

Nachhaltigkeitsbericht 2009*



Einflussbereich

Die Postbank ist gemessen an der Kundenzahl von 14,1 Mio. die größte Bank für das Privatenkunden-Massengeschäft in Deutschland. Daneben ist sie im Firmenkundengeschäft (insbes. gewerbliche Immobilienfinanzierung) sowie in der Zahlungsverkehrsabwicklung für andere deutsche Großbanken (zuletzt 2009: HSH Nordbank) aktiv.

An unseren Standorten in Deutschland sowie in Brüssel, Luxemburg, London, Verona, New York und Neu Dehli waren Ende 2008 rund 21.130 Mitarbeiter beschäftigt, davon 97% in Deutschland.

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 und -diversifizierung 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 Ende 2008 Finanzmittel in Höhe von 83 Mrd. EUR und gewährte Kredite an Firmenkunden in Höhe von 24 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 sicher zu stellen.
- Mit unseren 856 Filialen und mehr als 4000 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 Baufinanzierungs Centern verbrauchen wir Energie, Wasser, Papier und erzeugen Abfall; hiermit sind unmittelbar Auswirkungen auf die Umwelt verbunden.

Unser Bestreben ist es, unser Handeln und unsere Geschäftstätigkeit neben wirtschaftlichen Aspekten stets auch nach ökologischen und ethischen Gesichtspunkten zu hinterfragen und danach auszurichten. Wir sind uns bewusst, dass es kontinuierlicher Anstrengungen bedarf, die Prozesse dafür stetig weiter zu entwickeln.

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

Stakeholderdialog

Als wesentliche Stakeholder in Bezug auf Nachhaltigkeit sieht die Postbank Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter, Gesellschaft, Nichtregierungsorganisationen (NGOs) 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, um Chancen und Risiken unseres Geschäfts frühzeitig zu erkennen.

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:

Im Zuge des Wegfalls des Mehrheitsaktionärs Deutsche Post DHL am 25.02.2009 ist die Postbank nicht mehr im „Nachhaltigkeitsbericht 2009“ von Deutsche Post DHL enthalten. Die Inhalte auf den oben genannten Webseiten der Postbank wurden mit unserem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht 2009 überarbeitet. In diesem Zusammenhang haben wir die Anliegen unserer Stakeholder in Bezug auf die Behandlung spezieller Nachhaltigkeitsaspekte wie folgt einbezogen:

- Im Zuge der Erstellung dieses Berichts hat die Postbank einen Stakeholderfragebogen im Internet eingestellt (www.postbank.de/nachhaltigkeit, www.postbank.com/sustainability). Dieser Fragebogen dient uns dazu zu erfahren, welche Themen für die Stakeholder von Bedeutung sind und wie das Engagement der Postbank in Bezug auf die Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung gesehen wird. Mit den

hieraus gewonnenen Erkenntnissen haben wir die Schwerpunkte und den Umfang der Themen im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht festgelegt. Für unsere Mitarbeiter wurde der Stakeholderfragebogen zusätzlich im hauseigenen Intranet vorgehalten.

- Um allen Stakeholdern die Möglichkeit einer Kontaktaufnahme zu ermöglichen, wurde bereits im Jahr 2006 der zentrale Mailaccount nachhaltigkeit@postbank.de eingerichtet.
- Im September 2008 hat die Postbank ihre jährliche Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Hieraus wurden die zentralen Anliegen der Mitarbeiter an die Postbank abgeleitet.
- Unser betriebliches Verbesserungsweisen („Ideenmanagement“) zeigt auf, in welchen Bereichen die Mitarbeiter Optimierungspotenziale sehen, im Berichtszeitraum unter anderem mit der Durchführung einer Sonderaktion „KlimaFit“.
- An unsere Kunden wenden wir uns mit verschiedenen Kundenzeitschriften, die auch über nachhaltige Produkte und Services informieren. Unsere Mitarbeiter erhalten entsprechende Informationen über unser Intranet und über eine Mitarbeiterzeitschrift, so beispielsweise im Berichtszeitraum zur Einführung unseres Umweltmanagementsystem nach DIN ISO 14001 sowie über ökologische und ethische Produktangebote der Postbank.

- Ein weiteres Beispiel unseres Stakeholderdialogs ist der „Kundenbeirat 60+“. Dieser gibt uns die Möglichkeit, die Bedürfnisse unserer älteren Kunden zu erkennen und darauf einzugehen.
- Schließlich engagiert sich die Postbank in Initiativen und Mitgliedschaften rund um die Themen „Klimawandel“/„Gesellschaftliche Verantwortung“, so zum Beispiel auf „VfU/UNEP FI-Roundtable Gesprächen“ (seit 2005) oder im „FinanzForum: Klimawandel“ (seit Ende 2008).

Corporate Governance

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 Vorstandsvergütung 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. Die Deutsche Postbank AG hat 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 14. Juni 2007 umzusetzen. Die Entsprechenserklärung nach § 161 AktG wurde vom Vorstand

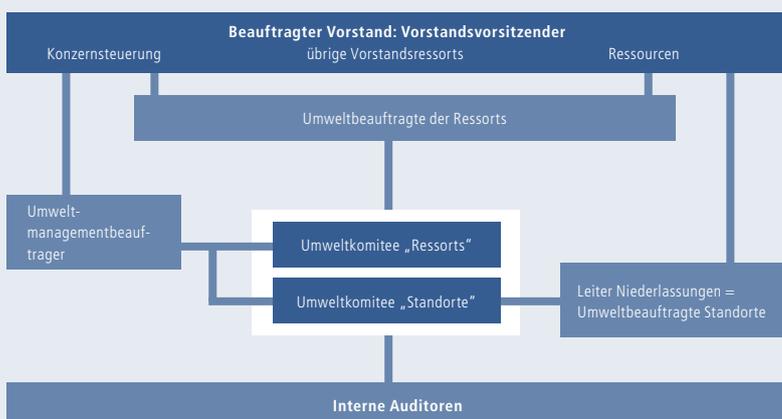
und vom Aufsichtsrat zuletzt am 30.11.2008 abgegeben.

Für die gemäß Geschäftsbericht konsolidierten Unternehmen gelten die Konzernwerte und Verhaltenskodizes von Deutsche Post World Net sowie die Umweltleitlinie der Postbank entsprechend. Das Beteiligungsportfolio der Postbank besteht vor allem aus Tochterunternehmen des Postbank Konzerns.

In den Verbänden, deren Mitglied wir sind, erörtern wir Gesetzgebungsvorhaben. Die Ergebnisse fließen in die Meinungsbildung der Verbände und deren Öffentlichkeitsarbeit ein. Darüber hinaus gibt der Vorstand Stellungnahmen zur Entwicklung des Finanzsektors insbesondere in Deutschland ab.

Die Postbank ist bestrebt, ihre Kunden, Eigentümer, Mitarbeiter und die Öffentlichkeit zeitnah und umfassend zu informieren. Auf den Presse-(www.postbank.de/presse) und Investor-Relations-Webseiten (ir.postbank.de) werden aktuelle Informationen, der jährliche Geschäftsbericht, Quartalsberichte, Pressemitteilungen und Investor Relations-Meldungen und Konferenzen (Bilanzpressekonferenz, Hauptversammlung), Ad-hoc-Mitteilungen in deutscher und englischer Sprache sowie auch historische Daten verfügbar gehalten.

Das Nachhaltigkeitsmanagement der Postbank ist aktuell im Ressort des Vorstandsvorsitzenden angesiedelt. Im Zuge der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach DIN ISO 14001 wurden in der Postbank ein Umweltmanagementbeauftragter, Umweltbeauftragte in den Ressorts und an zertifizierten Standorten sowie interne Umweltauditoren benannt.



Leitlinien

Die Postbank nimmt ihre Verantwortung als Konzern gegenüber ihren Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und Vertragspartnern sowie ihre Verantwortung der Gesellschaft gegenüber ernst und verpflichtet sich entsprechend ihrer Konzernwerte („Corporate Values“) zu ethisch einwandfreiem Verhalten.

Die Konzernwerte, die Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur, sind im DP DHL Verhaltenskodex für Mitarbeiter („Code of Conduct“), zu dem sich die Postbank erstmalig 2006 bekannt hat, verbindlich formuliert und dienen einer ganzheitlichen Umsetzung der vielfältigen Verantwortung.

Der Verhaltenskodex behandelt die nachfolgend aufgeführten Themengebiete bei der beruflichen Tätigkeit:

- Unsere ethische Verpflichtung
- Unsere Standards für die Zusammenarbeit
- Integrität in unserer Geschäftspraxis
- Unsere gesellschaftliche Verantwortung

Auf Grundlage der ethischen Regeln des Verhaltenskodex wurde im September 2007 ein Verhaltenskodex für Lieferanten („Supplier Code of Conduct“) veröffentlicht. Dieser Kodex formuliert an alle Unternehmen, die mit dem Konzern Deutsche Post DHL in Geschäftsbeziehung stehen, dass sie ihrem Handeln ethische Grundsätze zu den nachfolgenden Themen zugrunde legen müssen:

- Gesetze und ethische Grundsätze (Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Vergütung und Arbeitszeiten, Diskriminierung)
- Arbeitsschutz
- Planung der betrieblichen Kontinuität
- Unzulässige Zahlungen/Bestechungen

- Umwelt
- Dialog mit Geschäftspartnern

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

Die Verhaltenskodizes finden bei der Postbank uneingeschränkt Anwendung; der Verhaltenskodex für Mitarbeiter wurde im Jahr 2008 allen leitenden Angestellten bekannt gegeben und unterzeichnet. Die Hotline des „Global Values Office“ von DP DHL, das für die anonyme Meldung von Verstößen gegen den Verhaltenskodex gegründet wurde, kann auch von allen Postbank Mitarbeitern in Anspruch genommen werden. Anfang 2008 wurde der bereits definierte Beschwerdeprozess innerhalb des Postbank Konzerns veröffentlicht. Zur weitergehenden Verankerung des Verhaltenskodex ist eine Verpflichtungserklärung in die Arbeitsverträge aller unserer Führungskräfte integriert worden.

Im Berichtszeitraum wurden innerhalb des Postbank Konzerns keine Fälle von Diskriminierung gemeldet.

Im Jahr 2003 hat Deutsche Post DHL Umweltleitlinien in Kraft gesetzt, die Umweltschutz als integralen Bestandteil der Unternehmensstrategie verankert hat. Auf Basis dieser Umweltleitlinien hat der Postbank Gesamtvorstand im April 2008 eine Umweltleitlinie verabschiedet, die dem

Umweltaspekt speziell in Banken Rechnung tragen soll und folgende 6 Grundprinzipien beinhaltet:

- Umwelt- und Klimaschutz als Führungsaufgabe
- Optimieren betrieblicher Regelungen und Prozesse
- Produktangebote und Informationen für unsere Kunden
- Information und Sensibilisierung unserer Mitarbeiter
- Errichten einer Umweltmanagement-Organisation
- Berichterstattung und Kommunikation

Bereits im Mai 2004 hat Deutsche Post DHL Leitlinien für den Einkauf von Papiererzeugnissen („Paper Policy“) verabschiedet, die auch weiterhin auf die Postbank Anwendung finden. Ziel ist es dabei, eine lückenlose Rückverfolgbarkeit von Papier bis zum Rohstoff Holz gemäß anerkannter internationaler Standards (FSC, PEFC) zu gewährleisten. Diese Leitlinie gilt für alle Lieferanten des Konzerns Deutsche Post DHL (inklusive der Postbank); sie müssen für ihre Produkte nachweisen, dass keine Rohstoffe aus tropischen Regenwäldern, Urwäldern bzw. schützenswerten Altwäldern kommen oder durch illegalen Einschlag gewonnen wurden.

Umweltleitlinien

Präambel

Als große deutsche Privatkundenbank bekennt sich der Konzern Deutsche Postbank AG („Postbank“) zum Leitbild der „Nachhaltigen Entwicklung“. Der verantwortungsbewusste Umgang mit den Interessen unserer Anteilseigner, Kunden, Mitarbeiter, der Gesellschaft und der Umwelt ist ein wichtiger Aspekt unseres Selbstverständnisses und bildet die Grundlage, damit wir als Unternehmen langfristig erfolgreich bleiben. Umweltschutz ist Teil unserer auf langfristige Wertsteigerung ausgerichteten Unternehmenspolitik; Umwelt- und Klimaschutz sehen wir als untrennbar miteinander verbunden an. Diese Umweltleitlinie fasst die Grundsätze und Zuständigkeiten im Umgang mit Umweltfragestellungen in der Postbank zusammen. Ziel ist es, dass diese Umweltleitlinie in unserer Leitkultur und unserer Unternehmenspolitik verankert und von allen Mitarbeitern gelebt wird. Die nachfolgenden sechs Grundprinzipien dienen uns dazu als Hilfestellung:

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, negative 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 Umwelleitlinie 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 Umweltmanagement-Beauftragten periodisch über die Entwicklungen informiert und verabschiedet die strategische Weiterentwicklung unseres Umweltmanagements.

