

Nachhaltigkeitsbericht 2010



Inhalt

Einleitung

Vorwort	3
Organisationsprofil, Einflussbereich und Vision	6
Stakeholderdialog	9

Soziale Nachhaltigkeit

Mitarbeiter	19
- Personalmanagement	19
- Aus- und Weiterbildung	21
- Work-Life-Balance	24
- Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und Brandschutz	27
- Mitarbeiterengagement	30
Kunden	33
- Verbraucherschutz	33
- Datenschutz und Datensicherheit	36
- Ethische Produkte und Dienstleistungen	41
Gesellschaft	43
- Bildung	43
- Integration	46
- Demografischer Wandel	49

Ökologische Nachhaltigkeit

Klimastrategie und Umweltprogramm	53
Ökologische Produkte und Dienstleistungen	62
Green IT und Green Procurement	66
Umweltbilanz	69

Ökonomische Nachhaltigkeit

Qualitätsmanagement	71
Corporate Governance	75
Leitlinien	76
Erfolgsorientierte Vergütung	78
Compliance und Geldwäscherschutz	79
Risikomanagement, Kreditvergabe, Geldanlage	82

Anhang

Berichtsumfang	85
Fortschrittsbericht der Postbank zum UN Global Compact	87
Indizes und Ratings	89
Initiativen und Mitgliedschaften	90
Auszeichnungen	92
Kunden- und Mitarbeitermagazine	97
GRI-Index	102
Der Konzern in Zahlen	106
Impressum und Kontakt	107

Sehr geehrte Damen und Herren,



in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise ist die unternehmerische Verantwortung zunehmend in den Fokus der Öffentlichkeit geraten. Auch bei der Deutsche Postbank AG hat die gesellschaftliche Verantwortung sowie das soziale Engagement in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Regelmäßig werden von uns die Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit geprüft und in einem Nachhaltigkeitsbericht dokumentiert. Ich freue mich, Ihnen die zweite Ausgabe des Nachhaltigkeitsberichts präsentieren zu können.

Wir, die Deutsche Postbank AG, sind als Unternehmen ein integraler Bestandteil der Gesellschaft, in der wir agieren. Als Teil dieses Systems sind wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst. Mit unserer Vision, in Deutschland der Finanzpartner Nummer Eins von Kunden und Unternehmen zu werden, haben wir uns als größte deutsche Retailbank den Menschen unserer Gesellschaft verpflichtet und sind gleichzeitig auf ihr Vertrauen angewiesen. Aus diesem Grund spielt Corporate Social Responsibility für uns eine große Rolle. Das Motto der Postbank „Unterm Strich zähl ich“ formuliert den Leistungsanspruch aus Sicht des selbstbewussten Kunden und verdeutlicht somit unsere Einstellung, den Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns zu stellen. Gesellschaftliche Verantwortung ist somit integraler Bestandteil unserer Geschäftsstrategie, um zu einem stabilen sozialen Umfeld beizutragen.

Unser Handeln hat gleichzeitig das Wohl aller Stakeholderinteressen zum Ziel. Neben den Kunden stehen unsere Mitarbeiter, Aktionäre, Lieferanten und vor allem die Umwelt als Ganzes im Fokus. Aus diesem Grund basiert unsere strategische Ausrichtung von Nachhaltigkeit auf drei sich ergänzenden Säulen – der sozialen, der ökologischen und der ökonomischen Nachhaltigkeit.

Unser Ziel „ökologisch nachhaltig – ökonomisch erfolgreich“ erreichen wir als Top-Arbeitgeber. Zufriedene Mitarbeiter sind eine Grundvoraussetzung für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Gute Arbeitsbedingungen, wie Aus- bzw. Weiterbildung, flexible Arbeitszeiten oder aber das betriebliche Sportangebot, um nur einige zu nennen, sollen hierzu die notwendige Voraussetzung schaffen. Denn nur zufriedene Mitarbeiter sind in der Lage, einen Mehrwert für Kunden und Aktionäre zu schaffen. Darüber hinaus wird Produktverantwortung bei der Postbank großgeschrieben. So bieten wir unseren Kunden ethische Bankprodukte, wie z. B. den Fonds „Postbank Dynamic Vision“ an. Neben der alltäglichen Geschäftstätigkeit übernimmt die Postbank Verantwortung gegenüber der Gesellschaft. Die Bildung, als Schlüsselfunktion für eine zukunftsfähige Gesellschaft, nimmt für uns als Unternehmen eine entscheidende Rolle ein. Daher investieren wir z. B. mittels des Postbank Finance Award in Bildung und Nachwuchskräfte. Wir als Postbank haben uns insbesondere die Nachwuchsförderung auf die Fahnen geschrieben, weshalb ich mich, neben meinem Vorstandskollegen Ralf Stemmer als Jurymitglied, gerne selbst als Schirmherr beim Postbank Finance Award engagiere.

Ferner ist die ökologische Nachhaltigkeit für den Postbank Konzern von besonderer Bedeutung. Der Erfolg von Unternehmen ist von einer stabilen Umwelt und von vorhandenen Ressourcen abhängig. Um dies langfristig zu gewährleisten, hat die Postbank ein Umweltmanagementsystem eingeführt. Als Ziel sollen u. a. bis 2012 unsere CO₂-Emissionen um 20 % reduziert werden. Dieses wollen wir u. a. durch die geplante Umstellung unserer Großstandorte auf 100 % Ökostrom erreichen. Hierbei befinden wir uns auf einem sehr guten Weg. Nicht zuletzt tragen die durch HOCHTIEF Energy Management durchgeführten Energie-Checks dazu bei.

Nach unserem Selbstverständnis soll Nachhaltigkeit tatsächlich gelebt und nicht nur gedacht werden. So wird die Stärkung des Umweltbewusstseins in der Postbank regelmäßig aktiv unterstützt, u. a. indem Umwelt- und Klimaschutzthemen konzernweit in Informationen an Lieferanten und Kooperationspartner sowie in Schulungen von Mitarbeitern integriert werden.

Ökonomisches Ziel bedeutet vor allem, als Unternehmen Gewinne zu erwirtschaften, um langfristig rentabel und wettbewerbsfähig zu sein. Unser Gewinn ist die Voraussetzung zur Schaffung von sicheren Arbeitsplätzen und um der Wirtschaft als Ganzes einen Nutzen zu stiften und einen Mehrwert für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter, unsere Aktionäre und unsere Lieferanten zu liefern.

Diese in Kürze dargestellten Aktivitäten sind Beispiele aus unserem Nachhaltigkeitsprogramm. Der Ihnen vorliegende Nachhaltigkeitsbericht 2010 beinhaltet weitere zahlreiche Aktivitäten, die unsere gesellschaftliche, umweltpolitische und unternehmerische Verantwortung aufzeigen. Denn auch für die Zukunft haben wir bereits viel in puncto Nachhaltigkeit geplant.

Ich wünsche Ihnen viel Freude mit unserem folgenden Bericht.

Mit freundlichen Grüßen



Ihr Stefan Jütte
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Postbank AG

Nachhaltigkeitsbericht



Organisationsprofil, Einflussbereich und Vision

Organisationsprofil



Die Postbank Gruppe ist mit rund 14 Millionen Kunden und einer Bilanzsumme von 242 Milliarden EUR einer der großen Finanzdienstleister Deutschlands. Die Deutsche Postbank AG hat ihren Sitz in Bonn. Weitere Standorte neben Deutschland sind Brüssel, Luxemburg, London, Verona, New York und Neu Dehli. Der Schwerpunkt der Postbank ist das Retailgeschäft mit Privatkunden. Daneben ist sie im Geschäft mit Firmenkunden aktiv. In ihrem Geschäftsfeld „Transaction Banking“ erbringt sie Backoffice-Dienstleistungen für andere Finanzdienstleistungs-Unternehmen. Ende 2009 waren weltweit 20.857 Mitarbeiter (auf Vollzeit umgerechnet) beschäftigt, davon ca. 98 % in Deutschland.

Privatkundengeschäft

Ihren Privatkunden bietet die Postbank einfache, preiswerte Produkte für den alltäglichen Bedarf. Das Angebot reicht vom Zahlungsverkehr über das Einlagen- und Kreditgeschäft bis hin zu Anleihen, Investmentfonds, Versicherungen und Bausparverträgen.

Als Multikanalbank ist die Postbank für ihre Kunden bequem erreichbar, in der Filiale, online oder per Telefon. Sie verfügt über das dichteste Zweigstellennetz aller privaten Banken in Deutschland. Sie bietet in ihren eigenen Filialen alle Produkte sowie qualifizierte Beratung zu Finanzdienstleistungen an. Hinzu kommen mehrere Tausend Partnerfilialen der Deutschen Post, in denen ausgewählte Leistungen der Postbank erhältlich sind, sowie Tausend Beratungscenter der Postbank Finanzberatung. Über 3.200 mobile Berater unterstützen ihre Kunden vor allem bei Vermögensaufbau und Vorsorge.

Im Online- und Telefon-Banking nimmt die Postbank eine Spitzenposition in Deutschland ein. 3,35 Millionen Girokonten und rund 560.000 Depots führen die Kunden der Postbank inzwischen online. 3,9 Millionen nutzen die Möglichkeiten des Telefon-Banking. Tendenz: weiter steigend.

Firmenkundengeschäft

Im Geschäft mit ihren 30.000 Firmenkunden stützt die Postbank sich auf ihre Kernkompetenzen. Sie bietet Lösungen rund um den Zahlungsverkehr, gewerbliche Immobilienfinanzierung, klassische Unternehmensfinanzierungen für den Mittelstand, Factoring und Leasing sowie ein umfassendes Anlagemanagement. Die PB Firmenkunden AG, eine hundertprozentige Tochter der Postbank, betreut die Firmenkunden der Postbank an ihren Standorten in Deutschland persönlich und telefonisch. International stehen Experten für gewerbliche Immobilienfinanzierung an den Standorten London und New York zur Verfügung. Für komplexe Finanzierungen gibt es darüber hinaus zentrale Produktspezialisten. Abgerundet wird die Produktpalette durch ein umfassendes Anlage- und Bilanzstrukturmanagement.

Transaction Banking

Die Postbank verfügt über eine der effizientesten Transaktionsplattformen Europas. Ihre Kernbank-Standardsoftware hat sie 2003 gemeinsam mit SAP entwickelt und seitdem ständig verbessert. Die Hardware ihres zentralen Rechenzentrums wird kontinuierlich aktualisiert. 2004 hat die Postbank ihr neues Geschäftsfeld Transaction Banking eröffnet, mit dem sie sich als Service-Anbieter an Finanzdienstleistungs-Unternehmen wendet. Ihnen bietet sie Dienste wie Zahlungsverkehrsabwicklung und Kontoführung sowie Kreditverarbeitung an. Die Postbank Tochter Betriebs-Center für Banken AG (BCB) erbringt Zahlungsverkehrsdienstleistungen für Banken wie die Deutsche Bank, die HypoVereinsbank und die HSH Nordbank.

Einflussbereich

Im Hinblick auf unseren Beitrag zur Umsetzung des Leitbilds der „Nachhaltigen Entwicklung“, dem sich die Postbank im Jahr 2006 öffentlich verpflichtet hat, ergibt sich folgender Einflussbereich der Postbank, unternehmerische Verantwortung zu übernehmen:

- Unseren Aktionären gegenüber sind wir zum langfristigen Erhalt des Unternehmenswerts verpflichtet, z. B. durch Risikominimierung, Risikodiversifizierung und Good Corporate Governance.
- Unseren Privatkunden bieten wir einfache und verständliche Bankdienstleistungen an, die es ihnen ermöglichen, in verantwortungsbewusste Unternehmen zu investieren bzw. sich als Individuum ethisch oder umweltfreundlich zu verhalten. Dabei erwarten unsere Kunden neben einem entsprechenden Produktangebot, das auch ökologische und ethische Produkte und Dienstleistungen umfasst, eine transparente Werbung und bedarfsgerechte Beratung.

Die Postbank verwaltete zum 30.06.2010 Finanzanlagen in Höhe von 63 Mrd. EUR und gewährte Kredite an Firmenkunden in Höhe von 30 Mrd. EUR. Hiermit verbunden sind weitreichende Möglichkeiten, sich z. B. bei der Geldanlage am Kapitalmarkt und der Kreditvergabe auch ökologisch und ethisch verantwortungsbewusst zu verhalten.

- Als Arbeitgeber haben wir eine besondere Verantwortung in Bezug auf unsere Mitarbeiter, sichere und zukunftsfähige Arbeitsplätze zu schaffen, die Gesundheit unserer Mitarbeiter sowie Entwicklungsmöglichkeiten zu fördern und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf sicherzustellen.
- Zu unseren rund 850 Filialen haben wir zum 01. Juli 2010 weitere 277 Filialen der Deutschen Post zu dem bisherigen Netz in die Postbank Filial GmbH übernommen.

Mit unseren somit über 1.100 Filialen und über 3.200 mobilen Finanzberatern ist die Postbank vor allem auf unserem Heimatmarkt Deutschland aktiv. Entsprechend engagieren wir uns vornehmlich als Teil dieser Gesellschaft.

- An unseren Großstandorten, in unseren Filialen und Baufinanzierungscentern verbrauchen wir Energie, Wasser, Papier und erzeugen Abfall; hiermit sind unmittelbar Auswirkungen auf die Umwelt verbunden.

Unser Bestreben ist es, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit neben wirtschaftlichen Aspekten auch an ökologischen und ethischen Aspekten auszurichten. Wir sind uns bewusst, dass es kontinuierlicher Anstrengungen bedarf, um die Postbank als verantwortungsbewusstes Unternehmen stetig weiterzuentwickeln.

Die einzelnen Aspekte unternehmerischer Verantwortung werden auf den nachfolgenden Seiten ausführlicher dargelegt.

Vision Nachhaltigkeit

Als Vision im Bereich Nachhaltigkeit hat die Postbank sich vorgenommen, die Ausrichtung auf drei Säulen, der ökonomischen, ökologischen und der sozialen Säule zu fokussieren. Basierend auf dieser Struktur werden wir unser nachhaltiges Engagement weiter ausbauen zum Wohle unserer Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und der Gesellschaft. Hierbei wollen wir insbesondere in naher Zukunft das Thema soziale Nachhaltigkeit forcieren. Darüber hinaus streben wir weiterhin eine kontinuierliche Minderung unserer CO₂-Emissionen sowie die Erfüllung unserer Umweltziele an.

Um die Anliegen der verschiedenen Anspruchsgruppen in Bezug auf nachhaltiges Handeln der Postbank zu kennen und darauf einzugehen, führen wir Stakeholderdialoge durch. So wurde beispielsweise bei der Konzeption zur Filialgestaltung der Kundenbeirat 60Plus einbezogen und dessen Anregungen aufgegriffen.

Stakeholderdialog

Stakeholdergruppen



Als wesentliche Stakeholder in Bezug auf Nachhaltigkeit sieht die Postbank Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter, Gesellschaft, Nichtregierungsorganisationen und öffentliche Institutionen an. Ein Dialog mit diesen Anspruchsgruppen dient uns dazu, die Anliegen der genannten Stakeholder an die Postbank im Nachhaltigkeitskontext zu kennen; er stellt für uns auch eine Informationsquelle dar, wie die Chancen und Risiken unseres Geschäfts außerhalb des Unternehmens wahrgenommen werden.

2004 – 2008

Seit ihrem Börsengang im Jahr 2004 berichtet die Postbank im Geschäftsbericht über „Nachhaltigkeit“. Im Zuge der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts von Deutsche Post DHL in den Jahren 2006 und 2008, in denen die Postbank enthalten war, startete die Postbank ihre zentrale Kommunikationsplattform

www.postbank.de/nachhaltigkeit und www.postbank.com/sustainability. Dort sind neben einem Online-Nachhaltigkeitsbericht weitergehende Informationen verfügbar, die im Nachhaltigkeitskontext aus unserer Sicht von Bedeutung sind.

2009

Seit dem Jahre 2009 veröffentlicht die Postbank einen eigenen Nachhaltigkeitsbericht.

2010

In diesem Zusammenhang haben wir die Anliegen unserer Stakeholder in Bezug auf die Behandlung spezieller Nachhaltigkeitsaspekte wie folgt einbezogen:

- Um allen Stakeholdern eine Kontaktaufnahme zu ermöglichen, wurde bereits im Jahr 2006 der zentrale Mailaccount nachhaltigkeit@postbank.de eingerichtet.
- Die Postbank führt zweijährlich Mitarbeiterbefragungen durch. 2010 fand die zweite konzernweite Mitarbeiterbefragung statt. Mehr als 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren eingeladen, dem Management Feedback zu geben und damit aktiv Einfluss auf die Gestaltung der zukünftigen Arbeitswelt zu nehmen.
- Unser konzernweites Ideenmanagement (betriebliches Vorschlagswesen) zeigt auf, in welchen Bereichen die Mitarbeiter Optimierungspotenziale sehen. Durch Sonderaktionen, z. B. zum

100-jährigen Bestehen der Postbank, wurden zusätzliche Anreize gesetzt, mit denen konzernweit insgesamt mehr als 3.000 Ideen in 2009 gesammelt und bewertet wurden.

- Den Dialog sucht die Postbank auch über diverse, regelmäßig erscheinende Kundenzeitschriften. Mit Geldwert, Anlagewelt, Mehrwert, Wohnen, Business Update, Perspektiven und Weitblick werden die unterschiedlichen Kundengruppen und -segmente angesprochen. Im Internet stellt die Postbank neben Online-Banking, Produktinformationen usw. auch aktuelle Informationen und Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme zur Verfügung.

Unsere Mitarbeiter erhalten entsprechende Informationen über unser Intranet und über eine Mitarbeiterzeitschrift.

Weitere Informationen im Kapitel „Kunden- und Mitarbeitermagazine“.

- Ein weiteres Beispiel unseres Stakeholderdialogs ist der „Kundenbeirat 60Plus“. Dieser gibt uns die Möglichkeit, die Bedürfnisse unserer lebenserfahrenen Kunden zu erkennen und darauf einzugehen.

Weitere Informationen im Kapitel „Demografischer Wandel“.

- Schließlich engagiert sich die Postbank in Initiativen und Mitgliedschaften rund um die Themen „Klimawandel“/„Gesellschaftliche Verantwortung“, so zum Beispiel bei „VfU/UNEP FI-Roundtable Gesprächen“ (seit 2005) oder im „FinanzForum: Klimawandel“ (seit Ende 2008).
- Im Jahr 2007 wurde das „BHW Forum“ ins Leben gerufen. Diese Podiumsdiskussion, bestehend aus dem Vorstandsvorsitzenden der BHW Bausparkasse sowie Persönlichkeiten aus Politik und Wissenschaft, ist seitdem zu einem fes-

ten Bestandteil unseres Stakeholderdialogs am Standort Hameln geworden, der Zentrale der BHW Bausparkasse AG.

Das „BHW Forum“ hat sich zum Ziel gesetzt, aktuelle Themen der Zeitgeschichte zu diskutieren: So lautete das Motto im Jahr 2007 „Auf die Zukunft bauen - Vom Wohnklima zum Klimaschutz“, für das wir den damaligen Bundesumweltminister Sigmar Gabriel als Gastredner gewinnen konnten. Hierbei wurde deutlich, wie wichtig eine energetische Gebäudesanierung zum Erreichen der Klimaschutzziele der Bundesregierung ist.

Im Jahr 2008 stand das „BHW Forum“ unter dem Motto „Frischer Wind für die private Altersvorsorge – mit Wohn-Riester in die eigenen vier Wände“ mit Gastredner Walter Riester, Bundesminister a. D. Es wurde herausgestellt, dass die Bedeutung der privaten Altersvorsorge für alle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Im Jahr 2009 gelang es, mit Prof. Horst W. Opaschowski einen Zukunftsforscher für das „BHW Forum“ zu gewinnen. Unter dem Motto „Deutschland 2030 – Zukunft findet Stadt“ machte der Wissenschaftler seine Vorstellungen von der Gesellschaft im Jahr 2030 deutlich. Im Mittelpunkt standen dabei die Folgen einer alternden Gesellschaft, die Renaissance der Familien und die Konsequenzen dieser Entwicklungen für Unternehmen und Politik.

Im laufenden Jahr hat die BHW Bausparkasse AG auf die Veranstaltung eines Forums verzichtet und den dafür bereitgestellten Betrag von 50.000 EUR im Januar 2010 für die Erdbebenopfer in Haiti gespendet. Diese Spende wurde ebenso wie die Postbank Haiti-Spende an die Diakonie Katastrophenhilfe Stuttgart überwiesen. Die Spende wurde dem Empfänger zur Beschaffung und Verteilung lebenswichtiger Hilfsgüter überlassen.

„Alles steht und fällt mit dem direkten Vorgesetzten.“ Bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf spielt der Arbeitgeber eine wichtige Rolle. Insbesondere, wenn beide Eltern berufstätig sind. Nur mit einem wohlwollenden Vorgesetzten lassen sich Familie und Beruf unter einen Hut bringen, so das Fazit der befragten Postbank Mitarbeiterinnen.

Ein gut organisiertes Familienunternehmen



Charlotte ist sechs Jahre alt, ihre Schwester Nele neun Jahre, Melia ist vier, Lisa-Marie und Larah-Sophie sind 13 und 16. Ihre Gemeinsamkeit: Ihre Mütter arbeiten bei der Postbank – im BHW Rechenzentrum in Hameln, der Zentrale in Bonn und in der Filiale am Hauptbahnhof Hannover. Für Maike Pannewitz, Angela Eckert und Sabine Bludau stellte sich eines Tages die Frage: Familie oder Beruf? Alle drei entschieden sich für das „Sowohl-als-auch“ – sei es, um in der Berufsroutine zu bleiben oder aus wirtschaftlicher Notwendigkeit. Die Postbankerinnen sprechen über Hürden und Hindernisse sowie über die positiven Erfahrungen im „beruflichen Elternalltag“.

Der Gesetzgeber unterstützt Familien und hat die Rahmenbedingungen in den vergangenen Jahren zugunsten arbeitender Eltern verbessert. Wenn auch der Blick ins europäische Ausland zeigt, dass vor allem skandinavische Länder weitergehende Angebote verankert haben. In Deutschland sind es derzeit drei Jahre Elternzeit, ein Jahr Elterngeld als Lohnersatzleistung, dem Rechtsanspruch auf einen Kindergartenplatz soll bald der Anspruch auf einen Krippenplatz folgen. Der Gesetzgeber fördert es, dass Eltern und vor allem Mütter nach der Geburt der Kinder so schnell wie möglich wieder in den Job zurückkehren – können. So ist denn inzwischen auch die Rückkehr in den Beruf meist keine Frage des „Ob“, sondern nur noch eine Frage des „Wann“ – vorwiegend für die Mütter. Dass es auch bei der Postbank vor allem die Frauen sind, die sich um die Kinder

kümmern, lässt ein Blick auf die verschiedenen Teilzeitquoten schließen. Mehr als 40 Prozent der weiblichen Postbank Mitarbeiterinnen zwischen 35 und 45 arbeiten Teilzeit, in derselben Altersstufe sind es bei den Männern weniger als drei Prozent.

Standortübergreifend gibt es für alle Postbank Mitarbeiter den Familienservice. Er wird vor allem als Hilfe für Notfälle angenommen. „Als in Hameln Bombenalarm war und Kindergarten und Schule geschlossen waren, da hat der Familienservice die Notfallbetreuung für meine Töchter organisiert“, erzählt BHW Mitarbeiterin Maike Pannewitz. Darüber hinaus lobt sie außerdem die Ferienbetreuung für die Kinder der Postbanker – eine Erfahrung, die auch Sabine Bludau aus dem Filialvertrieb in Hannover teilt.

Durch verschiedene Gegebenheiten gibt es an den einzelnen Standorten der Postbank unterschiedliche Angebote für Eltern. So hat beispielsweise die BHW eine Kooperation mit einer Kindertagesstätte direkt neben dem BHW Gebäude. Eine ähnliche Kooperation hat auch die Postbank in Bonn: Kinder unter drei Jahren von Postbank Mitarbeitern können hier betreut werden.

Auch wenn das Netzwerk noch so eng geknüpft ist und Krippen, Kindergärten, Tagesmütter und Großeltern zur Verfügung stehen – irgendwann im Leben einer jeden Mutter und eines jeden Vaters ist er da, der Katastrophentag, an dem alles

gleichzeitig passiert. Die Arbeit wächst einem über den Kopf, es kommt der Anruf aus dem Kindergarten: „Bitte holen Sie ihr Kind ab, es hat plötzlich hohes Fieber.“ Tagesmutter oder Großeltern sind nicht erreichbar. Jetzt ist vor allem eines gefragt: Verständnis bei Kollegen und Vorgesetzten. Das wird in Gesprächen mit Eltern ganz deutlich: Vereinbarkeit ist vor allem ein gegenseitiges Geben und Nehmen – zwischen Kollegen, zwischen Angestellten und Vorgesetzten, zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber. Es ist wichtig für arbeitende Eltern, von den Kollegen nicht seltsam angeschaut zu werden, wenn sie am Feierabend pünktlich „den Griffel fallen lassen“. Sie brauchen die Gewissheit, in Notsituationen ohne schlechtes Gewissen auch für die Kinder da sein zu können.

Mann-Filiale, in der sie gerade arbeitete. Ebenso wie für sie ist es auch für die anderen Mütter wichtig, ihren Job gut zu machen, nichts liegen zu lassen, so weit wie möglich auszugleichen, dass sie nur „eingeschränkt flexibel“ sind.

Weitgehend unproblematisch

Auf der Treppe denkt Maike Pannewitz manchmal noch an den Kunden, dessen Akte sie zuletzt bearbeitet hat, spätestens am Rechenzentrum der BHW in Hameln hat Maike Pannewitz die Gedanken an die Arbeit aber abgeschüttelt. Dann holt die 41-Jährige ihre jüngste Tochter Charlotte aus dem Kindergarten ab – direkt neben der BHW Zentrale.

„Beruf und Familie zu vereinbaren, ist in meinem Fall weitgehend unproblematisch“, sagt sie. Und sie räumt ein, dass ihr Arbeitgeber daran wesentlichen Anteil hat. Seit sie nach der Geburt ihrer heute neunjährigen Tochter Nele aus der dreijährigen Elternzeit zurückgekehrt ist, arbeitet Maike Pannewitz in Teilzeit – vier Stunden jeden Morgen, wie sich das viele Mütter wünschen. „Das war selbstverständlich und wurde von meinem direkten Chef und meinen Kollegen so akzeptiert.“

Daran änderte sich nichts, als sie wenige Monate später wieder für drei Jahre in Elternzeit ging. Ebenso selbstverständlich ist es für sie, in Spitzenzeiten mehr als die normalen vier Stunden zu arbeiten. Dafür hat sie bei der Organisation des Alltags zwei Puffer eingeplant: Eine Stunde am frühen Morgen – dann bringt ihr Mann die beiden Töchter in die Schule und in den Kindergarten – und eine Stunde mittags – dafür hat sie im Kindergarten und in der Betreuung über Mittag der Schule für beide Kinder das Mittagessen mit „gebucht“. Dafür kann sie bei den alltäglichen Katastrophen – beispielsweise wenn eine Tochter mit Fieber früher aus dem Kindergarten abgeholt werden muss – auf Verständnis zählen.



Das kommt seltener vor, als die meisten Arbeitgeber befürchten. „Ein einziges Mal in den letzten zehn Jahren“, erinnert sich beispielsweise Sabine Bludau. „Da musste meine Tochter im Krankenhaus behandelt werden, weil sie im Kindergarten vom Gerüst gefallen war. Und das ging nicht ohne meine Unterschrift.“ Nach einer kurzen Rücksprache mit ihrem Vorgesetzten schloss sie damals kurzerhand die Ein-

Den Partner einbinden

Angela Eckert ist bei der Postbank in Bonn zuständig für das Corporate Design – und das schon seit zehn Jahren. Daran haben auch die Geburt ihrer Tochter Melia und ihre einjährige Elternzeit nichts geändert. Ihre Vorgesetzte hat Angela Eckert und ihren Mann Andreas bei einem Elternzeit-Modell unterstützt, das auch heute noch ungewöhnlich ist. Nach einem Jahr zu Hause kehrte Angela Eckert Vollzeit auf ihren Arbeitsplatz zurück, während ihr Mann in die klassische Erzieherrolle schlüpfte: Er nahm zwei Jahre Elternzeit – in Teilzeit. Andreas Eckert arbeitete vormittags bei der Postbank und kümmerte sich nachmittags um seine Tochter. Als diese in den Kindergarten kam, gab es einen weiteren Wechsel: Ihr Mann kehrte in die Vollzeit zurück, Angela Eckert reduzierte ihre Arbeitszeit von 100 auf 80 %.



Seitdem macht sie nachmittags um drei Uhr Feierabend – pünktlich, weil sie ihre Tochter aus dem Kindergarten abholen muss. „Das funktioniert gut“, sagt die zierliche dunkelhaarige Frau. In Spitzenzeiten muss sie flexibel sein, „aber das passiert nur sehr selten.“ Dafür kann sie sich sicher sein, dass ihre Kollegen und ihre Chefin immer Verständnis für ihren pünktlichen Feierabend haben. Den ganztägigen Einsatz bei einem Workshop in Frankfurt beispielsweise übernahm Eckerts Vorgesetzte, „und das, ohne dass ich mir darüber Gedanken machen musste.“

Die beiden Vollzeit-Jahre zwischendurch sieht sie als Gewinn: für sich persönlich, weil sie sich so in Ruhe nach dem Jahr Elternzeit wieder einarbeiten konnte, für ihre Tochter und ihren Mann, weil sie so eine enge Bindung zueinander bekommen haben.

Verlässliches Netzwerk

Als sie gerade aus der Elternzeit zurückgekehrt war, trennte sich Sabine Bludau von ihrem Mann. Ihre Töchter Lisa-Marie und Larah-Sophie waren damals drei und fünf Jahre alt. Schon einen Monat später hatte Sabine Bludau eine Vollzeitstelle als Dauervertreterin am Schalter im Filialvertrieb in Hannover – mit flexiblen Dienstzeiten und Einsatzorten, die sie oft weit über Land führten. Die Stelle zu bekommen, war unproblematisch, weil sie auch in der Elternzeit den Kontakt mit verschiedenen Einsätzen gehalten hatte. Die Frage, ob das machbar ist, stellte sich für sie nicht. „Ich musste einfach Geld verdienen“, sagt sie. Die alleinerziehende Mutter knüpfte sich ein Netzwerk, auf das sie auch heute noch zurückgreifen kann. Dreh- und Angelpunkt war eine zuverlässige Tagesmutter, die bereit war, sich ihren unregelmäßigen Dienstzeiten anzupassen. Wichtig war für sie auch, ihre Töchter zu möglichst viel Selbstständigkeit zu erziehen. Heute organisieren die 13- und 15-Jährige viel selbst.

Sabine Bludau ist froh darüber, dass sie sich auf ihre Töchter verlassen kann, denn ihre Arbeitszeiten sind inzwischen wieder so unregelmäßig wie vor zehn Jahren. Zwischendurch arbeitete sie sieben Jahre lang als Beraterin in ihrem Wohnort. „Das war eine große Erleichterung“, räumt sie ein. Besondere Anerkennung von ihrem Vorgesetzten erwartet die 39-Jährige nicht. Sie hält es für selbstverständlich, dass sie ebenso behandelt wird wie ihre Kollegen und staunt eher darüber, dass ihr Chef überhaupt weiß, dass sie Kinder hat.

Zwölfter Mann bei der Elf vom Niederrhein



„Wir sind sehr stolz, mit der Postbank ein großes deutsches, erfolgreiches Unternehmen als Partner gewonnen zu haben.“

Rolf Königs, Präsident von Borussia Mönchengladbach

Die Postbank und der Fußball – das sind zwei, die zusammengehören. Nach vier Jahren als Premium-Partner des Deutschen Fußball-Bundes und der Nationalmannschaft kehrte die Postbank zu den Wurzeln ihrer Sponsoring-Aktivitäten zurück: in den Borussia-Park.

