

OUT OF THE BOX

Wie uns das Riechen durchs Leben führt. Duft und Geruch entscheiden häufiger darüber, was „als nächstes“ geschieht.

Parfümeur Manasse



Niemand passt wirklich in eine Statistik. Behalten Sie sich ihren „Trotzdem-Knopf“ und den persönlichen Kontakt. Wichtig ist das Hier und Jetzt, das Internet ist aber immer vergangen, nie im Jetzt.

Das erste Werkzeug des Parfümeurs: Wie und was nimmt ein Parfümeur wahr (und was kann die Sparkasse davon haben)? Der Parfümeur nimmt viele Dinge wahr, die sonst nicht bemerkt werden. Dabei ist die Nase das einzige Organ, das im zwischenmenschlichen Kontakt nicht betrogen werden kann. Die Nase verrät viel über die Umwelt, jedes menschliche Gefühl zeigt sich durch den Geruch in der Umgebung. Jeder und immer.

Besonders wichtig ist der Geruch von Erinnerungen. Emotionen können durch den Geruchssinn aufgenommen werden und beeinflussen die Leistungsfähigkeit stark. Halten Sie inne und beobachten Sie die Umgebung. Durch das Wahrnehmen von Gerüchen kann das Umfeld und das Gegenüber eingeschätzt werden, ohne dass dieser es merkt und ohne dass dieser Eindruck betrogen werden kann.

Werkzeug zwei ist der aktive Gebrauch des Geruchssinns. Gestenanker funktionieren nur begrenzt. Ein Duftanker kann eine so starke Verbindung erzeugen, dass er selbst in Hospizen angewendet wird. Auch Erfolg kann mit einem bestimmten Geruch durch eine Erfahrung in Erinnerung bleiben und diese Verbindung wird lebenslang gespeichert. In schwierigen Situationen kann das den Körper stärken, positive Geruchserinnerungen können aber auch die Kaufentscheidung mitbestimmen. Hierauf baut eine der großen Chancen der Filialbanken auf. Online sind keine Interaktionen und kein Empfinden im Hier und Jetzt möglich. Der Körper reagiert auf Erinnerungen zwangsläufig. So ist z. B. auch das Gefühl von Teamgeist durch Geruch beeinflussbar. Die meisten Menschen achten heute kaum noch bewusst auf Gerüche und Empfindungen. In der täglichen Arbeit nennt ein Team seine Werte und der Parfümeur sagt, wie diese Werte riechen. ■



AKTUELL AUS DER PRAXIS

Die ersten zwei Monate der neuen Nispa – Herausforderungen und Chancen der Sparkassen-Fusion

Friedrich-Wilhelm Häfemeier, Vorsitzender des Vorstandes,
Niederrheinische Sparkasse RheinLippe (Nispa)

Fusionen sind allgemeines Thema unseres Sektors. Die Zeit für eine Fusion muss reif sein. Bei uns sind die Verbands-Sparkasse Wesel und die Sparkasse Dinslaken-Voerde-Hünxe zur Sparkasse RheinLippe geworden. Beide einzelnen Institute hatten vorher ca. 1,2 Mrd. Euro Bilanzsumme und 400 Mitarbeiter. Die Geschäftsgebiete ergänzen sich sehr gut. Wichtig bei der Fusion ist, dass beide Institute sie brauchen und auf Augenhöhe zusammengehen. Regulatorische Anforderungen, niedrige Zinsen und die Digitalisierung erfordern Spezialisten, die mit der neu gewonnenen Finanzstärke einfacher bezahlt werden können.

Um die Vorteile der Fusion schnell und vollständig nutzen zu können, muss die Fusion einen geplanten Ablauf, die Zustimmung der Politik und Öffentlichkeit und nicht zögernde Entscheidungsträger haben. Synergien und Sparmöglichkeiten sollten von Anfang an ermittelt und umgesetzt werden.

Zeitlich steht als erstes die strategische Fusion an. Der Mehrwert muss erkannt, politische Eckpfeiler müssen festgelegt und Aufsichtsbehörden unterrichtet werden. Anschließend wird die Fusion rechtlich vorbereitet: Die neue Firmenstruktur, Führungskräfte und eine neue Strategie müssen gefunden, die MaRisk beachtet werden. Nach der rechtlichen Fusion beginnt mit Tag 1 der Prozess, die Abläufe, den Vertrieb und die technische Seite zusammenzuführen. Wichtig sind ein hohes Maß