Grundprinzip 6: Kommunikation aktiv und transparent gestalten

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

Compliance und Geldwäsche-Schutz

Finanzmärkte beruhen insbesondere auf dem Vertrauen der Marktteilnehmer. Compliance in der Postbank bedeutet, ein von Fairness und Vertrauen getragenes Verhältnis der Informationsgleichheit zwischen unserem Kunden, uns als Bank und unseren Mitarbeitern zu erreichen, Interessenkonflikte zu bewältigen und die Einhaltung gesetzlicher und 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 -nebenleistungen.

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.

Geldwäsche bezeichnet die illegale Einfuhr von Vermögen in den Finanz- und Wirtschaftskreislauf. Um dies zu verhindern hat die Postbank die Anforderungen des Geldwäschebekämpfungsergänzungsgesetzes und die dazu ergangenen Hinweise der BaFin und des ZKA zu erfüllen. 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 alle 2 Jahre auf Zuverlässigkeit hin überprüft.

Die Postbank hat eine umfassende Gefährdungsanalyse erstellt; sie enthält die Bereiche „Geldwäsche“, „Betrug zu Lasten 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 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

Risikomanagement im Geschäftsbericht 2008

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.

Umweltmanagementsystem ISO 14001 der Postbank

Im Kreditprozess für Firmenkunden wird im Zuge der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 in der Postbank vom Umweltmanagement-Beauftragten ab Anfang 2010 turnusmäßig 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 sollen dann Gespräche zwischen dem Umweltmanagement-Beauftragten und den Fachverantwortlichen des Kreditbereichs geführt und ggf. Handlungsbedarf abgeleitet werden.

Kreditpolitik im Geschäftsbericht 2008

Insgesamt belief sich das Kreditvolumen im Firmenkundengeschäft per Jahresende 2008 auf 24,3 Mrd. EUR. Davon entfielen 15,9 Mrd. EUR auf die gewerbliche Immobilienfinanzierung. Etwa ein Drittel dieses Portfolios wird über unsere beiden ausländischen Stützpunkte in London und New York verwaltet und betreut. Regional gliedert sich der Bestand wie folgt auf: 38% Deutschland, ca. 37% Großbritannien und USA, 20% Westeuropa und 5% sonstige Länder. Die Postbank ist in der gewerblichen Immobilienfinanzierung im Inland und Ausland auf Investitionen in drittverwendungsfähige und fremdvermietete Renditeobjekte ausgerichtet, die über eine vergleichsweise hohe Stabilität bzw. Resistenz gegenüber konjunkturellen Schwankungen verfügen. Die Finanzierungen von Industrie- und Produktionsanlagen sowie Infrastrukturfinanzierungen steht nicht im Fokus unserer Kreditstrategie. Sofern die Postbank an Infrastrukturfinanzierungen in Industriestaaten beteiligt ist, ist sie Teil einer öffentlich-privaten Partnerschaft und tritt hierbei nicht als Konsortialführer auf.

Das Portfolio an Unternehmenskrediten konzentriert sich auf klassische Unternehmensfinanzierungen für ihre Firmenkunden in Deutschland sowie Konsortialfinanzierungen in Deutschland und der EU; bei deren Kreditentscheidungen bereits Ethik- und Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt werden. Aufgrund ihrer aktuellen Geschäftsausrichtung im Kreditgeschäft werden mögliche Reputationsrisiken aus Nachhaltigkeitssicht für die Postbank als relativ überschaubar eingeschätzt.

Das Ressort Financial Markets im Geschäftsbericht 2008

Im Bereich der Geldanlage verfolgt die Postbank den Grundsatz eines angemessenen Risiko-Chancen-Verhältnisses. Gerade durch die Einhaltung dieses Grundsatzes konnten die Verluste der Postbank durch die seit 2 Jahren andauernde Finanzkrise im Vergleich zu anderen Großbanken 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 Risikosicht langfristig erfolgreich ist. Jede handelspolitische Entscheidung überprüfen wir auf das zur Verfügung stehende Risikodeckungspotential. Ebenso werden im Handelsgeschäft umfangreiche aufsichtsrechtliche und andere gesetzliche Beschränkungen (z.B. Kreditwesengesetz (KWG), Investitionsgesetz (InvG), Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk)) beachtet.

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 Verlustpotentials in Bezug auf die Anlagestrategie. Die Postbank betreibt kein eigenständiges Investmentbanking.

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 Fonds, Staatsanleihen und Engagements mit Banken vom Umweltmanagement-Beauftragten der Postbank unter ökologischen- und ethischen Gesichtspunkten untersucht. Auf dieser Grundlage sollen dann Gespräche zwischen dem Umweltmanagement-Beauftragten und den Fachverantwortlichen des Ressorts Financial Markets geführt und ggf. Handlungsbedarf abgeleitet werden.

Verbraucherschutz

Produktgestaltung

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 -standards unserer Kunden bei etwaigem Kreditausfall sollen dabei von vornherein vermieden werden. Auswahl Faktoren wie z.B. Geschlecht, Religion oder Alter finden hierbei keine Anwendung. Sofern sich trotz der angewandten Sorgfalt Schwierigkeiten bei der Bedienung der Kredite ergeben, betrachtet die Postbank jeden Einzelfall individuell und prüft, wie dem Kunden Stundungen, Tilgungsaussetzung, Kreditneustrukturierung etc. geholfen werden kann. Im Juli 2008 zeichnete das Deutsche Institut für Service-Qualität den Postbank Ratenkredit als Testsieger aus.

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 Rahmen unseres Produkteinführungsprozesses ist auch eine Stellungnahme des Umweltmanagement-Beauftragten 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. Im Zuge der strategischen



Ausrichtung beabsichtigen wir, künftig noch mehr als bisher einfache, verständliche und transparentere Produkte anzubieten.

- ökologische/ethische Produkte**
 Auch in der Beratung sind stets die Wünsche, Bedürfnisse und die individuelle Lebenssituation unserer Kunden im Fokus. 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 Beratungsprozess wird auditiert und durch den TÜV zertifiziert, um für unsere Kunden eine stets hohe und gleich bleibende 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.
- Kundenbeirat 60plus**
 Zur Überprüfung, ob unsere Ansprüche auch bei unseren Kunden ankommen und in der Praxis angewendet werden, führen wir umfangreiche Prüfungen durch: So wurden im Jahr 2008 insgesamt rund 18.000 Testkäufe durchgeführt. Diese zielen besonders auf die Kundenzufriedenheit sowie auf die Beratung ab. Ziel ist es dabei, die Kompetenz, das Beratungsverhalten und den Service unserer Mitarbeiter in den Filialen zu ermitteln.
- Qualitätsmanagement**
 Die Marken- und Produktkommunikation dient zuallererst dem Zweck, unsere Kunden und auch andere Teile der Bevölkerung wirkungsvoll und zielgerichtet anzusprechen und von unterschiedlichen Produkten zu überzeugen. Hierbei ist die Wahl und Gestaltung un-

serer 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.

- **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, zukünftig eine stärkere Fokussierung auf solche Werbeartikel vorzunehmen, die nach der EG-Öko-Verordnung zertifiziert, also aus umweltverträglichen Materialien und ohne Kinderarbeit hergestellt sind.

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 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 Sicher-

heitsmaßnahmen 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 Datenschutzskandale nehmen die Kunden immer öfter auch ihr Recht auf Auskunft (§ 34 BDSG) sowie die direkte Kontaktaufnahme zum Datenschutzbeauftragten der Postbank wahr. Die Zahl der Kundenauskünfte stieg dabei zwischen den Jahren 2006 und 2008 um 46%. Auf der anderen Seite sank die Einschaltung der Datenschutzaufsichtsbehörde durch Postbank Kunden kontinuierlich. Dies zeigt, dass die Kunden der Postbank Vertrauen in den Datenschutz der Postbank haben und erst den Weg der direkten Klärung mit dem Datenschutzbeauftragten der Postbank suchen, bevor sie sich an die Aufsichtsbehörde wenden.

Datensicherheit

Sicherheitspolitik

Die Geschäftstätigkeit der Postbank wird nahezu vollständig unter Einsatz von Informationstechnik (IT) durchgeführt. Viele Geschäftsprozesse werden elektronisch gesteuert und große Mengen von Informationen digital gespeichert und verarbeitet. Ein großer Teil dieser Daten unterliegt dem Bankgeheimnis, dem Geschäftsgeheimnis oder dem Datenschutz. Die IT ist ein tragender Faktor der Wettbewerbsfähigkeit der Postbank; dies erfordert einen sicheren, ordnungsgemäßen und hochverfügbaren Einsatz aller IT-Systeme und einen verantwortungsbewussten Umgang mit Informationen. Das IT-Security-Management der Postbank ist seit Dezember 2005 nach ISO 27001 zertifiziert.

Unsere IT-Sicherheitsgrundsätze sind für die in- und ausländischen Gesellschaften und Niederlassungen der Postbank verbindlich und richten sich an Mitarbeiter und externe Dienstleister, die IT nutzen, betreiben oder entwickeln; sie enthalten die Bestandteile:

- IT-Sicherheit als integraler Bestandteil der Konzernpolitik
- Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen und vertraglicher Vorgaben
- Schutz von Daten und Ressourcen



Sicherheit im Online-Banking

Die Postbank möchte jedem Kunden im Online- und Selbstbedienungs-Banking (Geldautomat, Kontoauszugsdrucker) ein Höchstmaß an Schutz gegen Risiken gewährleisten und dies sowohl bei der Abwicklung als auch bereits bei der Gestaltung von Abläufen und Bankautomaten und -geräten. Auch in Zukunft wird die zentrale Herausforderung darin bestehen, kriminelle Entwicklungen wie bisher rechtzeitig zu erkennen, hiergegen Vorsorge zu treffen sowie reale und virtuelle Attacken umfassend und umgehend abzuwehren. Die Postbank war und ist hierbei in vielen Bereichen Vorreiter; so bieten wir bereits seit 2007 eine Sicherheitstour im Internet an, um unsere Kunden interaktiv über potentielle Möglichkeiten von Betrugsversuchen zu informieren. Ein Wissens-Check am Ende der Tour zeigt jedem Kunden, inwieweit er Fälschungen von Originalen unterscheiden kann.

Auch die Qualität unserer Selbstbedienungs-Geräte wird fortlaufend überwacht: Seit Ende 2006 werden SB-Geräte der Postbank häufiger angegriffen, im Besonderen sind sie von sog „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. Um dem entgegen zu wirken, wurde im August 2008 eine „Task Force SB-Security“ in der Postbank gegründet, die sich nur mit diesem Thema befasst. Als Maßnahmen wurden seitdem bereits z.B. die Einrichtung einer „Skimming Hotline“ als Informationsseite auf der Postbank Homepage, die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter in den Postbank Finanzcentern sowie die Ausrüstung von Geldautomaten mit „Antiskimming-Technologie“ umgesetzt.

Nach wie vor gilt das PIN-/TAN-Verfahren als sicheres Verfahren, um die Berechtigung des Nutzers für Online -Bankgeschäfte nachzuweisen. Durch die Zuteilung einer individuellen PIN (Persönliche Identifikationsnummer) erhält der Nutzer Zugang zu seinem Konto. Zum Durchführen von Transaktionen wird eine TAN (Transaktionsnummer) benötigt. Im Internet ist anhaltend der Versuch des Datendiebstahls durch gefälschte E-Mails (sog. „Mail-Phishing“) zu beobachten, in denen Empfänger aufgefordert werden, ihre Kontodaten, sowie PIN und TAN einzugeben.

Neben weit verbreiteten und bekannten Maßnahmen mit denen Bankkunden davor bewahrt werden, durch Betrüger im Internet geschädigt zu werden, verdienen besonders die nachstehenden Sicherheitsmethoden der Postbank besondere Erwähnung:

- **Mobile TAN (mobileTAN):** Für die Erledigung von Bankgeschäften per Handy wird seit 2003 bei der Auftragsfreigabe eine TAN erzeugt und dem Kunden mittels SMS auf das Handy gesandt („Mobile TAN“). Neben der TAN (nur für diese Transaktion gültig) sind darin die Empfängerkontonummer und Überweisungsbetrag enthalten. Die Sicherheit der „mobilen TAN“ wurde vom TÜV Rheinland geprüft und erstmalig im Dezember 2005 mit dem TÜV-Gütesiegel für vorbildliche Sicherheit im Online-Banking ausgezeichnet.