Hier hatte die Postbank 2005 den Start ihrer Fußball-WM-Kampagne gefeiert, und das gleich mit einem Weltrekord: 142.000 Postbank Fußbälle wurden unter der Regie von Franz Beckenbauer und Oliver Bierhoff im Stadion aufgereiht – eine spektakuläre Aktion, die das spätere „Sommermärchen 2006“ einläutete.

Pünktlich zum Beginn der Bundesligasaison 2009 lief die Postbank als Hauptsponsor von Borussia Mönchengladbach auf. Der Vertrag läuft bis 2011 mit Option zur Verlängerung bis 2013 und gilt sowohl für die 1. als auch für die 2. Liga.

Für ihr Sponsoring-Engagement hatte die Bank einen Sympathieträger gesucht, der nicht polarisierend wirkt und ein großes Fanpotenzial anspricht. Einen Traditionsclub, der erfolgreiche Jugendarbeit leistet und wirtschaftlich seriös geführt wird. „In Mönchengladbach wird seit Jahren vernünftig und solide gearbeitet. In Zeiten der Wirtschaftskrise ist das ein wichtiges Statement im Profi-Sport. Wir werden die Borussia gerne auf diesem Weg begleiten“, erklärt Stefan Jütte, Vorstandsvorsitzender der Postbank.

Auch für Borussia-Präsident Rolf Königs ist der Einstieg der Postbank ein Meilenstein für seinen Klub: „Wir sind sehr stolz, mit der Postbank ein großes deutsches, erfolgreiches Unternehmen als Partner gewonnen zu haben. Die Postbank hat das Sponsoring im Fußball in der Vergangenheit oft neu definiert und so eine immens hohe Bekanntheit und Sympathie geschaffen. Wir freuen uns sehr über diese Zusammenarbeit.“

2:0 für das neue Team



Bei so viel gegenseitiger Sympathie ist es kein Wunder, dass die Kooperation bereits mit zwei echten Volltreffern gestartet ist: Zum einen bietet die Postbank seit Juli 2009 allen Borussia-Fans das Fohlen-Konto an – ein Girokonto im Verbund mit einer VISA Motiv Karte im Borussia-Design. Zusätzliches Highlight dabei: Zur Kontoeröffnung gibt es ein original Borussia-Heimtrikot geschenkt.

Fazit: Mit dem Sponsoring-Übereinkommen hat die Fohlenelf einen kompetenten, auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten zuverlässigen Förderer gewonnen – die Postbank im Gegenzug einen nationalen Sympathieträger, mit dem sie ihre Kunden bundesweit positiv auf das Thema Fußball ansprechen kann. Mindestens zwei Jahre lang haben die Partner Gelegenheit, voneinander zu profitieren.

Zum anderen haben Postbank und Borussia gemeinsam einen weiteren Weltrekord aufgestellt: Am 7. November enthüllten sie vor der Nordkurve des Borussia-Parks die mit einer Fläche von 100 Quadratmetern größte Fanraute der Welt – zusammengesetzt aus 10.000 Fanfotos, die die Postbank bei der Saisoneneröffnungsfeier schießen ließ. „Die Idee der Riesen-Fanraute ist noch nie da gewesen und schlägt auf kreative und ideale Weise den Bogen zu den Fans“, so Stefan Jütte. „Daran haben wir uns natürlich sehr gerne beteiligt.“



Postbank Finance Award



Mit dem „Postbank Finance Award“ hat die Postbank 2003 den höchstdotierten Hochschulwettbewerb im Bereich „Banking & Finance“ ins Leben gerufen, durch den Forschung und Lehre dauerhaft unterstützt werden.

Das Engagement der Postbank, Forschung und Lehre im Hochschulumfeld dauerhaft zu unterstützen, wird von den Teilnehmern sehr positiv aufgenommen. Die Bereitschaft von Hochschullehrern, den Finance Award in ihren Lehrbetrieb zu integrieren und hierfür Leistungsnachweise zu vergeben, trägt diese Idee noch weiter. Seit dem ersten Durchgang 2003/04 haben 269 Teams von 93 Hochschulen mit über 1.400 Teilnehmern am Wettbewerb teilgenommen. Die Preisverleihung erfolgt im Sommer jeden Jahres am Standort der Postbank Zentrale in Bonn.

20 Teams aus Deutschland und Österreich haben sich in diesem Jahr der Herausforderung gestellt, Studium und außeruniversitäres Engagement in beachtenswerter Weise zu kombinieren. Die eingereichten Beiträge werden von der Frankfurter Allgemeinen Zeitung online publiziert und damit einer breiten Leserschaft präsen-

tiert. Aufgrund ihrer wissenschaftlichen Analyse, ihrer innovativen Ideen sowie der Umsetzbarkeit ihrer Konzepte in der Praxis haben sich diesmal Teams aus Hameln, Regensburg und Leipzig durchgesetzt.

Mit dem ersten Platz wurde das von Dr. Martin Zerth betreute Team von der Berufsakademie Weserbergland e. V. (seit 01.08.2010 Hochschule Weserbergland) ausgezeichnet. In ihrem Beitrag „Das IKA-RUS-Modell – zwischen Feuer und Wasser. Ein ganzheitlicher Ansatz zur Generierung von Potenzialen im Retail Banking“ setzen Jan Alber, Christoph Boehm, Sebastian Dumsch, Julia Jahn-Pabel und Anna-Theresa Knöchelmann sich mit dem durch die Finanzmarktkrise entstandenen Vertrauensverlust in der Kunde-Bank-Beziehung auseinander und entwickeln Grundsätze zur Optimierung der Beraterqualität, um die Kunde-Bank-Beziehung im Retail Banking zu verbessern und das Vertrauen in die Finanzbranche wiederherzustellen.

Studierende von der Universität Regensburg unter Leitung von Prof. Dr. Gregor Dorfleitner überzeugten mit ihrem Beitrag „Optimale Vertragsgestaltung für die Anlageberatung von Privatkunden“ und erhielten dafür den zweiten Platz. Alexander Bauer, Markus Feuerecker, Hans-Georg Mann, Anna Schötz und Jacob Schmidt interpretieren in ihrer Arbeit den Interessenkonflikt in der Anlageberatung zwischen Bank und Kunden. Durch den Einsatz quantitativer Methoden sollen Möglichkeiten aufgezeigt werden, wie eine Bank durch geeignete Gestaltung der Struktur von Gebühren- und Depotverträgen selbst dazu beitragen kann, das Spannungsfeld in der Anlageberatung abzuschwächen.

Mit ihrem Beitrag „Brückenschlag zwischen Kundennutzen und Verkaufserfolg: Ein auf Kundenzufriedenheit basierendes Anreizsystem“ erreichte das Team der Handelshochschule Leipzig unter Leitung von Prof. Dr. Andreas Suchanek den dritten Platz. Die Studenten Adrian Graf, Christian Hetke, Hendrik Krawinkel und Christian Rosenkranz begründen im Rahmen ihrer Arbeit das Spannungsfeld zwischen Berater und Kunden im Retail Banking über das Anreizsystem des Bankberaters, welches für ihn meist den kurzfristigen Verkaufserfolg anstatt den Anlageerfolg des Kunden honoriert. In seinem Lösungsansatz setzt das Team auf eine Veränderung des Anreizsystems in Richtung der Kundeninteressen.

Im Namen der Jury möchten wir diesen drei Teams zu ihren hervorragenden Arbeiten gratulieren und ihnen unseren besonderen Dank aussprechen. Auch allen anderen Teams sei an dieser Stelle herzlich für ihre wertvollen Beiträge gedankt.

Eine lohnende Investition

Unser „Benefit“ liegt ja nicht allein beim Geld. Für uns war es unglaublich reizvoll, sich in eine aktuelle Themenstellung einzuarbeiten und eine öffentlich honorierte wissenschaftliche Leistung zu erbringen.

Ich bin Wirtschaftsinformatiker und hatte nun die Gelegenheit, mein Know-how mit dem von Betriebswirtschaftlern zu verknüpfen. Die wissenschaftlichen Erlebnisse dieser interdisziplinären Zusammenarbeit sind einmalig. Dazu kommen die Erfahrungen im Bereich Recherche, Organisation und Projektarbeit. Vor allem aber hat der Postbank Finance Award ein herausragendes Renommee in der deutschen Hochschullandschaft.

Wer hier teilnimmt, beweist Engagement und wissenschaftliches Interesse, das weit über dem Durchschnitt liegt. Und wer auch noch gewinnt, dem dürfte der Preis eine Menge Türen öffnen. Der Wettbewerb ist also ein hochwillkommenes „Add-on“ für den Lebenslauf.

*Christoph Boehm,
Mitglied des Siegerteams 2010,
Berufsakademie Weserbergland e. V.*

Soziale Nachhaltigkeit



Mitarbeiter | Eine verantwortungsbewusste Personalarbeit ist langfristig angelegt. Hierbei gilt es, die gesetzten Ziele des Personalmanagements, die Mitarbeiterbedürfnisse und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen miteinander in Einklang zu bringen. Dazu sind neben den materiellen Werten auch die immateriellen Werte und die soziale Kompetenz wichtig.

Personalmanagement

Personalbestand

Der Postbank Konzern beschäftigte am Jahresende 2009, auf Vollzeitkräfte umgerechnet, 20.857 Mitarbeiter. Davon sind ca. 7.000 Beamte (33 %), und etwa ein Viertel unserer Mitarbeiter befinden sich in einem Teilzeitbeschäftigungsverhältnis.

	31.12.2009
Anzahl Mitarbeiter (auf Vollzeit umgerechnet)	20.857
Anteil weiblicher Mitarbeiter	58 %
Anteil männlicher Mitarbeiter	42 %
Anteil Beamte	33 %
Abwesenheit wegen Arbeitsunfällen	0,1 %

Die Fluktuationsquote in der Postbank Gruppe bewegt sich auf sehr moderatem Niveau. Im Jahr 2009 lag die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit bei rund 22 Jahren. In diesen Werten spiegelt sich das hohe Maß der Identifikation mit dem Unternehmen ebenso wie die Attraktivität der Postbank Gruppe als Arbeitgeber. Dies wurde durch eine besondere Auszeichnung belegt: 2009 erhielt die Postbank zum zweiten Mal nach 2008 das exklusive Gütesiegel „Top Arbeitgeber“ von dem unabhängigen Marktforschungsunternehmen CRF. Somit gehört die Postbank zu den meistgeschätzten Arbeitgebern Deutschlands.

Ende 2009 lag das Durchschnittsalter unserer Mitarbeiter bei 42,8 Jahren. Durch die Übernahme von Nachwuchskräften streben wir eine ausgewogene Altersstruktur an.



In Deutschland beschäftigt der Postbank Konzern etwa 98 % der Mitarbeiter; die übrigen Mitarbeiter sind an unseren Standorten in den USA, Großbritannien, Italien, Luxemburg und Indien tätig.

Die Zentrale der Postbank befindet sich in Bonn, darüber hinaus hat die Postbank deutschlandweit ein flächendeckendes Standortnetz der Filialen und Tochtergesellschaften.



Die Auswahl unseres Personals erfolgt standortbezogen nach Qualifikation und Motivation des Bewerbers und nicht nach Rasse, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Geschlecht, Behinderung, Alter oder sexueller Identität.



Entlohnung

Das gezahlte Gehalt bemisst sich in der Postbank nach der ausgeübten Tätigkeit des Mitarbeiters und nicht nach Geschlecht, Rasse, Religion oder Herkunft. Über einen „Unternehmenserfolgsbonus“ werden Arbeitnehmer am Erfolg des Konzerns beteiligt; über einen „Leistungsbonus“ werden Individual- oder Teamleistungen honoriert. Die Ermittlung des „Leistungsbonus“ erfolgt dabei über eine Zielvereinbarung oder Leistungsbeurteilung. Seit 2007 wurde auch für die beamteten Mitarbeiter der Postbank ein variables Leistungsentgelt entsprechend des Leistungsbonus für nicht leitende Arbeitnehmer eingeführt. Eine leistungsorientierte Bezahlung besteht in der Postbank somit für nahezu alle Mitarbeiter.

Mitarbeiterbefragung

Vom 07.06. bis 02.07.2010 wurde unter dem Motto „Mitmachen! Mitwirken!“ die Mitarbeiterbefragung des Postbank Konzerns durchgeführt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hatten hierbei Gelegenheit, dem Management Feedback zu zentralen Themen zu geben. Die Aussagen sind von zentraler Bedeutung für die Gestaltung der zukünftigen Arbeitswelt in der Postbank. Durch ihre Offenheit haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen wesentlichen Beitrag zur Identifizierung von Optimierungspotenzialen, aber auch zum Kennenlernen der Stärken des Unternehmens geleistet. Im Vergleich zu der Befragung im Jahre 2008 konnte die Beteiligungsquote erheblich verbessert werden. In den folgenden Monaten werden die Ergebnisse von den Führungskräften

an die Mitarbeiter kommuniziert, Verbesserungsfelder besprochen und geeignete Folgemaßnahmen abgeleitet. Ziel ist es, schon Anfang 2011 durch die ergriffenen Maßnahmen nachhaltige Veränderungsprozesse anzustoßen.

Mitarbeiterführung mit Verstand

„Wie ein Mitarbeiter sich fühlt, hängt direkt davon ab, was für eine Arbeitsatmosphäre die Führungskraft schafft“, so Hans-Peter Schmid, Mitglied des Vorstands während einer Führungskräfte-tagung des Filialvertriebs. Hier habe die Mitarbeiterbefragung 2008 gezeigt, dass die Vorgesetzten in puncto Vertrauen und Wertschätzung noch erfolgreicher werden können. Er appellierte an alle Führungskräfte, die verschiedenen Führungsinstrumente und natürlich das persönliche Gespräch mit den Mitarbeitern im Alltag nicht zu vernachlässigen. Den Teilnehmern wurde das in Zusammenarbeit mit der Führungskräfteentwicklung neu entwickelte Führungsverständnis vorgestellt.

Die Entwicklung und Qualifizierung ihrer Mitarbeiter ist ein wichtiges Anliegen der Postbank, denn gut ausgebildete Nachwuchskräfte und Mitarbeiter sind ein entscheidender Faktor für den dauerhaften und langfristigen Erfolg eines Unternehmens.

Aus- und Weiterbildung



Auch die Postbank Filialvertrieb AG übernimmt Auszubildende. Im März 2010 wurden 59 Auszubildende als Kundenberater und 7 als Schaltermitarbeiter übernommen.

Auch das Umweltmanagementsystem der Postbank wird im Rahmen der Ausbildung innerhalb der Kick-Off-Veranstaltungen behandelt, um bereits zu Anfang den Auszubildenden das Thema Umwelt- und Klimaschutz nahezubringen.

Der ebenfalls für die Nachhaltigkeit relevante Workshop „Anti-Rassismus-Training“ (ART) behandelt Themen wie Fremdenfeindlichkeit, Rassismus und Gewalt, die im Rahmen von Projekten eigenständig von den Auszubildenden aufbereitet werden. Der Auseinandersetzung mit diesen Themen kommt in den immer heterogeneren Ausbildungsgruppen eine besondere Bedeutung zu. Deshalb wird im Rahmen der beruflichen Erstausbildung durch geeignete Maßnahmen auf eine angemessene Werteorientierung der Auszubildenden in der Gesellschaft, deren verantwortungsvolle Mitgestaltung, eine Förderung der Zivilcourage und auf einen toleranten und gewaltfreien Umgang hingewirkt.

Ausbildung

Zum 31.12.2009 waren 861 Auszubildende im Postbank Konzern beschäftigt. Davon studieren 18 Auszubildende berufsbegleitend an der Frankfurt School of Finance and Management in Frankfurt, 17 Studenten erwerben neben ihrer Berufspraxis theoretische Inhalte an der Hochschule Weserbergland in Hameln. Durch diese beiden Kooperationen hat die Postbank verlässliche Partner für den eigenen universitären Nachwuchs.

171 Auszubildende bestanden in 2009 die Prüfungen (98 %); von diesen erhielten rund 94 % ein Übernahmeangebot, 84 % davon nahmen das Angebot an.



Über die fachlichen Ausbildungsinhalte hinaus werden durch Workshops, Trainings, Lernaufträge und LernClips folgende Themen behandelt:

- „Job Fit“-Gesundheitsbildung
- Ergonomie und Arbeitssicherheit
- Rhetorik und Methodenkompetenz
- Soziale Kompetenz

Auch in 2009 nahmen die Nachwuchskräfte der Postbank mit großem Erfolg an diversen Wettbewerben und Azubi-Awards teil, wie dem KDM-Wettbewerb, dem Frankfurt School of Finance & Management Award oder dem Bankfachklasse Award.

Weiterbildung

Die Mitarbeiterentwicklung der Postbank zeichnet sich durch eine bedarfsorientierte Vorgehensweise aus, mit der die Mitarbeiter im Rahmen ihres Tätigkeitsbereichs gezielt gefördert werden. Hierzu trägt auch die für alle Mitarbeiter, die dem „Entgelttarifvertrag der Deutsche Postbank AG“ (ETV) unterliegen, verbindliche Zielvereinbarungs- bzw. Leistungsbeurteilungssystematik bei: Im Rahmen der regelmäßig durchzuführenden Zielvereinbarungs-, Zielerreichungs-, Leistungsbeurteilungs- und Monitoringgespräche erfolgt ein Abgleich der spezifischen Anforderungen mit den vorliegenden bzw. notwendigen Kompetenzen des Mitarbeiters; es wird gemeinsam mit dem Vorgesetzten besprochen, in welchen Bereichen eine individuelle Entwicklung erforderlich ist. Hieraus ergeben sich individuelle Entwicklungspläne, die Grundlage der weiteren Qualifizierung des Mitarbeiters sind.

Bei der Weiterbildung werden zunehmend „Blended Learning-Konzepte“ eingesetzt, die das gesamte Methodenspektrum von der Bearbeitung eines Lernprogramms am Computer über Trainings bis hin zur individuellen Begleitung durch einen Trainer abbilden. Über unsere eLearning-Plattform „Lernen im Netz“ (LIN) hat ein Großteil der Mitarbeiter Zugang zu einem breiten Angebot an Lernmedien. LIN ist an jedem Computer-Arbeitsplatz verfügbar und umfasst Postbank spezifische Inhalte (Produkte, Prozesse), allgemeines Bankwissen und leicht umsetzbare verhaltensbezogene Themen (z. B. Zeitmanagement). Der aufeinander abgestimmte Mix aus Präsenz-Maßnahmen für verhaltens-/praxisrelevante Inhalte (Trainings, Workshops) und Selbstlernphasen – u. a. über eLearning – garantiert nicht nur einen hohen Lern- und Umsetzungserfolg, sondern zugleich eine hohe Effizienz in Bezug auf Planung und Durchführung.

LIN fördert das eigenverantwortliche und initiative Lernen und bietet Raum für entdeckendes und situatives Lernen. Zudem erfüllt diese Lernform grundlegende Anforderungen bezogen auf Wissensmanagement und „lebenslanges Lernen“.

Wir können unseren Mitarbeitern inzwischen auch ein breiteres Spektrum an LernClips mit unmittelbarem Bezug zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen anbieten. Hier denken wir vor allem an den LernClip zum Umweltmanagementsystem der Postbank, aber auch an die LernClips zum Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz.

Ein im Jahr 2008 aufgesetztes „Junior-Management-Programm“ bereitet Management-Talente der Postbank auf künftige Führungsaufgaben vor. Rund 70 nicht leitende Mitarbeiter aus allen Teilen des Postbank Konzerns haben das Programm bis zum Frühjahr 2010 absolviert.

Dieses berufsbegleitende Entwicklungsprogramm besteht aus mehreren Modulen, die individuell für die Teilnehmer zusammengestellt werden. Zur Auswahl standen im Durchgang 2009/10 etwa Seminare zu den Themen „Kundenorientierung und Unternehmertum“ oder „Mitarbeiter führen und erfolgreich machen“.

Um offene Stellen mit internen Mitarbeitern besetzen zu können, erhalten interessierte Mitarbeiter die Chance, eine neue Stelle vor Ort in der Fachabteilung ca. 3 Monate per Hospitation kennen zu lernen. Das notwendige Basis-Know-how für die ausgeschriebene Stelle erhalten die Mitarbeiter während dieser Zeit durch entsprechende Qualifizierungsmodule, so dass sie sich auch fachlich einen guten Einblick in die eventuell neue Tätigkeit verschaffen können. Am Ende der Hospitations- und Qualifizierungsphase entscheiden Mitarbeiter und Fachseiten, ob die Stelle in Frage kommt. Sollte dies nicht der Fall sein, können die Mitarbeiter an ihren alten Arbeitsplatz zurückkehren. Seit Ende 2009 gibt es darüber hinaus für interessierte Mitarbeiter ein spezifisches Qualifizierungsprogramm als Seiteneinstieg zum Mitarbeiter Service und Verkauf im Filialvertrieb.



Die Vereinbarkeit von persönlicher und beruflicher Lebensführung zu ermöglichen, zu unterstützen und zu fördern, ist fester Bestandteil der Philosophie der Postbank und trägt zum Unternehmenserfolg der Postbank bei.

Work-Life-Balance



Eine ausgeglichene und den individuellen Bedürfnissen angepasste Balance zwischen Privat- und Arbeitsleben ermöglicht den Beschäftigten der Postbank, ihre persönliche und berufliche Lebensführung zu vereinbaren. Ausgeglichene Mitarbeiter sind motivierter und erfolgreicher. Wer sich wohl fühlt an seinem Arbeitsplatz, wird sich stärker mit seinem Unternehmen identifizieren und positiv zum Betriebsklima beitragen. Um unsere Mitarbeiter bei der Umsetzung ihrer individuellen Work-Life-Balance zu unterstützen, bietet die Postbank verschiedene Maßnahmen und Möglichkeiten. Dazu gehören unter anderem:

Teilzeitangebote

Die Postbank bietet Teilzeitlösungen für interessierte Mitarbeiter; Ende 2009 lag die Teilzeitquote bei rund 24 %. Insbesondere nutzen in den letzten Jahren immer mehr Männer das Angebot, die Arbeitszeit zu reduzieren und so mehr Zeit für Familie, persönliche Weiterbildung und Hobbys zu gewinnen.

Flexible Arbeitszeiten

Umfassende Gleitzeitregelungen legen fest, innerhalb welcher zeitlichen Bandbreite gearbeitet werden kann. Ausgehend von Dienstplänen mit einer regelmäßigen Wochenarbeitszeit von 38,5 Stunden bei Vollzeitbeschäftigung besteht die Möglichkeit, die Tagesarbeitszeit ggf. durch Schichten unterschiedlicher Lage und Dauer abzudecken. Neben der täglichen Arbeitszeit kann auch die wöchent-

liche Arbeitszeit in einem Ausgleichszeitraum von bis zu 12 Monaten bis zu einer maximalen Wochenarbeitszeit von 48 Stunden variieren.

Bei Teilzeitbeschäftigung bestehen wegen der geringeren Arbeitszeit tendenziell größere Freiräume in der Verteilung der Arbeitszeit auf die Arbeitstage. In der Zentrale in Bonn wird zudem auf eine Kernzeit verzichtet. Hier regeln die Arbeitsteams ihre tägliche Besetzung weitgehend selbst. Zeitguthaben können durch freie Tage ausgeglichen werden.

Ziel flexibler Arbeitszeitmodelle ist es, Lage und Dauer von Arbeitszeiten an die betrieblichen Erfordernisse sowie an die Quantität und Qualität der jeweils eingesetzten Arbeitskräfte optimal anzupassen und dieses Ziel bestmöglich mit den persönlichen Wünschen und Vorstellungen der Beschäftigten in Einklang zu bringen.

Modelle zur weiteren Flexibilisierung der Arbeitszeit, z. B. Modelle mit Langzeitkonten sind in der Diskussion mit dem Tarifpartner.

Familienservice

Schon seit einigen Jahren fördert die Postbank Betreuungsplätze in der Kinderkrippe „Bumble Bees“ für Kinder bis zum Alter von 3 Jahren. Das Betreuungsangebot des Dienstleisters PME-Familienservice wird sehr geschätzt und die Plätze werden stark nachgefragt.

Ab Sommer 2010 hat der Arbeitgeber deshalb sein Angebot erweitert und zu-

sätzliche Betreuungsplätze für Kinder im Alter von 2 bis 6 Jahren in einer neuen Kindertagesstätte unweit der Postbank Zentrale bereitgestellt.

Der Arbeitgeber fördert damit Karriere mit Familie und möchte insbesondere die bereits erfolgte oder zukünftige Rückkehr von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an den Arbeitsplatz bei der Postbank ermöglichen.

Die Details: Die neue Kindertagesstätte wurde am 01.09.2010 mit zwei Kindergartengruppen eröffnet. Die Postbank wird insgesamt 15 Plätze mit Mitarbeiterkindern belegen. Die Kindertagesstätte hat für berufstätige Eltern besonders günstige Öffnungszeiten (Mo.–Fr. 7.30–18.00 Uhr) und im Gegensatz zu kommunalen Einrichtungen keine Schließzeiten in den Ferien.

Die Vergabekriterien sowie die Elternbeiträge – gestaffelt nach Familieneinkommen – sind mit dem Konzernbetriebsrat verhandelt worden und in einer Konzernbetriebsvereinbarung niedergelegt.

Erholungswerk

Das Erholungswerk von Telekom, Post und Postbank bietet den aktiven und ehemaligen Beschäftigten der Postbank Reisen in das In- und Ausland zu attraktiven Preisen und mit ausgezeichneter Qualität an. Insbesondere Familien können aus einer Vielzahl speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittener Angebote auswählen.

Sozialfonds

Für den Sozialfonds stellt die Postbank jährlich je Mitarbeiter eine Pauschale zur Verfügung. Der Gesamtetat wird auf die verschiedenen Standorte aufgeteilt. Aus dem Sozialfonds werden soziale Leistungen der Postbank an die Mitarbeiter finanziert, z. B. der Aufwand von Betriebsfesten, Geschenksparbücher und die einmaligen Unterstützungen für außergewöhnliche Notfälle von Beschäftigten. Im Jahr 2009 hat die Postbank ein Budget von insgesamt über 233.000 EUR zur Verfügung gestellt.

Betreuungswerk

Das Betreuungswerk Post Postbank Telekom vereint die Hilfe für Waisen und bedürftige Familien, die Seniorenbetreuung sowie die Gewährung von Studienbeihilfen für studierende Kinder der Beschäftigten unter einem Dach. Die Stiftung gewährt Bedürftigen aus den Trägerunternehmen Post, Postbank und Telekom finanzielle Hilfen in Notlagen, organisiert die Seniorenbetreuung für Rentner und Senioren der Trägerunternehmen und gewährt studierenden Kindern von Beschäftigten Studienbeihilfen.



Forschungsprojekt: Frauen in Karriere

Die Postbank beteiligt sich seit Herbst 2009 an dem Projekt „Frauen in Karriere. Chancen und Risiken für Frauen in modernen Unternehmen“.

Ziel des Projekts ist, Karriereentwicklungen von Frauen in modernen Unternehmen zu untersuchen. Die gemeinsame Forschungsgruppe der TU München und des ISF (Institut für sozialwissenschaftliche Forschung) München erhebt ihre Daten mittels qualitativer Interviews in verschiedenen Ressorts sowohl mit leitenden Angestellten als auch mit zahlreichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die explorative Phase steht kurz vor ihrem Abschluss. Das Gesamtprojekt wird noch bis Ende 2011 laufen und auch von anderen Konzernen, wie Telekom, SAP und Siemens, unterstützt.



Für Unternehmen spielt der Erhalt der Gesundheit der Mitarbeiter eine wichtige Rolle. Die Postbank bietet ihren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld, das ihre Gesundheit und Leistungsfähigkeit langfristig stärkt und erhält. Sie hat im Rahmen ihres Gesundheitsmanagements sowie im Arbeits- und Brandschutz verschiedene Maßnahmen etabliert.

Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und Brandschutz



Gesundheitsmanagement

Zunehmend steht für Unternehmen nicht die Beseitigung krankmachender Faktoren im Fokus, sondern das Ergreifen präventiver Maßnahmen, die die Mitarbeiter bei der Erhaltung und Stärkung ihrer Gesundheit unterstützen.

In der Postbank wurden bereits im Jahr 2005 die organisatorischen Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Unterstützung von Gesundheitsmaßnahmen durch interne und externe Partner untersucht. Zur Erstellung des Konzepts eines spezifischen Gesundheitsmanagements wurden unter Einbeziehung von Maßnahmen für spezielle Zielgruppen künftige Schwerpunktthemen identifiziert.

Auf dieser Grundlage wurden seitdem in der Postbank eine Reihe von Gesundheitsmaßnahmen mit kompetenten Partnern, wie Deutsche Betriebskrankenkasse, Unfallkasse Post und Telekom und anderen durchgeführt. Die jährlich stattfindenden Gesundheitstage in der Postbank haben unterschiedliche Themenschwerpunkte: Im Jahr 2005 wurden erstmals an Großstandorten der Postbank 11 Gesundheitsmessungen mit den Leitmotiven „Bewegung“, „gesunde Ernährung und ausgeglichene Lebensführung“ durchgeführt. Schwerpunkt der Aktionen im Jahr 2006 waren die Themen „Gesundheit und Mobilität“. Im Jahr 2007 wurde eine Gemeinschaftsaktion „GesundheitPlus“ mit der Deutschen BKK gestartet, dabei lag der Schwerpunkt bei Rückengesundheit. 2008 standen „Ernährung, Stress, Sucht und Bewegung“ im Mittelpunkt, in 2009 das Thema „Herz-Kreislauf“ sowie 2010 das Thema „Muskel- und Skeletterkrankungen“. Darüber hinaus nehmen alle Auszubildenden an mehreren Modulen zur gesundheitlichen Prävention teil.

Zusammen mit externen Anbietern werden den Mitarbeitern dabei auch Gesundheitsmaßnahmen angeboten, wie z. B. Herz-Check im Betrieb, Rücken-Check, Gymnastik und Massagen. Es finden Gripeschutzimpfungen und Augenuntersuchungen statt. Regelmäßig werden die Mitarbeiter zum Thema Ergonomie am Arbeitsplatz beraten.

Darüber hinaus wurden 2008 an den großen Standorten Lauftreffs eingerichtet, die in 2009 durch Nordic Walking Gruppen ergänzt wurden. Es gibt zahlreiche Betriebssportgruppen. Die Postbank stellt in ihrer Zentrale und an einigen großen Standorten ihren Mitarbeitern einen Fitnessraum zur Verfügung.

Begleitet werden die Aktionen durch regelmäßige Informationen in der internen Mitarbeiterzeitschrift. Beigefügte Flyer und Poster dienen einer intensiven Beschäftigung mit Gesundheitsaspekten, geben Tipps für bewusste Ernährung oder Ausgleichsgymnastik. Zum Schutz von Nichtrauchern wurde darüber hinaus von der Postbank ein generelles Rauchverbot eingeführt, von dem nur die extra eingerichteten Raucherräume ausgenommen sind.



Um möglichst frühzeitig gesundheitliche Probleme erkennen zu können, haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit zur Teilnahme an Screenings (Hautscreening, Venenscreening, Cardio Neuro Screening, Messung der Knochendichte). Weitere Angebote zur Erhaltung und Stärkung der Gesundheit sind die Durchführung von Kursen (Rücken- und Ausgleichsgymnastik, Entspannung, Tai Chi, Raucherentwöhnung) sowie Massagen am Arbeitsplatz. Im Jahr 2010 wurde ein Stresseminar für die Mit-

arbeiter und Führungskräfte neu konzipiert. Die angebotenen Maßnahmen an den bundesweit durchgeführten Gesundheitstagen werden von den Mitarbeitern gut angenommen. Im Jahr 2009 haben über 1.000 Mitarbeiter am Cardio Neuro Screen (Med X5) teilgenommen, in 2010 zeigt sich bereits eine ähnlich hohe Resonanz.

