

Wer's weiß, kann's weitergeben

Silvia Besner

Die Sparkassen stehen vor der Aufgabe, ihre Mitarbeiter fit zu machen für die digitale Welt. Viele Häuser haben eigene Mittel erprobt und Wege gefunden. Die "Mittmach-App" und der "Digitale Führerschein" sollen als zentrale Standards unterstützen.

Wo es Hunderttausende von Angestellten gibt, findet sich eine große Bandbreite an Neigungen zur digitalen Technologie. Bei einer Befragung der Sparkassen-Finanzgruppe von 20.000 Mitarbeitern aus 50 Sparkassen bezeichnete sich die eine Hälfte als "aufgeschlossen", "affin" oder gar "digitale Vorreiter". Die andere Hälfte gab an, an der Digitalisierung wenig interessiert zu sein. Hier stehen die Häuser vor der großen Herausforderung, alle Beschäftigten auf eine Art Mindeststandard zu bringen. Denn auf der einen Seite werden Arbeitsalltag und Sparkassenprodukte digitaler, auf der anderen Seite tragen die Kunden zunehmend technologische Trends und Themen mit ins Beratungsgespräch.

Die Sparkassen tun viel, um digitale Kenntnisse und Fähigkeiten unter ihre Leute zu bringen. Sie organisieren Hausmessen, entwickeln Webinare und E-Learning-Programme. Sie schulen Mitarbeiter individuell und setzen auf Multiplikatoren. Sie zwingen die Belegschaft in hauseigene Intranets, um den Umgang mit Blogs, Wikis und Communities zur Gewohnheit zu machen. Viele Häuser sind mit ihren Methoden erfolgreich.

So wie die Sparkasse Aurich-Norden. Das Institut hat vor einem Jahr 14 Mitarbeiter zu digitalen Botschaftern erkoren. Nach Ausschreibung und Auswahlprozess setzten sich die

"Digi-Scouts"

mit dem Vertriebsmanagement und der IT-Organisation zusammen, um ihre neue Rolle zu definieren. In den ihnen zugeordneten Filialen und Abteilungen sind sie heute viel gefragte Ansprechpartner: Sie installieren Apps, beraten beim Kauf von Endgeräten, erklären Produkte und Programme. Im Schnitt hat jeder Digi-Scout gut 30 "interne Kunden" und im vergangenen Jahr rund 20 Stunden in ihre Betreuung investiert, dazu kommt der eine oder andere Anruf. Die eigentliche berufliche Tätigkeit wird nach Aussage des Hauses kaum beeinträchtigt.

"Wir hatten viele schon verloren"

"Wir waren überzeugt, dass wir die Digi-Scouts brauchen – wir wussten nur nicht, wie sehr", resümiert Anna-Katharina Feustel, die die Multiplikatoren als Referentin Medialer Vertrieb inhaltlich begleitet. "Ich war überrascht, wie viele Kollegen wir schon auf der ersten Wegstrecke der Digitalisierung verloren hatten." Teilweise hätten die Digi-Scouts bei null anfangen müssen zu erklären. Nur mit deren Hilfe seien viele Mitarbeiter wieder auf den Zug aufgesprungen.

Auf die Wissensvermittlung im Kollegenkreis setzt so manches Institut. Die Nassauische Sparkasse hat 50

"Digi-Multis"

ausbilden lassen. Die Sparkasse Nürnberg hat in jedem Bereich einen "Digital Expert" eingesetzt. Zudem hatten sich dort auf freiwilliger Basis mehr als 500

Tandems und Trios

gebildet, um einander im ganz kleinen Kreis zu helfen. Die Ostseesparkasse Rostock hat vor vier Jahren 25 Freiwillige aller Altersklassen und Hierarchiestufen zu

"Connectoren"

gemacht, die ihre Teams informieren und schulen. Längst hätten diese dort eigene Strukturen der Wissensweitergabe aufgebaut, berichtet Ospa-Vertriebsmanager Gabriel Rath. Ganz nach dem Motto: "Each one teach one".