- **Indizierte TAN (iTAN):** Seit 2005 wird bei Online-Buchungen vorgegeben, welche TAN von der Liste einzugeben ist. Neue TAN-Listen sind zur Sicherheit erst nach der Aktivierung durch den Kunden im Online-Banking gültig.
- **Mail-Signatur:** Hierbei handelt es sich um eine fälschungssichere Signatur als Identifikationsnachweis 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. Ist dieses Symbol nicht vorhanden, erscheint ein optischer Warnhinweis.
- **Auftragslimit:** Mit der Anpassung des Auftragslimits wird das Konto für Betrugsversuche unattraktiver und potentieller Schaden wird minimiert. Das voreingestellte Auftragslimit von standardmäßig 2.000 EUR kann jeder Kunde online individuell unterschiedlich für Überweisungen, Daueraufträge und Auslandsaufträge festlegen.
- **Geldautomaten:** An allen Postbank Geldautomaten in Deutschland werden die Girokarten langsam in kleinen Stufen vor- und zurück eingezogen und nach Geldausgabe entsprechend herausgegeben. Dieses Verfahren erschwert Betrügern das Kopieren des Magnetstreifens (englisch „to jitter“ = ruckeln).

Qualitätsmanagement (QM)

Qualität ist zu einem wichtigen Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb geworden. Daher sind Qualitätsmanager bei der Postbank in allen Vorstandsressorts und allen großen Tochtergesellschaften für ressortspezifische Themen eingesetzt. Durch die dezentrale Organisation des Qualitätsmanagement (QM) im Postbank Konzern 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 (insbes. 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 „Reklamationskomitee“ bietet die Plattform zur internen Diskussion der Analysen, für ein Anstoßen von Maßnahmen und für die Überwachung der Ergebnisse.

Instrumente des Qualitätsmanagements

- Einmal jährlich wird die Qualität interner Leistungen anhand der Qualitätsfaktoren „Zufriedenheit allgemein“, „Serviceorientierung“, „Verfügbarkeit“, „Schnelligkeit“ und „Qualität des Endprodukts“ beurteilt.
- Für die Kundensegmente „Privat-“, „Geschäfts-“ und „Firmenkunden“ werden regelmäßig Kundenzufriedenheitsbefragungen/Kundenbindungsanalysen durchgeführt, die auch die Aspekte „Schnelligkeit“, „Korrektheit der Geschäftsabwicklung“, „Erreichbarkeit“, „Freundlichkeit“ und „Kompetenz der fachlichen Beratung“ messen. Hierzu sind auch Marktvergleiche verfügbar, die dazu verwendet werden, um Handlungsfelder für die Postbank abzuleiten. So konnte die Postbank bei Messungen zur Kundenzufriedenheit im „Kundenmonitor Deutschland“ in den vergangenen 5 Jahren stets den 2. oder 3. Platz unter den deutschen Banken behaupten.
- Ergänzend hierzu werden bei Bedarf sog. „Mystery Calls“ durchgeführt, d.h. Testanrufe, in denen neutrale Interviewer bestimmte Kundenrollen einnehmen. Im Filialbereich ist ein umfassendes Testkaufinstrumentarium im Einsatz.
- Im Filialvertrieb konnte mit Maßnahmen wie z.B. neuen IT-Systemen am Schalter, Straffung von Prozessen und flexiblen Personaleinsatz der Anteil der Wartezeit unter 5 Minuten in den Filialen im Jahr 2008 auf rd. 86 % gesteigert werden. Im Zuge eines im Einsatz befindlichen Testkundenmesssystems stehen neben Kompetenz, Erscheinungsbild und Freundlichkeit unserer Mitarbeiter insbes. die Wartezeiten im Vordergrund; diese werden durch Testkunden kontinuierlich überprüft. Mit einem „Filialbarometer“ messen wir die Kundenzufriedenheit.



QM-Systeme im Einzelnen

Ende August 2009 waren folgende Geschäftsbereiche des Postbank Konzerns 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. 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 Jahr 2009 um 22% gegenüber dem Vergleichszeitraum im Vorjahr reduziert werden. Zudem werden Kundenbefragungen genutzt, um die Schwachstellen für Reklamationen zu erkennen und um entsprechende Maßnahmen einzuleiten.



Zahlungsverkehrsabwicklung BCB AG

Die Dienstleistungen der BCB AG für die Mandanten Deutsche Bank AG, ehemalige Dresdner Bank AG und HypoVereinsbank AG sind nach ISO 9001 zertifiziert. An den Standorten Berlin, Dortmund, Frankfurt, Hamburg, München und Leipzig arbeiten rund 1.300 Mitarbeiter in der Abwicklung des inländischen und ausländischen Zahlungsverkehrs und der digitalen Dokumentenarchivierung unter den hohen Standards dieses Qualitätsmanagementsystems.



DSL Bank AG

Das Qualitätsmanagementsystem der DSL Bank wurde im Januar 2008 erstmalig sowohl nach ISO 9001 zertifiziert, als auch mit dem Zertifikat einer „TÜV-Süd geprüften Immobilienfinanzierung“ ausgezeichnet. Dieses umfasst den gesamten Finanzierungsprozess von der Erstberatung über die Auszahlung bis hin zur Darlehensverwaltung und Prolongation und schließt somit auch freie Finanzdienstleister, Außenstellen und die Bestandsverwaltung der DSL Bank mit ein. Erfasst im Qualitätsmanagementsystem der DSL Bank, dessen Zertifizierung im März 2009 verlängert wurde, sind konzernweit 270 Mitarbeiter und 36% der Premium Partner.

Direktservice der Postbank AG

Im Mai 2009 wurde das Qualitätsmanagementsystem der Bereiche Callcenter, Direktkanäle an den Standorten Bonn, Dortmund, Hannover und Stuttgart mit ca. 800 Mitarbeitern erstmalig nach ISO 9001 zertifiziert. 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.



Ökologische/ethische Bankprodukte

Sparprodukte

Postbank Gewinn-Sparen

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 monatlichen Lotter-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“. 2008 hat die Postbank hieraus insgesamt 127.000 EUR an Aktion Mensch gespendet, seit 2004 rund 793.000 EUR.

Investmentfonds

Postbank Dynamik Vision

Bereits im Jahr 2001 hat die Postbank einen Investmentfonds „Postbank Dynamik Vision“ aufgelegt; dieser Fonds investiert in Unternehmen, die in den Dow Jones Sustainability Indexes (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.

Im Zuge der weltweiten Entwicklung an den Kapitalmärkten seit dem Jahr 2007 hat auch unser Nachhaltigkeitsfonds Mittelabflüsse zu verzeichnen. Ende August 2009 betrug das Volumen des Fonds ca. 176 Mio. EUR. Der „Postbank Dynamik Vision“ zählt damit jedoch auch weiterhin zu den großen deutschen Nachhaltigkeitsfonds.

Postbank Dynamik Klima Garant

Von Anfang Juni bis Ende Juli 2008 hat die Postbank ihren Kunden den kapitalgarantierten Investmentfonds „Postbank Dy-

namik Klima Garant“ angeboten. Zum Laufzeitende am 31.7.2015 besteht 100%-iger Kapitalschutz. Der Fonds investiert in Werte aus dem Standard & Poors Global Clean Energy Index sowie aus dem Dow Jones EURO STOX Sustainability Index. Die dort enthaltenen Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie Techniken zur Vermeidung und Verringerung des Klimawandels entwickeln und anbieten sowie durch ihr nachhaltiges Handeln, z.B. mittels Einsatz umwelteffizienter Techniken, Klima und Umwelt schützen.

In der o.g. Zeichnungsfrist wurde ein Fondsvolumen von 120 Mio. EUR aufgebaut. Der Fonds ist seit Beendigung der Zeichnungsfrist geschlossen.

„Best-Select“-Ansatz der Postbank

Im Zuge eines „Best-Select“-Ansatzes vermittelt die Postbank auch nachhaltige Investmentfonds von Wettbewerbern, so z.B. „DWS Klimawandel“, „Sarasin Sustainable Equity Global“ oder „Pictet European Sustainable Equities“.

Ökologische Wohnraummodernisierung

Förderangebote der Kreditanstalt für Wiederaufbau

Mit 3 Millionen Kunden finanziert die BHW Bausparkasse jedes zehnte private Bauvorhaben in Deutschland. Mit den Produkten „BHW Öko Konstant 10“ und „BHW Modernisierung Konstant 10“ bietet sie seit Juli 2007 zwei Produktkombination an, bei der zinsverbilligte Darlehen der KfW Förderbank mit den Vorteilen des „BHW Dispo maXX“ ergänzt werden:

- „BHW Öko Konstant 10“ bietet den Kunden einen finanziellen Anreiz, beim Hausbau energiesparende Techniken einzusetzen. Im Mittelpunkt des Produkts steht die Finanzierung für Maß-

nahmen zur Senkung des Energieverbrauchs wie z.B.: Dämmung von Außenwänden und Dächern oder Erneuerung der Heizungstechnik auf Basis erneuerbarer Energien. Gefördert wird bis zu einem Darlehen von 50.000 EUR pro Wohneinheit.

- Mit „BHW Modernisierung Konstant 10“ werden u.a. Umbaumaßnahmen besonders gefördert, die ein barrierefreies Wohnen ermöglichen. Gefördert wird bis zu einem Darlehen von 100.000 EUR pro Wohneinheit.

Im Zuge eines „Best-Select“-Ansatzes vermittelt die Postbank auch weitere Förderangebote der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW). Ende Dezember 2008 betrug das Volumen im Bereich der ökologischen Wohnraummodernisierung rund 338 Mio. EUR.

Energie Effizienz Agentur

Im März 2009 haben der Bundesverband der Schornsteinfeger und die Postbank die „Energie Effizienz Agentur“ (Eneffa) ins Leben gerufen. Die Eneffa hat zum Ziel, Immobilieneigentümer dafür zu sensibilisieren, Wohnraum in energetischer Hinsicht zu modernisieren; häufig bedarf es nur eines geringen zusätzlichen einmaligen finanziellen Aufwands, um langfristig Energie, CO₂-Emissionen und Kosten einzusparen.

Um Immobilienbesitzer bei der Modernisierung zu unterstützen, verfügt die Eneffa aktuell über rund 75 Expertenteams mit ca. 150 Mitgliedern in Deutschland. Diese bestehen aus Bezirksschornsteinfegern mit Energieberater-Qualifikation, örtlichen Handwerksbetrieben (Heizung, Solar, Wärmedämmung) und Finanzfachleuten der Postbank. Interessenten stehen somit Expertenteams zur Verfügung, um energieeffiziente und umweltgerechte Gebäudesanierungen umfassend durchführen zu können.

Die Eneffa verfolgt bei der Beratung ein modular aufgebautes Energieeinsparkonzept: Es besteht aus einem Energieausweis und einer Energie-Vor-Ort-Beratung durch den Schornsteinfeger. Mit Hilfe der Finanzexperten der Postbank wird ein Finanzierungskonzept erstellt, dabei werden auch öffentliche Fördermittel berücksichtigt. Hieran schließt sich eine fachkundige Baubegleitung durch den Schornsteinfeger an. Abschließend erfolgt die Zertifizierung des modernisierten Hauses als „umweltbewusst saniertes Haus“.

Bankdienstleistungen für sozial Benachteiligte

Einem finanziell schwächeren Personenkreis ermöglicht die Postbank mit dem „Postbank Jedermannkonto“ den Zugang zum bargeldlosen Zahlungsverkehr und schafft hierdurch eine Grundvoraussetzung für eine Teilnahme am beruflichen und gesellschaftlichen Leben. Bei dem Produkt handelt es sich um klassische Postbank Girokonten, bei denen jedoch die bonitären Leistungen zum Schutz der Kunden eingeschränkt sind:

- Postbank Card ohne Zulassung zum bargeldlosen Bezahlen an elektronischen Kassen
- Keine Kreditkarte oder höherwertige Postbank Card
- Kein Dispokredit

In Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit hat die Postbank ferner ein System zur Bargeldversorgung von Leistungsempfängern ohne Kontoverbindung implementiert. Dadurch garantiert die Postbank Auszahlungen an sozial schwache Personen, denen aus unterschiedlichen Gründen der Zugang zu einem Girokonto verwehrt ist.



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 verwenden wir umweltschonend erzeugte Papierartikel, andererseits sinken aufgrund des hierdurch reduzierten Gewichts der Mailings auch die CO₂-Emissionen des Brieftransports.

Ökologische/ethische Dienstleistungen



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 2008 wurden in der Postbank fast 26.500 Ökostromverträge abgeschlossen, die auf die Kooperation mit der Postbank zurückzuführen sind, dies sind deutlich mehr als noch 2006.

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.

Im Februar 2008 wurden in Postbank Finanzcentern zum zweiten Mal nach 2007 Energiesparlampen unseres Kooperationspartners Osram angeboten. Seit Beginn der Kooperation konnten wir mit rund 130.000 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. Die Kooperation mit Osram wird fortgesetzt und künftig auf weitere Produkte ausgedehnt; hierbei werden wir ausschließlich Produkte anbieten, die zu einer Reduzierung der Stromverbrauchs oder des Batterieverbrauchs führen.