Zur Ermittlung und Beurteilung psychischer Belastungen am Arbeitsplatz gemäß DIN ISO10075 wurden im Jahr 2008 an sechs großen Standorten der Postbank Mitarbeiterbefragungen durchgeführt, die übrigen Großstandorte folgten im Laufe des Jahres 2009.

Arbeitsschutz und Brandschutz

Gemäß des Regelwerks für Arbeitsschutz und Brandschutz (Gesetze, Verordnungen, Unfallverhütungsvorschriften, Handbuch für Brandschutzbeauftragte etc.) trägt der Arbeitgeber die unteilbare Gesamtverantwortung. An den Standorten der Postbank sind die Innenleiter (Leiter der Großstandorte) per Pflichtenübertragung mit der Arbeitgeberfunktion beauftragt. Den Innenleitern stehen Betriebsärzte und Fachkräfte für Arbeitssicherheit (FASi) beratend zur Seite. Letzteren sind auch die Aufgaben des Brandschutzbeauftragten (BSB) im vorbeugenden und baulichen Brandschutz übertragen worden.

Im Rahmen eines Dienstleistungsvertrags werden Arbeitsschutz und Brandschutz für die Postbank Filialen von der Deutschen Post AG durchgeführt.

Auf Basis eines am Jahresanfang von den FASi/BSB im Zusammenwirken mit den Innenleitern zu erstellenden und fortzuschreibenden Jahresarbeitsprogramms werden im Postbank Konzern u. a. regelmäßige Begehungen gemäß Arbeitssicherheitsgesetz (ASiG) mit den Betriebsärzten durchgeführt sowie Maßnahmen zur Beseitigung festgestellter Mängel vorgeschlagen. Ebenso werden Gefährdungsbeurteilungen und Dokumentationen gemäß §§ 5 und 6 Ar-

beitsschutzgesetz (ArbSchG) sowie Begehungen im vorbeugenden Brandschutz durchgeführt und Verbesserungsmaßnahmen angeregt.

Bei den regelmäßigen Brandschutzunterweisungen werden die allgemeinen Anforderungen zum vorbeugenden Brandschutz und das sicherheitsgerechte Verhalten im Alarm- und Brandfall erläutert. Darüber hinaus wird bei der Schulung der Brandschutzhelfer u. a. auch der praktische Einsatz im Umgang mit Handfeuerlöschern bei der Bekämpfung von Entstehungsbränden geübt. Regelmäßig werden Räumungsübungen durchgeführt.

Die FASi/BSB beraten u. a. in sicherheitstechnischer Hinsicht bei der Einführung neuer Arbeitsverfahren sowie bei der Einrichtung und ergonomischen Gestaltung von Arbeitsplätzen (inkl. Beurteilung von Umgebungseinflüssen wie Licht, Klima, Lärm). Die FASi wirken ferner mit bei der betrieblichen Umsetzung des Arbeitsschutzes (z. B. Gefahrstoffverordnung und Betriebssicherheitsverordnung) und bei der Analyse von Dienst- und Arbeitsunfällen. Weitere Aufgaben der FASi/BSB sind die Vorbereitung von und die Teilnahme an periodisch stattfindenden Sitzungen des Arbeitsschutzausschusses sowie die Unterstützung bei der Aus- und Fortbildung von Sicherheitsbeauftragten, Erst Helfern und Brandschutzhelfern. Bei der Postbank sind an den großen Standorten Arbeitsschutzausschüsse mit durchschnittlich ca. 10 Teilnehmern eingerichtet.

Um eine sachkundige Beratung auf jeweils aktuellem Stand durchführen zu können, nehmen die FASi/BSB an regelmäßigen, in der Regel halbjährlich stattfindenden Tagungen gemäß ArbSchG und an Fortbildungsseminaren des Unfallversicherungsträgers (Unfallkasse Post und Telekom) teil. In den Jahren 2007 und 2008 wurden ferner die LernClips „Unterweisung Bildschirmarbeit“ und „Unterweisung Brandschutz“ erstellt, die auf der Plattform „LIN“ (Lernen im Netz) allen Beschäftigten im Postbank Konzern zur Verfügung

stehen. In 2010 wurde der Lernclip „Unterweisung Erste Hilfe-Unfallmanagement“ eingeführt.

Die Anforderungen der Arbeitsstättenverordnung zum Nichtrauchererschutz wurden in der Postbank umgesetzt und werden von den Beschäftigten (Rauchern und Nichtrauchern) akzeptiert.

Die Unfallquote liegt seit Jahren mit geringfügigen Schwankungen auf einem insgesamt niedrigen Niveau. Der Schwerpunkt im Unfallgeschehen liegt bei den Wegeunfällen (d. h. bei Unfällen auf dem Weg von und zur Arbeitsstelle). Bei den vergleichsweise wenigen Betriebsunfällen gibt es keinen eindeutigen Schwerpunkt.

Die Postbank begrüßt es, wenn sich Mitarbeiter in sozialen Initiativen engagieren. Daneben bietet unser Ideenmanagement eine Möglichkeit für die Mitarbeiter, sich aktiv an der Verbesserung des Arbeitsgeschehens zu beteiligen.

Mitarbeiterengagement



Bild: Welthungerhilfe



men. Im Jahr 2008 haben sich erstmals Auszubildende des gesamten Postbank Konzerns an den Großstandorten dieser Weihnachtssammlung angeschlossen; die Auszubildenden baten die Mitarbeiter, mit Sammeldosen ausgerüstet, um eine Spende.

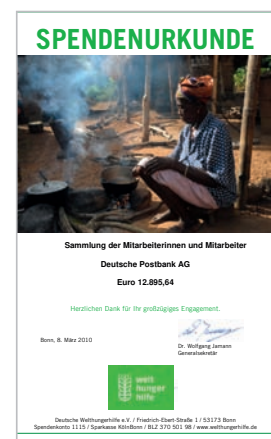
Im Jahr 2009 konnten die Auszubildenden des Postbank Konzerns so fast 13.000 EUR sammeln. Rund 6.000 EUR haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Postbank gespendet, um das Projekt zur Verbesserung der Trinkwasserversorgung in Äthiopien zu unterstützen.

Die Spenden wurden in der Region Amhara, im Norden Äthiopiens, eingesetzt, um Brunnen, ebenso Quelleneinfassungen, Bewässerungssysteme und Sanitäranlagen zu bauen. Ebenso wurde verbessertes Saatgut verteilt und die Menschen wurden darin geschult, ihre Felder effektiver zu bewirtschaften.

Darüber hinaus hat die Postbank ein Projekt in Sierra Leone zur Verbesserung der Grundversorgung und zum Wiederaufbau nach dem Bürgerkrieg unterstützt. Rund

Spendenaktionen

Seit 28 Jahren sammeln Auszubildende der BHW Bausparkasse AG in Hameln erfolgreich für die Deutsche Welthungerhilfe. Insgesamt kamen durch die BHW bis Ende 2009 so bereits über 375.000 EUR zusam-





7.000 EUR hat die Postbank in dieses Projekt investiert und dadurch zu einer verbesserten Lebenssituation für die Bevölkerung durch die Unterstützung von Brunnenbauten sowie den Bau von sanitären Anlagen beigetragen.

www.welthungerhilfe.de

Hilfe fürs Frauenhaus

Kunden und Mitarbeiter der Postbank haben im Juni 2010 mehr als 3.400 EUR an das Bonner Frauenhaus „Frauen helfen Frauen“ gespendet.

Das Geld stammt zum Teil aus Restguthaben aufgelöster Sparkonten, das die Post-



bank auf Wunsch der Kunden einem guten Zweck zur Verfügung stellen sollte. Dieser Betrag wurde von Mitarbeitern der Postbank aufgestockt. Das Geld wird u. a. für einen neuen Fußboden für das Kinderspielzimmer und Babybetten investiert.

Das autonome Frauenhaus bietet Frauen und ihren Kindern Zuflucht, die Schutz vor Gewalt suchen. Hier wird ihnen eine vorübergehende Unterkunft, professionelle Hilfe und Beratung geboten.

Starkverkehr

Seit dem Jahr 2006 unterstützen Auszubildende, Mitarbeiter und Manager der Postbank ihre Kollegen in den Postbank Finanzcentern einige Tage im Weihnachtsgeschäft („Starkverkehr“), um gemeinsam die Flut von Päckchen und Post in den letzten zwei Wochen vor Weihnachten zu bewältigen. Nachdem diese Aktion im Jahr 2006 mit 550 Teilnehmern startete, konnte die Zahl der Freiwilligen auf 900 im Jahr 2007 und sogar auf fast 1.000 für das Jahr 2008 gesteigert werden. Im Jahr 2009 nahmen erstmals über 1.000 Mitarbeiter am Starkverkehr teil. Dies zeigt die hohe Zustimmung unserer Mitarbeiter für die Initiative.

Die Freiwilligen unterstützen dabei in mehreren Bereichen, unter anderem nehmen sie von Kunden vorausbezahlte Pakete an, geben benachrichtigte Briefe und Päckchen aus, sortieren Päckchen und Pakete oder versorgen ihre Kollegen am Schalter mit Nachschub. Diese Aktion der Postbank hilft dabei, Wartezeiten zu verkürzen, dient der Entlastung der Kollegen in den Filialen und vermittelt allen Beteiligten Teamgeist und gegenseitige Wertschätzung. Ferner sammeln die Teilnehmer durch den erhaltenen Einblick in die betrieblichen und vertriebslichen Prozesse einer Filiale wertvolle Erfahrungen. In die Aktion eingebunden sind Mitarbeiter aus allen Bereichen der Postbank, darunter auch Führungskräfte und Vorstandsmitglieder.

Business@School

Das Projekt „Business@School“ ist eine Initiative der Boston Consulting Group. Ziel ist es, Schülern zu ermöglichen, die Wirtschaft praxisorientiert kennenzulernen, im Team Schlüsselqualifikationen zu erwerben und sich auf die Welt nach der Schule vorzubereiten. Die Teilnehmer beschäftigen sich dazu ein Schuljahr lang mit Großunternehmen sowie kleinen Wirtschaftsunter-

nehmen aus ihrer Region und entwickeln zum Abschluss eine eigene Geschäftsidee. Am Ende jeder Projektphase präsentieren die Schülerteams ihre Ergebnisse vor Publikum. Die besten Businesspläne werden bei Veranstaltungen auf Schul-, Regional- sowie Europaebene von einer Jury ausgezeichnet. An der Initiative nehmen Schulen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien, Norwegen und Singapur teil.

Um die Praxisnähe zu gewährleisten, engagieren sich Vertreter aus der Wirtschaft ehrenamtlich als Betreuer in den Schulen, darunter seit 2007 auch Mitarbeiter der Postbank.

www.business-at-school.de

Ideenmanagement

Durch das betriebliche Vorschlagswesen, dem „Ideenmanagement“, werden die Mitarbeiter der Postbank aktiv in das unternehmerische Geschehen einbezogen, indem betriebliche Verbesserungsvorschläge identifiziert, zusätzliche Erträge generiert, Kosten gespart und Prozessabläufe effektiver gestaltet werden. Bei Vorschlägen mit bewertbarem finanziellem Nutzen für die Bank wird die aus der Umsetzung resultierende Ersparnis berechnet. Dem Einreicher wird bei Realisierung der Idee eine Prämie gezahlt. Vorschläge mit nicht bewertbarem Nutzen werden mit Punkten bewertet, die zur Teilnahme an der vierteljährlichen Tombola des Ideenmanagements berechtigen.

Auch im Jahr 2009 lieferten Ideenwettbewerbe mehr als 3.000 Ideen aus allen Teilen des Postbank Konzerns. Dieser Trend setzt sich im ersten Halbjahr 2010 mit mehr als 1.700 Ideen fort.



Kunden | *Die Postbank beachtet bei Einführung neuer Produkte und Geschäftsprozesse die Wünsche und Bedürfnisse sowie die jeweilige Lebens- und Einkommenssituation ihrer Kunden. Darüber hinaus verpflichtet die Postbank ihre Vertriebsmitarbeiter zu fairer, objektiver Beratung und adressatengerechter Aufklärung entsprechend gesetzlichen und freiwilligen Ansprüchen.*

Verbraucherschutz

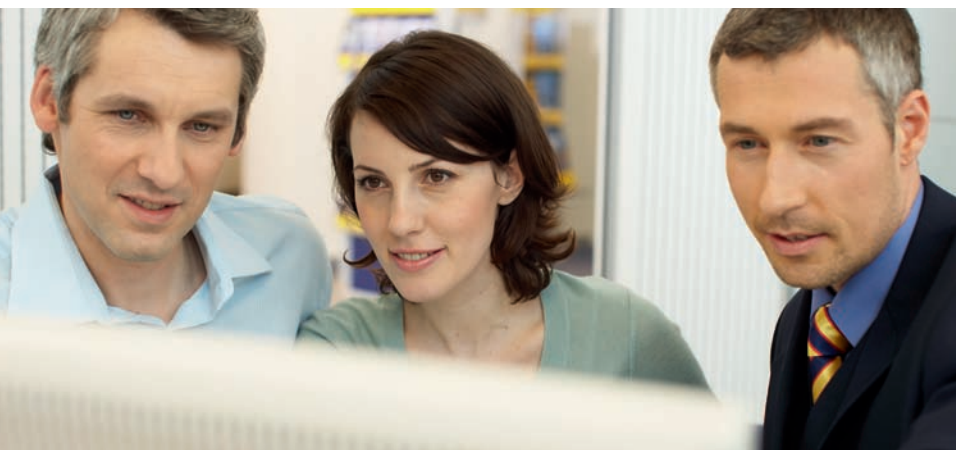
Verbraucherkredite

Die Vorbeugung vor Überschuldung unserer Kunden ist der Postbank ein wichtiges Anliegen. Diesem tragen wir insbesondere durch moderne Scoringverfahren bei der Kreditvergabe Rechnung. Finanzielle Einschnitte in die Lebenssituation und Lebensstandards unserer Kunden bei etwaigem Kreditausfall sollen dabei von vornherein vermieden werden. Auswahl Faktoren wie beispielsweise Geschlecht oder Religion finden hierbei keine Anwendung – mit einer Ausnahme: Um den Schutz von Minderjährigen zu gewährleisten, werden an Personen unter 18 Jahren weder Ratenkredite noch Dispositionskredite vergeben. Sofern sich trotz der angewandten Sorgfalt Schwierigkeiten bei der Bedienung der Kredite ergeben, betrachtet die Postbank jeden Einzelfall individuell und prüft, wie dem Kunden mittels Stundungen, Tilgungsaussetzung, Kreditneustrukturierung etc. geholfen

werden kann. Im Juli 2008 zeichnete das Deutsche Institut für Service-Qualität den Postbank Ratenkredit als Testsieger aus. Mit einer Verlängerung der Rücktrittsfrist von 14 auf 30 Tage nach Vertragsabschluss und der Ermöglichung von Sondertilgungen bis zu 50 % des Kreditbetrags hat die Postbank in 2010 die verbraucherfreundliche Ausgestaltung ihrer Konditionen nochmal verbessert. Zusätzlich ist im Internet auf der Homepage der Postbank zur umfassenden Information und Aufklärung eine Zusammenstellung von über 50 Fragen und Antworten rund um das Thema „Kredit“ eingestellt.

Auch auf die Gestaltung, Einführung und den Vertrieb von Bankprodukten legt die Postbank besonderes Augenmerk, um eventuelle negative Effekte auf Verbraucher, Umwelt und Gesellschaft von vornherein auszuschließen. So stellt die Postbank beispielsweise im Rahmen ihres „Best Select“-Ansatzes eine bedarfsgerechte Beratung bei Investmentfonds sicher: So bietet die Postbank ihren Kunden nicht nur eigene Postbank Fonds an, sondern gleichrangig auch Produkte anderer Kreditinstitute – entscheidend ist hierbei, welcher Fonds am ehesten den Bedürfnissen des Kunden entspricht. Im Zuge des Strategieprogramms „Postbank4Future“ beabsichtigen wir, künftig noch mehr als bisher einfache, verständliche und transparentere Produkte anzubieten.

Im Rahmen unseres Produkteinführungsprozesses ist auch eine Stellungnahme des Umweltmanagementbeauftragten der Postbank hinsichtlich der Beachtung von



umweltrelevanten oder ethischen Fragestellungen obligatorisch. Ferner haben Kunden die Möglichkeit, ethisch oder ökologisch ausgerichtete Bankprodukte und -dienstleistungen der Postbank in Anspruch zu nehmen.

Wertpapiergeschäft

Um den in den vergangenen Jahren deutlich gestiegenen Qualitätsanforderungen im Wertpapiergeschäft Rechnung zu tragen und die Qualifizierung der Berater im Finanzmanagement der Postbank Finanzberatung gezielt voranzutreiben, wurde zum 01.04.2010 ein „Wertpapier-Führerschein“ für die Vermittlung von Einmalanlagen im Fondsgeschäft eingeführt. Ab 01.07.2010 dürfen nur noch Berater, die diesem Führerschein zugrundeliegende Qualifizierungsmaßnahmen erfolgreich abgeschlossen haben, Verträge über Einmalanlagen abschließen.

Flächendeckende Bargeldversorgung

Das bestehende, ohnehin bereits engmaschige Netz der SB-Automaten zur Bargeldversorgung wurde im Betrachtungszeitraum nochmals optimiert. Durch Integration in das Netz der Cash Group (Deutsche Bank, Commerzbank, Hypo-Vereinsbank und Postbank) stehen den Postbankkunden nach wie vor gut 7.000 Geldautomaten zur Verfügung. Seit Aufnahme der Kooperationen mit Shell und OBI können sich die Postbankkunden kostenlos zusätzlich an etwa 1.300 bzw. knapp 200 weiteren Ausgabegeräten mit Bargeld versorgen. Die bei Shell eingesetzten Geräte sind keine Geldautomaten im herkömmlichen Sinn sondern „Cash Recycling Systeme“. Mit den Bareinnahmen der Tankstellen werden in diesem neu entwickelten Verfahren die Ausgabeeinheiten befüllt. Somit reduzieren sich sowohl der Aufwand für die Bargeldlogistik als auch das Beraubungsrisiko erheblich. Allein im Juli 2010 konnten dadurch umgerechnet ca. 820 Geldtransportfahrten eingespart werden.

Online Planungshilfen

Im Internet stellt die Postbank auf ihrer Homepage diverse Rechenprogramme zur Unterstützung der persönlichen Finanzplanung zur Verfügung. Mithilfe dieser Software können Modellrechnungen und Simulationen in den Aktionsfeldern Sparen + Anlegen, Fonds + Börse, Bausparen + Baufinanzierung sowie Versichern + Vorsorgen erstellt werden. Für den Kunden werden so die Auswirkungen seiner Entscheidungen sofort sichtbar.

Beratung

In der Beratung stehen die Wünsche, Bedürfnisse und die individuelle Lebenssituation unserer Kunden an erster Stelle. Im Beratungsprozess folgt auf die Kundenansprache eine systemunterstützte Analyse von Kundenwünschen und -zielen. Die Systemunterstützung begünstigt eine hohe Beratungsqualität (Vermeidung von Rechenfehlern, Vorlegen gedruckter Unterlagen etc.). Der gesamte Beratungsprozess wird auditert und durch den TÜV zertifiziert, um für unsere Kunden eine stets hohe und gleichbleibende Beratungsqualität sicherzustellen. Um die Erfahrungen speziell von Senioren zu nutzen und deren Bedürfnisse zu kennen, hat die Postbank im März 2006 einen „Kundenbeirat 60plus“ gegründet.

Weitere Informationen zum Kundenbeirat 60plus im Kapitel „Demografischer Wandel“.

Marken- und Produktkommunikation

Die Marken- und Produktkommunikation dient zuallererst dem Zweck, Kunden wie Nichtkunden wirkungsvoll und zielgerichtet anzusprechen und von unterschiedlichen Produkten zu überzeugen. Hierbei ist die Wahl und Gestaltung unserer Werbemittel so ausgelegt, dass sie dem Kunden helfen kann, sich vertrauensvoll und gewissenhaft für ein Produkt zu entscheiden.

Bei der Kundenkommunikation besteht in Bezug auf die Verwendung von Papieren eine besondere Umweltrelevanz. Unser Ziel ist es – in Einklang mit unserer Paper Policy – verantwortlich, effizient und schonend mit der Ressource Papier umzugehen. Dies betrifft unsere papierhaften Werbemittel wie z. B. Briefpapiere, Broschüren, Flyer und Formulare. Hierbei kommen nur solche Papiere zum Einsatz, die aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammen und nach international anerkannten Standards zertifiziert sind.

Weitere Informationen im Kapitel „Leitlinien“ unter dem Abschnitt „Paper Policy“.

Beim Einkauf von Werbeartikeln für unsere internen und externen Kunden orientieren wir uns an einer ökonomisch ausgewogenen Auswahl ökologisch und sozial verträglich produzierter Artikel in Übereinstimmung mit der gewünschten Werbeaussage. Es ist beabsichtigt, die Fokussierung auf solche Werbeartikel auszubauen, die nach der EG-Öko-Verordnung zertifiziert sind.



Der vertrauensvolle Umgang mit sensiblen Daten unserer Kunden stellt eine grundlegende Herausforderung für eine Bank dar, verpflichtet uns zum sorgfältigen Umgang mit Informationen und einem weitgehenden Schutz unserer Kunden vor Internetkriminalität.

Datenschutz und Datensicherheit



Datenschutz

Die Geschäfte zwischen den Kunden und der Postbank sind Vertrauenssache. Das uns von unseren Kunden entgegengebrachte Vertrauen hat für die Postbank einen hohen Stellenwert. Wir sehen eine große Verpflichtung darin, mit den uns überlassenen Daten sorgsam umzugehen und diese vor Missbrauch zu schützen.

Die Postbank unterliegt als privatrechtliches Unternehmen den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und weiteren Normen mit datenschutzrechtlichem Regelungsinhalt. Sie hat sich als Kreditinstitut in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) gegenüber ihren Kunden u. a. zur Wahrung des Bankgeheimnisses verpflichtet. Die Aufsicht über die Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen obliegt dem Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit des Landes Nordrhein-Westfalen. Die Postbank hat einen Datenschutzbeauftragten bestellt; er ist in der Postbank als „neutrale Stelle“ fachlich unabhängig, weisungsfrei, dem Vorstand „Ressourcen/Kredit“ unmittelbar unterstellt und berichtet diesem Vorstand direkt.

Unsere Beschäftigten und externen Berater sind nach § 5 BDSG auf die besonderen Verschwiegenheitspflichten sowie auf das Bankgeheimnis verpflichtet worden, erhalten ein Merkblatt mit Hinweisen und werden auf Verschwiegenheitspflichten, wie z. B. Wahrung der Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse und des Bankgeheimnisses hingewiesen und regelmäßig geschult.

Für die Sicherheit der Daten sorgt in der Postbank auch moderne Internet-Technik, die laufend an die technologischen Entwicklungen angepasst wird. Wir setzen technische und organisatorische Sicherheitsmaßnahmen ein, um die Daten gegen Manipulationen, Verlust, Zerstörung oder den Zugriff unberechtigter Personen zu schützen.

Als Folge der stetig wachsenden Sensibilität der Kunden im Umgang mit ihren Daten sowie der Berichterstattung in den Medien über Datenschutzbelange nehmen die Kunden immer öfter auch ihr Recht auf Auskunft (§ 34 BDSG) sowie die direkte Kontaktaufnahme zum Datenschutzbeauftragten der Postbank wahr. Die Zahl der Kundenanfragen stieg von 2008 mit 398 Vorgängen auf 1.513 Anfragen in 2009. Ein enormer Anstieg war ab Ende Oktober 2009 nach Medienberichten über Abfragemöglichkeiten der Postbank Finanzberatung AG auf Postbank Kundendaten zu verzeichnen.

Davon entfielen auf die Bearbeitung von Auskunftsanfragen gemäß § 34 BDSG über die bei der Postbank über die Kunden gespeicherten Daten einschließlich der Klärung der Frage, wohin die Daten ggf. weitergeleitet wurden:

- Jahr 2007 37 Anfragen
- Jahr 2008 41 Anfragen
- Jahr 2009 878 Anfragen
- 1. Hj. 2010 376 Anfragen

Auch die Anzahl der Beschwerden bei der Aufsichtsbehörde (i. d. R. beim Landesdatenschutzbeauftragten NRW) stieg überproportional von 16 Beschwerden im Jahr 2008 auf 36 Beschwerden im Jahre 2009.

Auf diese Entwicklung wurde mit verschiedenen Maßnahmen reagiert. Neben der Anpassung der Verfahren und technischen Einrichtungen wurde durch Kommunikation im Hause eine höhere Sensibilität für das Thema Datenschutz erreicht.



Datensicherheit



mobileTAN – ausgezeichnet! Das TÜV-Gütesiegel der TÜV Rheinland Group belegt, dass Sie sich mit dem mobilen TAN-Verfahren der Postbank auf vorbildliche Sicherheit beim Online-Banking verlassen können.

Im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategie fühlt sich die Postbank auch dem verantwortlichen Umgang mit Menschen verpflichtet, was sich nicht nur auf die jeweilige Person, sondern auch auf deren Eigentum und Privatsphäre bezieht. Aus diesem Grund wird bei Produktkonzeption und Prozessdesign im Online- und Selbstbedienungs-Banking auch besonders darauf geachtet, bereits systemimmanent für Kunden und Partner größtmöglichen Schutz von Vermögenswerten und persönlichen Daten zu konstruieren.

Sicherheit im Online-Banking

Nach wie vor gilt das PIN-/TAN-Verfahren als ein sicheres Legitimationsverfahren für Online-Bankgeschäfte. Im Internet sind jedoch anhaltend Versuche des Datendiebstahls durch gefälschte E-Mails (sog. „Mail-Phishing“) zu beobachten, in denen Empfänger aufgefordert werden, ihre Kontodaten, PIN und TAN auf ebenfalls gefälschten Internetseiten einzugeben. Darüber hinaus haben die Angriffe durch „Trojaner“, also Schadsoftware, die heimlich auf die Rechner der Kunden geschmuggelt wurde und während einer Kunde-Bank Kommunikation Daten abfängt, manipuliert und Zahlungen umleitet, drastisch zugenommen. Neben den

internen soft- und hardwarebezogenen Maßnahmen, mit denen die Postbank ihre Kunden davor bewahrt, durch Betrüger im Internet geschädigt zu werden, verdienen die nachstehenden Methoden besondere Erwähnung:

- **„Mobile TAN“ (mobileTAN):** Für die Erledigung von Bankgeschäften per Handy wird in diesem seit 2003 verfügbaren Verfahren bei der Auftragsfreigabe eine TAN erzeugt und dem Kunden mittels SMS auf das Handy gesandt. Neben der TAN (nur für diese Transaktion gültig) sind in dieser SMS Empfängerkontonummer und Überweisungsbetrag enthalten, sodass der Auftraggeber kriminelle Verfälschungen der Transaktionsdaten sofort und einfach erkennen kann. Die Sicherheit der „mobilen TAN“ wurde vom TÜV Rheinland geprüft und im Dezember 2005 mit dem TÜV-Gütesiegel für vorbildliche Sicherheit im Online-Banking ausgezeichnet. Seit Mai 2010 können im Privatkundengeschäft Online-Überweisungen ab 1.000 EUR nur noch via mobileTAN vorgenommen werden. Die Anzahl der Attacken ist daraufhin auch signifikant zurückgegangen.
- **„Mail-Signatur“:** Fälschungssichere Signatur zum Entlarven von „Phishing-Mails“: Empfänger sehen in der Mail ein Signatursymbol, über das geprüft werden kann, ob die Signatur gültig ist und vom richtigen Absender stammt; ansonsten erscheint ein Warnhinweis.

Sicherheitskonzept der Postbank

Das Sicherheitskonzept der Postbank basiert auf den drei Eckpfeilern Prävention, Reaktion und Aufklärung. Im Zusammenspiel der präventiven Maßnahmen garantieren das Verfahren „Indizierte TAN“ und ein voreingestelltes Betragslimit für Überweisungen bereits ein erhebliches Maß an Sicherheit sowie eine Begrenzung der möglichen Schadenshöhe. Mit Nutzung der kostenlosen und ab einem bestimmten Betrag obligatorischen „Mobile TAN“ Systematik sind erfolgreiche kriminelle Eingriffe in den Online-Zahlungsverkehr ausgeschlossen. Einerseits ergänzen Mail-Signatur und Online-Zertifikate die Palette der technischen und administrativen Vorkehrungen. Andererseits informiert die Postbank regelmäßig in Publikationen und dauerhaft im Internet direkt auf ihrer Homepage.

Sofern trotzdem Schäden entstanden sind, reagiert die Postbank mit schneller Scha-

densabwicklung. Ausgehend von den bekannten Zielkoordinaten wird eine „Täter-Opfer“ Rückverfolgung in Gang gesetzt. Darüber hinaus werden öffentliche Quellen zum Ausbringen von präventiven Sperren (reaktiv aus Sicht der Tat, präventiv aus Schadenssicht) genutzt. In jedem Fall wird Geldwäscheverdachtsanzeige gegen die Finanzagenten erstattet. Konten von Finanzagenten werden gesperrt und gelöscht.

Von wesentlicher Bedeutung sind in der Bekämpfung der Online-Kriminalität auch Aufklärung und Information der Kunden. Dazu stellt die Postbank umfangreiche Tipps und Hinweise zur sicheren Kommunikation im Internet zur Verfügung („Das können Sie tun“, „Die Tricks der Betrüger“, „So schützen wir Sie“, „Aktuelle Hinweise“). Im Schadensfall erhält der betroffene Kunde eine telefonische Sicherheitsberatung. Das „Mobile TAN“-Verfahren und seine Vorteile werden aktiv beworben.

Erfolge

Dem Online-Banking der Postbank wird in zahlreichen Tests ein hohes Maß an Sicherheit attestiert:

- Chip Test Testsieger (2008 und 2009)
- TecChannel Testsieger (2008/2009)

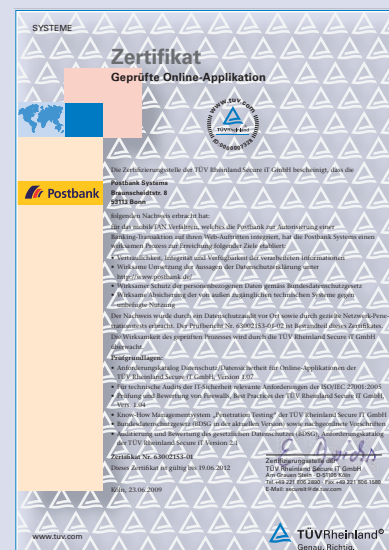
Außerdem wurde die Gesamtkonzeption vom TÜV Rheinland durch Verleihung eines entsprechenden Zertifikates honoriert:

Herausforderungen

Sicherheit des Online-Banking auf hohem Niveau halten.

Ziele

- Weiterentwicklung der Sicherheitsmaßnahmen
- Verbesserung der Sicherheitshinweise
- attraktives Online-Banking auf hohem Sicherheitsniveau



Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Sicherheit im Selbstbedienungs-Banking

Die Qualität der Postbank Geldautomaten wird fortlaufend überwacht. So hat auch das Thema Sicherheit rund um die SB-Geräte bei der Postbank einen sehr hohen Stellenwert. Zur Gewährleistung der höchstmöglichen Sicherheit sind verschiedene Mechanismen und Maßnahmen im ständigen Einsatz.

