

WIE ATTRAKTIV SIND SIE FÜR IHR INSTITUT? DER BLINDE FLECK DER EIGENVERANTWORTUNG.

Prof. Dr. Jürgen Weimann · 11. März 2026

Sie sich noch an die Anfangszeit einer Beziehung? An die Aufregung, sich für das erste Date zurechtzumachen? Oder an den Start in Ihre neue Funktion? Die Ideen, Motivation und Disziplin, alles zu geben? Beides basiert auf der bewussten Auseinandersetzung mit dem eigenen Mehrwert. Während die Diskussion um Arbeitgeberattraktivität, New Work und Employer Branding in vollem Gange ist, fehlt eine Perspektive nahezu vollständig: Wie attraktiv sind Sie eigentlich für Ihren Arbeitgeber?

„Die Sparkasse muss mehr bieten.“ „Wir brauchen flexiblere Arbeitszeiten.“ „Homeoffice und eine moderne Führungskultur sind ein Muss.“. So klingt der aktuelle Diskurs in vielen Instituten. Und verstehen Sie mich nicht falsch: Vieles davon ist berechtigt und notwendig. Gerade wenn man die demographische Entwicklung in Deutschland betrachtet. Gleichzeitig ist dabei etwas aus dem Fokus geraten: Arbeit ist keine Einbahnstraße. Eine Arbeitsbeziehung ist – wie jede andere Beziehung auch – ein gegenseitiges Geben und Nehmen. Daher möchte ich den Blickwinkel drehen:

Was tun Sie eigentlich, um für Ihren Arbeitgeber – und übrigens auch für den Arbeitsmarkt generell – attraktiv zu bleiben?

Der unbequeme Blick in den Spiegel Blicken wir auf künstliche Intelligenz. Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht über KI gesprochen wird. Die Technologie verändert unsere Arbeitswelt fundamental. Mancherorts sagen Mitarbeiter: „Wir brauchen Tools.“ „Es fehlen Schulungen.“ „Bei uns gibt es keine Lizenzen für ChatGPT.“ Alles nachvollziehbar und richtig. Genau hier gilt es, weiter zu investieren und die organisatorischen Rahmenbedingungen weiterzuentwickeln. Gleichzeitig gilt auch hier: Was wurde von den Fragenden in Ihrer Freizeit unternommen, um KI zu verstehen? Haben sie sich am Wochenende zwei Stunden genommen, um ChatGPT oder den S-KIPilot auszuprobieren? Haben sie YouTube-Tutorials geschaut? Ein kostenloses Online-Seminar besucht?

Kostenlose Version von KI-Tools stehen in einer Vielzahl zur Verfügung. Das Internet ist voll von hervorragenden, meist kostenlosen Lerninhalten. Die Einstiegshürde war noch nie so niedrig wie heute. Dennoch warten viele darauf, dass der Arbeitgeber die Initiative ergreift.

Jenseits der bezahlten Weiterbildung Oder nehmen wir Weiterbildung generell. Natürlich ist betriebliche Weiterbildung wichtig und wertvoll. Aber Hand aufs Herz: Wann haben Sie das letzte Mal ein Fachbuch gekauft? Einen Online-Kurs aus eigener Tasche bezahlt? Ein Webinar am Samstagvormittag besucht? Sie merken: Ihre Karriere, Ihre Beschäftigungsfähigkeit, Ihre Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt – das ist Ihre Verantwortung. Nicht die Ihres Arbeitgebers. Der Arbeitgeber kann Sie unterstützen, sollte Sie unterstützen, aber die Grundverantwortung bleibt bei Ihnen selbst. Gerade Sparkassen verfügen über lange Betriebszugehörigkeiten, hier empfehle ich den langjährigen Mitarbeitern die selbstkritische Reflexionsfrage:

Würden Sie mit Ihrer aktuellen Einstellung, Arbeitsweise und Expertise woanders einen Job finden? Und wenn ja, zu welchen Konditionen?

Es ist nicht selbstverständlich, dass man sie beschäftigt. Auch nicht nach vielen Jahren der Betriebszugehörigkeit. Zurück zur Beziehungsanalogie: Was würden Sie einem Freund raten, der seit Jahren nicht mehr in seine Beziehung investiert hat? Der keine gemeinsamen Interessen mehr pflegt, sich nicht weiterentwickelt, keine Initiative zeigt? Vermutlich würden Sie sagen: „Du kannst nicht erwarten, dass dein Partner sich bewegt, wenn du selbst nichts tust. Beziehungen funktionieren nicht einseitig.“ Genau das gilt auch für die Arbeitsbeziehung. Sie können nicht erwarten, dass Ihr Institut permanent in seine Attraktivität investiert, während Sie stehenbleiben.

Was konkret können Sie tun? Meine klare Empfehlung: Investieren Sie in sich selbst. Nicht nur das, was Ihr Institut anbietet. Setzen Sie sich ein persönliches Weiterbildungsbudget in Zeit und/oder Geld. Machen Sie es zu Ihrer Gewohnheit, kontinuierlich zu lernen. Experimentieren Sie mit neuen Technologien, tauschen Sie sich darüber mit Ihren Teams und Kollegen aus. Warten Sie nicht auf die perfekte Schulung. KI, No-Code-Tools, neue Kollaborationsplattformen – probieren Sie sie aus. Die besten Lerneffekte entstehen durch das eigene Erleben.

Die Einladung zur Selbstreflexion Dieser Artikel ist keine Entschuldigung für die Institute, die ihre Hausaufgaben nicht machen. Auch die gibt es – leider. Unternehmen müssen für Mitarbeiter und Kunden attraktiv sein und bleiben. Die organisatorischen Rahmenbedingungen müssen den Markterfordernissen entsprechen. Gleichzeitig dürfen Mitarbeitende aufhören zu glauben, dass Eigenverantwortung etwas ist, das nur für andere gilt. Sie sind Ihr eigenes Unternehmen. Ihr Institut ist Ihr aktueller Kunde. Und wie jedes Unternehmen müssen Sie dafür sorgen, dass Sie für Ihre Kunden attraktiv bleiben.



Über den Autor: Prof. Dr. Jürgen Weimann

Prof. Dr. Jürgen Weimann ist Berater, Sparringspartner und Keynote-Speaker für Transformation und Führung in Banken und Sparkassen. Seit 1997 in der Bankenbranche, seit 2015 selbstständig, Professor für Digital Strategy an der DBU Berlin und Host des Podcasts Everyone Counts. Seine These: Strategien scheitern an der Umsetzung. Umsetzung scheitert an mangelnder Führung. Führung beginnt beim Vorstand.

juergenweimann.com · bueror@juergenweimann.com · +49 176 61 01 68 62