Ferner beteiligt sich die Postbank gemeinsam mit LichtBlick und Siemens an einer Osram-Kampagne zum Klimaschutz, die ab September 2008 zwei Jahre lang Station in Baumärkten und Warenhäusern in Deutschland macht. Die Postbank stellt hierbei unter anderem im Zuge eines Gewinnspiels 12 x 500 EUR-Anteile an ihrem Nachhaltigkeitsfonds „Postbank Dynamik Vision“ als Gewinne zur Verfügung.

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, Papieren aus nachhaltiger Forstwirtschaft nach PEFC-Standard sowie rund 50 Artikel, die mit dem Gütesiegel „Der Blaue Engel“ des Umweltbundesamts ausgezeichnet sind. Diese Artikel werden in unseren Finanzcentern einmal jährlich im Juni bei einer Aktion „Die Umwelt bewahren“ besonders beworben. Im Jahr 2008 haben wir mehr als 1,8 Mio. „Blauer Engel“-Produkte verkauft.

An der Aktion „30 Jahre Blauer Engel“ hat sich die Postbank im Juni 2008 in Bonn als Veranstalter beteiligt und ihre umweltfreundlichen Schreibwaren der interessierten Öffentlichkeit präsentiert.

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“.

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 2008 hat die Postbank über 850.000 Plusbriefe und fast 1.1 Mio. Pluspäckchen verkauft.

UNICEF-Weihnachtskarten

Im Jahr 2008 spendete die Postbank 383.158 EUR aus dem Verkauf von fast 38.500 UNICEF-Weihnachtskarten an das Kinderhilfswerk UNICEF Deutschland. Diese Karten wurden von Oktober bis Weihnachten 2008 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 proteinhaltige Kekse bereitzustellen.

Personalmanagement

Personalbestand

Der Postbank Konzern beschäftigte am Jahresende 2008, auf Vollzeitkräfte umgerechnet, 21.127 Mitarbeiter, davon 97% in Deutschland; die restlichen Mitarbeiter sind an unseren Standorten in den USA, Großbritannien, Italien, Luxemburg und Indien beschäftigt. Die Postbank beschäftigt aktuell ca. 7.300 Beamte (34 %), etwa ein Viertel unserer Mitarbeiter befinden sich in einem Teilzeitbeschäftigungsverhältnis. Insgesamt arbeiten bei der Postbank aktuell rund 350 Personen weniger als Ende 2007.

Die Auswahl unseres Personals erfolgt standortbezogen nach Qualifikation und Motivation des Bewerbers und nicht nach Nationalität, Rasse, Hautfarbe oder Geschlecht.

31.12.2008	31.12.2007	31.12.2006
Anzahl Mitarbeiter (auf Vollzeit umgerechnet)		
21.127	21.474	21.696
Anteil weiblicher Mitarbeiter		
58 %	58 %	59 %
Anteil männlicher Mitarbeiter		
42 %	42 %	41 %
Anteil Beamte		
34 %	35 %	36 %

Mitarbeiterbefragung

Im September 2008 wurde unter dem Motto „Jeder Einzelne zählt“ die jährliche Mitarbeiterbefragung des Postbank Konzerns durchgeführt. Unsere Mitarbeiter hatten hierbei Gelegenheit, Feedback zu verschiedenen zentralen Themen zu geben; z.B. zur Leistung der Postbank, der Motivation der Mitarbeiter, der Führungskultur und auch zum Engagement der Bank für Umwelt und Gesellschaft. Die Ergebnisse der Befragung wurden im Berichtszeitraum im Rahmen von Workshops zwischen Führungskräften und Mitarbei-

tern kommuniziert und Verbesserungsfelder abgeleitet. In einem nächsten Schritt wurden dann konkrete Maßnahmenvorschläge entwickelt und vereinbart. Ein großer Teil der Maßnahmen wurde bereits umgesetzt, andere befinden sich noch in der Realisierung.

Entlohnung

Das gezahlte Gehalt bemisst sich in der Postbank nach der Eignung und Leistung 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.

Aus- und Weiterbildung

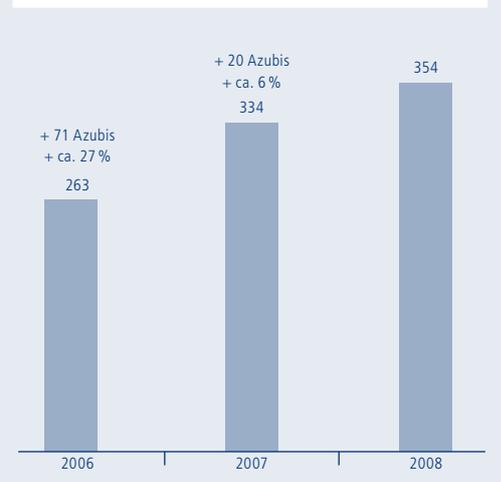
Ausbildung

Im Jahr 2008 wurden im Postbank Konzern insgesamt 354 Ausbildungsplätze vergeben. Mehrheitlich werden dabei Lehrstellen für die Berufe „Bankkaufmann“, „Kaufmann für Dialogmarketing“ und „Kaufmann für Bürokommunikation“ angeboten. Die Postbank bildet seit Jahren über den eigenen Bedarf hinaus aus und wird im Jahr 2009 neun von zehn Auszubildenden ein Weiterbeschäftigungsangebot unterbreiten können. Die Ausbildung erfolgt seit 2004 gemeinsam mit der Frankfurt School of Finance and Management.

Während der Ausbildungszeit bearbeiten die Auszubildenden der Postbank neben inhaltlichen Themen des Ausbildungsplans auch Nachhaltigkeitsthemen, wie z.B. in einem „Workshop zum toleranten Umgang miteinander gegen Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und Diskriminierung“ oder in verschiedenen Praxisaufträgen zu Themen „Gesundheitsschutz“, „Umweltschutz“, „rationelle Energiegewinnung“ und „Suchtmittel und Gefahren“.

Darüber hinaus bietet die Postbank ein ausbildungsintegriertes Studium zum „Bachelor of Science“ und zum „Master of Arts in Banking and Finance“ an. Hier arbeiten wir mit der Hochschule für Bankwirtschaft (HfB) in Frankfurt a.M. zusammen (aktuell 20 Studenten). Gemeinsam mit der Berufsakademie Weserbergland e.V. in Hameln bieten wir die Ausbildung zum „Bachelor of Arts“ an (aktuell 25 Studenten).

Anzahl der Auszubildenden im Postbank Konzern von 2006 bis 2008



Weiterbildung

Die Mitarbeiterentwicklung zeichnet sich in der Postbank durch eine bedarfsorientierte Vorgehensweise aus, mit der die Mitarbeiter im Rahmen ihres Tätigkeitsbereichs gezielt gefördert werden können. Nach einer Analyse der spezifischen Anforderungen wird über einen Abgleich mit den Kompetenzen des Mitarbeiters festgestellt, in welchen Bereichen eine individuelle Entwicklung am sinnvollsten erscheint. Auf dieser Grundlage wird der Mitarbeiter über einen individuell zusammengestellten Entwicklungsplan qualifiziert. Im Jahr 2008 wurden fast 52.000 Fortbildungstage durchgeführt, dies entspricht einer Steigerung um rd. 7% gegenüber 2006.

Bei der Weiterbildung werden insbesondere integrierte Lernkonzepte, so genannte „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. Besondere Bedeutung hat in diesem Zusammenhang das elektronisch unterstützte Lernen mithilfe einer „e-Learning-Plattform“ („Lernen im

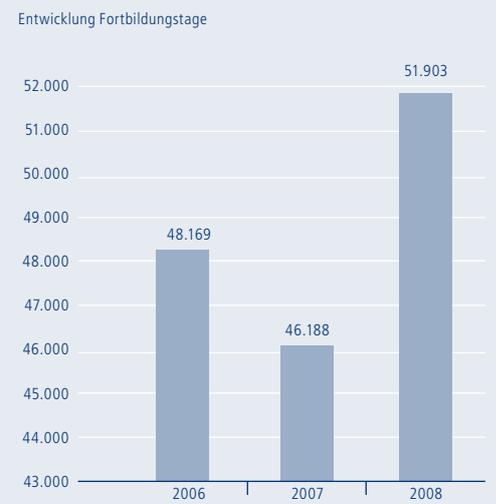
Netz“ -LIN), über die unsere Mitarbeiter Zugang zu einem breiten Angebot an Lernmedien haben. LIN ist an jedem Computer-Arbeitsplatz verfügbar und umfasst Postbank spezifische Inhalte (Produkte, Prozesse), allgemeines Bankwissen und leicht umsetzbare verhaltensbezogene Themen (z.B. Zeitmanagement). LIN fördert das eigenverantwortliche und initiativ Lernen und bietet Raum für entdeckendes und situatives Lernen. Die Themen unseres Umweltmanagementsystems zum Beispiel, können die Mitarbeiter sich in Form eines LernClips direkt am Arbeitsplatz erarbeiten. Der aufeinander abgestimmte Mix aus Präsenz-Maßnahmen (Trainings, Workshops) für verhaltens-/praxisrelevante Inhalte und Selbstlernphasen mit Hilfe des „e-Learning“ garantiert nicht nur einen hohen Lern- und Umsetzungserfolg, sondern zugleich eine hohe Effizienz in Bezug auf Planung und Durchführung. Grundlegende Anforderungen an Wissensmanagement und „lebenslanges Lernen“ werden ferner durch diese Art der Qualifizierung für alle Mitarbeiter gewährleistet.

Besonders engagierte Nachwuchskräfte fördert die Postbank unter anderem durch Weiterbildungsmöglichkeiten zum Bankfachwirt. 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 nehmen an dem Programm teil. Dieses berufsbegleitende Entwicklungsprogramm besteht aus mehreren Modulen, die individuell für die Teilnehmer zusammengestellt werden. Zur Auswahl stehen 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. Im Jahr 2007 wurden hierdurch Stellen im Controlling erfolgreich besetzt und im Jahr 2008 konnten interne Mitarbeiter für das Rechnungswesen/Meldewesen sowie für das Vertriebscontrolling gewonnen werden.

Entwicklung Fortbildungstage im Postbank Konzern von 2006 bis 2008



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 2008 lag die Teilzeitquote bei ca. 26%. 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 regeln, innerhalb welcher zeitlichen Bandbreite gearbeitet werden kann. Ausgehend von Dienstplänen mit einer regelmäßigen Wochenarbeitszeit von 38,5 Stunden bzw. 39 Stunden bei Vollzeitbeschäftigung besteht die Möglichkeit, die Tagesarbeitszeit ggf. durch Schichten unterschiedlicher Lage und Dauer abzudecken. Neben der täglichen Arbeitszeit kann auch die wöchentliche Arbeitszeit in einem Ausgleichszeitraum von bis zu 12 Monaten bis zu einer maximalen Wochenarbeitszeit von 48 Stunden schwanken.

Teilzeitbeschäftigte haben wegen der geringeren Arbeitszeit größere Freiräume in der Verteilung der Arbeitszeit auf einzelne Arbeitstage in der Woche, im Monat oder im Jahr. In der Zentrale in Bonn wird zudem auf eine Kernzeit verzichtet. Hier regeln die Arbeitsteams ihre tägliche Besetzung weitestgehend 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**

Um die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern, bietet die Postbank, gemeinsam mit dem Kooperationspartner pme Familienservice, seit 2003 kompetente Unterstützung bei der Kinderbetreuung an. Den Mitarbeitern des Postbank Konzerns werden die Betreuungs-, Beratungs- und Vermittlungsleistungen für die Kinderbetreuung bundesweit angeboten. Das Angebot beinhaltet auch die Betreuung von Kindern in Ausnahme- und Notsituationen, z.B. qualifizierte „Notmütter“, die kurzfristige Unterbringung in Back-up-Einrichtungen und die Vermittlung von Hausaufgabenhilfen und Ferienprogrammen. An den Standorten Bonn und Hameln werden mit finanzieller Unterstützung der Postbank außerdem Kinderkrippen- bzw. Kindergartenplätze bereitgestellt.

- **Erholungswerk**

Das Erholungswerk bietet den aktiven und ehemaligen Beschäftigten der Postbank zu attraktiven Preisen und mit ausgezeichneter Qualität Reisen im In- und Ausland an. Insbesondere Familien können aus einer Vielzahl speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittener Angebote auswählen, beispielsweise Ferien auf einem Reiterhof in einer eigenen Ferienanlage des Erholungswerkes in Büsum.

- **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 einmalige Unterstützungen für außergewöhnliche Notfälle von Beschäftigten. Im Jahr 2008 hat die Postbank ein Budget von insgesamt rund 295.000 EUR und entsprechend 42,31 EUR für jeden Mitarbeiter zur Verfügung gestellt.

Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz, 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. Die Postbank unterstützt ihre Mitarbeiter bei der Erhaltung und Stärkung ihrer Gesundheit.

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 Gesundheitsmessen 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 Muskel- und Skeletterkrankungen, 2008 standen „Ernährung, Stress, Sucht und Bewegung“ im Mittelpunkt und in 2009 das Thema „Herz-Kreislauf“.