Seit Ende 2006 werden SB-Geräte der Postbank immer häufiger angegriffen. Aufgrund der hohen Anzahl in Deutschland sind sie besonders von Skimming-Attacken betroffen. Dabei werden die Magnetspuren einer Karte kopiert und die PIN ausgespäht. Die so gewonnenen Daten werden verwendet, um Karten zu duplizieren und dann mit Karte und PIN – vor allem im Ausland – Bargeldtransaktionen durchzuführen. Zusätzlich dazu werden ausgespähte Kreditkartendaten für Transaktionen im Internet eingesetzt.

Um den signifikant steigenden Attacken, den damit verbundenen Schadenssummen und dem Imageverlust der Bank aufgrund negativer Berichterstattung entgegenzuwirken, wurde im August 2008 eine Task Force „SB-Security“ gegründet. In der Task Force wurden konzernübergreifende Arbeitsgruppen zur Erarbeitung und Umsetzung von Sofortmaßnahmen gebildet. Ad-hoc-Maßnahmen wurden in den Bereichen interne Prozesse, Kundenkommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Ausbringung von zusätzlichen Sicherheitsfeatures umgesetzt.

Seit Juli 2010 sind alle neuen Postbank Cards mit V PAY Funktionalität ausgestattet. Dabei handelt es sich um das erste von Visa organisierte, rein europäische Debitkartenverfahren. Es deckt die Eigenschaften

des deutschen Zahlungskartensystems girocard mit PIN Autorisierung und sicherer EMV Technologie ab und überträgt diese Merkmale auf ganz Europa. Neben verbesserter Sicherheit bedeutet V PAY auch erhöhte Akzeptanz; den Postbank Kunden werden rund 7 Millionen Terminals und 343.000 Geldautomaten zur Verfügung stehen.

Erfolge

- Einrichtung einer Skimming Hotline
- Einrichtung der Soforterstattung für Kunden
- Optimierung des Prozesses Schadensbearbeitung
- Einrichtung einer Informationsseite zum Thema Kartensicherheit im Internet
- Deaktivierung der Türzutrittskontrollanlagen als zusätzliche Skimming Quelle
- Ausrüstung von Geldautomaten mit Antiskimming-Technologie
- Beschleunigung Rollout von EMV Karten
- Sensibilisierung von Filialmitarbeitern (Informationsbrochure erstellt)
- Einführung V PAY

Herausforderungen

Nachdem krimineller Energie und Phantasie insbesondere auf elektronischem Gebiet kaum Grenzen gesetzt sind, wird die zentrale Herausforderung auch in Zukunft darin bestehen, ebenso erfolgreich wie bisher kritische Entwicklungen rechtzeitig zu erkennen, Gegenmaßnahmen zu entwickeln und Vorsorge zu treffen.

Ziele

Angestrebt werden konsequente technische Weiterentwicklung, laufende Modernisierung und Ausbau der SB- und Online-Banking Systeme unter Aufrechterhaltung der bewährten Sicherheitsstandards.

Aus sozialer Verpflichtung ist es der Postbank einerseits ein Anliegen, ihren Kunden bei Kapitalentscheidungen auch ethische Aspekte aufzuzeigen, andererseits aber auch finanziell schwächer gestellten Kunden kompensierende Angebote zu unterbreiten.

Ethische Produkte und Dienstleistungen



Postbank Gewinn-Sparen

Im Jahr 2004 wurde die Postbank Sozialpartner der „Aktion Mensch“ bei integrativen Projekten und Projekten in der Kinder- und Jugendhilfe.

Beim Postbank Gewinn-Sparen kommt zur variablen Basisverzinsung, die sich nach der Höhe des Guthabens bemisst, ein monatlicher Gewinn-Bonus hinzu, der abhängig ist von der Ziehung der „Aktion Mensch“: Je höher die beiden gezogenen Endziffern sind, desto höher ist der Gewinn-Bonus. Für jeden Euro, der den Anlegern am Jahresende als Gewinn-Bonus gutgeschrieben wird, spendet die Postbank einen Cent an „Aktion Mensch“. 2009 betrug die Spendensumme 255.000 EUR und hat sich gegenüber 2008 verdoppelt. Die Postbank unterstützt damit auf Anregung der „Aktion Mensch“ drei soziale Projekte. Mit 85.000 EUR fördert die Postbank

in diesem Jahr den Ökumenischen Kirchenladen in Wismar. Er engagiert sich vor allem für Kinder aus sozial schwachen Familien und hilft jungen Eltern beim Aufbau von Erziehungskompetenz. Ebenfalls 85.000 EUR stellt die Postbank in diesem Jahr dem Flexi-Computerclub in Greifswald zur Verfügung. Er plant den Aufbau eines regionalen Web-Radios von Behinderten und sozial Benachteiligten für diese Zielgruppe. Die restlichen 85.000 EUR wurden dem Werkraum Karlsruhe für die Arbeit mit geistig behinderten Kindern und Jugendlichen übergeben. In einem Projekt sollen zwei komplette Schulklassen mit beeinträchtigten Schülern gemeinsam mit Künstlern und Lehrern eine Performance erarbeiten, in der Tanz, Theater und Musik zentrale Ausdruckselemente sind. Gemeinsam mit einem Live-Orchester der Kammerphilharmonie Karlsruhe soll diese Performance dann öffentlich aufgeführt werden.

Seit 2004 hat die Postbank damit insgesamt über 1 Million EUR an von „Aktion Mensch“ ausgewählte Projekte und Einrichtungen gespendet.

Jedermann- (zahlungsverkehrs) konto

Dem Bedürfnis bonitär schwacher Personen auf Zugang zum bargeldlosen Zahlungsverkehr entspricht die Postbank mit einem Jedermannkonto. Dabei handelt es sich altersabhängig entweder um ein Postbank Giro plus oder ein Giro start *direkt* Konto. Gegenüber dem Standardprodukt sind die bonitären Leistungen wie Dispositionskredit etc. jedoch entsprechend reduziert.

Postbank Giro plus

Schon seit Jahren bietet die Postbank Zahlungsverkehrskunden, bestimmte regelmäßige monatliche Zahlungseingänge vorausgesetzt, kostenlose Kontoführung an. Dieses Angebot wurde jetzt zum 01.04.2010 durch Senkung der Geldeingangsgrenze von bisher 1.250 EUR auf künftig 1.000 EUR noch mal für einkommensschwächere Kunden verbessert.

Zahlungsanweisungen zur Verrechnung

In Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit hat die Postbank ein System zur Bargeldversorgung von Leistungsempfängern ohne Kontoverbindung implementiert. Dadurch garantiert die Postbank Auszahlungen an sozial schwache Personen, die über keine Giroverbindung verfügen.



Konten · Karten

leistungsfähich

Postbank Giro

€ 0,00

Die kostenlosen* Girokonten

Immer 100 % dabei, wie mein Girokonto.

UNTERRN STREICH ZÄHL ICH.

Postbank

* Kontoführungs unter bestimmten Voraussetzungen (siehe Produktinfobroschüre im Internet).

Postbank VISA Card Prepaid

Vergleichbar dem Girokonto für „Jedermann“ offeriert die Postbank Personen ab Vollendung des 14. Lebensjahres, denen der Zugang zu traditionellen Kreditkarten verwehrt ist, die Postbank VISA Card Prepaid. Dabei handelt es sich um eine vorbezahlte VISA Karte, die wie eine herkömmliche Kreditkarte eingesetzt werden kann. Bonitätsunabhängig werden damit entsprechenden Kunden auch Zahlungen im Internet, Reisen außerhalb Europas usw. ermöglicht.



Konten · Karten

vielfältich

Postbank Kreditkarten

Die Freude an schönen Dingen beginnt für mich schon mit der richtigen Karte.

UNTERRN STREICH ZÄHL ICH.

Postbank

Gesellschaft | *Die Postbank unterstützt seit vielen Jahren Hochschuleinrichtungen und weiterführende Schulen in Deutschland. Unser Engagement steuert einen wichtigen Teil zum Bildungsstandort Deutschland bei.*

Bildung

Wissenschaft und Forschung

Mit dem „Postbank Finance Award“ haben wir – unter der Schirmherrschaft unseres Vorstandsvorsitzenden – bereits im Jahr 2003 den höchstdotierten Hochschulwettbewerb Deutschlands im Bereich „Banking & Finance“ ins Leben gerufen, durch den Forschung und Lehre dauerhaft unterstützt werden.



Im Rahmen des Wettbewerbs laden wir jährlich Lehrende und Studierende aller Fachrichtungen aus dem In- und Ausland ein, sich mit aktuellen Fragestellungen aus der Finanzwelt zu beschäftigen und im Team Lösungsansätze zu entwickeln. Ziel ist es, dass die Teilnehmer aus theoretischen Überlegungen und Szenarien konkrete Vorschläge für künftige Handlungsstrategien ableiten. Sie bekommen so die Gelegenheit, ihr im Studium erworbenes fachliches Wissen und ihre methodischen Kenntnisse anzuwenden und zu erweitern sowie durch die Teamarbeit ihre sozialen Kompetenzen zu schärfen.

Teilnehmen können Teams von 3–5 Studierenden und einem Hochschullehrer als Betreuer. Das jährliche Preisgeld in Höhe von 80.000 EUR kommt den sieben bestplatzierten Lehrstühlen sowie den studentischen Teammitgliedern zugute und trägt somit zur gezielten Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses bei. Ab dem Wettbewerbsdurchlauf 2011 wird das Preisgeld auf 100.000 EUR erhöht. Mit diesem Preisgeld werden zukünftig die Top 5 Teams ausgezeichnet. Die Themenstellung, die Auswahl und die Prämierung der Wettbewerbsbeiträge obliegen einer unabhängigen Experten-Jury, die sich aus renommierten Vertretern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Medien zusammensetzt.

Die Bereitschaft von Hochschullehrern, den PB Finance Award in ihren Lehrbetrieb zu integrieren und hierfür Leistungsnachweise/Noten zu vergeben, trägt die Idee der Postbank, Forschung und Lehre dauerhaft zu unterstützen, weiter. Gemeinsam mit dem Medienpartner, der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, veröffentlicht die Postbank ferner die Siegerbeiträge online. Den Hochschulteams bietet sich somit eine Plattform, ihre Arbeiten einer breiten Öffentlichkeit vorzustellen und zur Diskussion zentraler Fragestellungen beizutragen.

Seit dem ersten Wettbewerb im Jahr 2003 haben 269 Teams von 93 Hochschulen mit über 1.400 Teilnehmern aus Deutschland und Österreich am Postbank Finance Award teilgenommen. Im Jahr 2009 hatten 39 Studententeams Arbeiten zum Thema „Lehren aus der Finanzkrise“ eingereicht. Mit dem Thema „Retailbanking im Spannungsfeld zwischen kurzfristigem Verkaufserfolg und langfristigem Kundennutzen“ hat die Postbank 2010 nun zum siebten Mal den

Preis vergeben. Insgesamt hatten sich 20 Teams aus Deutschland und Österreich registriert. Diese und alle weiteren eingereichten Arbeiten sind im Internet zu finden. Das Wettbewerbsthema für 2011 lautet: „Stabilisierung der Europäischen Währungsunion und Implikationen für Private Geldanlage“.

www.postbank.de/finance-award
www.faz.net/financeaward

Konzernbotschafter-Programm

Anfang 2009 hat die Postbank das Konzernbotschafter-Programm ins Leben gerufen. Im Rahmen dieses Programms vermitteln Führungskräfte und Spezialisten aus dem gesamten Konzern an ausgewählten Hochschulen durch Gastvorlesungen, Kaminabende sowie durch die Begleitung von Fallstudien ihr Praxiswissen an Studierende, Stipendiaten und studentische Initiativen und Organisationen. Seit Einführung des Programms haben insgesamt 25 Konzernbotschafter 46 Veranstaltungen an 18 kooperierenden Hochschulen durchgeführt.

Zusätzlich zum Konzernbotschafter-Programm veranstaltet die Postbank regelmäßig ein Top Sim Banking-Planspiel an der Universität Bonn sowie eine eigene Fallstudie zum Thema „Großbankenfusion“ an verschiedenen Hochschulen. So können die Studierenden ihre theoretischen Kenntnisse praktisch anwenden und unter Beweis stellen.

Individuelle Förderung von talentierten Studierenden

Das Thema Förderung von Talenten genießt bei der Postbank als Top-Arbeitgeber einen großen Stellenwert. Es ist Teil der Unternehmenskultur, talentierte Mitarbeiter zu fördern sowie Erfolge und besondere Leistungen auch zu belohnen. Dies gilt nicht nur für interne Kräfte, sondern auch für Studierende, die sich durch besondere Leistungen hervorragen haben. Als Konzern nehmen

wir unsere gesellschaftliche Verantwortung ernst und unterstützen in diesem Kontext daher Stiftungen, studentische Organisationen sowie Lehrstühle finanziell wie ideell.

An der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn sowie an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg finanzieren wir die Stipendien von insgesamt 12 talentierten Studierenden. Über finanzielle Förderung hinaus bieten wir diesen Stipendiaten ausgewählte Veranstaltungen sowie auf Wunsch auch Karriere-Beratungsgespräche an.

Zudem fördert die Postbank folgende Stiftungen, Organisation und Lehrstühle:

- Förderung von NRW-Stipendien seit 2009
- Förder- und Kommissionsmitglied der Stiftung der Deutschen Wirtschaft e. V. (SDW) Berlin
- Förderer des Lehrstuhls für Finanzwirtschaft/BWL 1 der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
- Förderkreismitglied des Organisationsforums Wirtschaftskongress e. V. (OFW) Köln
- Förderer des Centre of Financial Research (CFR), eines Forschungsinstituts an der Universität zu Köln, das im Bereich der Finanzmärkte unabhängige, angewandte Forschung betreibt
- Förderung Bundesverband Deutscher Volks- und Betriebswirte e. V.
- Premium-Partner der Hochschule Fresenius seit 2009





Frankfurt School of Finance & Management (FS)

Auch in 2009 vertraute die Postbank auf den Kooperationspartner Frankfurt School of Finance & Management und betraute die Ausbilder der FS mit der gesamten Ausbildungs- und Entwicklungsbegleitung von der Bewerberauswahl bis hin zur Abschlussprüfung.

Schulkooperationen

Im Jahre 2009 haben 27 Schüler ein Praktikum bei der Postbank in Bonn und 28 Schüler bei der BHW Bausparkasse AG in Hameln absolviert. Die BHW hat zudem im Rahmen von Schulkooperationen im vergangenen Jahr Betriebserkundungen mit 70 Schülern, Infoveranstaltungen mit 40 Schülern und Bewerbertrainings mit 20 Schülern ausgeführt. Damit haben insgesamt 195 Schüler Angebote aus Schulkooperationen nutzen können.

Kooperationsvertrag über die Schenkung von IT-Geräten

Im Jahr 2006 hat die Postbank mit dem Schulamt der Stadt Bonn einen Kooperationsvertrag über die Schenkung von IT-Geräten geschlossen. Ziel der Kooperation ist es, Schülern durch eine adäquate IT-Ausstattung ein zeitgemäßes Lernumfeld zu bieten. Jeweils zum Quartalsende stellt die Postbank verfügbare IT-Geräte zusammen; das Schulamt kann gemäß Anfragen von Bonner Schulen eine Auswahl vornehmen und so Geräte zielgerecht verteilen. Seit Beginn der Kooperation hat die Postbank über 1.830 Geräte gespendet, davon in 2009 über 630.

Die Postbank hat sich zum Ziel gesetzt, Hilfe bei der Integration gesellschaftlich benachteiligter Personengruppen zu leisten und Lösungen dafür zu finden, diesen Menschen die benötigte Unterstützung zukommen zu lassen. Dazu hat die Postbank u. a. soziale Partnerschaften geschlossen, um hiermit ihre Verantwortung gegenüber der Gesellschaft zum Ausdruck zu bringen. Außerdem ist es Absicht der Postbank, einen Beitrag zur Förderung des gesellschaftlichen Dialogs in Deutschland zu leisten.

Integration



Integration

Die Integration von Personen und Personengruppen, die in ihrer Teilnahme am allgemeinen gesellschaftlichen Zusammenleben benachteiligt sind, ist ein anerkannt gesamtgesellschaftliches Anliegen. Insofern sind sämtliche entsprechenden Anstrengungen von Unternehmen per se auch im Interesse der jeweiligen Stakeholder. In diesem Zusammenhang ist die Postbank bemüht, als integratives Element Lösungen zu finden, diesen Menschen durch besonderen Service für besondere Bedürfnisse den Alltag zu erleichtern.

Unterstützung Sehbehinderter

Damit auch sehbehinderten Menschen der Zugriff auf die Informationen der Postbank gegeben ist, haben wir unsere Homepage so optimiert, dass die Inhalte beim Mouseover mithilfe eines speziellen Programms vorgelesen werden.

Beratung türkischer- und türkischstämmiger Mitbürger/-innen

Seit 2006 bietet die Postbank an einzelnen Postbank Standorten eine ganzheitliche Beratung in allen Finanzbedürfnissen nach dem „Best Select“-Ansatz an, die speziell auf die Bedürfnisse türkischer und türkischstämmiger Mitbürger/-innen zugeschnitten ist.

Das Beratungsangebot hat zum Ziel, diese Mitbürger unter Beachtung kulturell verschiedenartiger Wünsche und Neigungen in ihrer Muttersprache anzusprechen. Die Postbank bietet somit die Möglichkeit, Bankprodukte und -dienstleistungen gezielt auf die individuellen Bedürfnisse ausländischer Mitbürger anzubieten.

Eine fundierte ganzheitliche Beratung in der Muttersprache wird von der türkischen und türkischstämmigen Gemeinschaft weiterhin stark nachgefragt. Die gemeinsame Sprache, der gemeinsame kulturell-gesellschaftliche Hintergrund führt zu einer gezielten, intensiven und erfolgreichen Betreuung und somit zu einer dauerhaften Bindung an die Postbank.

Durch ihre intensive Medienarbeit in den türkischen Tageszeitungen sowie in türkischen Fernsehsendungen erzielte der türkische Vertrieb der Postbank bundesweit ein nachhaltiges Interesse.

Parallel zu dieser erfolgreichen Beratungsarbeit betätigt sich der türkische Vertrieb der Postbank sehr stark in sozialen wie auch in gesellschaftlichen Belangen der türkischen Mitbürger. Er tritt als Partner bei Informationsveranstaltungen zu Finanzthemen informierend auf und unterstützt als Sponsor viele Kinder-, Jugend- und Erwachsenen-Sportvereinigungen und deren Arbeit.

Um dem Bedarf noch besser gerecht zu werden, hat die Finanzberatung AG eine eigene Gebietsdirektion speziell zur ausschließlichen Betreuung dieses Kundenkreises eingerichtet.

Gesellschaft verfolgt „IMPULS“ das Ziel, Langzeitarbeitslose wieder in das Berufsleben zu integrieren. Erreicht wird dieses über Qualifizierungsmaßnahmen und über Kooperationen mit Unternehmen, durch die Arbeitsplätze in verschiedenen Bereichen geschaffen werden.

Mit der Kooperation trägt BHW unmittelbar dazu bei, dass in der Hamelner Region zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden und benachteiligte Bevölkerungsgruppen in das Arbeitsleben integriert werden. So leistet auch das Engagement des BHW einen Beitrag dazu, dass jährlich eine stetig steigende Zahl von Menschen wieder in den ersten Arbeitsmarkt integriert werden konnte. Im Jahr 2009 stieg die Zahl nochmals um 12 % auf 154 Vermittlungen.

Soziale Partnerschaften

„Aktion Mensch“

Die Postbank unterstützt die soziale Arbeit der „Aktion Mensch“ mit Spenden aus dem Postbank Gewinn-Sparen. „Aktion Mensch“ ist die größte private Förderorganisation im sozialen Bereich in Deutschland. Seit ihrer Gründung vor 41 Jahren als „Aktion Sorgenkind“ verfolgt sie das Ziel, die Lebenssituation von Menschen mit Behinderung dauerhaft zu verbessern. Durch die Förderung konkreter Projekte sowie durch Information und Aufklärung unterstützt sie die (Weiter-) Entwicklung gesellschaftlicher Zukunftsperspektiven und -konzepte.

Weitere Informationen im Kapitel „Ethische Produkte und Dienstleistungen“.

„IMPULS“

Schon im Jahr 1998 ist die BHW Bausparkasse AG (BHW) im Bereich der Entsorgung und Vernichtung von Dokumenten, Altpapier und Folien eine Kooperation mit der kommunalen Qualifizierungs- und Beschäftigungsgesellschaft „IMPULS gGmbH“ in Hameln eingegangen. Als gemeinnützige



Spenden der Postbank Filialvertrieb AG

Millionengrenze geknackt: „Diese Erfolgs-story dauert schon das dritte Jahr in Folge an“, freute sich Josef Lichtblau, Vertriebsvorstand der Postbank Filialvertrieb AG. Gemeinsam mit Heinz-Hermann Herbers, Geschäftsbereichsleiter Vertrieb Brief Öffentlicher Sektor der Deutschen Post, überreichte er den Erlös aus dem Verkauf der UNICEF-Weihnachtssets im Jahr 2009.

Dabei war eine Spendensumme von exakt 326.619,75 EUR erreicht worden. Zusammen mit den Ergebnissen der Vorjahre hat die Aktion somit die Einmillionen-Grenze überschritten. Die Karten waren während der Vorweihnachtszeit in den Postbank Finanzcentern und in den Filialen der Deutschen Post sowie online verkauft worden.

Der Postbank Filialvertrieb hatte diese Aufgabe ehrenamtlich übernommen. „2010 wollen wir diese Aktion fortsetzen“, unterstrich Lichtblau bei der Scheckübergabe. Weitere 11.000 EUR konnten an UNICEF durch den Versand der UNICEF-Grußkarten an die Mitarbeiter gespendet werden.

Darüber hinaus überreichte die Postbank Filialvertrieb AG 35.000 EUR an die Deutsche Kinderkrebshilfe.



Die Geburtenraten sinken – die Lebenserwartung steigt. Die Postbank reagiert auf den demografischen Wandel der Gesellschaft und rückt Senioren in den Fokus.

Demografischer Wandel



Zur Bewältigung der mit dem demografischen Wandel einhergehenden Herausforderungen konnten die Postbank bereits vor einigen Jahren Frau Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Lehr als Beraterin gewinnen.

Mit ihrer Unterstützung ist es gelungen, sowohl wesentliche Produkte, Verfahren und Kommunikationskanäle und -mittel sinnvoll seniorengerecht zu modifizieren, als auch Mobiliar, Ausstattung und Zugänge unserer Kundenbereiche entsprechend zu gestalten. Die demografische Entwicklung wird bereits in naher Zukunft den Anteil älterer Personen an der Gesamtbevölkerung signifikant ansteigen lassen. Die Kunst wird darin bestehen, den Bedürfnissen dieser Menschen durch passende Produktangebote, unterstützende Technik und zweckmäßige Architektur zu entsprechen.



Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Lehr,
Altersforscherin und
Schirmherrin des Postbank
Kundenbeirates 60plus

Postbank & Senioren

Kundenbeirat 60plus

Um die Erfahrungen dieser wichtigen und besonders treuen Zielgruppe zu nutzen, hat die Postbank im März 2006 einen Kundenbeirat 60plus mit ursprünglich 21 Mitgliedern/Postbank Kunden gegründet. Aufgrund der großen Resonanz haben wir die Mitgliederzahl auf 1.500 Mitglieder erweitert. Diese ausgewählten Postbank Kunden im Alter von 60 bis 75 Jahren sollen Produkte und Service der Postbank auf Herz und Nieren prüfen und Anregungen für Verbesserungen geben.

So hat der Postbank Kundenbeirat im Mai dieses Jahres die neuen Service Terminals auf Seniorenfreundlichkeit getestet und Anregungen zu Verbesserungen gegeben. Diese werden sukzessive umgesetzt.

Das Magazin „Weitblick“ informiert die Mitglieder des Postbank Kundenbeirates 60plus 4 x jährlich über aktuelle Seniorenthemen.

In Kooperation mit dem größten Online-Portal für Senioren www.feierabend.de werden Mitgliedern und Besuchern des Portals aktionsweise Sonderkonditionen angeboten.

Initiative „Internet erfahren“

Digitale Kompetenz ist noch immer eine Frage sozialer sowie alters- und geschlechtsspezifischer Merkmale. Ein wesentlicher Meilenstein auf dem Weg zur digitalen Integration ist die Initiative „Internet erfahren“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi). Die Postbank unterstützt seit Jahresbeginn 2010 diese Initiative aktiv und bietet ihren Kunden bundesweit Aktionstage an. Hier können sich Internet-Erfarene und Internet-Neulinge zu „Patentandems“ zusammenfinden. Kernzielgruppe sind Kunden im Alter zwischen 60 und 70 Jahren. Mitglieder des Kundenbeirates 60plus begleiten das Engagement der Postbank als Repräsentanten. Frau Profes-

sor Lehr hat die Schirmherrschaft übernommen. Ein Mailing an 30.000 Kunden aus der Zielgruppe der 60 bis 70-Jährigen führte zu einem überwältigenden 8 % igen Rücklauf, sodass für den ersten Aktionstag aus den 2.409 Interessierten 100 Teilnehmer per Los ermittelt werden mussten.

Wirtschaftsfaktor Alter

Außerdem engagiert sich die Postbank im Rahmen der Initiative „Wirtschaftsfaktor Alter“. Diese Initiative der Bundesregierung zielt sowohl auf die Erhöhung der Lebensqualität älterer Menschen als auch auf die Stärkung von Wirtschaftswachstum und Beschäftigung. Sie verbindet Elemente der Senioren-, Wirtschafts- und Verbraucherpolitik und wird gemeinsam vom Bundesministerium für Familie, Senioren und Jugend (BMFSJ) und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie umgesetzt. Eine hochrangige Impulsgruppe von Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Verbänden, Verbraucherorganisationen und Wissenschaft gibt Anregungen und unterstützt bei der Erreichung dieser Ziele.

Postbank Studie „Altersvorsorge in Deutschland 2009/2010“

Zu den wichtigsten politischen Themen in Deutschland und auch zu den Meistdiskutierten zählt die Altersvorsorge. Die Fakten hierzu sind bekannt: Die Zahl der Rentner steigt; aktuell kommen auf jeden Rentner zwei Beitragszahler, in 14 Jahren wird das Verhältnis voraussichtlich ein Beitragszahler für jeden Rentner betragen. Es lässt sich mittlerweile leicht errechnen, dass Berufstätige mit dem Eintreten in das Rentenalter mit einer „Rentenlücke“ konfrontiert sein werden – d. h., mit einem finanziellen Unterschied zwischen dem Einkommen heute und der gesetzlichen Rente im Alter. Trotzdem wird der Gedanke an den Ruhestand oft weit weggeschoben, wenn es darum geht, jeden Monat einen Teil des Gehalts für eine entsprechende Vorsorge aufzubringen. Um diesen Aspekt der Öffentlichkeit stärker bewusst zu machen, erstellt

das Institut für Demoskopie, Allensbach, im Auftrag der Postbank seit dem Jahr 2003 eine jährliche, bundesweite Studie zum Thema „Altersvorsorge“ und zeigt Trends und Entwicklungen auf. Aus der Studie 2009/2010 gehen die folgenden Kernergebnisse hervor:

- **1. Finanz- und Wirtschaftskrise wird zur Krise der Altersvorsorge!**

Es besteht die Gefahr, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise zu einer langfristigen Krise der Altersvorsorge in Deutschland wird. Nie zuvor in unseren Messungen seit 2003 gab es eine derart geringe Zahl von Bundesbürgern, die künftig vermehrt in ihre Altersvorsorge investieren wollen. Auch nimmt die Zahl derer immer weiter ab, die Geld aus einer privaten Altersvorsorge im Alter erwarten können. Und jeder dritte Berufstätige sagt, dass er wegen der Finanz- und Wirtschaftskrise nun generell am Sinn der privaten Altersvorsorge zweifelt!

- **2. Deutsche lösen private Altersvorsorgemodelle auf oder bauen diese ab!**

Fast jeder fünfte Berufstätige (exakt sind es 17,4 %) und 15 % aller Deutschen haben auf die Finanzkrise schon mit der Auflösung oder dem Abbau von privaten Altersvorsorgemodellen reagiert! Und dies, obwohl fast die Hälfte aller Berufstätigen (nämlich 45 %) bereits davon ausgeht, durch die Finanzkrise Einbußen bei der gesetzlichen Rente erlitten zu haben.

- **3. Deutsche wollen im Alter im eigenen Haus oder in der eigenen Wohnung leben!**

Das eigene Haus oder eine eigene Wohnung stehen weit oben auf der Liste der Maßnahmen zur privaten Altersvorsorge, in welche die Deutschen künftig investieren wollen. Jeder zehnte Berufstätige gibt dies inzwischen an, und auf Platz zwei der Präferenzliste folgt fast gleichauf das Bausparen! Jedoch gehen weniger Deutsche als je zuvor davon aus, ein Eigenheim im Alter auch tatsächlich zu besitzen! Und noch etwas ist in diesem Zusammenhang interessant: Eine relative Mehrheit der Deutschen hält jetzt die gesetzliche Pflicht zur privaten Altersvorsorge für richtig – anders als noch im Vorjahr.

Eine erstmalig gestellte Frage nach der Relevanz von positiver ökologischer bzw. sozialer Ausrichtung einer Bank bei der Geldanlage wurde von 23,7 % der Befragten mit „besonders wichtig“ und 55,7 % mit „spielt keine so große Rolle“ eingestuft; 20,9 % waren unentschieden oder hatten keine Meinung.

Ökologische Nachhaltigkeit



Die Postbank engagiert sich im betrieblichen Umwelt- und Klimaschutz, um hiermit einen wirksamen Beitrag zur Bekämpfung des globalen Klimawandels zu leisten.

Klimastrategie und Umweltprogramm

Umweltleitlinien der Deutsche Postbank AG



Umweltleitlinie

Die Grundsätze zur Umweltpolitik („Umweltleitlinie“) sowie die Umweltmanagement-Organisation wurden bereits durch den Gesamtvorstand des PB Konzerns im April 2008 in Kraft gesetzt. Das hierauf aufbauende Umweltmanagementsystem definiert die Verantwortung, die Führungskräfte und Mitarbeiter dafür tragen. Hieraus erwachsende Forderungen an das Handeln und Entscheiden im PB Konzern werden in die bestehenden Vorgaben und Festlegungen zu den Geschäftsabläufen integriert bzw. entsprechende Programme und Initiativen gestartet und weiterentwickelt.

Grundprinzip 1: Umweltschutz als Führungsaufgabe verstehen

Umweltschutz sehen wir als Führungsaufgabe an. Dies fängt beim Gesamtvorstand an, der diese Umweltleitlinie verabschiedet hat und setzt sich fort über die Bereichs- und Abteilungsleiter, die in der Zentrale und an den Standorten für deren Umsetzung Verantwortung tragen.

Grundprinzip 2: Regelungen und Prozesse unter Umweltaspekten verbessern

Die Erfüllung von Umweltvorschriften ist für uns Mindestanforderung und Ausgangspunkt für weitergehende Maßnahmen. Unser Umweltmanagement bildet die Grundlage für die Kontrolle und Weiterentwicklung unserer Umweltmaßnahmen im Sinne eines kontinuierlichen Lern- und Verbesserungsprozesses. Wir sind bestrebt, Lösungen zu verwenden, die direkte Umweltwirkungen, wie sie sich beispielsweise aus der Nutzung von Immobilien, dem Einsatz natürlicher Ressourcen und Dienstreisetätigkeit ergeben können, verringern bzw. vermeiden. Wir setzen uns dafür ein,

Unsere Klimastrategie

Umwelt- und Klimaschutz stellen auch eine Herausforderung für den Geschäftsbetrieb einer Großbank dar:

Aufgrund dessen wurden im Jahr 2007 mehrere Großstandorte der Postbank im Rahmen von „Umweltprüfungen“ erstmalig untersucht. Im April 2008 hat der Gesamtvorstand der Postbank eine konzernweite Umweltleitlinie verabschiedet – und beschlossen, eine Zertifizierung des Umweltmanagements der Postbank nach der Norm DIN ISO 14001 anzustreben. In unserem neuen Klimaprogramm haben wir uns bereits zu einer CO₂-Emissions-Reduktion von 20 % bis 2012 gegenüber dem Jahr 2007 verpflichtet.





negative indirekte Umweltwirkungen, die sich durch die Erbringung von Finanzdienstleistungen beispielsweise bei der Kreditvergabe oder Kapitalanlage ergeben können, zu reduzieren oder zu vermeiden. Hierbei orientieren wir uns an nationalen sowie internationalen Standards und Leitlinien.

