem gehörte das Herz der Auszubildenden 2021 den Tieren. Auch hier war die Not nicht zuletzt aufgrund der Pandemie groß

und neben einem Scheck konnte ein ganzer Koffer-raum voll mit Sachspenden an das Braunschweiger Tierheim in Ölper überreicht werden.

Und sonst? Der Ehrenamtswünschebaum wurde ins Leben gerufen. Hier können sich diejenigen vernetzen, die Zeit spenden möchten und ganz praktisch Aktionen unterstützen wollen. So wurden Mützen für Poller gestrickt, auf diese für Sehbehinderte alltäglichen Hindernisse sichtbar und auf diesen Missstand aufmerksam zu machen.

2021 **Weihnachten im Kiez**

Rund 200 Tannenbäume und noch mehr Glühlampen verwandelten den höchsten Beachclub Braunschweigs in einen stimmungsvollen Wintermarkt.

Stilecht mit historischem Kinderkarussell, heißem Apfelsaft und Poffertjes.



14 | Wertvoll. Jede:r macht Kultur.

Unseren Kulturprozess gestalten wir aktiv und gemeinsam. Jede und jeder hat die Möglichkeit, sich zu beteiligen. Hier einige Stimmen aus dem Kultur-Team:

„In der aktuellen Situation, in der wir fast ausschließlich im Homeoffice arbeiten und selbst an Bürotagen kaum Kolleg:innen treffen, ist die Aufrechterhaltung einer guten Unternehmenskultur eine besondere Herausforderung. Unternehmenskultur lebt für mich durch den Kontakt und Austausch mit den Menschen, vor allem über das Fachliche hinaus. Dies führt letztendlich auch zu besseren Arbeitsergebnissen. Im Kulturklub können wir aktiv an einer neuen Kultur in einer neuen Arbeitswelt mitgestalten.“

Kerstin Aust, Produkt/Prozesse Passiv IKS



„Ich finde einen Kulturprozess im Unternehmen wichtig. Er gibt/vermittelt eine Stärke nach innen. Und dies ist eine wunderbare Basis, um auch nach außen souverän auftreten zu können. Ein zufriedener Mitarbeiter wird schließlich auch von den Kunden registriert. Und eine positive Außenwirkung ist doch die Grundlage für eine lange Geschäftsverbindung mit unseren Kunden.“

Julia Berger, Kreditrisikomanagement

„Die aktive Mitarbeit im Kulturteam gibt mir die Möglichkeit mitzugestalten. Gemeinsam die Werte zu definieren, die uns wichtig sind und die wir im Alltag leben, ist eine spannende Aufgabe. Und diese Werte für alle – und damit meine ich die Kolleginnen und Kollegen ebenso wie unsere Kundinnen und Kunden – dann auch erlebbar zu machen, ist eine Herausforderung, die wir mutig und verantwortungsvoll angepackt haben. Ich freue mich darauf, auch in Zukunft Teil im Team Kultur zu sein.“

Marion Thomsen, Kommunikation/Sponsoring/CSR



„Ich bin seit Beginn des Prozesses davon begeistert und überzeugt, dass nicht nur das Miteinander der Beschäftigten davon profitiert, sondern auch die Außenwirkung deutlich sympathischer wird, wenn sich die Beschäftigten für ihre Sparkasse aktiv ins Zeug legen. Und das Beste: Der Vorstand unterstützt den Prozess. Das macht unsere BLSK aus. Vorher stand ich meinen Kolleginnen und Kollegen deutlich distanzierter gegenüber. Heute ist das anders. Ja, ich kann sogar sagen, neue Freundinnen und Freunde gewonnen zu haben.“

Aytekin Demirbas, Retail Steuerung



„In unserem Kulturclub agieren wir bereichs- und hierarchieübergreifend. Wir lernen voneinander und beschreiten neue Wege, beispielsweise mit unseren ‚wertvollen Monaten‘. In einer sich stets wandelnden Zeit ist das Miteinander die Basis für eine erfolgreiche Zukunft. Deswegen gestalte und entwickle ich in einer tollen Gemeinschaft.“

Sven Gewiese, Leitung der Filiale Helmstedt S-Welt

„Wir gestalten den Kulturwandel in der BLSK aktiv mit unseren Kollegen des Teams KULTUR.komm Südwest mit, weil wir finden, dass Wertvorstellungen intern, wie auch extern sehr wichtig sind.“

Den Wert ‚Vertrauen‘ leben wir bewusst stärker, indem wir offener und ehrlicher kommunizieren. Insbesondere teilen wir mit, warum wir etwas tun oder wann wir eine Rückmeldung geben. Somit gewährleisten wir eine höhere Verbindlichkeit. Durch diese relative kleine Verhaltensänderung kann jeder Einzelne Vertrauen bei sich selbst und gegenüber anderen Personen fördern..

Wir sind aber noch lange nicht am Ende des Weges, denn Kultur kann nicht einfach angeordnet werden, hier sollte jeder Einzelne daran arbeiten.“

(von oben nach unten) Birte-Christina Funke, Meike Gravenhorst, Manfred Pawlik und Jacqueline Rössing, Team KULTUR.komm Südwest.



„Die aktive Mitgestaltung des Kulturprozesses ist eine gute Ergänzung im Arbeitsalltag und bietet die Möglichkeit, sich mit Kolleg:innen aus verschiedenen Bereichen zur Wertekultur auszutauschen. Wir haben ‚Kulturschätze‘, die uns wichtig sind, gefunden und für alle erlebbar gestaltet. Ich freue mich auf den weiteren gemeinsamen Weg.“

Anja Sander, Vertriebssteuerung und -controlling

„Als Mensch und Mitarbeiterin gestalte ich die Kultur in der BLSK mit, weil ich dadurch einerseits selbst glücklicher bin und andererseits durch eine bessere Zusammenarbeit in unseren Teams auch aktiv zu unserem Erfolg beitrage.“

Katrin Sieg-Pany, Strategieumsetzung, Change & Digitalisierung



„Die eigene Einzahlung von Zeit, Offenheit und Vertrauen auf das ‚Kulturkonto‘ hat mir Mut zu Veränderungen gemacht; Freude daran, dass sich Hierarchie- und Bereichsgrenzen verschieben und aus gemeinsam entwickelten Wertvorstellungen nun ein respektvoller, zielgerichteter agiler und offener Umgang heranwächst.“

Corinna Eilhardt, Vertriebswege- und Segmentmanagement

15 | Das Impressum.

Braunschweigische Landessparkasse
Friedrich-Wilhelm-Platz, 38100 Braunschweig
www.blsk.de, kundenservice@blsk.de

Die Braunschweigische Landessparkasse (BLSK) ist eine teilrechtsfähige Anstalt der Norddeutschen Landesbank Girozentrale (NORD/LB), § 13 NORD/LB-Staatsvertrag. Im Namen der BLSK begründete Rechte und Pflichten sind solche der NORD/LB, von der BLSK abgegebene oder empfangene Erklärungen wirken für und gegen die NORD/LB.

Texte, Redaktion und Fotoauswahl:
Marion Thomsen

Konzept und Umsetzung:
[b² Werbeagentur GmbH & Co. KG](#)

Foto: Falk-Martin Drescher, Andreas Rudolph, Sascha Hahne (Agentur Ausdruckslos Filmproduktionen & Werbefotografie), eventives GmbH Agentur für Live-Kommunikation, neo.says.miau Agentur für Markenentwicklung & Markenführung, Stadt Braunschweig/ Daniela Nielsen, Volker Kaul, Marion Thomsen.