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 werden. Neben zahlreichen weiteren Betriebs-sportgruppen stellt die Postbank in ihrer Zentrale und an einigen großen Standorten ihren Mitarbeitern auch 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). Weitere Angebote zur Erhaltung und Stärkung der Gesundheit sind die Durchführung von Kursen (Rücken und Ausgleichsgymnastik, Entspannung, Tai Chi, Raucherentwöhnung) sowie Massagen am Arbeitsplatz.

Die angebotenen Maßnahmen an den bundesweit durchgeführten Gesundheitstagen werden von den Mitarbeitern gut angenommen. Im Jahr 2009 haben bisher schon rund 1.000 Mitarbeiter am Cardio Neuro Screen (Med X5) teilgenommen, obwohl noch drei Gesundheitstage ausstehen.

Zur Ermittlung und Beurteilung psychischer Belastungen am Arbeitsplatz gemäß DIN ISO 10075 wurden im Jahr 2008 an sechs großen Standorten der Postbank AG Mitarbeiterbefragungen durchgeführt, die übrigen Großstandorte folgen im Laufe des Jahres 2009.

Arbeitsschutz/Brandschutz

Gemäß dem Regelwerk für Arbeitsschutz und Brandschutz (Gesetze, Verordnungen, Unfallverhütungsvorschriften, Handbuch für Brandschutzbeauftragte etc.) trägt der Arbeitgeber die unteilbare Gesamtverantwortung. An den Standorten der Postbank AG 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 SLA 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 Arbeitsschutzgesetz (ArbSchG) sowie Begehungen im vorbeu-

genden Brandschutz durchgeführt und Verbesserungsmaßnahmen angeregt.

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, Ersthelfern und Brandschutzhelfern. Bei der Postbank sind derzeit 11 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.

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

Die Zahl der Arbeitsunfälle ist von 2006 bis 2008 insgesamt rückläufig. Bei dem überwiegenden Teil der Unfälle handelt es sich um Wegeunfälle, d.h. um Unfälle, die sich auf dem Weg von und zur Arbeitsstelle ereignen.

Mitarbeiterengagement

Deutsche Welthungerhilfe

Seit 27 Jahren sammeln Auszubildende der BHW Bausparkasse AG in Hameln erfolgreich für die Deutsche Welthungerhilfe. Insgesamt kamen durch die BHW bis Ende 2007 so bereits über 335.000 EUR zusammen. 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 und sammelten so fast 16.000 EUR ein.

Dieses Geld kommt Menschen im nordöstlichen Bundesstaat Westbengalen in Indien zugute; in Indien ist die Postbank mit der BHW Home Finance im Bereich der privaten Baufinanzierung tätig. Mehr als die Hälfte der 8.000 Einwohner des Dorfes Gandhiji Songha lebt unterhalb der Armutsgrenze, 60% von ihnen sind unter- oder mangelernährt. Die Deutsche Welthungerhilfe konnte dort bislang die landwirtschaftlichen Anbaumethoden verbessern, 36 Brunnen instand setzen und 2 Wasserspeicher bauen. Die Postbank unterstützt die Welthungerhilfe dabei, die Versorgung der Menschen in diesem Dorf zu verbessern.

Starkverkehr

Seit dem Jahr 2006 unterstützen Auszubildende, Mitarbeiter und Manager der Postbank ihre Kollegen in den Postbank Finanzcentern einige Tage im Weihnachtsgeschäft (sog. „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 ge-

steigert werden. Dies zeigt die hohe Zustimmung unserer Mitarbeiter für die Initiative.

Die Freiwilligen nehmen von Kunden Pakete und von Zustellern unzustellbare Briefe entgegen, sortieren Päckchen ein 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 vertrieblichen 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 kennen zu lernen, im Team Schlüsselqualifikation zu erwerben und sich auf die Welt nach der Schule vorzubereiten. Die Teilnehmer beschäftigen sich dazu ein Schuljahr lang mit Großunternehmen sowie kleinen Wirtschaftsunternehmen 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.

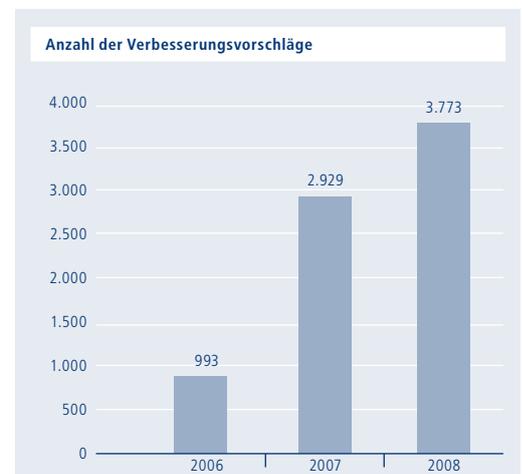
Im Januar 2008 fand an der Universität Bonn eine erste Gastvorlesung im Rahmen eines Konzernbotschafterprogramms der Postbank statt. Dieses Programm bietet Hochschulen die Möglichkeit, ihren Studenten praktisches Wissen zu vermitteln, und ermöglicht der Postbank, Kontakte zu qualifizierten Studenten herzustellen und diese beispielsweise für Praktika zu begeistern. Die „Botschafter“ der Postbank teilen ihr Wissen und Know-How bei Veranstaltungen wie Kaminabenden, Gastvorlesungen oder der Begleitung von Fallstudien. Neben der Gastvorlesung an der Universität Bonn fanden im Jahr 2008 noch 6 weitere Veranstaltungen an der RWTH Aachen, der Fachhochschule Bonn/Rhein-Sieg sowie den Universitäten Bonn, Köln und Siegen statt.

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 2008 lieferten Ideenwettbewerbe zahlreiche Ideen aus allen Teilen des Postbank Konzerns. Anlässlich der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO14001 wurden im Rahmen eines Wettbewerbs „KLIMA FIT“ innerhalb eines Monats 360 Ideen eingereicht.

Durch umgesetzte Verbesserungsvorschläge konnten im gesamten Jahr 2008 Ersparnispotentiale von mehr als 1,7 Mio. EUR realisiert werden. Für die Vorschläge wurden an die Mitarbeiter Prämien von insgesamt mehr als 240.000 EUR vergeben.



Wissenschaft und Forschung

Postbank Finance Award

Mit dem „Postbank Finance Award“ haben wir „unter der Schirmherrschaft unseres Vorsitzenden“ 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 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. 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. Ge-

meinsam 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 249 Teams von 89 Hochschulen mit über 1.000 Teilnehmern aus Deutschland und Österreich am Postbank Finance Award teilgenommen. Im Jahr 2008 hatten 48 Studententeams Arbeiten zum Thema „Hedge-Fonds“ eingereicht und Chancen und Risiken dieser Fonds analysiert. Mit dem Thema „Lehren aus der Finanzkrise“, hat die Postbank 2009 nun zum sechsten Mal eingeladen, Impulse für das „Banking der Zukunft“ zu entwickeln. Insgesamt hatten sich 38 Teams aus Deutschland und Österreich registriert. Diese und alle weiteren eingereichten Arbeiten sind im Internet unter www.faz.net/financeaward zu finden.

E-Finance Lab

Zum Jahresanfang 2003 nahm das „E-Finance Lab“ in Frankfurt a. M. die Arbeit auf. Es handelt sich dabei um eine „Private Public Research Partnership“, dies bedeutet eine Partnerschaft mit privatem Kapital und Fachwissen zur Erfüllung staatlicher Aufgaben. Die Partnerschaft erstreckt sich im Fall des E-Finance Lab auf namhafte Unternehmen, darunter u. a. als Gründungsmitglied die Postbank, sowie den Universitäten Frankfurt a. M. und Darmstadt.

Im Kern besteht die Herausforderung an das „E-Finance Lab“ darin, Hilfestellung bei der Industrialisierung des Finanzdienstleistungswesens zu geben. Man versucht dabei über angepasste Verfahren Stan-

dards für leistungsfähige Daten- und Kommunikationssysteme, die speziell auf Bedürfnisse der Finanzbranche zugeschnitten sind, zu entwickeln. Der Begriff „E-Finance“ verdeutlicht, dass das Aufbrechen traditioneller Wertschöpfungsketten über einen umfangreichen und verstärkten Einsatz moderner, netzbasierter Informations- und Kommunikationssysteme erfolgt. Derzeit laufen Verhandlungen, weitere Finanzdienstleistungsunternehmen – auch mit Firmenzentralen außerhalb Deutschlands – in das „E-Finance Lab“ zu integrieren.

Die Postbank unterstützte das E-Finance Lab im Berichtszeitraum jährlich mit 150.000 EUR.

Bankakademie e.V.

Die Bankakademie e.V. ist ein gemeinnütziger Verein, dessen Ziel es ist, die Frankfurt School of Finance & Management bei ihren Aufgaben zur beruflichen Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten im Kreditgewerbe zu unterstützen. Dies erfolgt u.a. durch die Einrichtung von Stipendienfonds, der Finanzierung von Stellen für Hochschullehrer und Ausstattung für Bibliotheken, oder einem Dozententraining.

Die Postbank unterstützt die Bankakademie jährlich mit ca. 55.000 EUR.

Deutsche Aktieninstitut

Das Deutsche Aktieninstitut ist eine unabhängige, nicht gewinnorientierte Institution, die sich gesellschaftlich und im politischen Umfeld für den Finanzplatz Deutschland einsetzt. Ziel des Deutschen Aktieninstituts ist es u.a., die Position Deutschlands als Standort für Finanzdienstleistungen im internationalen Wettbewerb zu stärken. Einmal jährlich vergibt das Institut Preise für wissenschaftliche Arbeiten, bietet Vorträge und Veröffentlichungen sowie Fachseminare an.

Die Postbank fördert das Deutsche Aktieninstitut jährlich mit 25.000 EUR.

wissen.schafft.arbeit

Der jährliche Wettbewerb wissen.schafft.arbeit, den die Postbank zusammen mit der TU Chemnitz für den Mittelstand erstmalig 2008 veranstaltet hat, soll dabei helfen neueste Erkenntnisse aus der Wissenschaft wirtschaftlich nutzbar zu machen. Den ersten Platz im Jahr 2008 belegte eine neuartige Kunststofffeder für Fahrzeuge, die der Darmstädter Maschinenbauprofessor Helmut Schürmann zusammen mit der Firma IFC Composite Haldensleben entwickelt hat und große Benzineinsparpotentiale birgt.

Die Postbank unterstützt den Wettbewerb mit 20.000 EUR jährlich.

Schulen

Die Postbank unterhält seit mehreren Jahren Schulkooperationen zu Gymnasien und Realschulen in Bonn, Hameln und Umgebung. Die Aufgaben die die Schulen in unserer heutigen Zeit bewältigen müssen sind vielfältig und wandeln sich: Sie sollen Kindern nicht nur Bildung näher bringen, sondern zugleich erzieherisch wirken, sich an die wachsenden Bedürfnisse des Arbeitsmarktes anpassen und neue technologische und gesellschaftliche Entwicklungen einbinden.

Die Postbank unterstützt die Schulen bei der Bewältigung dieser Herausforderung, möchte die Orientierung von Jugendlichen fördern und talentiertem Nachwuchs eine Perspektive in der Postbank eröffnen. Unser Engagement leistet so einen Beitrag zur Wissensförderung und trägt unserem Anspruch Rechnung, ein Unternehmen zu sein, das sich mit Zukunftsfragen unserer Gesellschaft aktiv auseinandersetzt.

Die Postbank ermöglicht mit den Kooperationen interessierten Schülern konkrete Einblicke in die unternehmerische Arbeitswelt. Wesentliche Themenfelder sind dabei „Berufswahlorientierung“, „Vermittlung von wirtschaftlichem Know-how“ und „Entwicklung von Handlungskompetenz“. Dazu bieten wir unseren Kooperationspartnern eine Vielzahl verschiedener Angebote an: Betriebspraktika, -erkundungen und Hospitationen, EDV-Schulungen für Lehrer, Schulungen für Präsentations- und Moderationstechniken, Hilfe bei Projekten, Seminaren und Arbeitsgemeinschaften sowie Vorträge zu wirtschaftlichen Themen im Unterricht. Im Juni 2008 fanden an einer Partnerschule in Bonn beispielsweise Bewerbertrainings mit der Jahrgangsstufe 12 statt. Hierbei wurde zusammen mit einem professionellen Postbank Trainer die Grundzüge von Bewerbungen und Vorstellungsgesprächen besprochen, um so den Schülern für ihre anstehenden eigenen Bewerbungen ein gutes Rüstzeug zu geben.

Im Jahr 2008 nutzten über 440 Schülerinnen und Schüler die Angebote aus den Schulkooperationen. Über 150 Praktikanten erhielten in 5 Praktikadurchgängen Einblick in die Berufs- und Arbeitswelt.

Bei BHW in Hameln entstammen über 1/3 der neuen Ausbildungsverträge aus Schulpraktika und Kooperationen.