Grundprinzip 3: Unseren Kunden umweltschonende Produkte anbieten

Die Umweltverträglichkeit unserer Produkte und Dienstleistungen wollen wir im Dialog mit unseren Kunden und Geschäftspartnern verbessern. Wir beobachten Marktentwicklungen, die sich im Bereich umweltfreundlicher Finanzdienstleistungen ergeben, aufmerksam. Unsere Kunden möchten wir für den Umweltschutz sensibilisieren und über entsprechende Anlage- und Finanzierungsmöglichkeiten informieren.

Grundprinzip 4: Mitarbeiter informieren und sensibilisieren

Innerhalb des betrieblichen Gestaltungsbereichs sind alle Mitarbeiter für ihr umweltverträgliches Handeln verantwortlich und aufgefordert, ihren Teil zur Umsetzung dieser Umweltleitlinie beizutragen. Die aktive Mitwirkung unserer Mitarbeiter bildet die Basis für das Erreichen unserer Ziele und bietet gleichzeitig ein bedeutendes Innovationspotenzial. Mit unserem Ideenmanagement, der Information unserer Mitarbeiter sowie Qualifizierungen wollen wir das Umweltbewusstsein in der Postbank fördern.

Grundprinzip 5: Umweltmanagement-Organisation aufbauen

Die vom Gesamtvorstand der Postbank verabschiedete Umweltleitlinie gilt für alle Geschäftsbereiche der Postbank gleichermaßen. Um eine wirksame und dauerhafte Verbesserung unseres Umweltmanagements zu erreichen, wurde vom Gesamtvorstand der Postbank ein Umweltmanagement-Beauftragter ernannt sowie eine geschäftsbereichsübergreifende Organisation geschaffen. In einem Umweltprogramm

werden für prioritäre Handlungsfelder Ziele abgeleitet, die durch einzelne Maßnahmen dezentral umgesetzt werden. Der Gesamtvorstand wird vom Umweltmanagementbeauftragten periodisch über die Entwicklungen informiert und verabschiedet die strategische Weiterentwicklung unseres Umweltmanagements.

Grundprinzip 6: Kommunikation aktiv und transparent gestalten

Unsere Umweltleistungen stellen wir in einer regelmäßigen und transparenten Berichterstattung dar. Um unsere Umweltleitlinie und unser Umweltprogramm weiterzuentwickeln, suchen wir einen offenen Dialog mit allen relevanten Anspruchsgruppen und nehmen aktiv am Erfahrungsaustausch teil.

Diese Umweltleitlinie ist für alle Mitarbeiter des PB Konzerns sowie für die Mitarbeiter der Mehrheitsbeteiligungen und Tochtergesellschaften bindend. Die Umweltleitlinie wird im Rahmen interner und externer Audits jährlich auf ihre Aktualität und Wirksamkeit hin überprüft. Erforderliche Anpassungen, Änderungen sowie Neuformulierungen werden durch den Umweltmanagementbeauftragten (UMB) des PB Konzerns initiiert.

Im weiteren Verlauf des Jahres 2008 wurden im Zuge eines konzernweiten Projekts in allen Geschäftsbereichen der Postbank Regelungen erarbeitet, um die Umweltwirkungen zu reduzieren und so die Anforderungen der Norm ISO 14001 an die Zertifizierung einer Großbank zu erfüllen. Hierbei wurden wir von der Deloitte & Touche, Serviceline „Corporate Responsibility & Sustainability“ (CR&S) unterstützt.

Diese Regelungen traten zum Jahresbeginn 2009 verbindlich in Kraft. Unser Umweltmanagementsystem umfasst die Postbank inklusive der 100 % konsolidierten Mehrheitsbeteiligungen mit Geschäftssitz in Deutschland.

Organisation Umweltmanagement

Die Verantwortlichkeiten im UMS gestalten sich wie folgt:

Zuständiger Vorstand für das Umweltmanagementsystem ist der Vorstandsvorsitzende. Dieser hat einen obersten Umweltmanagementbeauftragten bestellt und Umweltbeauftragte in den Geschäftsbereichen und an den zertifizierten Großstandorten ernannt.

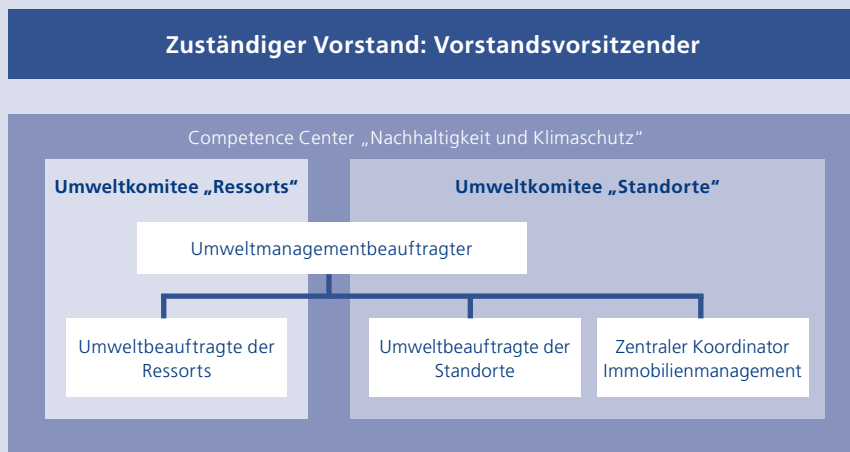
weltmanagementbeauftragten informiert und verabschiedet daraufhin die Schwerpunkte für Ziele und Maßnahmen des Folgejahres.



Umweltprogramm

Unsere Umweltziele und -maßnahmen haben wir in einem Umweltprogramm veröffentlicht. Im ersten Umweltprogramm 2009 der Postbank ist u. a. eine Verschärfung unseres Klimaziels enthalten: Bis zum Jahr 2012 haben wir uns verpflichtet, unsere CO₂-Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb um 20 % ggü. 2007 zu senken. Im Umweltprogramm haben wir weitere Umweltziele formuliert, die durch entsprechende Maßnahmen durchgesetzt werden sollen.

Alle Regelungen des Umweltmanagementsystems können von unseren Mitarbeitern auf der Startseite unseres Intranets eingesehen werden.



Bis April 2009 wurde an den fünf größten Standorten der Postbank im Zuge von Audits untersucht, ob die erarbeiteten Umweltregelungen im Tagesgeschäft auch tatsächlich eingehalten werden. Das Zertifikat nach ISO 14001 wurde im Mai 2009 durch den TÜV Rheinland erteilt. Im März 2010 hat eine Rezertifizierung dieser Standorte stattgefunden. Demnach arbeiten aktuell 38 % unserer Mitarbeiter an Standorten, die nach ISO 14001 zertifiziert sind.

Die Einhaltung der Regelungen, Maßnahmen und Ziele des Umweltmanagementsystems wird jährlich durch Kontrollaudits überprüft. Der zuständige Vorstand für das Umweltmanagementsystem wird über die Ergebnisse einmal jährlich vom Um-

Umweltcontrolling

- Ziel:**
- Aufbau eines Kennzahlensystems zum Umweltcontrolling in Anlehnung an die VfU-Indicators
- Maßnahmen:**
- Ermittlung der CO₂-Emissionen aus Reisetätigkeiten, Zeitraum: ab 1. Hj. 2010
 - Verbesserung des Kennzahlensystems (hinsichtlich Quantifizierbarkeit, Bezugsgrößen, Kategorisierung), Zeitraum: ab Januar 2010

Energie

- Ziel**
- Reduzierung von CO₂-Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb um 20 % bis 2012 (Basisjahr: 2007, Bezugsgröße: Nettogeschossfläche)
- Maßnahmen**
- Bezug von 100 % Ökostrom für die PB Standorte in Deutschland, hierdurch substantielle Reduzierung der CO₂-Emissionen, Zeitraum: ganzjährig
 - Re-Design der Aufstellung von IT-Komponenten und Einhausung der Kaltgänge im Rechenzentrum BSS, Zeitraum: ab Januar 2010
 - Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Hamburg durch Modernisierung der Gebäudeleittechnik und Optimierungen der Heizungs- und Lüftungszentralen sowie Optimierung der Beleuchtungsanlagen, Zeitraum: in 2010
 - Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Essen durch Teilsanierung der Energiezentrale Heizung und Kälte sowie der Lüftungszentrale im 8. OG bei gleichzeitiger Sanierung und Optimierung der Beleuchtung und Einbau einer neuen Gebäudeleittechnik, Zeitraum: in 2010
 - Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Berlin durch Optimierung der Gebäudeleittechnik und Einsatz einer Wärmepumpe zur Reduzierung der Fernwärmeabnahme, Zeitraum: in 2010
 - Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Leipzig durch Optimierung der Gebäudeleittechnik sowie Optimierungen im Bereich der Heizungsanlage bei Einsatz einer Wärmepumpe sowie Optimierungen im Bereich der Lüftung und der Kälte, Zeitraum: in 2010
 - Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Bonn (Kennedyallee) durch Austausch der bestehenden Heizung, Zeitraum: in 2010

Energie (Fortsetzung)

- Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Frankfurt durch Optimierung der Gebäudeleittechnik, der Heiz- und der Kältezentrale, Zeitraum: in 2010
- Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Karlsruhe durch Sanierung und Optimierung der Kälteversorgung (z. B. Austausch der Kältemaschinen) sowie der Lüftungszentrale bei gleichzeitiger Optimierung der Betriebsweise der Energiezentrale Heizung, Zeitraum: in 2010
- Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Ludwigshafen durch Optimierung der RLT-, der Heiz- und Lüftungsanlagen, Zeitraum: in 2010
- Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort München durch Austausch der vorhandenen Kälteanlagen, Zeitraum: in 2010
- Technische Stilllegung des Gebäudetraktes „Rechenzentrum“ am Standort Hameln, Zeitraum: ab Januar 2010

Beschaffung

- | | |
|------------------|--|
| Ziel | <ul style="list-style-type: none"> • Einkauf von umweltfreundlichen Produkten aus dem Angebot des Systems GeT der Deutschen Post DHL |
| Maßnahmen | <ul style="list-style-type: none"> • Information der Mitarbeiter, die über GeT Bestellungen vornehmen, umweltfreundliche Produkte zu bevorzugen, Zeitraum: ab 2. Quartal 2010 |
| Ziel | <ul style="list-style-type: none"> • Keine Verwendung von Gefahrstoffen bei Reinigungsmitteln |
| Maßnahmen | <ul style="list-style-type: none"> • Information des Reinigungsunternehmens, auf gefahrstoffhaltige Reinigungsmittel zu verzichten, Zeitraum: ab 2. Quartal 2010 |

Mobilität

Ziel	• Weitere Sensibilisierung der Mitarbeiter bei der Durchführung von Dienstreisen
Maßnahmen	• Empfehlung zur Nutzung der Deutschen Bahn im Zuge bestehender Regelungen, Zeitraum: ab 1. Hj. 2010
Ziel	• Sensibilisierung der Führungskräfte hinsichtlich kraftstoffsparsamem Fahrverhalten
Maßnahmen	• Erstellung von Informationsmaterial zum kraftstoffsparsamen Fahrverhalten und Verteilung an alle leitenden Angestellten im Rahmen eines zentralen Anschreibens sowie individuell bei jeder Firmenwagenbestellung, Zeitraum: ab 3. Quartal 2010
Ziel	• Aufbau eines Verbrauchsreportings für Firmenwagen der Ltd. Angestellten
Maßnahmen	• Erstellung eines quartalsweisen Reportings von Kraftstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß der Firmenwagen der Ltd. Angestellten, aufgegliedert nach Gesellschaften, Zeitraum: ab 3. Quartal 2010

Managementsystem / Bewusstsein

Ziel	• Förderung des Umweltbewusstseins der Mitarbeiter
Maßnahmen	• Information von Führungskräften zu Umwelt- und Klimaschutz im Rahmen einer Führungskräfte-tagung, Zeitraum: ab 2. Hj. 2010 • Regelmäßige Information von Mitarbeitern zu Umwelt- und Klimaschutz (z. B. via bankpost), Zeitraum: ganzjährig • Prüfung der Gesundheitstage hinsichtlich einer Erweiterung um die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit (z. B. Abfallkonzept), Zeitraum: in 2010 • Prüfung der Durchführung von Vorort-Veranstaltungen an Standorten der Postbank zu ausgewählten Themen des Brandschutzes; ggf. auch hier Integration von Themen aus Umwelt und Nachhaltigkeit, Zeitraum: ab 2010

Managementsystem / Bewusstsein (Fortsetzung)

Ziel	• Sensibilisierung der Mitarbeiter hinsichtlich des Umweltmanagementsystems
Maßnahmen	• Sensibilisierung der Mitarbeiter zwecks Absolvierung des LernClips „Umweltmanagement“, Zeitraum: ganzjährig • Steigerung der Seminarkonzepte, die das Thema Umweltmanagement anhand des bereits fertiggestellten Trainerleitfadens enthalten, Zeitraum: ganzjährig

Produktökologie

Ziel	• Angebot ökologischer Produkte und Dienstleistungen
Maßnahmen	• Teilnahme an der Aktionswoche „Klima und Finanzen“ des Bundesumweltministeriums; hier: Ausstrahlung der Spots des BMU über das Filial-TV in den Postbank Finanzcentern sowie Bereitstellung der Broschüre „nachhaltig“ für die Kunden, Zeitraum: 25. Januar 2010 – 28. Februar 2010 • Teilnahme an der Aktionswoche „Klima und Finanzen“ des Bundesumweltministeriums; hier: Teilnahme an der Podiumsdiskussion, Zeitraum: 25. Januar 2010 • Teilnahme an der Aktionswoche „Klima und Finanzen“ des Bundesumweltministeriums; hier: Platzierung von nachhaltigen Produkten im Rahmen der Aktionswoche, Zeitraum: Januar 2010 • Forcierung von Online-Produkten wie „SparCard <i>direkt</i>“ und das „Online-Girokonto“ und damit verbundene Reduzierung von papierhaften Kontoauszügen, Zeitraum: ab Januar 2010

Bereits umgesetzte Maßnahmen

Im Berichtszeitraum konnten wir bereits erfolgreich Maßnahmen umsetzen, um unsere Geschäftsprozesse umweltverträglicher zu gestalten. Im Mittelpunkt stand dabei insbesondere die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter.

- Seit Januar 2009 bezieht die Postbank für einen Großteil ihrer Standorte in Deutschland Strom, der zu 100 % aus erneuerbaren Energien (Wasserkraft) erzeugt wird; dies reduziert den hiermit verbundenen CO₂-Ausstoß der Postbank merklich.
- Im März 2009 haben wir alle Mitarbeiter in einer Rundmail in Bezug auf Möglichkeiten einer umweltschonenden Durchführung von Dienstreisen (Nutzung der Deutschen Bahn; Wahl der Besprechungsorte, sodass die Wegstrecke aller Teilnehmer minimiert wird; Nutzung von Mietwagen mit niedrigem CO₂-Ausstoß) hingewiesen. Dies wurde im Juli 2009 in die Reiserichtlinien der Postbank aufgenommen.
- Seit Juli 2009 bieten wir einen LernClip zum Umweltmanagementsystem an, der über alle Arbeitsplatzrechner online durchlaufen werden kann. Im Februar 2010 haben wir ein Gewinnspiel durchgeführt, an dem jeder Mitarbeiter durch eine Bearbeitung dieses LernClips teilnehmen konnte. Mittlerweile haben sich schon fast 3.000 Mitarbeiter an dieser Maßnahme beteiligt.
- Die Postbank hat vom 25. bis zum 31. Januar 2010 an der Aktionswoche Klima- und Finanzen teilgenommen, bei welcher sich Vertreter der deutschen Bankenlandschaft getroffen haben, um über aktuelle Themen aus Bereichen wie z. B. Klimaschutz durch Kapitalanlagen etc. zu diskutieren. In unseren Postbank Finanzcentern zeigten wir aus diesem Anlass bis Ende Februar 2010 den zur Verfügung gestellten Spot in

unserem Filial-TV. Darin stellte ein Pantomime die Klimathemen Erderwärmung, Überflutung und Orkane vor. Die Themen wurden mit Aussagen zu Finanzthemen verknüpft und wiesen auf klimafreundliche Finanzprodukte hin. Im Rahmen dieser Aktionswoche hat die Postbank eine Nachhaltigkeits-Happy Hour veranstaltet, bei der zu einer bestimmten Zeit der Nachhaltigkeitsfonds Postbank Dynamic Vision unter Abzug eines um 80 % reduzierten Ausgabeaufschlag angeboten wurde. Zusätzlich hat der Kunde bei Abschluss zwei OSRAM LED-Lampen mit 80 %iger Energieersparnis erhalten. Die Beteiligung an der Aktionswoche Klima- und Finanzen bot einen passenden Anlass, das Thema Nachhaltigkeit bei den Mitarbeitern in den Filialen erneut zu platzieren und auf unsere nachhaltigen Produkte hinzuweisen. Der Konzern stellte den Filialen die Imagebroschüre zur Nachhaltigkeit für interessierte Kunden zur Verfügung. Der Spot machte zusätzlich aufmerksam und bot die Möglichkeit, den Inhalt mit nachhaltigen Produkten zu verknüpfen.



- Im Umweltprogramm 2009 hatte sich die Postbank zum Ziel gesetzt, bis Ende 2009 alle 21 Groß-Immobilien einem Energie-Check zu unterziehen. Hierzu wurden im Juni/Juli 2009 die entsprechenden Vereinbarungen mit der HOCHTIEF Energy Management (HTEM) GmbH geschlossen und bis Dezember 2009 im Wesentlichen abgeschlossen. Im Dezember 2009 hat die Postbank dann eine Kooperation zu HOCHTIEF Energy Management aufgenommen, welche künftig die Energiekosten von acht Standorten der Postbank per Energieeinspar-Contracting um insgesamt 15 % pro Jahr senken wird. Es wurde eine Vereinbarung über die nächsten zehn Jahre getroffen.

Außerdem wird der Energiedienstleister dafür sorgen, dass sich die CO₂-Emissionen der Standorte jährlich um zusammen 4.500 Tonnen verringern. Dabei werden Heizungsanlagen erneuert, raumlufttechnische Anlagen optimiert und die Gebäudeleittechnik in den Immobilien modernisiert, um eine bessere Energieeffizienz zu erreichen. Die Maßnahmen wurden im Wesentlichen im 1. – 3. Quartal 2010 umgesetzt und können damit sukzessiv ab der Jahresmitte 2010 ihre Wirkung entfalten.

- Im Rahmen der ISO-Zertifizierung wurde im März 2010 eine Neuregelung der Abfallentsorgung eingeführt. Es findet bei der Postbank nun in jedem Gebäude eine Abfalltrennung von Restmüll, Altpapier, Plastik, Glas usw. statt.
- Im April 2010 hat an dem Postbank Standort Hamburg ein Umwelttag stattgefunden, bei dem die Mitarbeiter über Umwelt, Klima und Energie informiert wurden. Es wurden Themen wie das Umweltzeichen des Standorts Hamburg, Zertifikat ISO 14001, Energieverbrauchsdaten, Abfallentsorgung, persönliche Maßnahmen zur Schonung der Umwelt am Arbeitsplatz, behandelt. Darüber hinaus wurden Führungen zur neuen energiesparsamen Beleuchtung im Gebäude angeboten und allgemeine Informationen und Materialien zu Umweltthemen vorgestellt.
- Im Mai 2010 wurden für alle Mitarbeiter zusätzliche Fahrradstellplätze in der Tiefgarage der Postbank geschaffen, um nicht nur die Fitness und die Gesundheit der Mitarbeiter zu fördern, sondern auch, um einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz zu leisten.
- Im Juni 2010 hat eine Sensibilisierung der Führungskräfte zur Vermeidung von Dienstreisen und zum Sprit sparenden Fahren durch Infomaterial stattgefunden.
- BHW gehört bereits seit vielen Jahren dem Arbeitskreis „Benchmarking“ der IFMA Deutschland e. V. (International Facility Management Association) an, in dem Unternehmen und Verwaltungen ihre Erfahrungen im Bereich Gebäudemanagement austauschen und ein Energiebenchmarking betreiben.
- Regelmäßig finden Vorträge des Umweltmanagementbeauftragten bei Tochterunternehmen des Postbank Konzerns statt, um alle Mitarbeiter hinsichtlich dieses Themas zu sensibilisieren.
- In unserer Mitarbeiterzeitschrift bankpost und mithilfe von Rundmails haben wir die Mitarbeiter ausführlich über die Umweltleitlinien, das Umweltmanagementsystem, Nachhaltigkeit sowie über „Energiesparen im Büro“ informiert.



Mit den nachfolgend dargestellten Bankprodukten eröffnet die Postbank ihren Kunden Alternativen, bei Kapitalanlagen auch ökologische Aspekte zu berücksichtigen.

Ökologisch positive Bau- und Modernisierungsvorhaben werden durch Auflage spezieller Programme im Zusammenhang mit der Vermittlung besonderer Förderkontingente der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) unterstützt. Sukzessive wird seit Juni 2009 für Mailings nur noch FSC-zertifiziertes Papier eingesetzt. Die Optionen, Spar-, Giro- und Kreditkartenkonten im Online-Verfahren zu administrieren und somit Papier einzusparen und Transporte zu reduzieren, arrondieren die Palette ökologisch sinnvoller Produkte und Dienstleistungen.

Ökologische Produkte und Dienstleistungen

Fondsgeschäft

Postbank Dynamik Vision

Bereits im Jahr 2001 hat die Postbank einen Investmentfonds „Postbank Dynamik Vision“ aufgelegt; dieser Fonds investiert in Unternehmen, die im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) World und Euro gelistet sind. Darin enthalten sind Unternehmen, die sich als branchenbeste durch eine nachhaltige Unternehmensführung (d. h.: Beachtung ökonomischer, ökologischer und ethischer Belange bei der Geschäftstätigkeit) auszeichnen.

Zum Zeitpunkt der Berichtserstellung Mitte Juli 2010 umfasste der Fonds ein Volumen von ca. 188 Mio. EUR gegenüber 155 Mio. EUR Mitte 2009. Der „Dynamik Vision“ hat damit seine Position als einer der großen deutschen Nachhaltigkeitsfonds behauptet.

Postbank Dynamik Klima Garant

Von Anfang Juni bis Ende Juli 2008 bot die Postbank ihren Kunden einen neuen, kapitalgarantierten Investmentfonds, den „Postbank Dynamik Klima Garant“, zur Zeichnung an. In diesem Zeitraum wurden 120 Mio. EUR investiert. Zum Laufzeitende am 31.07.2015 besteht 100 % iger Kapitalerschutz. Der Fonds investiert in Werte aus dem Standard & Poor's Global Clean Energy Index sowie aus dem Dow Jones EURO STOXX Sustainability Index. Die dort gelisteten Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie Techniken zur Vermeidung und Verringerung des Klimawandels entwickeln und anbieten oder durch ihr nachhaltiges Handeln, z. B. mittels Einsatz umwelt-effizienter Techniken, Klima und Umwelt schützen.

Baufinanzierung

Im Jahr 2009 hat die Postbank ihren Kunden über die BHW Bausparkasse Baufinanzierungen im Volumen von rund 5,6 Mrd. EUR (Postbank Konzern 8,3 Mrd. EUR) bereitgestellt.



Immobilienmodernisierung

Einschlägige Marktstudien (z. B. Heinze Marktforschung, Modernisierungsstudie XII aus 2009) identifizieren überwältigendes Interesse an Energiesparmaßnahmen. Ein Drittel des eingangs erwähnten Gesamtvolumens entfiel bereits auf werterhaltende, altersgerechte und energieeffiziente Modernisierungsmaßnahmen. Diesen Bedürfnissen und Interessen entsprechen auch die neu entwickelten Produkte „BHW Expressdarlehen“ und „Hausschutzbrief“. Ohne Eintragung einer Grundschuld werden dem Kunden mittels BHW Expressdarlehen innerhalb von 24 Stunden bei positiver Kreditentscheidung bis zu 30 TEUR zur Verfügung gestellt. Durch regelmäßige Bessparung oder einmalige Einzahlung dient der Hausschutzbrief als Rücklage für Reparaturen und Modernisierungen. Mit diesem Schutzbrief können nicht nur staatliche Förderungen ausgenutzt werden, es besteht darüber hinaus auch Anspruch auf zinsgünstige Bauspardarlehen.

Vom 25.05. bis 30.09.2010 stehen die Themen Modernisierung und energetisch positive Sanierung bei der BHW Bausparkasse ganz besonders im Fokus. Im Rahmen der dazu gestarteten „Modernisierungsoffensive“ werden den Kunden mit diesen bereits erwähnten bzw. nachstehend aufgeführten Produkten umfassende, situationsgerechte Lösungsalternativen angeboten.

Photovoltaikdarlehen

Im Rahmen eines besonderen Programms finanziert die BHW Bausparkasse die Anschaffung von Photovoltaikanlagen und fördert somit die umweltfreundliche Stromerzeugung aus Solarenergie. Individuell werden die Verträge so konstruiert, dass sich die Investition durch die erzielte garantierte Einspeisungsvergütung zunächst weitgehend von selbst trägt und gegen Ende der Kreditlaufzeit Erträge erzielt werden.

KfW Darlehen

In Kooperation mit der Kreditanstalt für Wiederaufbau vermittelt die BHW Bausparkasse zinsgünstige Darlehen insbesondere aus folgenden Programmen:

- **KfW-Wohneigentumsprogramm (Programm 124)**
Das KfW-Wohneigentumsprogramm eignet sich für alle, die ein Haus oder eine Wohnung bauen oder kaufen wollen und selbst darin wohnen möchten. Auch der Erwerb von Genossenschaftsanteilen wird gefördert.
- **Energieeffizient Bauen (Programm 153)**
Für den Neubau oder Erwerb von Energiesparhäusern 40 und 60.
- **Energieeffizient Sanieren (Programm 151, 152)**
Geeignet für die Sanierung und den Ersterwerb eines sanierten Gebäudes oder einer Eigentumswohnung.
- **Wohnraum Modernisieren Standard (Programm 141)**
Mit diesem Darlehensprogramm können Häuser oder Wohnungen saniert oder modernisiert werden. Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs werden besonders gefördert.
- **Altersgerecht Umbauen (Programm 155)**
Im Programm Altersgerecht Umbauen finanziert die KfW mit zinsgünstigen Darlehen alle Maßnahmen, die Menschen unabhängig von Alter und jeglicher Einschränkung eine selbstbestimmte Lebensführung ermöglicht. Dazu zählen insbesondere alle Maßnahmen zur Barriereerleichterung in der Wohnung, im Wohngebäude und im Wohnumfeld.

Vermittlungen

Im Zuge des „Best Select“-Ansatzes vermittelt die Postbank weitere Förderangebote der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) sowie nachhaltige Investmentfonds von Wettbewerbern.

In unseren über 1.100 Postbank Finanzcentern werden neben Bankgeschäften auch Post- und weitere Dienstleistungen angeboten. Bei diesem zusätzlichen Produktangebot legen wir Wert auf ökologische und ethische Aspekte.

Kooperationen mit LichtBlick und Osram

In den Postbank Finanzcentern vermitteln wir unseren Kunden seit Anfang 2003 – damals noch als Postfilialen – bundesweit Stromaufträge unseres Kooperationspartners LichtBlick, dessen Strom aus regenerativen Energiequellen erzeugt wird. Die Strombeschaffung und -versorgung von LichtBlick wird regelmäßig vom TÜV geprüft. Im Jahr 2009 wurden in der Postbank fast 24.000 Ökostromverträge abgeschlossen.

Darüber hinaus bieten die Postbank Finanzcenter seit Februar 2009 ein umweltfreundliches Gasprodukt von LichtBlick an. Im Unterschied zu herkömmlichem Erdgas enthält dieses Gas einen Biogasannteil, der aktuell im Mittel mindestens 5 % beträgt. LichtBlick beginnt mit dieser zunächst geringen Beimischungsquote, da es erst seit kurzem überhaupt möglich ist, Rohbiogas auf Erdgasqualität aufzubereiten. Erklärtes Ziel von LichtBlick ist es jedoch, die Beimischungsquote zu erhöhen. Hier konnten in 2009 über 6.600 Verträge vermittelt werden.

Seit 2007 werden in Postbank Finanzcentern Energiesparlampen unseres Kooperationspartners Osram angeboten. Seit Beginn der Kooperation konnten wir mit rund 175.000 verkauften Energiesparlampen in den Postbank Finanzcentern einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Seit August 2009 bieten wir unseren Kunden in größeren Postbank Finanzcentern ebenfalls LED-Leuchten zum Kauf an, hier konnten wir bis zum Jahresende über 6.200 Stück verkaufen. Die Kooperation mit Osram wird fortgesetzt und künftig

auf weitere Produkte ausgedehnt; hierbei werden wir ausschließlich Produkte anbieten, die zu einer Reduzierung des Stromverbrauchs führen.

Umweltfreundliche Schreibwaren

In den Postbank Finanzcentern wurde beginnend ab dem Jahr 2004 – damals noch als Postfilialen – das Produktangebot an Papier- und Bürowaren kontinuierlich auf umweltschonend erzeugte Schreibwaren umgestellt. Darunter sind umweltfreundliche Produkte wie z. B. Briefumschläge, Versandtaschen und Kopierpapier aus Recyclingpapier, Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft nach PEFC-Standard sowie über 60 Artikel, die mit dem Gütesiegel „Der Blaue Engel“ des Umweltbundesamts ausgezeichnet sind. Auch unsere Kundenkopierer in den Filialen sind mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet. Im Jahr 2009 haben wir mehr als 1,5 Mio. „Blauer Engel“-Produkte und fast 1 Mio. umweltfreundliche Schreibwaren verkauft.

Durch eine gemeinsame Aktion mit der „Initiative pro Recyclingpapier“ informieren wir unsere Kunden auf den Einlegern von Briefumschlägen und Versandtaschen über die Themen „Der Blaue Engel“ und „Klimaschutz“.



LichtBlick
die Zukunft der Energie



Klimaneutrale Dienstleistungen von DHL und Deutsche Post

Unter dem Dach des Klimaschutzprogramms „GOGREEN“ bietet Deutsche Post DHL seit dem Jahr 2006 auch CO₂-emissionsneutrale Produkte an. Hierbei werden die durch Transporte entstehenden CO₂-Emissionen durch eine Kombination aus unternehmensinternen Initiativen und externen Projekten berechnet und finanziell ausgeglichen. Die Umsetzung wird von einer unabhängigen Zertifizierungsgesellschaft auf Grundlage des ISO 14064-Standards überwacht und zertifiziert.

In den Postbank Finanzcentern bieten wir unseren Kunden mit dem PLUSPÄCKCHEN GOGREEN und dem PLUSBRIEF GOGREEN Möglichkeiten an, beim Versand ihre CO₂-Emissionen zu senken. Dabei bestehen das PLUSPÄCKCHEN GOGREEN seinerseits aus Recyclingkarton, der PLUSBRIEF GOGREEN aus FSC-zertifiziertem Papier. Im Jahr 2009 hat die Postbank über 3 Mio. PLUSBRIEFE und fast 1 Mio. PLUSPÄCKCHEN verkauft.