Die Ospa geht einen sehr konsequenten Weg, ihre Belegschaft bereit zu machen für die digitale Welt. Im vergangenen Jahr waren alle Mitarbeiter dazu eingeladen worden, einen "digitalen Führerschein" zu machen, vom Hausmeister bis zum Vorstand. Mehr als 90 Prozent haben teilgenommen, über 90 Prozent davon auch abgeschlossen. Das Online-Programm zum Selberlernen, entwickelt von der Nord-Ostdeutschen Sparkassenakademie, nimmt etwa Bezahlverfahren, Cyber-Risiken und den Sinn sozialer Netzwerke durch. Dabei geht es vom Allgemeinen (wie sicheren Passwörtern) zum Speziellen (wie OSPlus-neo). Die einzelnen Bausteine sollen sukzessive und durchaus auch während der Arbeitszeit absolviert werden, für den kompletten Kurs sind mehrere Monate Zeit.

So sahen die Bausteine des "Digitalen Führerscheins" auf dem Browser eines Ospa-Mitarbeiters aus.

Erfolg konnte die Ospa auch mit dem Angebot einer eigenen "Quiz-App" erzielen, für die im Haus mehr als 1000 Fragen gesammelt worden waren. Viele Kollegen habe man mithilfe des spielerischen Ansatzes zum erstmaligen Nutzen einer App bringen können, sagt Rath. Kernstück der digitalen Transformation ist jedoch das Intranet: Vor fünf Jahren eingeführt, habe man "Ospa Connect" nicht nur als Tool, sondern mittlerweile auch als Kulturprogramm etablieren können, so der Manager. Und das mit sanftem Zwang: Da nach und nach alle gewohnten Kanäle in das hauseigene "Facebook" überführt werden, bleibt den Mitarbeitern kaum eine andere Wahl, als in Blogs (tagebuchartig geführten Webseiten), Wikis (Wissensseiten, an

denen jeder mitwirken kann) und Communitys (interaktiven Themenseiten) aktiv zu werden.

So soll beispielsweise anstelle einer E-Mail ein Kommentar in einer Community geschrieben werden. Das bedeutet auch: Meinen Eintrag kann jeder lesen und erwidern, und ich muss für jedes meiner Anliegen die entsprechende Themenseite anwählen. Das sei natürlich ein Lernprozess, sagt Rath, bei dem "Community-Manager" helfen sollen, die gerade ausgebildet werden. Am Ende sollen Wissenssilos und hierarchische Pyramiden Platz machen für ein System mit mehr Mitsprache und Transparenz.

Der digitale Führerschein per App

Wille und Trend in der Sparkassen-Finanzgruppe gehen dahin, gemeinsam Standardlösungen zu entwickeln und diese zentral bereitzustellen. Das soll Zeit und Geld sparen. Der Fachausschuss Personal unterstützt daher die Umsetzung des "Digitalen Führerscheins" auf Basis der "Mittmach-App" der DSV-Gruppe – und empfiehlt den Regionen und Sparkassen einstimmig die Nutzung dieses Angebots ([wir berichteten](#))

Die App will Wissen kurzweilig und spielerisch vermitteln und vertiefen. Erster großer Baustein ist der "Digitale Führerschein". Die Informationen werden multimedial durch Texte, Bilder und Videos transportiert. Bisher umfasst das Konzept sechs Kapitel mit einer Gesamtbearbeitungsdauer von rund vier Stunden. Nach einer Einleitung geht es um die Themen Sicherheit, das Einkaufen und Bezahlen im Internet, soziale Netzwerke und das Online-Angebot an Produkten und Dienstleistungen der Sparkassen-Finanzgruppe. Ein Test schließt das Lernmodul ab.

Der "Digitale Führerschein" soll laufend aktualisiert und weiterentwickelt werden. Daneben wird der DSV die App nach und nach erweitern. Neben Inhalten von Verbundpartnern wie der Deka oder der Finanz Informatik stellt der DSV speziell aufbereitete Content-Bausteine zu verschiedenen Themen aus der Sparkassenwelt bereit, die optional hinzugebucht werden können. Die Sparkassen können auch selbst Inhalte einpflegen. Die App ist plattformübergreifend nutzbar, also mit allen aktuellen Browsern, auf Desktops, Tablets und Smartphones.

Silvia Besner: Wer's weiß, kann's weitergeben, in SparkassenZeitung (03. Juni 2019).
URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/arbeit-%26-leben/wer-s-weiss-kann-s-weitergeben.html>. Abgerufen am: 04. Juni 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online