Im Jahr 2008 unterstützte die BHW den Bau einer Solaranlage auf dem Mensadach des Schiller-Gymnasiums in Hameln mit 3.500 EUR. Neben einem Beitrag zur Klimaschonung bedeutet dies für die Schule auch eine Kostenersparnis. Des Weiteren erfahren die Schüler vor Ort etwas über die Funktionsweise von chemischen und physikalischen Prozessen.

Ferner ist die Postbank selbst auch im Arbeitskreis „Wirtschaft macht Schule“ der Hamelner Berufsschule vertreten.

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 1200 Geräte gespendet, davon im 2008 über 700.

Partnerschaften



„Aktion Mensch“

Von 2004 bis 2008 arbeitete die Postbank im Rahmen einer Sozialpartnerschaft mit der „Aktion Mensch“ zusammen. Der Schwerpunkt des gemeinsamen Engagements lag auf integrativen Projekten sowie Projekten in der Kinder- und Jugendhilfe. „Aktion Mensch“ ist die größte private Förderorganisation im sozialen Bereich in Deutschland. Seit ihrer Gründung vor 40 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. Seit dem Jahr 2000 engagiert sie sich auch für Kinder und Jugendliche.

Die Sozialpartnerschaft zwischen Aktion Mensch und Postbank setzte sich aus zwei Bestandteilen zusammen:

- Spenden an „Aktion Mensch“ aus dem Postbank Produkt „Postbank Gewinn-Sparen“: Seit Bestehen der Sozialpartnerschaft im Jahr 2004 hat die Postbank insgesamt 793.000 EUR an die von der „Aktion Mensch“ genannten förderungswürdigen Projekte gespendet.

Das Fußball-Projekt „Cool down, kick-off! – Straßenfußball für Toleranz“ für Kinder und Jugendliche in sozialen Brennpunkten war seit 2004 jeweils in 10 Städten pro Jahr bundesweit unterwegs. Geplant und organisiert wurden die Turniere von „Aktion Mensch“, der Postbank sowie lokalen Partnern, die in der Kinder- und Jugendarbeit engagiert sind. Allein im Jahr 2008 nahmen über 600 Kinder und Jugendliche teil, seit Beginn im Jahr 2004 kickten knapp 3.500 Kinder und Jugendliche für Fairness und Toleranz. Grundlage ist eine

Spielidee „Straßenfußball für Toleranz“, ein Konzept das ursprünglich aus Südamerika stammt und die Dialogfähigkeit und Zivilcourage bei Kindern und Jugendlichen vermittelt.

Anfang 2009 stellte die Postbank insgesamt 127.000 EUR an Spenden zur Verfügung, die durch das „Postbank Gewinn-Sparen“ zusammenkamen. Auf Anregung der „Aktion Mensch“ förderte die Postbank damit zwei Projekte der Kinder- und Jugendhilfe: jeweils die Hälfte ging an das Modellvorhaben Pädagogisch-Soziale Assistenz in Würzburg und das Hamburger Projekt BOX-OUT e.V.

Auch nach Ende der Sozialpartnerschaft wird die Postbank die soziale Arbeit der „Aktion Mensch“ mit Spenden aus dem „Postbank Gewinn-Sparen“ weiter unterstützen.

Gesellschaft „Impuls“

Vor vielen Jahren ist BHW im Bereich der Entsorgung und Vernichtung von Dokumenten, Altpapier und Folien eine Kooperation mit der Gesellschaft „impuls gGmbH“ in Hameln eingegangen. Als gemeinnützige Gesellschaft verfolgt „impuls“ das Ziel, Langzeitarbeitslose wieder in das Berufsleben zu integrieren. Erreicht wird dies 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 Arbeitsplätze geschaffen werden und sozial schwächere Bevölkerungsgruppen in das Arbeitsleben integriert werden. In den Jahren 2006-2008 hat das Engagement von BHW dazu beigetragen, dass über 425 Menschen wieder für den ersten Arbeitsmarkt qualifiziert und integriert werden konnten.

Gesellschaftlicher Dialog

BHW Forum

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 festen 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 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.

Beratung von Senioren

Die Geburtenraten sinken - die Lebenserwartung steigt. Die Postbank reagiert auf den demographischen Wandel der Gesellschaft und hat bereits im Jahr 2006 die Bedürfnisse von Senioren in den Fokus gerückt. Um die Erfahrungen dieser wichtigen und besonders treuen Zielgruppe zu nutzen, hat die Postbank im März 2006 einen **Kundenbeirat 60Plus** gegründet, der mittlerweile aus 2.500 Postbank Kunden im Alter von 60 bis 75 Jahren besteht. Unter der Schirmherrschaft von Prof. Dr. Dr. h.c. Ursula Lehr, Bundesministerin a. D., soll der Beirat Anregungen für Verbesserungen von Produkten, Dienstleistungen und Service aus Sicht älterer Postbank-Kunden geben. So wurde beispielsweise bei der Neugestaltung der Postbank Finanzcenter, soweit bauliche Gegebenheiten dies zuließen, auf Barrierefreiheit geachtet. Und auch bei der Festlegung der Kriterien zur Neugestaltung der Filialen (z. B. spiegelfreie Böden und Flächen, Stühle mit Armlehne etc.) war der Kundenbeirat beteiligt.

Kundenmagazine

Außerdem stellt die Postbank für Senioren die folgenden Dienstleistungen bereit:

- Möglichkeit der Schriftvergrößerung im Internet,
- für Sehbehinderte ist die Postbank-Homepage so optimiert, dass die Inhalte bei „Mouseover“ (d.h. Bewegen des Mauszeigers über den Bildschirm) mithilfe eines speziellen Programms vorgelesen werden,
- Informationen über die Kundenzeitschrift „Weitblick“.

Initiative der Bundesregierung „Wirtschaftsfaktor Alter“

Darüber hinaus engagiert sich die Postbank im Rahmen der Initiative „Wirtschaftsfaktor Alter“. Diese Initiative der Bundesregierung zielt u.a. auf die Erhöhung der Lebensqualität älterer Menschen. 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 (BMWi) umgesetzt. Hochrangige Experten aus Wirtschaft, Verbänden, Verbraucherorganisationen und Wissenschaft geben Anregungen und unterstützen bei der Erreichung der Ziele.

Best select Ansatz der Postbank

Seit 2006 bietet die Postbank an ausgewählten Postbank-Standorten eine ganzheitliche Beratung in allen Finanzangelegenheiten nach dem „best-select“-Ansatz an, die speziell auf die Bedürfnisse türkischer- und türkischstämmiger Mitbürger/innen zugeschnitten sind. Das Beratungsangebot hat zum Ziel, diese Mitbürger unter Beachtung kulturell verschiedenartiger Wünsche und Neigungen in ihrer Muttersprache anzusprechen.

Beratung türkischer- und türkischstämmiger Mitbürger/innen

Eine ganzheitliche Beratung in der Muttersprache wurde und wird von der türkischen- und türkischstämmigen Gemeinschaft in Deutschland sehr positiv aufgenommen. Der Abbau von Sprachbarrieren und der gemeinsame kulturell-gesellschaftliche Hintergrund von Kunden und Bankberatern führt zu einer gezielten, intensiveren und erfolgreichen Betreuung; in türkischen Tageszeitungen und Fernsehsendungen erzielte der türkische Vertrieb der Postbank großes Interesse.

Parallel zur Beratung engagiert sich der türkische Vertrieb der Postbank in sozialen und gesellschaftlichen Belangen türkischer Mitbürger, tritt u.a. als Partner bei Informationsveranstaltungen auf und unterstützt Kinder-, Jugend- und Erwachsenen-Sportvereinigungen und deren Arbeit.

Altersvorsorgestudie

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 15 Jahren wird das Verhältnis voraussichtlich ein Beitragszahler für jeden Rentner betragen. Es lässt sich im Internet mittlerweile leicht errechnen, dass Berufstätige mit dem Eintreten in das Rentenalter eine „Rentenlücke“ realisieren werden – d.h. ein finanzieller 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 2008/2009 gehen die folgenden Kernergebnisse hervor:

- Bereitschaft zur privaten Altersvorsorge sinkt
- Unwissenheit der Deutschen bei den Themen Abgeltungsteuer, Wohn-Riester und Inflation
- Neuentdeckte Liebe zum Wohneigentum

Ergebnisse der Altersvorsorgestudie 2008/2009

Aktuell führt die Postbank zusammen mit dem Institut für Demoskopie die Altersvorsorgestudie 2009/2010 durch. Darin werden erstmalig auch Fragen gestellt, die den Aspekt „Nachhaltigkeit“ bei der Auswahl der gewählten Anlageform erfassen.

„Impuls“

Vor vielen Jahren ist BHW im Bereich der Entsorgung und Vernichtung von Dokumenten, Alt-papier und Folien eine Kooperation mit der Gesellschaft „impuls gGmbH“ in Hameln eingegangen. Als gemeinnützige Gesellschaft verfolgt „impuls“ das Ziel, Langzeitarbeitslose wieder in das Berufsleben zu integrieren. Erreicht wird dies 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 Arbeitsplätze geschaffen werden und sozial schwächere Bevölkerungsgruppen in das Arbeitsleben integriert werden. In den Jahren 2006-2008 hat das Engagement von BHW dazu beigetragen, dass über 425 Menschen wieder für den ersten Arbeitsmarkt qualifiziert und integriert werden konnten.

Umwelt- und Klimaschutz

Umweltmanagement

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

- Direkte Umweltwirkungen, die sich aus der Nutzung der Postbank Gebäude ergeben, sind für aktuell 84% der CO₂-Emissionen des Postbank Konzerns verantwortlich; die restlichen knapp 16% entfallen auf CO₂-Emissionen aus Dienstreisen.
- Indirekte Umweltwirkungen einer Retailbank resultieren insbesondere aus dem Angebot und der Beratung zu Bankprodukten, aus der Beachtung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Kreditvergabe an Firmenkunden sowie bei der Anlage von Geldern am Kapitalmarkt.



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. Im Zuge des Klimaschutzprogramms GO-GREEN unseres damaligen Mehrheitsaktionärs Deutsche Post DHL verpflichteten wir uns gleichzeitig ferner, unsere CO₂-Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb bis 2012 um 10% gegenüber 2007 zu senken.

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 Deutsche Postbank AG inklusive der 100% konsolidierten Mehrheitsbeteiligungen mit Geschäftssitz in Deutschland.

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

Bis April 2009 wurde an den 5 größten Postbank Standorten 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; demnach arbeiten aktuell 38% unserer Mitarbeiter an Standorten, die nach ISO 14001 zertifiziert sind.

Die Einhaltung der Regelungen, Maßnahmen und Ziele des Umweltmanagementsystems wird vom Umweltmanagement-Beauftragten jährlich durch Kontrollaudits überprüft. Der zuständige Vorstand für das Umweltmanagementsystem wird über die Ergebnisse einmal jährlich von Umweltmanagement-Beauftragten informiert und verabschiedet daraufhin die Schwerpunkte für Ziele und Maßnahmen des Folgejahres.

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

- In unserer Mitarbeiterzeitschrift und mit Hilfe von Rundmails haben wir die Mitarbeiter über die Umweltleitlinien, das Umweltmanagementsystem sowie über „Energiesparen im Büro“ informiert. Im November 2008 haben wir eine Sonderkampagne „KlimaFit“ im Ideenmanagement durchgeführt.
- Im November/Dezember 2008 haben wir damit begonnen, erste „Energie-Checks“ an Großstandorten der Postbank durchzuführen. Dies soll uns hilfreiche Impulse für Verbesserungsmaßnahmen im Gebäudemanagement geben.
- 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.
- Seit Januar 2009 bezieht die Postbank für ihre Großstandorte in Deutschland Strom, der zu 100% aus erneuerbaren Energien (Wasserkraft) erzeugt wird; dies reduziert den hiermit verbundenen CO₂-Ausstoß der Postbank merklich.
- Ab Anfang 2009 haben wir an den Großstandorten der Postbank auf Lichtschaltern und elektronischen Geräten Aufkleber mit der Aufforderung „Mach mich aus!“ angebracht, um so das Thema „Umgang mit natürlichen Ressourcen“ stärker ins Bewusstsein der Mitarbeiter zu rücken.
- Über die für die Postbank auch weiterhin geltenden Leitlinien der Deutsche Post DHL wie z.B. den Supplier Code und die Paper Policy hinaus haben wir Anfang 2009 alle Großlieferanten, Fremdfirmen und Kooperationspartner über unser Umweltmanagementsystem und über unsere Ziele im Umwelt- und Klimaschutz informiert. Hierauf aufbauend haben wir ferner eine Checkliste erarbeitet, die vorgibt, welche Aspekte beim Kauf und bei der Anmietung genutzter Gebäude aus Umweltgesichtspunkten künftig zu beachten sind.
- Im Februar 2009 haben wir einen Hinweis in unsere Firmenwagenrichtlinie eingefügt, dass Dienstfahrzeuge mit niedrigem CO₂-Ausstoß ausgewählt werden sollen; ferner sind die zur Verfügung stehenden Dienstfahrzeuge je Fahrzeugtyp nach CO₂-Ausstoß aufsteigend sortiert.
- 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, so dass 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 eine Schulungsmaßnahme zum Umweltmanagementsystem an, die über alle Arbeitsplatzrechner online durchlaufen werden kann.