UNICEF-Weihnachtskarten

Im Jahr 2009 spendete die Postbank 326.619,75 EUR aus dem Verkauf von über 32.000 UNICEF-Weihnachtskarten an das Kinderhilfswerk UNICEF Deutschland. Diese Karten wurden von Oktober bis Weihnachten 2009 durch die Postbank als Produktgeber in ihren Finanzcentern und den Filialen der Deutschen Post angeboten.

Mit dem Erlös werden UNICEF-Kinderhilfsprojekte in über 150 Ländern unterstützt. Seit 60 Jahren trägt der Verkauf von UNICEF-Grußkarten dazu bei, Kinder zu impfen, mit sauberem Trinkwasser zu versorgen, Schulbildung zu ermöglichen und vor Ausbeutung und Gewalt zu schützen. Für den Gegenwert von zehn Grußkarten kann UNICEF beispielsweise 35 Kinder mit je einem Heft und einem Bleistift ausstatten oder für vier wärmende Wolldecken sorgen. 20 verkaufte Grußkarten ermöglichen es, in Notsituationen 30 Packungen hoch proteinhaltiger Kekse bereitzustellen.

Kooperationen mit Eneffa

Um die energetische Sanierung von Wohngebäuden in Deutschland voranzutreiben haben die Postbank Gruppe und der Bundesverband des Schornsteinfegerhandwerks die „Energie Effizienz Agentur GmbH“ (Eneffa) gegründet. Eneffa stellt Informationen zur umweltgerechten Sanierung, zur staatlichen Förderung und zur Finanzierung von Energiesparinvestitionen bereit und vermittelt vor Ort Sanierungsexperten. Die Expertenteams bestehen aus Energieberatern (Bezirksschornsteinfeger), örtlichen Handwerksbetrieben (Heizung, Solar, Wärmedämmung) und Finanzfachleuten (Baufinanzierung, staatliche Förderprogramme) und setzen sich aus ca. 150 Mitgliedern in 75 Teams zusammen.

Die Eneffa verfolgt ein modular aufgebautes Energieeinsparkonzept. Es besteht aus einem Energieausweis und einer Energie-Vor-Ort-Beratung durch den Schornsteinfeger/Energieberater. Mit Hilfe der Finanzexperten der Postbank wird dann ein Finanzierungskonzept erstellt – dabei werden insbesondere die öffentlichen Fördermittel berücksichtigt. Das abschließende Modul ist die fachkundige Baubegleitung durch den Energieberater. Schließlich erfolgt durch Eneffa die Zertifizierung des modernisierten Hauses als „Umweltbewusst saniertes Haus“.

www.eneffa.com

Mailings

Unter Mailings versteht man die Versendung von Informationsmaterialien an Kunden in großer Stückzahl. Seit Juni 2009 verwendet die Postbank Versandumschläge aus Recyclingpapier sowie Papieren aus nachhaltiger Forstwirtschaft mit FSC-Label und handelt hierdurch doppelt umweltbewusst: Einerseits setzen wir umweltschonend erzeugte Papierartikel ein, andererseits sinken aufgrund des hierdurch reduzierten Gewichts der Mailings auch die CO₂-Emissionen des Brieftransports.



In den Backoffice-Bereichen, in denen u. a. die Kontoführung angesiedelt ist, erfolgen in der Postbank nahezu alle Prozesse automatisiert. Dies lässt sich nur durch den Einsatz modernster IT-Systeme und Technologien realisieren; neueste Studien zeigen, dass ca. 2/3 der für IT verbrauchten Energie insbesondere zur Kühlung verwendet werden. Das Schlagwort „Green IT“ erhält vor diesem Hintergrund eine zunehmende Bedeutung.

In der Postbank sind in den vergangenen Jahren bereits Hardware-Effizienz, Optimierung von Rechenzentren und der IT-Beschaffungsprozess als Handlungsfelder mit hohem Nutzenpotenzial für „Green IT“ identifiziert worden. Geschickt kombiniert, bringen sie nicht nur ökologischen Nutzen, sondern sichern auch nachhaltig die Kostenführerschaft der Postbank als erfolgreichste Retailbank Deutschlands ab.

Green IT und Green Procurement

Green IT

LifeCycle Management

Die Postbank Systems betreibt ein systematisches LifeCycle Management. Dabei ist der Einsatz von ressourcenschonenden Lösungen oberste Maxime für die Entscheidungsfindung. Durch den gesteuerten Austausch veralteter Komponenten gegen neue, effizientere findet eine kontinuierliche Erhöhung des Wirkungsgrades, bei gleichzeitiger Schaffung benötigter Kapazitäten statt. Hierbei ist das konsequente Abschalten obsoleter Komponenten der letzte Schritt im LifeCycle Prozess. Drei konkrete Beispiele verdeutlichen dies:

So wurden „Tape Libraries“ (dies sind automatisierte Systeme für die Datensicherung) ausgetauscht und konsolidiert. Dies führte zu einer Erhöhung der Energieeffizienz um mehr als 85 %.

Telekommunikations (TK)-Anlagen erreichen sukzessive das Ende ihrer betrieblichen Nutzungsdauer. Deshalb wurden bundesweit alle TK-Anlagen für Callcenter ausgetauscht. Die Erneuerung der Office Telefonie folgt nun Zug um Zug. Diese Maßnahmen führen zu einer Reduzierung des Energieverbrauchs von fast 30 %.

Nach der erfolgreichen Einführung einer neuen Zahlungsverkehrsanwendung wurde ein Projekt gestartet, das die Migration aller Programme und Systeme der Vorgängeranwendung auf eine neue und innovative Hardware beinhaltete. Durch dieses Projekt konnte eine Reduzierung des Energieverbrauchs von fast 22 % realisiert werden.

Rechenzentrumskonsolidierung

Das Zusammenführen von Rechenzentren und Servern erlaubt ein effizientes und somit wirtschaftlicheres Betreiben der benötigten IT-Infrastruktur. Deshalb ist die Zentralisierung der Rechenzentrums-Standorte ein weiterer, wesentlicher Teil der IT-Gesamtstrategie der Postbank. So wurden die Aufgaben des Postbank Re-

chenzentrums am Standort Hameln auf das Bonner und Frankfurter Rechenzentrum konsolidiert. Durch diese Maßnahme wird am Standort Hameln eine Stromeinsparung von ca. 1.655 MWh für 2010 und somit eine Reduzierung des CO₂-Ausstoßes von ca. 629 t pro Jahr erwartet (Hochrechnung auf Datenbasis 01 bis 05/2010).



Energieverbrauch

Der Energieverbrauch unserer Rechenzentren wird seit dem Jahr 2000 aktiv verfolgt. Die Fachverantwortlichen in der Bank prüfen vor einer Entscheidung für neue Komponenten standardmäßig die Energieeffizienz. Den größten Energiebedarf im Rechenzentrum haben nicht die Rechner, sondern das Rechenzentrum selbst. Um dessen Wirksamkeit zu optimieren, wurde in der Postbank im Jahr 2007 ein Expertenteam zusammengestellt, das die ökologischen und ökonomischen Aspekte der Rechenzentren analysierte und priorisierte. Hieraus ergab sich, dass das Redesign der Klimatisierung das höchste Kosten-/Nutzenpotenzial für die Bank aufweist. In einem Rechenzentrum wurde das Prinzip „Einhausen von kalten Gängen“ und die Trassierung der Verkabelung erfolgreich getestet. Dabei wurden getrennte Gänge für Warm- und Kaltluft geschaffen. Durch eine zusätzliche Ummantelung dieser sogenannten Kaltgänge soll ein Vermischen von Kühl- und Abluft vermieden werden. Die Trassierung der EDV-Verkabelung (statt in einem Doppelboden wird diese über den Servern verlegt) erzeugt darüber hinaus ein günstigeres Strömungsverhalten der Kühlluft. Bis Mitte 2014 wird im Rechenzentrum Postbank die Klimaeffizienz der Umluftkühlgeräte um ca. ein Drittel erhöht und der Stromverbrauch um ca. 20 % reduziert.

Auch bei der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen achtet die Postbank auf die Einhaltung ökologischer Standards.



wir Energielabels wie z. B. „Energy Star“ als Entscheidungskriterium bei der Beschaffung und fassen diese in einem Leistungskatalog zusammen. Dieser Leistungskatalog wird sukzessive um weitere Produkte ergänzt.

Darüber hinaus haben wir einen Fragebogen „Umweltmanagement für Lieferanten“ entwickelt. Mit diesem Instrument werden potenzielle Geschäftspartner, unabhängig von einem Produktbezug, auf ihre Umweltaktivitäten durchleuchtet. Dies ermöglicht uns, auch Dienstleistungsunternehmen auf den schonenden Umgang mit Umweltressourcen zu prüfen.

Die (umwelt-) bewusste IT-Beschaffung der Postbank wird daher auch öffentlich wahrgenommen. So wird im Internet-Auftritt des EU-Projektes Buy Smart die Postbank als Best Practice Beispiel hervorgehoben.

Green Procurement

Mit zahlreichen Maßnahmen haben wir das Green Procurement seit 2009 signifikant aufgebaut. Im Rahmen der Umweltzertifizierung der Postbank nach ISO 14001 wurde bereits Anfang 2009 der Beschaffungsprozess von IT-Produkten um die Abfrage ökologischer Verfahrensarten und Bewertungskriterien ergänzt. Unterstützt wurden wir hierbei von der Berliner Energieagentur im Rahmen des EU-Projektes Buy Smart.

Vor dem Hintergrund der Arbeitsplatzausstattung im Postbank Konzern haben wir in erster Linie das gesamte IT-Equipment wie PC, Drucker, Fax, Telefonie etc. in Bezug auf eine effiziente Energienutzung geprüft und bewertet. Verstärkt nutzen

Umweltbilanz

Umweltbilanz der Postbank

	31.12.2006	31.12.2007	31.12.2008	31.12.2009
CO₂-Emissionen¹ (in t)				
Gesamt	105.418	102.042	85.184	69.920
• davon Scope 1 - GHG Protocol	14.592	13.970	13.919	16.218
• davon Scope 2 - GHG Protocol	90.826	88.072	71.265	53.702
Energieverbrauch Gebäude (in MWh)				
Gesamtverbrauch (Strom, Fernwärme, Gas, Heizöl) ^{1,3}	281.556	271.393	278.183	250.096
• Anteil Strom ¹	149.483	147.086	141.910	128.067
davon Strom von 21 Groß-Immobilien ²	73.673	73.167	71.281	69.225
davon aus erneuerbaren Energien (in %)	11	11	68	86
• Anteil Fernwärme	103.041	93.853	106.852	96.425
davon Fernwärme von 17 Groß-Immobilien	50.785	46.686	53.672	52.122
• Anteil fossiler Treibstoffe in Gebäuden	29.032	30.454	29.421	25.604
davon fossile Treibstoffe von 4 Groß-Immobilien	14.309	15.149	14.778	13.840
Dienstreisen (in 1000 km)				
Gesamt Geschäftsreisen	37.358	32.633	33.649	44.876
• über Straße mit Firmenfahrzeugen	37.358	32.633	33.649	34.796
• Kurzstreckenflüge ⁴	nicht erfasst	nicht erfasst	nicht erfasst	8.740
• Langstreckenflüge ⁴	nicht erfasst	nicht erfasst	nicht erfasst	1.340
Gesamt Kraftstoffverbrauch (in l)	2.877.669	2.513.714	2.591.949	2.680.348
• davon Benzin	357.565	211.802	135.050	122.280
• davon Diesel	2.520.104	2.301.912	2.456.899	2.558.068
Sonstiges				
Wasser (in m ³) ⁵	382.949	345.190	425.195	370.126
Abfall (in t) ⁶	nicht erfasst	nicht erfasst	5.867	7.602
• davon Wiederverwertet (in %)	nicht erfasst	nicht erfasst	69	56
Papierverbrauch (in t) ⁷	1.264	1.647	1.286	992
• davon FSC (in %)	95	95	94	98
• davon Recyclingpapier (in %)	5	5	6	2

1) Hochrechnung auf Basis der entsprechenden Istwerte gemäß VfU.

2) Ist-Werte entsprechend der durchgeführten Erfassung.

3) Die Werte 2006–2008 wurden als Stromverbrauch ausgewiesen.

4) Für 2009 werden erstmals km-Leistungen im Flugreiseverkehr ausgewiesen.

5) Die Hochrechnung konnte für 2009 erstmals auf Basis der 21 Groß-Immobilien erfolgen (in 2008 nur Basis 20 Groß-Immobilien (ohne Hameln)).

6) Die Hochrechnung konnte für 2009 erstmals auf Basis der 21 Groß-Immobilien erfolgen (in 2008 nur Basis 11 Groß-Immobilien).

7) Die Werte wurden hochgerechnet.

Die Berechnungsmethodik ist in Kapitel „Berichtsumfang“ detailliert dargestellt.

Ökonomische Nachhaltigkeit



Im Zuge der fortschreitenden Standardisierung von Bankprodukten und -dienstleistungen gewinnt der Faktor „Qualität“ für Kunden zunehmende Bedeutung. Die deutschen Großbanken nehmen deshalb verstärkt die Felder „Kundenorientierung“ und „-zufriedenheit“ in strategischen Konzepten auf.

Qualitätsmanagement



Qualität ist zu einem wichtigen Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb geworden. Folgerichtig wurden im Rahmen des aktuellen Strategieprojekts „Postbank4Future“ neben betriebswirtschaftlichen und unternehmenspolitischen Zielen auch Qualitäts- und Kundenzufriedenheitsziele verankert. Damit wird der strategische Stellenwert der Dienstleistungs- und Servicequalität für die Postbank untermauert und das Qualitätsthema zur Führungsaufgabe bestimmt.

Das Qualitätsmanagement (QM) im Postbank Konzern ist dezentral organisiert: In allen Vorstandsressorts und großen Tochtergesellschaften sind Qualitätsmanager für ressortspezifische Themen

vorgesehen. Hierdurch wird die Nähe zum operativen Geschäft gewährleistet und das Know-how vor Ort genutzt. Ein zentrales Qualitätscontrolling verfolgt die Entwicklung der Qualität, analysiert die Ergebnisse und stößt Maßnahmen an.

Die Postbank verfolgt im Qualitätsmanagement den Ansatz, systematische und regelmäßige Ergebnisse aus objektiven Messungen (Messgrößen wie beispielsweise Bearbeitungs- und Wartezeiten, Erreichbarkeit) mit Messungen der subjektiven Wahrnehmung (insbesondere aus Kundenzufriedenheitsbefragungen) abzugleichen. Damit wird eine Orientierung der Qualitätsziele und -Standards am Bedarf unserer Kunden erreicht. Zur Verbesserung unserer Qualität dient auch die Analyse von Kundenreklamationen: Hierzu ist in der Postbank eine zentrale Reklamationsdatenbank im Einsatz, die eine Erfassung und Kategorisierung der auftretenden Reklamationen ermöglicht. Ein geschäftsbereichsübergreifendes „Kunden- und Prozess-Komitee“ bietet die Plattform zur internen Diskussion der Analysen, für ein Anstoßen von Maßnahmen und für die Überwachung der Ergebnisse.

Regelmäßige Kundenzufriedenheitsbefragungen

Für die Kundensegmente Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden werden regelmäßig Kundenzufriedenheitsbefragungen/ Kundenbindungsanalysen durchgeführt, die auch die Aspekte Schnelligkeit, Korrektheit der Geschäftsabwicklung, Erreichbarkeit, Freundlichkeit und Kompe-

tenz der fachlichen Beratung messen. Hierzu sind auch Marktvergleiche verfügbar, die dazu verwendet werden, um Handlungsfelder für die Postbank abzuleiten.

Im Filialvertrieb konnte mit Maßnahmen wie z. B. neuen IT-Systemen am Schalter, Straffung von Prozessen und flexiblem Personaleinsatz der Anteil der Wartezeit unter 5 Minuten in den Filialen im Jahr 2010 auf rd. 87 % gesteigert werden.

traler Stelle in der Postbank alle über unterschiedliche Kanäle eingehenden Kundenbeschwerden erfasst, bearbeitet und abgeschlossen.

QM-Systeme im Einzelnen

Aktuell sind folgende Geschäftsbereiche des Postbank Konzerns der international anerkannten Norm für Managementsysteme nach ISO 9001 zertifiziert:

Kontoführung Postbank

Im Januar 2009 wurde die Kontoführung der Postbank an den Standorten Hamburg, Dortmund und München mit insgesamt rund 940 Mitarbeitern erstmalig nach ISO 9001 zertifiziert. Im Januar 2010 fand ein Überwachungsaudit durch den TÜV statt. Die Zertifizierung bestätigt die zuverlässigen Dienst- und Serviceleistungen sowie eine weitgehend fehlerfreie Auftragsabwicklung. Durch die konsequente Messung der Qualität können wir die Bedürfnisse unserer Kunden besser erfüllen. So konnte der Anteil der bisher eingegangenen Reklamationen im Vergleichszeitraum 1. Halbjahr 2009 gegenüber dem 1. Halbjahr 2010 um 55 % reduziert werden. Zudem werden Kundenbefragungen genutzt, um die Schwachstellen für Reklamationen zu erkennen und um entsprechende Maßnahmen einzuleiten.

Regelmäßige Testkäufe

Im Zuge eines im Einsatz befindlichen Testkundenmesssystems stehen neben Kompetenz, Erscheinungsbild und Freundlichkeit unserer Mitarbeiter insbesondere die Wartezeiten im Vordergrund; diese werden durch Testkunden kontinuierlich überprüft. Mit einem „Filialbarometer“ messen wir die Kundenzufriedenheit.

Um die Qualität in unseren über 1.100 Filialen regelmäßig zu überprüfen, haben wir in 2009 von dem unabhängigen Institut TNS Infratest 13.275 Tests mit Testkundenmesssystem (Kriterien u. a. Wartezeit, Kompetenz, Freundlichkeit), 2.441 Tests zur Beratungsqualität bei den Finanzdienstleistungen und 87.695 Kundenbefragungen zum subjektiven Empfinden bei der Kundenbedienung (Filialbarometer) durchgeführt.

Ergänzend hierzu werden bei Bedarf sog. „Mystery Calls“ durchgeführt, d. h. Testanrufe, in denen neutrale Interviewer bestimmte Kundenrollen einnehmen.

Aufbau Kunden-Servicecenter

Wesentliches Element des aktiven Beschwerde- und Reklamationsmanagements ist das Kunden-Servicecenter, mit dessen Aufbau in 2009 begonnen wurde und das am 01.07.2010 seine Arbeit aufgenommen hat. Erstmals werden an zen-





Zahlungsverkehrsabwicklung BCB AG

Die Dienstleistungen im „Inländischen und ausländischen Zahlungsverkehr inklusive Konten und Services sowie der digitalen Archivierung von Dokumenten“ für die Mandanten Deutsche Bank AG und HypoVereinsbank AG sind nach der DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Das Zertifikat wurde in 2010 für drei Jahre erneuert. Erbracht werden diese Dienstleistungen in den Bereichen Zahlungsverkehr Europa (ZVE), Zahlungsverkehr Global (ZVG) sowie Konten und Services (KUS) in den Standorten Berlin, Dortmund, Frankfurt, Hamburg, München und Leipzig. Für ca. 1.150 Mitarbeiter stellt das QM-System die Grundlage für die tägliche Bearbeitung des zertifizierten Mandantengeschäfts dar.

Die Dienstleistungen für den Mandanten Commerzbank AG (vormals Dresdner Bank AG) wurden wegen der Verlagerung des Geschäftes zur Commerzbank AG aus dem QM-System der BCB AG herausgelöst.

Die Integration der Dienstleistungen für den Mandanten HSH Nordbank in das QM-System wurde begonnen.

In 2009 wurde ein Qualitätspreis ausgelobt. Hierbei wurden Leistungen honoriert, die in besonderem Maße zur Qualitätssteigerung, der Verhinderung von Schäden bzw. der Verbesserung der Wirtschaftlichkeit dienen.

wird immer wieder neu gemessen und in Frage gestellt. Hierzu tragen auch regelmäßige Umfragen zur Zufriedenheit und den Bedürfnissen der internen Kunden und der Mitarbeiter bei. Diese stehen im Mittelpunkt und sind Hauptprofiteure der durch das System erreichten Verbesserungen.

Zertifizierung in der Postbank Filialvertrieb AG

TÜV Rheinland Cert GmbH bescheinigt der Postbank die Anwendung des Qualitätsinstruments „Vertriebsaudit“ zur Sicherstellung der Qualität von Finanzdienstleistungen in den Postbank Finanzcentern. Die Prüfung erfolgte auf Basis des Prüfleitfadens „Vertriebsaudit 2009“ der Postbank mit den Themenschwerpunkten:

- Führungs- und Steuerungsprozesse
- Vertriebsprozesse
- Beratung Finanzdienstleistung
- Qualitäts- und Serviceprozesse

Die Durchführung der Vertriebsaudits wurde stichprobenartig durch Auditoren der TÜV Rheinland Cert begleitet und überwacht.



Kreditservice Rate & Workout Mahnwesen/Beitreibung

Die Abteilung KRW MB in Frankfurt mit ihren ca. 90 Mitarbeitern wurde im Mai 2010 erstmalig nach der DIN EN ISO 9001 durch den TÜV Süd zertifiziert. Mit dem Zertifikat werden die nachhaltige Ausrichtung der Abteilung auf Qualität und der konsequente Weg der ständigen Verbesserung bestätigt. Die Zertifizierung verpflichtet jedoch auch, das bestehende Qualitätsmanagementsystem ständig weiterzuentwickeln. Die erreichte Qualität



Zertifizierung der Postbank Direkt GmbH nach ISO 9001

An den Standorten der Postbank Direkt GmbH wurde durch den TÜV Rheinland Ende April 2010 das Qualitätsmanagement vor Ort geprüft und mit Erteilung der Zertifizierung nach ISO 9001 honoriert. Damit sind nach den Standorten Dortmund, Hannover und Stuttgart, die die Zertifizierung bereits Mitte 2009 erhalten hatten, mit Hameln und Leipzig auch die letzten beiden Standorte der Direkt GmbH in die Zertifizierung einbezogen.

Die Postbank Direkt GmbH ist aktuell das erste Inhouse-Banken-Callcenter am deutschen Bankenmarkt, das nach dieser Norm zertifiziert ist. Hierdurch wird eine Steigerung der Kundenzufriedenheit durch eine permanente Qualitätssicherung und eine bessere Erfüllung der Kundenanforderungen erreicht. Gradmesser für die Erhöhung von Kundenzufriedenheit und Kundenbindung sind regelmäßige Kundenzufriedenheitsbefragungen. Mit der Zertifizierung verbunden ist die Verpflichtung, unser bestehendes und erfolgreich angewandtes Qualitätsmanagementsystem weiter zu verbessern.



Zertifizierung Immobilienfinanzierungsprozesse

Das Qualitätsmanagementsystem der DSL Bank – Ein Geschäftsbereich der Deutsche Postbank AG, wurde im Januar 2008 erstmalig sowohl nach ISO 9001 zertifiziert, als auch mit dem Zertifikat einer „TÜV Süd geprüften Immobilienfinanzierung“ ausgezeichnet. Mit dem finalen Audit des TÜV Süd wurde Anfang März 2010 der Zertifizierungsprozess bei der DSL Bank abgeschlossen. Damit ist die komplette Prozessgestaltung der Immobilienfinanzierung in der DSL Bank über alle Stufen hinweg TÜV zertifiziert.

Darüber hinaus eröffnen BHW und DSL Bank mit der ebenfalls TÜV zertifizierten Anwendung BauFi Online sowie mit DSL Star und Starpool dem Vertrieb Online-Antragstools zur digitalen Darlehensbearbeitung vor Ort. Berater können mit diesen Tools Baudarlehen bis zu einem Beleihungsauslauf von 100 Prozent direkt im Beratungsgespräch zusagen.



Unter Corporate Governance versteht die Postbank die Leitung und Überwachung des Unternehmens im Sinne einer verantwortungsbewussten und werteorientierten Führung – darunter auch in Bezug auf die Verankerung unseres Nachhaltigkeitsmanagements.

Corporate Governance



Von links: Dr. Mario Daberkow, Horst Küpker, Hans-Peter Schmid, Dr. Michael Meyer, Marc Heß, Stefan Jütte (Vorsitzender), Ralf Stemmer

Die Postbank ist nach dem dualen Führungsprinzip aufgebaut, das dem Vorstand Führungsaufgaben und dem Aufsichtsrat Überwachungs- und Beratungsaufgaben zuweist. Die Corporate Governance wird mindestens einmal jährlich vom Vorstand und dem Aufsichtsrat erörtert. Die Postbank berichtet ausführlich über die Besetzung und Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat. Die Darstellung erfolgt in individualisierter Form sowie getrennt nach erfolgsunabhängigen und erfolgsbezogenen Komponenten. Darüber hinaus werden monetäre Vergütungsanteile der Vor-

standsvergütung für Nebentätigkeiten, für den Fall der Beendigung der Vorstandstätigkeit, in Form von Versorgungszusagen, Angaben zum Aktienbesitz, zur Kreditvergabe, zu den Offenlegungspflichten gemäß Wertpapierhandelsgesetz sowie zu D&O-Versicherungen aufgezeigt. Darüber hinaus hat die Postbank kein Aktienoptionsprogramm aufgelegt.

Die Postbank berichtet ebenfalls über die Besetzung und Aufgaben der Aufsichtsrats-Ausschüsse (Präsidial-, Prüfungs-, Personal-, Kredit- und Vermittlungsausschuss sowie der 2007 neu eingerichtete Nominierungsausschuss).

Vorstand und Aufsichtsrat haben bereits im Jahr 2003 entschieden, allen Empfehlungen des Corporate Governance Kodex zu folgen. Es ist beabsichtigt, künftig alle Empfehlungen des Corporate Governance Kodex in der Fassung vom 26. Mai 2010 umzusetzen. Die Entsprechenserklärung nach § 161 AktG wurde vom Vorstand und vom Aufsichtsrat zuletzt im Dezember 2009 abgegeben.

Corporate Governance:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Postbank Geschäftsbericht 2009:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Für alle Mitarbeiter der Postbank Gruppe gelten die Konzernwerte, welche die Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur darstellen. Für alle leitenden Angestellten der Postbank Gruppe ist der Postbank Code of Conduct die verbindliche Formulierung der Konzernwerte, welcher im Jahr 2009 in Kraft gesetzt wurde.

Leitlinien

Konzernwerte

Wir nehmen unsere Verantwortung als Konzern gegenüber unseren Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und Vertragspartnern sowie unsere Verantwortung der Gesellschaft gegenüber ernst und verpflichten uns entsprechend unserer Konzernwerte (7 Werte) zu einem jederzeit ethisch einwandfreien Verhalten.

Diese Werte helfen, soziale, ökologische und ökonomische Aspekte bei unseren Entscheidungen zu integrieren, Risiken zu kontrollieren sowie aktiv Verantwortung zu übernehmen. Unsere Konzernwerte werden aktiv in der täglichen Zusammenarbeit gelebt und sind die Eckpfeiler einer fairen, offenen, nachhaltigen und leistungsorientierten Unternehmenskultur:



- Exzellente Qualität liefern.
- Nachhaltigen Mehrwert für unsere Kunden schaffen.
- Offenen Umgang pflegen.
- Nach eindeutigen Prioritäten handeln.
- Unternehmerisch handeln.
- Integrität nach innen und außen leben.
- Gesellschaftliche Verantwortung übernehmen.

Konzernwerte:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Code of Conduct

Der Code of Conduct ist eine verbindliche Formulierung der Konzernwerte für alle leitenden Angestellten aller Unternehmen und Unternehmensbereiche des Postbank Konzerns. Wort und Geist dieses Kodex finden ihre Entsprechung in den geltenden Richtlinien und Vorschriften, die unser tägliches Geschäftsleben bestimmen. Er beschreibt und erläutert Ziele und Regeln, die unsere Verpflichtung zu verantwortungsbewusstem, ethisch einwandfreiem und rechtmäßigem Handeln widerspiegeln.

Der Code of Conduct behandelt die nachfolgend aufgeführten Themengebiete:

- **Was ist korrektes Verhalten?**
- **Unsere ethische Verpflichtung**
 - Qualität im Fokus
 - Kundenzufriedenheit
 - Gesetze und ethische Grundsätze
 - Transparenz
 - Standards für Rechnungslegung und Berichtswesen
 - Geldwäsche
- **Unsere Standards für Zusammenarbeit**
 - Individuelle Verantwortung und Einbindung
 - Gegenseitiger Respekt und Offenheit
 - Chancengleichheit/Diversity
 - Gesundheitsmanagement
 - Unternehmenseigentum
 - Rechtliche Verfahren
 - Insider-Informationen

- **Integrität in unserer Geschäftspraxis**
 - Das Vertrauen der Aktionäre
 - Dialog mit den Geschäftspartnern
 - Interessenkonflikte
 - Fairer Wettbewerb
 - Bestechung und Korruption
 - Geschenke, Vorteile und finanzielle Zuwendungen
 - Datenschutz
- **Unsere Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt**
 - Gesellschaft
 - Umwelt
- **Einhaltung, Ausnahmeregelungen und Änderungen des Code of Conduct**
 - Informations- und Meldeprozess
 - Maßnahmen, Ausnahmeregelungen und Änderungen
- **Zugehörige Richtlinien und Regelungen, lokal geltende Kodizes**

Supplier Code of Conduct

Auf Grundlage der ethischen Regeln des Verhaltenskodex wurde erstmalig im September 2007 ein Verhaltenskodex für Lieferanten („Supplier Code of Conduct“) veröffentlicht. Im dritten Quartal 2010 soll der Supplier Code of Conduct erneuert und angepasst werden. Dieser Kodex fordert von allen Unternehmen, die mit dem Postbank Konzern in Geschäftsbeziehung stehen, dass sie ihrem Handeln ethische Grundsätze zugrunde legen müssen:

Die Verhaltenskodizes der Postbank orientieren sich an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und dem UN Global Compact; dieser thematisiert u. a. die Achtung der Menschenrechte, die Wahrung von Vereinigungsfreiheit sowie die Abschaffung von Kinder- und Zwangsarbeit.

Die 10 Prinzipien des Global Compacts sind integraler Bestandteil des Code of Conducts.

Weitere Informationen im Kapitel „Fortschrittsbericht der Postbank zum UN Global Compact“.

Umweltleitlinien der Postbank

Im Jahr 2003 hat unser damaliger Mehrheitseigentümer Deutsche Post DHL Umweltleitlinien in Kraft gesetzt, die Umweltschutz als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie verankert haben. Auf Basis dieser Umweltleitlinien hat der Postbank Gesamtvorstand im April 2008 eine Umweltleitlinie verabschiedet, die dem Umweltaspekt speziell in Banken Rechnung tragen soll.

Weitere Informationen im Kapitel „Klimastrategie und Umweltprogramm“.

Paper Policy

Die Postbank hat eine Leitlinie für den Einkauf von Papiererzeugnissen („Paper Policy“) verabschiedet. Ziel ist es dabei, eine lückenlose Rückverfolgbarkeit von Papier bis zum Rohstoff Holz gemäß anerkannter internationaler Standards (FSC, PEFC) zu gewährleisten. Die Leitlinie gilt für alle Lieferanten der Postbank; sie müssen für ihre Produkte nachweisen, dass keine Rohstoffe aus tropischen Regenwäldern, Urwäldern bzw. schützenswerten Altwäldern Verwendung finden oder durch illegalen Einschlag gewonnen wurden.

Auch das Vergütungssystem der Postbank ist unter ökonomischen Gesichtspunkten nachhaltig angelegt.

Erfolgsorientierte Vergütung



tungssystems entspricht nicht nur den gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen, sondern unterstützt vielmehr die Strategie der Nachhaltigkeit der Postbank.