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

Green IT

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

Hardware-Effizienz

Die Postbank Systems hat ein systematisches LifeCycle Management eingeführt. Dabei ist der Einsatz von Ressourcen schon den Lösungen oberste Maxime für die Entscheidungsfindung. Durch den gesteuerten Austausch veralteter Komponenten gegen neue, effiziente Bauteile 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 werden bundesweit Zug um Zug alle TK-Anlagen für Callcenter und Office Telefonie ausgetauscht. Diese Maßnahme führt 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 beinhaltet. Durch dieses Projekt konnte eine Reduzierung des Energieverbrauchs von fast 22% realisiert werden.

Optimierung des Rechenzentrums

Der Energieverbrauch unserer Rechenzentren wird seit dem Jahr 2000 aktiv gemangelt. 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 an sich. 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.

Ab 2010 ist eine weitere Aufteilung der Rechenzentrums-Komponenten in Kalt- und Warmgänge und die weitere Trassierung der EDV-Verkabelungen geplant. Ziel der Maßnahmen ist die Erhöhung der Klimateffizienz der Umluftkühlgeräte um ca. ein Drittel und eine Reduzierung des Stromverbrauchs um ca. 20%.

Die Büroausstattung mit Office Equipment wie PC, Drucker, FAX, etc. ist eine weitere Stellschraube für eine effiziente Energienutzung in der Postbank. Dabei ist nicht das einzelne, sondern die Summe aller Geräte ausschlaggebend. Im Rahmen der Umweltzertifizierung der Postbank nach ISO 14001 wurde Anfang 2009 der Beschaffungsprozess um die Abfrage ökologischer Verfahrensarten und Bewertungskriterien ergänzt. So werden Energielabels wie z.B. „Energy Star“ als Entscheidungskriterium bei der Beschaffung verstärkt genutzt.

Umweltbilanz der Postbank

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

Berichtsumfang

Fortschrittsbericht der Postbank zum UN Global Compact

Bis zum 25.02.2009 war die Deutsche Post DHL Mehrheitseigner (50% plus 1 Aktie) der Deutschen Postbank AG (im weiteren: Postbank); zum 30.6.2009 betrug der Aktienanteil der Deutsche Post DHL 39,5%; weiterer Großaktionär ist seit 25.02.2009 die Deutsche Bank AG, die am oben genannten Stichtag 25% plus 1 Aktie gehalten hat.

Parallel zur Veröffentlichung des 1. Nachhaltigkeitsberichts von Deutsche Post DHL im Mai 2006, startete die Postbank die Webseiten www.postbank.de/nachhaltigkeit und www.postbank.com/sustainability. Dieses Portal bildet die zentrale Kommunikationsplattform der Postbank rund um das Thema „Nachhaltigkeit/unternehmerische Verantwortung“. Ihren dort verfügbaren online-Bericht aktualisiert die Postbank einmal jährlich; aktuell sind hier Nachhaltigkeitsmaßnahmen der Postbank für den Zeitraum 1.6.2008–31.8.2009 zusammengestellt, darunter erstmalig inklusive des jährlichen Fortschrittsberichts der Postbank zur Umsetzung der Prinzipien zum UN Global Compact. 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.

Beteiligungen der Postbank

Im Berichtszeitraum des Nachhaltigkeitsberichts 2009 wurden die nachfolgenden Unternehmensbeteiligungen erworben oder veräußert:

- Die BHW Bank AG wurde im Juli 2008 rückwirkend zum Jahresbeginn auf die Deutsche Postbank AG verschmolzen.

- Die Betriebs-Center für Banken Payments & Services GmbH wurde im September 2008 rückwirkend zum Jahresbeginn auf die Betriebs-Center für Banken AG verschmolzen.
- Die Postbank Anteile an der ver.di Service GmbH (33,33 %) wurden im März 2009 wirtschaftlich rückwirkend zum 01.01.2009 veräußert.
- Im Juni 2009 wurde die DSF Deutsche System Finanzplan Gesellschaft für Finanzdienstleistungen mbH auf die PB Sechste Beteiligungen GmbH verschmolzen.
- Im Juli 2009 hat die Postbank ihre Fondsverwaltung, die Deutsche Postbank Privat Investment Kapitalanlagegesellschaft GmbH veräußert.
- Die Deutsche Postbank AG hat im Juli 2008 die Kommanditanteile an der DSL Portfolio GmbH & Co. KG und der DSL Portfolio Verwaltungs GmbH erworben.

Umweltmanagementsystem ISO 14001 der Postbank

Für die Deutsche Postbank AG inklusive der 100% konsolidierten Mehrheitsbeteiligungen mit Geschäftssitz in Deutschland gemäß Geschäftsbericht 2008 wurde zum 1.1.2009 ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 verbindlich in Kraft gesetzt.

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

- Aussagen zu Gebäuden beziehen sich auf die großen Immobilien (Eigentum und Anmietungen) des Postbank Konzerns (>10.000 m²) ohne Anmietungen

de r Postbank Filialvertrieb AG. Die in der jeweiligen Immobilien 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. 49% der Nettogeschoßfläche sowie ca. 51% der Mitarbeiter (Teilzeitkräfte in Vollzeitkräfte umgerechnet).

- Strom/Wärme/Kälte: Daten für die Postbank Zentrale und 20 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-Indikatoren angewandt.
- Abfall: Daten für Postbank Zentrale und 10 Großimmobilien der Postbank in Deutschland. Mengen werden gewichtsmäßig erfasst, wobei Ursprungswerte (z.B. Stück oder m³) konzernweit einheitlich in Tonnen umgerechnet werden.
- Wasser: Daten für die Postbank Zentrale und 19 Großimmobilien der Postbank in Deutschland; Mengen werden in Kubikmetern (m³) in Rechnungen erfasst.
- Papier: Einge kaufte Mengen des Postbank Konzerns (ohne Filialen) inklusive Broschüren und Werbematerialien werden in Tonnen erfasst.
- 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; eine Bestimmung der CO₂-Emissionen von Dienstreisen über Flug, Bahn, Privat-PKW erfolgt aufgrund technischer Beschränkungen nicht.

- Im Hinblick auf die Darstellung der CO₂-Emissionen betrachtet die Postbank gemäß Greenhouse Gas Protocol (GHG):
- direkte CO₂-Emissionen aus fossilen Energieträgern (aus Firmenwagen 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 und fossilen Treibstoffen in Gebäuden) als Scope 1.

Sponsoring-Engagements im Bereich Sport fasst die Postbank nicht unter „Nachhaltigkeit“ auf und berichtet daher in diesem Bericht auch nicht darüber.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit steht nachfolgend der Begriff „Mitarbeiter“ für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Postbank Konzerns gleichermaßen.

Fortschrittsbericht nach UN Global Compact

Die Postbank ist im Januar 2009 dem UN Global Compact beigetreten. 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 Verhaltenskodex der Deutschen Post DHL sowie die Umweltleitlinie und das Umweltprogramm der Postbank tragen zur Umsetzung der 10 Prinzipien bei.

In diesem ersten Fortschrittsbericht haben wir die seit Januar 2009 eingeleiteten Maßnahmen und deren Umsetzung zusammengestellt:

Fortschrittsbericht nach UN Global Compact	
Prinzipien	Beispiele <i>(behandelt in Artikeln des Nachhaltigkeitsberichts 2009)</i>
Menschenrechte	
1: Unternehmen sollen die internationalen Menschenrechte achten und innerhalb ihres Einflussbereichs fördern	<ul style="list-style-type: none"> • Einflussbereich • Code of Conduct • Gesundheitsmanagement & Arbeitsschutz • Initiativen & Mitgliedschaften
2: Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie nicht zur Verletzung der Menschenrechte beitragen	
Arbeitsnormen	
3: Unternehmen sollen das Recht auf gewerkschaftliche Betätigung ihrer Angestellten und Kollektivverhandlungen anerkennen	<ul style="list-style-type: none"> • Personalmanagement • Code of Conduct • Work-Life-Balance & Diversity
4: Unternehmen sollen die Bekämpfung von Zwangsarbeit unterstützen	
5: Unternehmen sollen an der Abschaffung von Kinderarbeit mitarbeiten	
6: Unternehmen sollen die Beseitigung jeder Art von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung anstreben	
Umweltschutz	
7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltgefährdungen vorsorgend handeln	<ul style="list-style-type: none"> • Code of Conduct • Umwelt- & Klimaschutz • ökologische/ethische Bankprodukte und Dienstleistungen • Initiativen & Mitgliedschaften • Einflussbereich
8: Unternehmen sollen Initiative ergreifen, um das Umweltbewusstsein zu fördern	
9: Unternehmen sollen zur Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beitragen	
Korruption	
10: Unternehmen sollen gegen jede Form der Korruption, Erpressung und Bestechung eintreten	<ul style="list-style-type: none"> • Code of Conduct • Corporate Governance • Compliance & Geldwäsche-Schutz

Indizes und Ratings

Mit den nachfolgenden Ergebnissen wird öffentlich belegt, dass die Postbank strenge Kriterien u.a. in Bezug auf Unternehmensführung, Umweltschutz, Mitarbeiterentwicklung und gesellschaftliches Engagement erfüllt und sich als verantwortungsbewusstes Unternehmen als Teil in der Gesellschaft etabliert hat:

Indizes		gelistet seit
FTSE4good Indices Europe & Global	 FTSE4Good	März 2005
Ethical Index Euro		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	Ergebnis	im Branchenvergleich
2009	 Corporate Sustainability Rating	C+(Skala: A+bis D)	Platz 12 von 79 in der Branche Geschäftsbanken
2008	 Nachhaltiges Anlageuniversum	Unternehmensrating: 4 von 5 Branchenrating: 3 von 5	Ein Branchendurchschnitt wird nicht veröffentlicht.
2008	 Corporate Sustainability Rating	74 von 100	über Branchen- durchschnitt (57)
2007	 creating sustainable value	67 von 100	über Branchen- durchschnitt (52)
2007	 Sustainable Investment Research International DAX 30-Rating	63,5 von 100	über Branchen- durchschnitt (62)
2007		59 von 100	Ein Branchendurchschnitt wird nicht veröffentlicht.

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. Im Januar 2009 hat sich die Postbank eigenständig dem UN Global Compact verpflichtet und erstellt in diesem Jahr erstmalig einen Fortschrittsbericht zur Umsetzung der Prinzipien.

Verein für Umweltmanagement in Banken und Versicherungen (VfU)

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 Arbeitskreisen und auf Roundtable-Gesprächen zu Nachhaltigkeitsthemen.

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.

Carbon Disclosure Project (CDP)

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.

Initiative Finanzstandort Deutschland

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

CARBON DISCLOSURE PROJECT



Auszeichnungen – 2009

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 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.

Deutsches Institut für Betriebswirtschaft – 2. Platz des Postbank Ideenmanagements im Bereich Banken

Das Deutsche Institut für Betriebswirtschaft (dib) ist eine führende Einrichtung der Aus- und Weiterbildung für betriebswirtschaftlichen Themen und erstellt einmal jährlich ein Ranking zum Ideenmanagement u.a. im Bankenbereich. Dabei belegte die Postbank für das Jahr 2008 den zweiten Platz. Schon seit Einführung des Ideenmanagements belegt die Postbank 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: Wie nutzen die Arbeitssuchenden die Karriereseite? Warum nutzen sie die Seite? Welche Unternehmen decken mit Ihrer Web-

seite 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 Dinge wie innovatives online Marketing und innovative Kommunikationsmittel, treten. Die Karriereseite der Postbank belegte einen hervorragenden 12ten Platz innerhalb des TOP 30 Rankings.

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, ein 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 2009, zum zweiten Mal nach 2008, die Auszeichnung als „Top Arbeitgeber Deutschlands“.

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 „Geschäftstelle 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

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 „IQCorporate 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 2ten Platz unter den insgesamt 80 DAX und MDAX Unternehmen.

Wirtschaftsmagazin €URO – Postbank ist „Beste Filialbank 2009“

Im Auftrag des Wirtschaftsmagazins €URO führte das Hamburger Analysehaus SWI Finance bei 48 Instituten einen Produkt- und Beratungstest durch. Dabei wurde das Angebot von Filial-, Direkt-, Internet-, Autobanken und Spezialanbietern über alle Produktbereiche hinweg, sowie der Service (Telefon, E-Mail), die Beschwerdequalität, der Internetauftritt, die Online-Sicherheit und die Qualität der

persönlichen Beratungsgespräche analysiert und bewertet. Die Postbank konnte dabei besonders in den Bereichen Festgeld und Wertpapierhandel, in denen sie sehr gute Konditionen anbietet, punkten. Dies war einer der Hauptgründe dafür, dass die Postbank ihren ersten Platz vom Vorjahr halten konnte und damit auch 2009 als Beste Filialbank ausgezeichnet wurde.