Vergütungsbericht im Geschäftsbericht 2009:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Die Postbank hat zum 01.01.2010 ihr Vergütungssystem für die Gruppe der leitenden Angestellten und Geschäftsleiter inklusive des Systems der Vorstandsvergütung geändert. Hierbei wurde das Hauptaugenmerk auf die Einführung einer Nachhaltigkeitskomponente gelegt. Ab dem Geschäftsjahr wird ein Teil der variablen Vergütung nach Ablauf einer mehrjährigen Nachhaltigkeitsphase einer gesonderten Nachhaltigkeitsbewertung unterzogen und gegebenenfalls erst dann ausgezahlt, wenn die auf nachhaltigen Geschäftserfolg ausgerichteten Ziele erreicht wurden, ansonsten würde diese variable Vergütung entfallen. Diese Änderung des Vergü-

Unsere Regelungen und Maßnahmen zu Compliance und Geldwäscherschutz bilden eine wichtige Grundlage für einen verantwortungsbewussten Geschäftsbetrieb

Compliance und Geldwäscherschutz



Compliance

Finanzmärkte beruhen insbesondere auf dem Vertrauen der Marktteilnehmer. Compliance in der Postbank bedeutet, ein von Fairness und Vertrauen getragenes Verhältnis der Informationsgleichheit zwischen unseren Kunden, uns als Bank und unseren Mitarbeitern zu erreichen, Interessenkonflikte zu bewältigen und die Einhaltung gesetzlicher sowie bankinterner Regelungen sicherzustellen. Compliance dient damit dem Schutz der Interessensgruppen vor unbewussten Regelverstößen, minimiert das Reputationsrisiko für die Postbank und fördert die Funktionsfähigkeit des Kapitalmarktes. Aufgabe von Compliance ist es einerseits, das ordnungsgemäße Verhalten der Mitarbeiter zu überwachen, Regelverstöße festzustellen und zu ahnden. Andererseits obliegt Compliance die Beratung und Begleitung der Geschäftsbereiche bzgl. gesetzeskonformer Auslegung und Umsetzung geltender Gesetze und aufsichtsrechtlicher Vorschriften bei

der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen und -nebendienstleistungen.

Zudem hat Compliance die Funktion, gemeinsam mit den Geschäftsbereichen der Bank, die sich aus dem Geschäft und aus einer möglichen Verletzung gesetzlicher Pflichten ergebenden Compliance-Risiken zu analysieren. Die Analyse hat insbesondere vor dem Hintergrund der Entwicklung neuer Produkte und Prozesse zu erfolgen. Darüber hinaus sorgt Compliance für einen kontrollierten Informationsfluss im Konzern durch die Einrichtung, Führung und Überwachung von Insiderverzeichnissen und Vertraulichkeitsbereichen. Die gesetzlich vorgesehene Überwachung von Mitarbeitergeschäften wird durch eine in 2005 eingeführte Software gewährleistet.

Durch die frühzeitige Einbindung von Compliance ist zum einen sichergestellt, dass regulatorische Vorgaben zum Beispiel bei der Einführung neuer Produkte berücksichtigt werden. Zum anderen werden die Interessen der Kunden und die eigene Reputation der Bank in den Fokus gestellt.

Das Compliance-Office der Postbank ist unmittelbar fachlich dem Vorstand unterstellt, wodurch das Unternehmen die Bedeutung der Compliance-Funktion in der Bank unterstrichen hat.

Das Compliance-Office wird jährlich von zertifizierten Wirtschaftsprüfern kontrolliert.

Compliance im Geschäftsbericht 2009:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



Geldwäsche

Geldwäsche bezeichnet das Einschleusen von illegal erworbenem Vermögen in den Finanz- und Wirtschaftskreislauf. Um dies zu verhindern, hat die Postbank die gesetzlichen Anforderungen insbesondere des Geldwäschegesetzes (GwG) und die dazu ergangenen Hinweise der BaFin zu erfüllen.

Zu den gesetzlichen Anforderungen gehört die Ernennung eines Geldwäschebeauftragten. Dessen Aufgaben beinhalten schwerpunktmäßig:

Die Sicherstellung der Entwicklung interner Verfahren und Kontrollen zur Umsetzung des Geldwäschegesetzes bei der Postbank (§ 9 GwG), das Sicherstellen der Erstellung und Weiterentwicklung von Gefährdungsanalysen in dem Thema Geldwäsche und Betrug zulasten des Institutes im Rahmen einer integrierten Gefährdungsanalyse i. S. § 25 a KWG, die abschließende Beurteilung und Entscheidung bei Geldwäsche-Verdachtsfällen sowie die juristische Bearbeitung von Grundsatzfragen aus dem Bereich Geldwäschegesetz.

Der Konzern-Geldwäschebeauftragte ist Ansprechpartner für die Tochterfirmen und die Fachbereiche der Postbank.

Die Einhaltung interner Regelungen und Prozesse wird von der BaFin und – bei der Postbank zusätzlich – von zertifizierten Wirtschaftsprüfern kontrolliert. Des Weiteren werden unseren Mitarbeitern, die in geldwäscherelevanten Bereichen arbeiten, Kenntnisse über gesetzliche Anforderungen, Verfahren zur Kundenidentifizierung, Erkennen verdächtiger Transaktionen/verdächtigen Verhaltens sowie Methoden und Techniken der Geldwäsche mithilfe von Schulungen vermittelt. Außerdem werden diese Mitarbeiter im Rahmen der Einstellung auf Zuverlässigkeit hin überprüft.

Die Postbank hat eine umfassende Gefährdungsanalyse erstellt; sie enthält die Bereiche „Geldwäsche“, „Betrug zulasten des Instituts“ sowie „Terrorismusfinanzierung“ und entspricht den Empfehlungen zur Erstellung von Gefährdungsanalysen des Bundesverbands Deutscher Banken (BdB). Sie wurde ergänzt um Erfahrungswerte, Informationen/Empfehlungen der BaFin und relevante Daten seitens der Ermittlungsbehörden. Durch diese Maßnahmen nimmt die Gefährdungsanalyse eine zentrale Funktion innerhalb des Anti-Geldwäsche-Regelkreises ein. Die Risikomessung und -bewertung erfolgt dabei in Form eines standardisierten, konzernweiten Verfahrens. Dieses Verfahren orientiert sich u. a. an folgenden Qualitätsmaßstäben bzw. grundlegenden Anforderungen:

- Die Risikomessung/-bewertung muss auf Basis von Daten erfolgen, die valide erhoben werden können.
- Die Risiken werden konzerneinheitlich aus bestimmten risikobeeinflussenden Größen (Risikoklassen) abgeleitet.
- Die erhobenen Risiken werden quantitativ bewertet.
- Ein Gesamtrisiko resultiert aus der Kombination einzelner Teilrisiken.
- Die Bewertung der Risiken erfolgt konzerneinheitlich.
- Vergleichbare Risiken müssen zu vergleichbaren Risikowerten führen.
- Die ermittelten Risiken müssen sich stringent in das GW-Research überführen lassen.

Die Überwachung von Transaktionen im elektronischen Zahlungsverkehr („Kontenscreening“) erfolgt unter Nutzung eines IT-gestützten Research Systems, das auffällige Verhaltensmuster im Transaktionsverhalten einzelner Kunden erkennt. Basis für die zugrunde liegenden Parameter sind die in der Gefährdungsanalyse ermittelten Risiken.

Gemäß GwG muss die Postbank sicherstellen, dass die gesetzlich und aufsichtsrechtlich verankerten Pflichten auch von in- und ausländischen Zweigstellen sowie abhängigen ausländischen Unternehmen eingehalten werden, sofern sie mit der Postbank unter einheitlicher Leitung zusammengefasst sind. Für diese Gesellschaften haben wir ein eigenes Konzept erstellt. Ziel ist es, eine möglichst weitgehend einheitliche Umsetzung des GwG zu erreichen. Dabei pflegen wir die Kommunikation mit unseren Tochterunternehmen durch regelmäßige Informations- und Beratungsgespräche, Jahrestagungen und integrieren sie in die für den Konzern erstellte Gefährdungsanalyse.

Risikomanagement, Kreditgeschäft und Geldanlage in der Postbank sind wichtige Stellhebel, um unsere langfristige Profitabilität zu sichern und die indirekten Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Gesellschaft und Umwelt zu steuern.

Risikomanagement, Kreditvergabe, Geldanlage

Risikomanagement

Die Postbank hat ein umfangreiches Risikomanagement institutionalisiert, um die Risiken, die sich aus ihrer Geschäftstätigkeit ergeben, rechtzeitig erkennen, analysieren, überwachen und steuern zu können. Das Risikomanagement wird kontinuierlich anhand aktueller Entwicklungen überprüft und gegebenenfalls angepasst. Dabei werden u. a. unter Geschäftsrisiken auch „Reputationsrisiken“ berücksichtigt, bei denen die Bank durch fehlerhaftes Verhalten einzelner Personen oder von Gruppen einen Vertrauensschwund bei Geschäftspartnern oder Kunden erleiden kann.

Risikomanagement im Geschäftsbericht 2009:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Kreditvergabe

Im Kreditprozess für Firmenkunden wird im Zuge der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 in der Postbank vom Umweltmanagementbeauftragten seit Anfang 2010 einmal jährlich ein Screening der größten Kreditengagements im Hinblick auf die Einhaltung von Nachhaltigkeitsaspekten durchgeführt: Hierbei werden Engagements in „sensitiven Ländern“ und „sensitiven Branchen“ untersucht. Auf dieser Grundlage werden dann bei Bedarf Gespräche zwischen dem Umweltmanagementbeauftragten und den Fachverantwortlichen des Kreditbereichs geführt und ggf. Handlungsbedarf abgeleitet.

Geldanlage

Im Bereich der Geldanlage verfolgt die Postbank den Grundsatz der Diversifikation auf Basis eines angemessenen „Risiko-Chancen-Verhältnisses“. Gerade durch die Einhaltung dieses Grundsatzes konnten die Verluste im Zuge der Finanzkrise in Grenzen gehalten werden. Hierdurch zeigt sich auch, dass bei der Geldanlage von Banken der Fokus nicht auf kurzfristige Erfolgsziele ausgerichtet sein darf, sondern dass eine konservative Anlagepolitik langfristig erfolgreich ist. Jede kapitalmarktorientierte Entscheidung überprüfen wir auf die zur Verfügung stehende Risikodeckungsmasse. Daneben sind umfangreiche aufsichtsrechtliche und andere gesetzliche Beschränkungen (z. B. Kreditwesengesetz (KWG), Investmentgesetz (InvG) oder Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk)) zu beachten.

Um auch weiterhin gegen Risiken gut gerüstet zu sein und eine dauerhafte Wertsteigerung des Unternehmens zu gewährleisten, verfügt die Postbank über ein umfassendes System zur Messung und Überwachung der Risikopositionen und zur Analyse des mit ihnen verbundenen Gewinn- und Verlustpotenzials, wobei die Postbank kein eigenständiges Investmentbanking betreibt.

Durch die Geldanlage am Kapitalmarkt besitzt eine Großbank Einfluss auf mögliche Auswirkungen in Bezug auf Umwelt und Gesellschaft, indem beispielsweise ökologisch und ethisch vorbildlich agierende Unternehmen gezielt ausgewählt werden können. Ein Teil des Anlagevermögens der Postbank wird nach ökologischen und ethischen Gesichtspunkten angelegt.

Im Zuge der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 in der Postbank werden ab Anfang 2010 die per Jahresende gehaltenen Geld- und Kapitalmarktengagements vom Umweltmanagementbeauftragten der Postbank unter ökologischen und ethischen Gesichtspunkten untersucht. Auf dieser Grundlage werden bei Bedarf Gespräche zwischen dem Umweltmanagementbeauftragten und den Fachverantwortlichen des Ressorts Financial Markets geführt und ggf. Handlungsbedarf abgeleitet.

Anhang



Nachfolgend sind wesentliche Aussagen und Berechnungsmethodiken zusammengestellt, um so den Nachhaltigkeitsbericht 2010 der Postbank abgrenzen zu können.

Berichtsumfang



Berichtsabgrenzung

Im Mai 2006 startete die Postbank die Webseiten www.postbank.de/nachhaltigkeit und www.postbank.com/sustainability. Diese Portale bilden die zentrale Kommunikationsplattform der Postbank rund um das Thema „Nachhaltigkeit/unternehmerische Verantwortung“.

Ihren dort verfügbaren Bericht aktualisiert die Postbank einmal pro Kalenderjahr; aktuell sind hier Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Postbank für den Zeitraum 01.09.2009 bis 31.08.2010 zusammengestellt, inklusive des jährlichen Fortschrittsberichts der Postbank zur Umsetzung der Prinzipien zum UN Global Compact. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht ist im September 2009 erschienen.

Die Aussagen beziehen sich grundsätzlich auf den Konzern Deutsche Postbank AG. Betreffen Daten oder Aussagen nur einen Teil des Unternehmens, ist dies an entsprechender Stelle kenntlich gemacht.

Berechnungsmethodik

Der Berechnung des Verbrauchs natürlicher Ressourcen liegen folgende Berechnungsmethodik und Abgrenzungen zugrunde:

Gebäude

Aussagen zu Gebäuden beziehen sich auf die großen Immobilien (Eigentum und Anmietungen) des Postbank Konzerns (> 10.000 m²). Die kleineren Anmietungen des Postbank Konzerns (inkl. Anmietungen der Postbank Filialvertrieb AG) wurden hochgerechnet. Die in der jeweiligen Immobilie an Dritte vermieteten Flächen (und auf diese entfallende Energieverbräuche) wurden herausgerechnet, um die dem Postbank Konzern zuzurechnenden Energieverbräuche abzubilden. Bei diesen Gebäuden handelt es sich um ca. 59 % der Nettogeschossfläche sowie ca. 54 % der Mitarbeiter (Teilzeitkräfte in Vollzeitkräfte umgerechnet).

Strom/Wärme/Kälte

Daten für die 21 Großimmobilien der Postbank in Deutschland. Mengen wurden aus Lieferscheinen/Rechnungen erfasst. CO₂-Emissionen wurden aus Kilowattstunden (kWh) über Umrechnungsfaktoren (g/kWh CO₂) hochgerechnet. Für die Umrechnung wurden die Umrechnungsfaktoren der VfU-Indicators angewandt.

www.vfu.de

Abfall

Daten für 21 Großimmobilien der Postbank in Deutschland. Mengen werden gewichtsmäßig erfasst, wobei Ursprungswerte (z. B. Stück oder Kubikmeter) konzernweit einheitlich in Tonnen umgerechnet werden.

Wasser

Daten für die 21 Großimmobilien der Postbank in Deutschland. Mengen werden in Kubikmetern (m³) in Rechnungen erfasst.

Papier

Eingekaufte Mengen des Postbank Konzerns (ohne Filialen) inklusive Broschüren und Werbematerialien werden in Tonnen erfasst.

Dienstreisen

Für Dienstreisen weist die Postbank die entstandenen CO₂-Emissionen aus der Nutzung von Firmenwagen aus. Der CO₂-Ausstoß wird anhand der Literverbräuche der Fahrzeuge im Fuhrpark des Postbank Konzerns (anhand Tankkartenabrechnungen) umgerechnet.

Neu werden ab 2009 die entstandenen CO₂-Emissionen aus der Nutzung des Flugzeugs als Reisemittel erfasst. Hier werden die Daten (Meilen-Leistung) durch das betreuende Reisebüro übermittelt, in km-Leistung umgerechnet und aufgrund der Umrechnungsfaktoren des VfU in CO₂ ausgewiesen. Eine Bestimmung der CO₂-Emissionen von Bahnreisen erfolgt nicht, da alle Tickets des Konzerns CO₂-frei gestellt sind.

Im Hinblick auf die Darstellung der CO₂-Emissionen betrachtet die Postbank gemäß Greenhouse Gas Protocol (GHG):

- direkte CO₂-Emissionen aus fossilen Energieträgern (aus Firmenwagen/ Dienstreisen und fossilen Treibstoffen in Gebäuden) als Scope 1.
- indirekte CO₂-Emissionen aus dem Verbrauch von Elektrizität in Gebäuden als Scope 2.
- andere indirekte Treibhausgasemissionen aus fossilen Energieträgern (aus Firmenwagen/Dienstreisen und fossilen Treibstoffen in Gebäuden) als Scope 1.

www.ghgprotocol.org

Beteiligungen

Im Berichtszeitraum des Nachhaltigkeitsberichts 2010 gab es nur wenige Veränderungen im Beteiligungsportfolio der Postbank. Als wesentliche Änderung ist die Postbank Filial GmbH zu erwähnen. Diese Gesellschaft wurde im April 2010 im Zusammenhang mit der Übernahme von weiteren Filialen der Deutschen Post AG neu gegründet.

Die Postbank legt hiermit dar, mit welchen Maßnahmen die 10 Prinzipien des UN Global Compact im Berichtszeitraum umgesetzt wurden.

Fortschrittsbericht der Postbank zum UN Global Compact

Die Postbank ist Mitglied des UN Global Compact. Der im Jahr 2000 durch den damaligen UN Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufene Pakt hat das Ziel, gesellschaftliche Verantwortung stärker als bisher in den Mittelpunkt unternehmerischer Tätigkeit zu rücken.

Durch den UN Global Compact verpflichtet sich die Postbank zur Einhaltung von

zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Bekämpfung der Korruption. Diese dienen als Basis unseres gesellschaftlichen Engagements. Die Inhalte der Konzernwerte und des Code of Conduct sowie die Umweltleitlinie und das Umweltprogramm der Postbank tragen zur Umsetzung der 10 Prinzipien bei.

In diesem ersten Fortschrittsbericht haben wir die eingeleiteten Maßnahmen und deren Umsetzung zusammengestellt:



This is our Communication on Progress in implementing the principles of the United Nations Global Compact.

We welcome feedback on its contents.

Fortschrittsbericht nach UN Global Compact

Prinzipien	Beispiele <i>(behandelt in Artikeln des Nachhaltigkeitsberichts 2010)</i>
Menschenrechte	
1: Unternehmen sollen die internationalen Menschenrechte achten und innerhalb ihres Einflussbereichs fördern	• Einflussbereich • Leitlinien: Konzernwerte, Code of Conduct, Supplier Code of Conduct, Umweltleitlinien • Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage • Work-Life-Balance
2: Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie nicht zur Verletzung der Menschenrechte beitragen	• Einflussbereich • Leitlinien: Konzernwerte, Code of Conduct, Supplier Code of Conduct, Umweltleitlinien • Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage • Work-Life-Balance
Arbeitsnormen	
3: Unternehmen sollen das Recht auf gewerkschaftliche Betätigung ihrer Angestellten und Kollektivverhandlungen anerkennen	• Personalmanagement
4: Unternehmen sollen die Bekämpfung von Zwangsarbeit unterstützen	• Leitlinien: Code of Conduct, Supplier Code of Conduct • Work-Life-Balance
5: Unternehmen sollen an der Abschaffung von Kinderarbeit mitarbeiten	• Leitlinien
6: Unternehmen sollen die Beseitigung jeder Art von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung anstreben	• Leitlinien • Personalmanagement • Initiativen und Mitgliedschaften
Umweltschutz	
7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltgefährdungen vorsorgend handeln	• Einflussbereich • Leitlinien • ökologische Produkte und Dienstleistungen • Umweltleitlinie • Klimastrategie und Umweltprogramm • Green IT und Green Procurement • Initiativen & Mitgliedschaften
8: Unternehmen sollen Initiative ergreifen, um das Umweltbewusstsein zu fördern	• Einflussbereich • Leitlinien • ökologische Bankprodukte und Dienstleistungen • Mitarbeiterengagement • Umweltleitlinie • Klimastrategie und Umweltprogramm • Initiativen & Mitgliedschaften • Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und Brandschutz
9: Unternehmen sollen zur Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beitragen	• Einflussbereich • ökologische Bankprodukte und Dienstleistungen • Umweltleitlinie, Klimastrategie und Umweltprogramm • Initiativen & Mitgliedschaften • Green IT und Green Procurement
Korruption	
10: Unternehmen sollen gegen jede Form der Korruption, Erpressung und Bestechung eintreten	• Corporate Governance • Leitlinien • Compliance & Geldwäscherschutz • Risikomanagement, Kreditvergabe & Geldanlage

Die Postbank ist in den letzten Jahren in internationale Nachhaltigkeitsindizes aufgenommen worden und kann gute Ergebnisse bei Nachhaltigkeitsratings vorweisen.

Indizes und Ratings

So konnte die Postbank in den vergangenen 5 Jahren belegen, dass sie strenge

Kriterien u. a. in Bezug auf Unternehmensführung, Umweltschutz, Mitarbeiterentwicklung und gesellschaftliches Engagement erfüllt:

Indizes		gelistet seit
FTSE4good Indices Europe & Global		März 2006
Ethical Index €uro		Januar 2007
ASPI Eurozone (Advanced Sustainable Performance Index)		Dezember 2007
ESI Pioneer Global (Ethibel Sustainability Indexes)		April 2008
Nachhaltiges Anlageuniversum der Bank Sarasin (Schweiz)		Oktober 2008
	Ratings	
2009	 noted by ekom research	Corporate Sustainability Rating
2008		Nachhaltiges Anlageuniversum
2008		Corporate Sustainability Rating
2008	 creating sustainable value	
2007	 Sustainable Investment Research International	DAX 30-Rating
2007		

Um ihrer gesellschaftlichen Verantwortung nachzukommen und aktiven Dialog in den Bereichen „gesellschaftliche Verantwortung“ sowie im „Umwelt- und Klimaschutz“ zu führen, engagiert sich die Postbank auch in Initiativen und Organisationen.

Initiativen und Mitgliedschaften

UN Global Compact

Der ehemalige UN-Generalsekretär Kofi Annan hat auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos 1999 eine weltweite Allianz zwischen den Vereinten Nationen und der Privatwirtschaft ins Leben gerufen, den „UN Global Compact“. Dieser umfasst zehn Prinzipien, die der Deklaration der Menschenrechte, den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Rio-Deklaration sowie der UN-Konvention gegen Korruption entnommen sind. Seit Mitte 2006 war die Postbank durch den ehemaligen Mehrheitsaktionär Deutsche Post DHL dem „UN Global Compact“ verpflichtet. Die Postbank hat sich nun eigenständig dem UN Global Compact verpflichtet und erstellt ebenso einen Fortschrittsbericht zur Umsetzung der Prinzipien.

Weitere Informationen im Kapitel „Fortschrittsbericht der Postbank zum UN Global Compact“.

www.unglobalcompact.org

Verein für Umweltmanagement in Banken und Versicherungen

Seit September 2005 ist die Postbank Mitglied im Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e. V. (VfU). Der VfU ist der einzige europäische Verein, der sich speziell mit Umweltmanagement-Fragestellungen bei Finanzdienstleistern beschäftigt. Ziel ist es,

Umweltschutz und Umweltmanagement bei Kreditinstituten und Versicherungen zu fördern. Hierzu werden Strategien, Instrumente und Best-Practice-Lösungen entwickelt, der interne Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedsinstituten vorangetrieben und die breitere Öffentlichkeit informiert. Im Zusammenhang mit unserem Engagement im VfU engagieren wir uns in Arbeitskreisen und auf Roundtable-Gesprächen zu Nachhaltigkeitsthemen.

www.vfu.de

FinanzForum: Klimawandel

Das „FinanzForum: Klimawandel“ bildet den Beirat des „CFI – Climate Change, Financial Markets and Innovation“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) und besteht aus Vertretern der Finanzwirtschaft. Der Beirat hat zum Ziel, den forschungspolitischen Dialog der mit Finanzdienstleistern im Bezug auf Finanzierungsangebote und die öffentliche Meinungsbildung zum Klimawandel zu entwickeln und zu koordinieren sowie den praktischen Forschungsbedarf und die -perspektiven zu sondieren. Dieser Dialog ist ein zentraler Beitrag zur „Hightech-Strategie zum Klimaschutz“ der Bundesregierung. Gegründet wurde das CFI im Jahr 2007 von Bundesministerin Dr. Annette Schavan. Die Postbank engagiert sich im FinanzForum Klimawandel seit November 2009.

www.cfi21.org



Carbon Disclosure Project

Das Carbon Disclosure Project (CDP), im Jahr 2000 in London gegründet, ist das größte Gemeinschaftsprojekt institutioneller Anleger im Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Auswirkungen des Klimawandels. In dieser Initiative fordern 475 Investoren, darunter die Postbank, mit einem Anlagevermögen von mehr als 55 Bill. US\$, die umfassende Offenlegung des Ausstoßes von Treibhausgasen. Mehr als 1.300 der weltweit größten Unternehmen berichten bereits über ihre Emissionen auf der CDP-Webseite.

Mit der Unterzeichnung des Carbon Disclosure Projects im Jahr 2006 durch die Postbank bekennen wir uns dazu, dass Finanzinstitutionen bei Anlageentscheidungen verstärkt Aspekte des Klimaschutzes beachten sollen.

www.cdproject.net

Initiative Finanzstandort Deutschland

Die Initiative Finanzstandort Deutschland (IFD) ist eine Organisation, die sich aus verschiedenen Finanzdienstleistern, Verbänden, der Bundesbank und dem Finanzministerium zusammensetzt, und alle Bereiche der deutschen Finanzwirtschaft repräsentiert. Gegründet wurde sie im Mai 2003 von der deutschen Kredit- und Versicherungswirtschaft, der Deutschen Börse, der Deutschen Bundesbank, dem Bundesministerium der Finanzen sowie den Spitzenverbänden der deutschen Finanzwirtschaft.

Ihre Mitglieder, darunter seit Ende 2005 auch die Postbank, haben sich zum Ziel gesetzt, durch verschiedene Produkte und Maßnahmen einen gemeinsamen Nutzen für private Kunden und Unternehmen zu generieren. Die zentralen Ziele sind die Stärkung des Wachstums, Mitgestaltung der europäischen Finanzmarktintegration und die Förderung von Innovationen.

www.finanzstandort.de

CARBON DISCLOSURE PROJECT



Die Postbank stellt sich erfolgreich den Forderungen des Marktes an innovative und nachhaltige Produkte und Dienstleitungen sowie effiziente Prozesse. Dies belegen die nachfolgenden Auszeichnungen aus den Jahren 2009 und 2010.

Auszeichnungen

2010

Testurteil GUT im CHIP-Bankentest 08/2010

Beim Test der Zeitschrift CHIP erhielt die Postbank im August 2010 das Testurteil GUT für Postbank Giro Plus in den Kategorien Service, Funktionen und Sicherheit. Getestet wurden 10 Banken.



FMH und n-tv geben Bauspartarif BHW Dispo maXX die Bestnote bei regelmäßiger Besparung

Die BHW Bausparkasse hat in einem Vergleichstest der Finanzberatung FMH und des Nachrichtensenders n-tv im Juni 2010 für ihren Bauspartarif BHW Dispo maXX die Bestnote erhalten. Am Start waren insgesamt 12 Bauspartarife mit regelmäßiger Besparung. Im Mittelpunkt des Vergleichs von n-tv und FMH standen vor allem die schnelle Vertragszuteilung und die Möglichkeit, das Darlehen mit möglichst niedrigen Tilgungsraten bei günstigen Zinssätzen zu bedienen.



Je nach Wunsch und Lebenssituation der Bausparer können beim BHW Dispo maXX verschiedenste Elemente individuell angepasst werden. So bestimmen die BHW-Kunden selbst über den Zeitpunkt ihrer Darlehensauszahlung oder über die Höhe ihres Tilgungsbeitrages und damit die Darlehenslaufzeit.

Corporate Research Foundation – Postbank einer der „Top Arbeitgeber Deutschland“

Die Corporate Research Foundation, ein unabhängiges Unternehmen, das internationale Researchprojekte für die Wirtschaft initiiert, koordiniert und in exklusiven Publikationen veröffentlicht, vergibt seit einigen Jahren, gemeinsam mit Junge Karriere, einem Magazin für den Karrierestart der Verlagsgruppe Handelsblatt, den Titel „Top Arbeitgeber Deutschlands“. Für die Studie mussten die Unternehmen 101 Fragen beantworten, anhand derer sechs Kernbereiche untersucht wurden: Entwicklungschancen, Gehalt, Work-Life-Balance, Jobsicherheit, Marktführerschaft sowie Unternehmenskultur. Dabei erhielt die Postbank 2010, zum dritten Mal nach 2008 und 2009, die Auszeichnung als „Top Arbeitgeber Deutschlands“. Besonders positiv bewertete das Institut die Aspekte Entwicklungsmöglichkeiten, Vergütung und Work-Life-Balance.

Auszeichnung der bankpost mit dem Silver Award bei den internationalen Inspire Awards der LACP

Die bankpost ist bei den internationalen Inspire Awards der LACP mit dem Silver Award in der Kategorie „Mitarbeitermagazine, monatlich“ ausgezeichnet worden. Die LACP (League of American Communications Professionals, San Diego, USA) prämiiert mit dem Inspire Award jedes Jahr die besten Medien aus dem Bereich der internen Kommunikation. Neben dem Silver Award konnte sich bankpost mit 98 von 100 möglichen Punkten auch in der Rangliste der Top 50 platzieren.



Deutsches Institut für Betriebswirtschaft – 3. Platz des Postbank Ideenmanagements im Bereich Banken

Das Deutsche Institut für Betriebswirtschaft (dib) ist eine führende Einrichtung der Aus- und Weiterbildung für betriebswirtschaftliche Themen und erstellt einmal jährlich ein Ranking zum Ideenmanagement u. a. im Bankenbereich. Dabei belegte die Postbank für das Jahr 2009 den zweiten Platz. Schon seit Einführung des Ideenmanagements belegt die Postbank kontinuierlich Spitzenplätze in der dib-Rangliste.

Potentialpark – Postbank Karriereseite unter den Top 30 Deutschlands

Das internationale Marktforschungsunternehmen Potentialpark führte eine Studie der Karriereseiten aus der Perspektive von Arbeitssuchenden durch. Zentrale Elemente der Bewertung waren dabei: Welche Informationen in welcher Struktur benötigen potenzielle Bewerber, um ein entscheidungsrelevantes Bild von einem Unternehmen zu gewinnen? Und welche Unternehmen decken mit ihrer Website die Bedürfnisse der Suchenden ab? Die Unternehmen, die es unter die Top 30 Deutschlands geschafft haben, sind diejenigen, die ihre Marke als Arbeitgeber stärken und aktiv in Beziehungen mit ihrem Talentpool, durch Aktionen wie innovatives online Marketing und innovative Kommunikationsmittel, treten. Die Karriereseite der Postbank ist unter den TOP 30 Rankings platziert.

Die Ausbildungswebsite der Postbank gehört zu den Top Ten in Deutschland. Zu diesem Ergebnis kommen Mitarbeiter der Hochschule RheinMain, die in einer Studie die Human-Ressource-Bereiche der 108 größten und attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands verglichen. Die Seite der Postbank belegte Platz sechs.

ibi Website Rating – „Beste Finanzwebseite im deutschsprachigen Raum“

Seit 1998 bewerten die Experten vom ibi Research an der Universität Regensburg die Online-Auftritte von mehr als 150 Banken in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der Bewertungskatalog umfasst mehr als 230 Detailkriterien. Die sich unter den beiden Hauptkategorien Beratungsqualität und Benutzerfreundlichkeit (Usability) einordnen lassen. Die Postbank ist in beiden Bereichen sehr stark und konnte die gestellten Anforderungen zu 77 % erfüllen. Deshalb ist die Postbank, wie bereits im Vorjahr, Erstplatzierte unter den 150 Banken des Ratings.

Postbank belegt gemeinsam mit einem weiteren Institut Platz 1 als kundenfreundlichste überregionale Bank

Im Zusammenhang mit einer Untersuchung hinsichtlich energieeffizienter Immobilienmodernisierung wurde die Postbank Anfang 2010 von der Stiftung Warentest zum kundenfreundlichsten überregionalen Institut gewählt.

2009

Standard & Poor's vergibt sehr gutes „A“ für die PBV Lebensversicherung und PB Lebensversicherung

Die PBV Lebensversicherung und PB Lebensversicherung wurden im Juli erstmals von der Agentur Standard & Poor's bewertet. Der Anbieter von Ratings, Finanzmarktinfos und Research vergab ein sehr gutes „A“, Ausblick: Stable. Die finanzielle Stabilität eines mit A bewerteten Versicherungsunternehmens ist sehr gut. „Stable“ bedeutet: wahrscheinlich keine Änderung.

Postbank erhält Innovationspreis für Kundenorientierung im Internet

Im Rahmen der Retail Banking Konferenz in Frankfurt wurde die Postbank im November mit dem Innovationspreis 2009 in der Kategorie „Kundenorientierung im Internet“ ausgezeichnet. Besonders gewürdigt wurde die vorbildliche Benutzerfreundlichkeit des Internetvertriebs der Postbank. Gerade die Navigation, die verständliche Sprache und die vielfältigen Kontaktmöglichkeiten seien sehr gut gemacht.

Top Ratenkredit

In einem Test von Focus Money bekam der Ratenkredit der Postbank im September 2009 die Gesamtnote „sehr gut“. Getestet wurden Ratenkredite von bundesweit einheitlich agierenden Filialbanken.

Zeitschrift Chip - Postbank Testsieger beim Vergleichstest „Online-Banking“

Die Computerzeitschrift Chip veröffentlichte in ihrer Ausgabe 9/2009 einen Vergleichstest zum Thema Online-Banking, bei dem die Postbank, wie im Jahr 2008, Testsieger wurde. Getestet wurden 18 Angebote mit Online-Banking, wobei Angebot und Sicherheit des Online-Bankings zu gleichen Teilen bewertet wurden. Besonders gelobt wurde bei der Postbank das umfangreiche Funktionsangebot, im Speziellen die Bereitstellung einer eigens für das iPhone optimierten Internetseite. Gleichzeitig punktete das Postbank Angebot im Sicherheitstest und landete bei der

Anzahl verfügbarer Filialen auf dem zweiten Platz.

Zeitschrift geldinstitute – Projekt „Filiale im Wandel“ der Postbank ist bestes Flächenkonzept

Die Zeitschrift geldinstitute, ein Fachmagazin für eBanking, IT-Lösungen und Banktechnik richtet alle 2 Jahre den Wettbewerb „Geschäftsstelle des Jahres“ aus, in diesem Jahr in Kooperation mit dem Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation und dem Unternehmen IBM. Teilnehmen konnte jeder, der in den letzten zwei Jahren vorbildliche Geschäftskonzepte umgesetzt hat. Aus einem Kreis von 20 Bewerbern konnte sich die Postbank mit dem Projekt „Filiale im Wandel“, das den Anspruch hat, Kundenwünsche noch stärker in den Mittelpunkt zu stellen, durchsetzen. Das Projekt, von der Wettbewerbsjury als „innovatives, kundenorientiertes Filialkonzept mit dem Potenzial zur Vervielfältigung“ bewertet, erhielt die Auszeichnung für das beste Flächenkonzept.



Investis IQ Corporate Website Ranking – 2. Platz für Nachhaltigkeitsseite www.postbank.com/sustainability

Investis, marktführender Spezialist beim Bereitstellen von Dienstleistungen für die Online-Unternehmenskommunikation gelisteter Firmen in Europa, hat erstmals ein Website Ranking für die 30 DAX und 50 MDAX Unternehmen veröffentlicht. Das „IQ Corporate Website Ranking“ ist die umfassendste Analyse von Unternehmensgruppen im Markt und die Einzige, die das volle Spektrum der Anforderungen von Interessensgruppen abdeckt. Dementsprechend war das Bewertungskriterium für Nachhaltigkeitsseiten: Wie gehen die Unternehmen in ihren Webseiten auf die Belange der am Unternehmen interessierten Gruppen ein. Die Postbank erzielte mit ihrer Webseite www.postbank.com/sustainability dabei den zweiten Platz unter den insgesamt 80 DAX und MDAX Unternehmen.

Wirtschaftsmagazin €uro – Postbank ist „Beste Filialbank 2009“

Auch 2009 kürte das Wirtschaftsmagazin €URO die Postbank zur besten Filialbank. Diese Auszeichnung erhielt die Postbank bereits 2008.

Ein vom Hamburger Analysehaus SWI Finance im Auftrag von €URO durchgeführter Produkt- und Beratungstest ergab, dass die Postbank ihren Kunden besonders in den Bereichen Festgeld und Wertpapierhandel sehr gute Konditionen anbietet. Damit konnte die Postbank in Produktbereichen punkten, die sonst von Direktbanken und Spezialinstituten dominiert werden.

Privatkundenvorstand Dr. Michael Meyer zeigte sich erfreut über die Auszeichnung, die die Bonner Bank bereits zum zweiten Mal in Folge erhielt: „Unsere Kunden wollen im Internet so gut bedient werden wie bei einer Direktbank, gleichzeitig möchten unsere Kunden aber auch den Service in den Filialen nutzen, wenn sie ihn brauchen – und zwar ohne zusätzliche Kosten. Sicherheit und Vertrauen haben durch die

Finanzkrise stark an Bedeutung gewonnen. Die Postbank mit ihrer hundertjährigen Geschichte steht für Solidität und Krisenfestigkeit.“

YouGov BrandIndex – Postbank von Öffentlichkeit überwiegend positiv bewertet

Die YouGovPsychonomics AG, Marktforschungs- und Beratungsinstitut mit Hauptsitz in Köln, die zu den Top 10 der umsatzstärksten Marktforschungsinstitute in Deutschland zählt, misst täglich die öffentliche Wahrnehmung von 500 Marken in 20 verschiedenen Branchen durch eine Befragung von 1.000 Personen. Erhoben werden dabei sieben Faktoren: Markenpräsenz, allgemeiner Eindruck, Qualität, Preis-Leistungs-Verhältnis, Kundenzufriedenheit, Arbeitgeberimage und Weiterempfehlungsbereitschaft. Zusammengefasst im BrandIndex ergeben sich damit die Imagewerte der Unternehmen. Die Postbank zeigt im Moment stabile Imagewerte und wird seit Dezember von der Öffentlichkeit überwiegend positiv bewertet, was momentan ein seltenes Ergebnis für eine Bank darstellt.





„Euro Fund Awards“ der Axel Springer Financial Media GmbH – Postbank Fonds hervorragend platziert

Mit den Euro Fund Awards zeichnet die Axel Springer Financial Media GmbH die besten Fonds des Jahres aus. Prämiert werden jeweils die drei Fonds mit der besten Performance über ein, drei und fünf Jahre in 59 unterschiedlichen Fonds-Kategorien. Basis für diese Auswertung ist das Fonds-Universum der Wirtschaftsmagazine Euro, Euro am Sonntag und Euro Fondsexpress. Der Dachfonds Postbank Vermögensmanagement Plus Chance wurde dabei auf den 1. Platz, der Rentenfonds Postbank Europafonds Renten auf den 2. Platz und der Aktienfonds Postbank Global E-Conomy auf den 3. Platz in ihren jeweiligen Kategorien gewählt.

Postbank ist bester Online-Broker

Die besten Online-Konditionen und die hohen Sicherheitsstandards gaben den Ausschlag: Das Deutsche Institut für Service-Qualität kürte bei ihrer aktuellen Studie das Brokerage der Postbank zum Sieger. Die umfassende Konditionen- und Serviceanalyse wurde im Auftrag der WirtschaftsWoche erstellt; Grundlage der Bewertung waren über 300 Interessentenkontakte bei insgesamt zehn Finanzinstituten.

In den Jahren 2009 und 2010 haben wir in unseren Kunden- und Mitarbeitermagazinen über diverse Nachhaltigkeitsthemen berichtet.

Kunden- und Mitarbeitermagazine



Geldwert

Juli/August 2010	Alte Sparkonten erfreuen Kinder: Kunden und Mitarbeiter spenden für Bonner Frauenhaus, Bestnote für BHW Dispo MaXX
Mai 2010	Sicherheits-Experte beantwortet Ihre Frage; Bequeme Suche für Behinderte
	Was spricht für Elektroautos?
April 2010	Postbank unterstützt die Initiative Internet erfahren; Sinnvoll: Heizungs-Check beim Schornsteinfeger
März 2010	Förderung für Solaranlagen verlängert
Februar 2010	Zehn Irrtümer bei der Online-Sicherheit
Dezember 2009	Postbank erhält Innovationspreis
November 2009	Zinsgünstig gefördert: Energieeffizienz
Oktober 2009	Sicherheitstraining für Online Shopper
September 2009	Postbank bleibt dem Fußball treu
Juli/August 2009	Information zur Erhöhung der Einlagensicherung; Tipp: Was tun bei Kartenverlust;
	Artikel über TÜV zertifiziertes faires Leasing bei der Postbank; In-
Juni 2009	formation zur Solarenergie und deren Finanzierung
	BHW Forum „Zukunft findet Stadt“; Postbank besteht Umwelt
	TÜV; Sicherheit im Online-Banking „Zugangsdaten und PIN sind
	vertraulich“
Februar-Juni 2009	5-teilige Reihe „Sicher Mobil“, Tipps zur „Handy“ Sicherheit
März 2009	Sicherheit beim Geldtransfer
Februar 2009	Postbank überreicht Spende für Kranke Kinder

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



Anlagewelt

Ausgabe 03/2010	Heizsysteme: vergleichen lohnt sich immer; BHW: beste Bauspar-
Ausgabe 02/2010	kasse Deutschlands
Ausgabe 03/2009	Modernisieren für Umwelt und Geldbeutel: BHW
Ausgabe 02/2009	Umweltschutz bei der Postbank
Ausgabe 01/2009	Sanieren: Postbank und Bundesverband der Schornsteinfeger
	gründen die Eneffa
	Postbank Gewinn-Sparen „Unterstützung der Aktion Mensch“

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



Mehrwert

- | | |
|-----------------|--|
| Ausgabe 03/2010 | BHW: die beste Bausparkasse Deutschlands; Solarparks – für die Zukunft hervorragend aufgestellt |
| Ausgabe 01/2010 | SoLES 21: attraktive Renditen aus der Sonne |
| Ausgabe 03/2009 | Kraft der Sonne - Energie für ihre Zukunft; Ideenmanagement der Postbank |
| Ausgabe 02/2009 | Befragung des Ifo-Instituts von Privathaushalten nach Energiebewusstsein; Spartipp: Postbank Gewinn-Sparen zur „Unterstützung der Aktion Mensch“; Information zum Bau der ersten autarken Ökostadt der Welt |
| Ausgabe 01/2009 | Solarindustrie wird auch in Krisenzeiten gefördert; Spendenaufruf für J. A. Comenius-Stiftung; Klimawandel, die globale Investmentchance; Interview mit Prof. Dr. Claudia Kemfert „Umwelttechnik wird Eckpfeiler der Wirtschaft“ |



Wohnen

- | | |
|-----------------|---|
| Ausgabe 03/2010 | Sanierung: auf Sparflamme gesetzt; so heizt man heute |
| Ausgabe 02/2010 | Energiesparend bauen: das (Treib-) Haus mit Aha-Effekt |
| Ausgabe 01/2010 | Ökostrom: Schalten Sie um auf Grün; Fenstersanierung: auf die Fugen kommt es an; Heizungsmodernisierung: wärmstens zu empfehlen; Strom & Wärme in Eigenenergie |
| Ausgabe 04/2009 | Heizen mit Holzpellets |
| Ausgabe 03/2009 | Tür- und Fenstersanierung; KfW Effizienzhaus; Dachsanierung und -dämmung; Hybridheizung (Öl, Solar, Holz); staatliche Förderung erneuerbarer Energien |
| Ausgabe 02/2009 | Informationen zum Sparen von Energie und Wasser; Energie aus Sonnenkraft; Erweiterung des Fondsangebotes, Postbank Berater vertreiben auch Fonds anderer Gesellschaften |
| Ausgabe 01/2009 | Energiekosten sparen durch Modernisierung; Heizkosten reduzieren durch einen Heizungs-Check |



Business Update

- | | |
|------------------|---|
| Juni 2010 | Klimaschutz: Kosten und Energie |
| Februar 2010 | Postbank feiert Hat Trick für beste Finanzwebsite |
| Juli/August 2009 | Information über V PAY; Artikel über Zuschüsse vom Staat für auszubildende Firmen und Lehrlinge |
| Juni 2009 | Information über Sicherheitsmaßnahmen bei Kartenzahlung für Händler, Stichwort „Wissen macht sicher“; Information über Postbank Gewinn-Sparen |
| Mai 2009 | Postbank durch TÜV nach ISO 14001 zertifiziert |
| März 2009 | Information über neuen technischen Standard bei Kartenzahlung |
| November 2009 | Die wichtigsten Regelungen der neuen Energieeinsparverordnung |
| Dezember 2009 | Postbank erhält Innovationspreis |

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



Perspektiven

- Ausgabe 02/2010 Ökologisch nachhaltig – ökonomisch erfolgreich; Leitbild: nachhaltige Entwicklung; Nachhaltige Investitionen, perfekt gefördert und finanziert
- Ausgabe 01/2010 Postbank Firmenkunden AG spendet für die deutsche Kinderkrebshilfe

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



Weitblick

- Ausgabe 02/2010 Artikel über Wohnen im Alter, Artikel über Erbschaftsangelegenheiten, Artikel über Internet Patenschaften
- Ausgabe 01/2010 Versicherungen für ältere Menschen, Artikel über die geistige und körperliche Gesundheit im hohen Alter
- Ausgabe 04/2009 Informationen über altersgerechte Filialen, Artikel über besseres Wohnen im Alter
- Ausgabe 03/2009 Informationen über die Rentenbesteuerung; Artikel über Senioren an der Uni
- Ausgabe 02/2009 Information über den 9. Seniorentag in Leipzig; Artikel über Online-Banking; Information über Trickbetrüger
- Ausgabe 01/2009 Information über die Förderung des ehrenamtlichen Engagements älterer Menschen



Bankpost

- Juli 2010 Aus dem Alltag geplaudert: Konzernbotschafter-Programm; Postbank Finance Award: solche Talente brauchen wir; Hilfe fürs Frauenhaus; Spendenlauf für Kinder; Fußbälle für Südafrika; Investitionen in die Zukunft: nachhaltige Energien; erfolgreich zertifiziert: für die Umwelt
- Juni 2010 Geschenke für Kinderheim in Nepal; Millionengrenze geknackt: UNICEF Spenden; Senioren erfahren gemeinsam das Internet
- Mai 2010 Wohnqualität steigern – Kosten senken; Zukunftstag 2010; Achtung geheim: Informationen über Compliance an die Mitarbeiter; Deutsche Postbank AG + Deutsche BKK: GesundheitPlus; bankpost gewinnt Award; Training für den Führungskräftealltag; Postbank Club der Besten
- April 2010 Lichtblick in Sicherheit; Kundenvertrauen stärken: TÜV Plakette bei der Immobilienfinanzierung der DSL Bank; Förderung nach Maß: Junior Management-Programm; Willkommen im Team: Begrüßungstag für die ehemaligen Azubis
- März 2010 Top Arbeitgeber; Zertifizierung erfolgreich: Rürup-Rente
- Februar 2010 Verantwortung übernehmen: Nachhaltigkeit und Umweltmanagement; Spontane Hilfe: Spenden für Haiti; Erdbebenhilfe: Hoffnung für Haiti

Dezember 2009	Vielfältiges Engagement: Stiftung Deutsche Kinderkrebshilfe; Fitness für schlanke Prozesse; Gute Orientierung im Netz
November 2009	Spenden: Postbank unterstützt Welthungerhilfe; Business-Frauen-Netzwerk: miteinander voneinander lernen
Oktober 2009	Neuer LernClip: Umweltmanagement
September 2009	PB Lebensversicherung: Note „Sehr gut“; Beste Bank im Internet
Juli 2009	Postbank goes Hochschule; Ideen trotz der Krise: Postbank Finance Award
Juni 2009	Postbank unterstützt UNICEF; oekom: besseres Rating; Ein gut organisiertes Familienunternehmen
Mai 2009	Geprüft und besiegelt: Zertifikate der Postbank im Überblick; „Filiale im Wandel“ ausgezeichnet; Beste Filialbank 2009; Helfende Hände; Die Umwelt schonen
April 2009	Ausgezeichnet im Netz; Mentoren für Schulprojekt gesucht: business@school; Gesundheitstage 2009; Mittelstand setzt auf Umweltschutz; Award für beste Performance 2008; TOP-Karriere
März 2009	Postbank Top Arbeitgeber 2009; „Klima Fit – Ideenwettbewerb“; Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung 2008
Februar 2009	Jetzt mit Zertifikat; Spenden für den guten Zweck; Es gibt noch einige Vorurteile: Interview mit Konzernschwerbehindertenvertreter der Postbank Gruppe; Verantwortlich in die Zukunft; Dreifacher Glücksbringer: Kooperation zwischen Postbank und Schornsteinfegern
Januar 2009	Gewinnspiel zur Gripeschutzaktion, Ideenmanagement; Nachdruck für Umwelt- und Klimaschutz; Zertifizierung des Geschäftsfelds Kontoführung; Spenden für den guten Zweck

Übergreifend

Darüber hinaus stellt die Postbank im Internet unter www.postbank.de Informationen zu speziellen Themengebieten frei zugänglich ein, mit denen wir das Wissen unserer Kunden zu sozialen und ökologischen Themen gezielt verbessern, so z. B.

Informationen rund um die Börse:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Solarenergie und Energiesparen

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Lexikon zum ökologischen Bauen, Baufinanzierung und Bausparen:

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Altersvorsorge

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Altersvorsorge-Check

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Sicherheit im Internet

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

GRI-Index

Themen des GRI-Index	
	Verweis auf vorliegenden Bericht
1. Vision und Strategie	
1.1 Vorwort des Vorsitzenden	S. 3–4
1.2 Beschreibung Risiken und Chancen	S. 3–4, 82
2. Organisationsprofil	
2.1 Name des Unternehmens	S. 6–8
2.2 Produkte und Dienstleistungen	S. 6–8, S. 41–42, S. 62–65
2.3 Unternehmensstruktur	S. 6–8
2.4 Hauptsitz des Unternehmens	S. 6–8
2.5 Anzahl der Standorte	S. 6–8
2.6 Eigentümerstruktur, Rechtsform	S. 6–8
2.7 Bediente Märkte	S. 6–8
2.8 Größe des Unternehmens	S. 6–8
2.9 Wesentliche Änderungen der Unternehmensstruktur	S. 85–86
2.10 Auszeichnungen	S. 92–96
3. Berichtsparameter	
3.1 Berichtszeitraum	S. 85–86
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	S. 85–86
3.3 Berichtszyklus	S. 85–86
3.4 Ansprechpartner	S. 107
3.5 Bestimmung des Berichtsinhalts	S. 85–86
3.6 Berichtsgrenze	S. 85–86
3.7 Grundlage für die Berichterstattung	S. 85–86
3.8 Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures	Wird nicht berichtet.
3.9 Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen	S. 85–86
3.10 Wesentliche Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen, der verwendeten Messmethoden	S. 85–86
3.11 GRI-Index	S. 102–105
3.12 Verifizierung externer Dritter	keine
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement	
4.1 Führungsstruktur inklusive Nachhaltigkeitsverantwortung	S. 53–61
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	Wird nicht berichtet.
4.3 Für Unternehmen ohne Aufsichtsrat: unabhängige Mitglieder des Leistungsorgans	Nicht relevant, da die Postbank als börsennotierte Aktiengesellschaft über einen Aufsichtsrat verfügt.
4.4 Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an die Geschäftsführung	Wird nicht berichtet.
4.5 Verknüpfung der Vergütung des oberen Managements mit Erreichung der Nachhaltigkeitsziele	S. 78
4.6 Verfahren zur Vermeidung von Interessenkonflikten	Wird nicht berichtet.
4.7 Expertise der Leistungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	S. 53–61
4.8 Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodex	S. 53–61, 75–77
4.9 Verfahren des Vorstands zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung	S. 53–61
4.10 Beurteilungsverfahren der Nachhaltigkeitsleistungen des Vorstands	S. 75

4.11 Umsetzung des Vorsorgeprinzips	S. 79–83
4.12 Teilnahme an externen Initiativen	S. 90–91
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Initiativen	S. 90–91
4.14 Darstellung der Stakeholder	S. 9–17
4.15 Grundlage für die Auswahl der einzelnen Stakeholder-Gruppen	S. 9–17
4.16 Stakeholderdialog	S. 9–17
4.17 Ergebnisse des Stakeholderdialogs	S. 9–17
5. Ökonomische Leistungsindikatoren	
EC1 Erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	S. 106
EC2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	S. 53–61
EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	Wird nicht berichtet.
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	Aus Datenschutzgründen findet keine Kommunikation statt.
EC6 Standortbezogene Auswahl von Zulieferern	S. 66–68, 76–77
EC7 Standortbezogene Personalauswahl	S. 19
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen, die vorrangig im öffentlichen Interesse erfolgen	S. 21–23
Ökologische Leistungsindikatoren	
EN 1 Gesamter Materialverbrauch nach Art	S. 69
EN 2 Verwertung von Abfällen	S. 69
EN 3 Eigener Energieverbrauch	S. 69
EN 4 Indirekter Energieverbrauch	S. 69
EN 5 Eingesparte Energie aufgrund von umweltbewusstem Einsatz und Effizienzsteigerungen	S. 69
EN 6 Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen mit höherer Effizienz	S. 53–61
EN 7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs und erzielte Einsparungen	S. 53–61
EN 8 Gesamtwasserentnahme	S. 69
EN 9 Auswirkungen des Wasserverbrauchs	Wird nicht berichtet.
EN 10 Anteil wiederverwendetes Wasser	Wird nicht berichtet.
EN 11 Flächennutzung in geschützten Gebieten	Da die Postbank keine Gebäude in Schutzgebieten unterhält, findet hierzu keine Kommunikation statt.
EN 12 Wesentliche Auswirkungen auf geschützte Gebiete	Wird nicht berichtet.
EN 13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	Wird nicht berichtet.
EN 16 Treibhausgasemissionen nach Gewicht	S. 69
EN 17 Andere relevante Treibhausgasemissionen	S. 69
EN 18 Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse	S. 53–61, S. 69
EN 19 Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen nach Gewicht	Wird nicht berichtet.
EN 20 NO _x , SO _x u.a. signifikante Luftemissionen	Wird nicht berichtet.
EN 21 Bedeutsame Abwassereinleitungen nach Art	Wird nicht berichtet.
EN 22 Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	S. 69
EN 23 Vorfälle von Bodenbelastung	Da keine Vorfälle bekannt sind, findet hierzu keine Kommunikation statt.
EN 24 Sonderabfälle	Aufgrund der geringen Menge findet hierzu keine Kommunikation statt.
EN 25 Auswirkung des Abwassers auf Biodiversität	Da keine Vorfälle bekannt sind, findet hierzu keine Kommunikation statt.
EN 26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen	S. 53–61, 62–65, 66–68
EN 27 Anteil in Prozent der verkauften Produkte, bei denen das dazugehörige Verpackungsmaterial zurückgenommen wurde	Da im Geschäftsbetrieb der Postbank kein Verpackungsmaterial anfällt, findet hierzu keine Kommunikation statt.
EN 28 Strafen für die Nichteinhaltung gesetzlicher Umweltregelungen	Da keine Vorfälle bekannt sind, findet hierzu keine Kommunikation statt.

Produktverantwortung	
PR 1 Lebenszyklusstadien, in denen Sicherheits- und Gesundheitsauswirkungen von Produkten analysiert werden	S. 82–83
PR 3 Grundsätze/Verfahren zur Produktkennzeichnung	S. 33–35
PR 5 Praktiken in Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit	S. 71–74
PR 6 Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und unfreiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	S. 79–81
Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen	
LA 1 Angaben zur Gesamtbelegschaft	S. 19–20
LA 2 Mitarbeiterfluktuation	S. 19–20
LA 4 Anteil der Mitarbeiter mit Tarifverträgen	Wird nicht berichtet.
LA 5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	Wird nicht berichtet.
LA 7 Verletzungen, Abwesenheitsquote und Todesfälle	S. 27–29
LA 8 Ausbildung und Weiterbildung	S. 21–23
LA 10 Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	Wird nicht berichtet.
LA 11 Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	S. 24–26, 49–51
LA 12 Prozentzahl der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten	S. 21–23
LA 13 Zusammensetzung der leitenden Organe und Mitarbeiter (Alter, Geschlecht etc.)	Wird nicht berichtet.
LA 14 Verhältnis des Grundgehalts der Männer zum Grundgehalt für Frauen nach Mitarbeiterkategorie	Wird nicht berichtet.
Menschenrechte	
HR 1 Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder entsprechend geprüft werden	S. 76–77
HR 2 Zulieferer, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden	S. 76–77
HR 4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	Da keine Vorfälle bekannt sind, findet hierzu keine Kommunikation statt.
HR 5 Gewährleistung einer unternehmensweiten Vereinigungsfreiheit	Wird nicht berichtet.
HR 6 Grundsätze/Maßnahmen zur Verhinderung von Kinderarbeit	S. 76–77
HR 7 Grundsätze/Maßnahmen zur Verhinderung von Zwangsarbeit	S. 76–77
Gesellschaft	
SO 1 Eindämmung negativer Auswirkungen auf die Standortgemeinden	Wird nicht berichtet.
SO 2 Grundsätze/Verfahren, um Korruption vorzubeugen	S. 76–77
SO 3 Anzahl der Mitarbeiter, die in der Antikorruptionspolitik geschult worden sind	Wird nicht berichtet.
SO 4 In Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen	Da keine Vorfälle bekannt sind, findet hierzu keine Kommunikation statt.
SO 5 Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung	S. 9–17, 90–91
SO 8 Wesentliche Bußgelder und Anzahl nicht monetärer Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	Aus Datenschutzgründen findet keine Kommunikation statt.
Finanzsektor-spezifische Indikatoren	
FS 1 Richtlinien mit ökologischen und sozialen Komponenten innerhalb des Kerngeschäfts	S. 53–61
FS 2 Verfahren zur Erkennung und Bewertung ökologischer und sozialer Risiken im Kerngeschäft	S. 82–83
FS 3 Kontrollprozesse auf Kundenseite bezüglich Einhaltung ökologischer und sozialer Anforderungen in Verträgen und Transaktionen	S. 71–74
FS 4 Weiterbildung von Mitarbeitern zu ökologischen und sozialen Richtlinien und Prozessen	S. 21–23, 53–61, 97–101
FS 5 Dialog mit Kunden/Investoren/Geschäftspartnern bezüglich ökologischer und sozialer Risiken und Chancen	S. 9–17, 90–91

FS 6 Anteil des Portfolios für Geschäftsbereiche nach Region, Größe und Sektor	Wird nicht berichtet.
FS 7 Geldwert von Produkten und Dienstleistungen mit sozialem Nutzen	S. 41 – 42
FS 8 Geldwert von Produkten und Dienstleistungen mit ökologischem Nutzen	S. 62 – 65
FS 9 Reichweite und Häufigkeit von Audits zur Beurteilung und Implementierung ökologischer und sozialer Richtlinien	S. 53 – 61
FS 10 Firmen, die im Portfolio des Unternehmens enthalten sind und mit denen ein Dialog zu ökologischen und ethischen Fragen stattfand	S. 53 – 61
FS 11 Anteil der Einlagen, die positiven oder negativen ökologischen oder sozialen Auswahltests unterworfen sind	Wird nicht berichtet.
FS 12 Abstimmungsrichtlinien zu ökologischen und sozialen Fragen bei Aktienbesitz	Wird nicht berichtet.
FS 13 Zugangsstellen in wenig besiedelten oder wirtschaftlich schwachen Gebieten	Wird nicht berichtet.
FS 14 Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu Finanzdienstleistungen für benachteiligte Menschen	S. 41 – 42
FS 15 Richtlinien für faire Gestaltung und Verkauf von Finanzdienstleistungen	S. 76 – 77
FS 16 Initiativen zur Förderung finanzieller Allgemeinbildung	S. 43 – 45
Quelle: In Anlehnung an die GRI-Guidelines (Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung)	

Der Postbank Konzern in Zahlen

Gewinn- und Verlustrechnung		01.01.-31.12.2009	01.01.-31.12.2008 ¹
Gesamt-Erträge	Mio. EUR	3.088	2.288
Verwaltungsaufwendungen	Mio. EUR	-2.864	-2.969
Ergebnis vor Steuern	Mio. EUR	-398	-1.064
Konzerngewinn/-verlust	Mio. EUR	76	-886
Cost Income Ratio Gesamt	%	92,7	129,8
Eigenkapital-Rendite			
vor Steuern	%	-7,8	-23,3
nach Steuern	%	1,5	-19,4
Ergebnis je Aktie	EUR	0,35	-5,26
Bilanz			
		31.12.2009	31.12.2008¹
Bilanzsumme	Mio. EUR	226.609	231.219
Kundeneinlagen	Mio. EUR	111.067	95.077
Kundenkredite	Mio. EUR	108.971	101.228
Risikovorsorge	Mio. EUR	1.641	1.323
Eigenkapital	Mio. EUR	5.251	4.952
Kernkapitalquote			
exkl. Marktpreisrisiken	%	7,6	7,2
inkl. Marktpreisrisiken	%	6,6	6,4
Mitarbeiter (auf Vollzeitkräfte umgerechnet)			
	Tsd.	20,86	21,13
Langfrustrating			
Moody's		Aa3	Aa2
	Ausblick	Rating under Review	stabil
Standard & Poor's		A-	A-
	Ausblick	positiv	positiv
Fitch		A+	A
	Ausblick	stabil	negativ
Informationen zur Aktie			
		31.12.2009	31.12.2008
Aktienkurs zum Stichtag	EUR	22,88	15,50
Aktienkurs (01.01. bis 31.12.)	Hoch EUR	26,86	67,10
	Tief EUR	6,81	12,19
Marktkapitalisierung zum Stichtag	Mio. EUR	5.006	3.391
Anzahl der Aktien	Mio.	218,8	218,8
1) Vorjahreszahlen angepasst (siehe Note 6 im Geschäftsbericht 2009)			

Impressum und Kontakt

Herausgeber

Deutsche Postbank AG
Zentrale
Friedrich-Ebert-Allee 114-126
53113 Bonn
Telefon: 0228 920-0
www.postbank.de

Ansprechpartner für den Nachhaltigkeitsbericht:

Competence Center „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“
Telefax: 0228 920-17009
nachhaltigkeit@postbank.de

Konzeption und grafische Gestaltung

KrollSchmidWolf Kommunikation GmbH
Kaistraße 5, 40221 Düsseldorf

Anmerkung

Alle Inhalte dieses Berichts wurden aus unterschiedlichen Quellen sorgsam zusammengestellt. Die enthaltenen Daten, Informationen und Zahlen entsprechen nach Kenntnis der Postbank der Wahrheit, wobei keine Haftung für deren Richtigkeit und Vollständigkeit übernommen werden kann.

Der Begriff „Mitarbeiter“ steht für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Postbank Konzerns gleichermaßen. Die Verwendung der männlichen Form erfolgt aus Gründen der besseren Lesbarkeit und ist nicht geschlechterspezifisch gemeint.

Der Nachhaltigkeitsbericht ist ebenso in englischer Sprache erhältlich. Aus Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit wird dieser Bericht ausschließlich als Datei zur Verfügung gestellt.

Bildnachweise

Postbank, Boston Consulting Group, Welthungerhilfe, KrollSchmidWolf Kommunikation GmbH, Plainpicture

Mehr Informationen hier:

www.postbank.de/nachhaltigkeit · nachhaltigkeit@postbank.de

Deutsche Postbank AG
Zentrale
Corporate Brand and
Marketing Communications
Bonn