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, Öder Schweiz. Der Bewertungskatalog umfasst mehr als 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.

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. Nach

einem Einbruch im Oktober 2008 und einer darauf folgenden Erholung, zeigt die Postbank, entgegen Mitbewerbern wie der Commerzbank, momentan 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 fundsxpress. 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.

Auszeichnungen – 2008

PASS Consulting Group – Gesamtsieger beim „Pass Online-Banking Award“

Seit 2001 untersucht die PASS Consulting Group aus Aschaffenburg, ein internationales Beratungs- und Softwarehaus, die deutschsprachiger Banken und Sparkassen. Getestet wurde mit Hilfe einer Befragung von 22.000 Kunden, sowie einer Analyse von 42 Bankenportalen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz nach 293 Einzelkriterien zu zehn Kategorien konnte die Postbank in 6 davon erste, zweite und dritte Plätze belegen u.a. für die Beste Kontoführung. Dadurch wurde die Postbank nicht nur Beste Filialbank sondern ging als Gesamtsieger aus der Untersuchung hervor.

Initiative Deutscher Servicetag & Deutsches Institut für Service-Qualität – „Service Innovations-Award“ für „Kundenbeirat 60plus“

Der Service Innovations-Award honoriert die Serviceleistung von Unternehmen, die die Kundenzufriedenheit nachweislich verbessert haben. Das Deutsche Institut für Service Qualität, als Dienstleister für Medien hatte aus eingereichten Projekten von 50 Unternehmen und Institutionen neun ausgewählt, mit denen sich eine unabhängige Jury befasste. Schlussendlich wurden 4 Unternehmen für einen Award vorgeschlagen. Unter Ihnen die Postbank, die die Auszeichnung in der Kategorie „Interaktive Kundenbeziehung“ für die Einführung ihres „Kundenbeirats 60plus“ erhielt, der setzt sich aus 1.500 Senioren im Alter von 60 bis 75 Jahren zusammensetzt und Anregungen für Verbesserungen von Produkten, Dienstleistungen und Service aus Sicht älterer Kunden gibt.

Stiftung Warentest – Postbank Förder-Rente I mit Gütesiegel ausgezeichnet

Die Zeitschrift Finanztest, eine Publikation der Stiftung Warentest, hat 29 Angebote für Riester Rentenversicherungen unter den Kriterien Rentenzusage und Kosten, Anlageerfolg und Transparenz einer Prüfung unterzogen. Die PB Förder-Rente I der PBV Lebensversicherung AG landete dabei auf Platz fünf und wurde von Finanztest mit dem Gütesiegel „gut“ (2,0) ausgezeichnet.

Stiftung Warentest – Auszeichnung für preiswerteste Filialdepots

Die Stiftung Warentest hat in Ihrer Publikation, der Zeitschrift Finanztest, Bankgebühren getestet. Im Fokus waren dabei Transaktionskosten für den Internet- und Telefonhandel für 36 verschiedene Depots, sowie Provisionen für die Order in Filialen 29 verschiedener Institute. Bei der Postbank sind die Orderkosten unter den bundesweiten Banken am niedrigsten. Postbank Kunden haben sogar die Möglichkeit, das Selbe Depot günstiger online zu nutzen, weshalb die Postbank für die preiswertesten Filialdepots ausgezeichnet wurde.

Zeitschrift Chip – Gesamtsieger beim „Online-Banking Test“

Die IT Experten des Computermagazins Chip testeten das Online-Banking der neunzehn überregionalen Banken. Die 2 Hauptkategorien waren dabei, mit einer Gewichtung von je 50%, die Sicherheit und das Angebot des Online-Banking, die sich aus Dingen wie „Anforderung einer TAN“, oder „druckbarer Kontoauszug“ zusammensetzten. Sieben der neunzehn überprüften Banken konnten nicht über-

zeugen und fielen durch, wohingegen die Postbank den Test als Gesamtsieger abschloss.

Netaspect – 1. Platz für online-Pressebereich

Vom Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen Netaspect, das sich seit der Gründung im Jahr 1999 auf die Optimierung von interaktiven Systemen spezialisiert hat, wurden verschiedene Webauftritte aus dem Banken-, Software-, Elektronik- und Unterhaltungsbereich unter vierzehn Schlüsselkriterien zu Gebrauchs-, Nutz- und Mehrwert von deutschen Pressebereichen analysiert. Die Postbank konnte in allen 14 getesteten Kriterien klar überzeugen und belegte folgerichtig den 1. Platz für den Online-Pressebereich.

Euroweek Covered Bond Awards 2008 - Jumbo Pfandbriefe ausgezeichnet

Die Euroweek, eine Zeitschrift über den weltweiten Kapitalmarkt, hat Investoren, Emittenten, Syndikate, Leads und Market Maker abstimmen lassen. In den Kategorien „best debut issue (Auszeichnung für die beste Erstemission)“, für das hervorragende Debut der Jumbo-Pfandbriefe, und „best debut issue (Auszeichnung als bester Debut Emittent)“, für die Gesamtleistung im Markt in den vergangenen zwölf Monaten, wurde das Team Liquiditätssteuerung & Credit Treasury der Postbank um Bereichsleiters Marcus Chronik dabei zum Sieger gekürt.

TecChannel.de – 1. Platz für Online-Sicherheit

Die auf IT spezialisierte Redaktion von TecChannel.de unterzog 20 Banken einem Sicherheitstest zum Thema Online-Banking. Im Rahmen dieses Testes wurden die Banken zu Ihrer verwendeten Technik und ihren Sicherheitsmaßnahmen befragt, sowie die Online-Banking Portale 20 ver-

schiedener Großbanken miteinander verglichen. Zusammen mit der Netbank belegte die Postbank dabei den ersten Platz.

Studie von Readers Digest – Postbank unter Top Trusted Brands

Die seit 2001 vom Magazin Reader's Digest durchgeführte Studie „European Trusted Brands“ misst, neben Kriterien wie Qualität, Image, Preis-/Leistungsverhältnis Postbank Spitzenplätze belegt, u.a. das Markenvertrauen von Verbrauchern für 31 Produktkategorien in Deutschland. Im Bereich Banken belegt die Postbank hierbei den dritten Platz und gehört damit zu den top trusted brands.

Focus Money BankenCheck – Gute Platzierungen der Postbank

Das Deutsche Institut für Service Qualität, als Dienstleister für Medien, testete im Auftrag des Finanzmagazins Focus Money 36 Filialbanken in 10 Städten. Kriterium des Bankenchecks waren u.a.: Wer bietet die besten Zinsen, wer die passgenaue Baufinanzierung, wer eine persönliche Beratung? Die Postbank erreichte dabei gute Platzierungen, z.B. liegt sie im Bereich beste Konditionen in Berlin und Frankfurt an zweiter Stelle, oder belegt in Sachen Service als beste Regionalbank in Köln den ersten Platz. In der Gesamtkategorie Beste Bank belegt die Postbank in Köln den zweiten und in Düsseldorf den dritten Platz.

Financial Times Deutschland – 3. Platz der Postbank Research-Prognosen

Zum sechsten Mal hat die Financial Times Deutschland (FTD) die volkswirtschaftlichen Prognosen von über 50 deutschen und internationalen Forschungsinstituten, Organisationen und Banken überprüft. In ihrem Ranking beurteilt die FTD, wie gut die wirtschaftliche Entwicklung von den

professionellen Beobachtern eingeschätzt wurde. Die Experten der PB Research konnten hier einen sehr guten dritten Platz erreichen.

Deutsches Institut für Service-Qualität – Postbank mit bestem Ratenkredit

Als Dienstleister für Medien führt das Deutsche Institut für Service-Qualität Wettbewerbsvergleiche durch und liefert dem Verbraucher damit bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Vor diesem Hintergrund wurden die Ratenkredite von 27 Finanzinstituten hinsichtlich der Effektivzinssätze und Kreditausstattungsmerkmale analysiert. Ergebnis: Knapp 60 Prozent aller Ratenkredite sind bezüglich der Ausstattung nur ausreichend oder sogar mangelhaft. Für das Onlineprodukt „Privatkredit direkt“ der Postbank trifft dies nicht zu. Er bietet eine sehr gute Kreditausstattung und im Vergleich zum Wettbewerb befriedigende Effektivzinssätze, weshalb er als bester bonitätsabhängiger Ratenkredit ausgezeichnet wurde.

Forum Ethibel – Aufnahme in Nachhaltigkeitsindex „ESI Pioneer Global“

Das „Forum Ethibel“ ist eine führende europäische Ratinginstitution für Corporate Social Responsibility (CSR) und unternehmerische Nachhaltigkeit. Nur ausgewählte Unternehmen, die den Anforderungen an ein Nachhaltigkeitsmanagement genügen werden in die „Ethibel Sustainability Index“ (ESI) aufgenommen; die in Bezug auf ihre Nachhaltigkeitsleistungen 190 weltweit besten Unternehmen gelangen in den „ESI Pioneer Global“-darin ist die Postbank seit 2008 als einzige deutsche Bank enthalten.

Kundenmagazine



Geldwert

Juli/August 2009

Information zur Erhöhung der Einlagensicherung; Tipp: Was tun bei Kartenverlust; Artikel über 2009 TÜV zertifiziertes faires Leasing bei der Postbank; Information zur Solarenergie und deren Finanzierung

Juni 2009

BHW Forum „Zukunft findet Stadt“; Postbank besteht Umwelt TÜV; Sicherheit im Online-Banking „Zugangsdaten und PIN sind vertraulich“

Februar-Juni

5-teilige Reihe „Sicher Mobil“, Tipps zur „Handy“ Sicherheit

März 2009

Sicherheit beim Geldtransfer

Februar 2009

Postbank überreicht Spende für Kranke Kinder

November 2008

BHW informiert über Mini-Blockheizkraftwerke; Online Sicherheit

Oktober 2008

Postbank informiert über Skimming

September 2008

Online-Banking „Sicherheit durch Auftragslimit“; BHW informiert Mieter über den Energiepass

Juli/August 2008

Online-Banking „Wo ist die PIN Eingabe erlaubt“; Verleihung des Postbank Finance Award

Juni 2008

Online unterwegs: Tipps zur Sicherheit

Mai 2008

Berufsunfähigkeitsversicherung

April 2008

BHW Modernisierungskampagne

Februar 2008

Information über Postbank Gewinn Sparen „Unterstützung der Aktion Mensch“

- Archiv Newsletter Geldwert



Anlagewelt

Ausgabe 03/2009

Umweltschutz bei der Postbank

Ausgabe 02/2009

Sanieren: Postbank und Bundesverband der Schornsteinfeger gründen die Eneffa

Ausgabe 01/2009

Postbank Gewinn Sparen „Unterstützung der Aktion Mensch“

Ausgabe 06/2008

Postbank informiert über Möglichkeit der Bildungsprämie

Ausgabe 05/2008

Fußballprojekt „Cool Down, Kick Off“

Ausgabe 04/2008

Energie teuer wie nie; Information Nachhaltig investieren

Ausgabe 03/2008

Fortschritte beim Klimaschutz; Energiekosten belasten private Haushalte; Fußballprojekt „Cool Down Kick Off“; Modernisieren und Energiesparen

Ausgabe 02/2008

Volumen nachhaltiger Investmentfonds und Information über PB Dynamik Vision; Information zu Renovieren, Modernisieren, Energiesparen; Spendenaufkommen von Postbank Gewinn Sparen für Aktion Mensch



Mehrwert

- 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“
- Ausgabe 04/2008 Artikel über den Rohstoff Holz
- Ausgabe 03/2008 „Wieviel Energie braucht Wachstum?“; „Nachhaltiges Engagement für die nächste Generation“; Interview mit Muhammad Yunus zu Markt und Moral „Es geht um mehr als Gewinnmaximierung“
- Ausgabe 02/2008 Die IT Branche wird grün
- Ausgabe 01/2008 Information über Energieausweis; Artikel, Interview und Anlagentipps zum Thema Wasser



Wohnen

- 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 Heizungscheck
- Ausgabe 04/2008 Energiesparen durch Erdgasgeräte mit Brennwerttechnik, Fenstercheck und Kamine; Artikel über Wärmepumpen
- Ausgabe 03/2008 Energiespar-Special: Aktiver Umweltschutz durch Passivhäuser, Zeitgemäße Brennwerttechnik, Dämmung von Außenwänden; Information zur Sammlung und Nutzung von Regenwasser; Energiesparen durch Häusermodernisierung
- Ausgabe 02/2008 Ökologisch einwandfreie Kindermöbel; Artikel über Solarthermieanlagen; Information über Rapsbetriebene Mini Block-Heizkraftwerke; Erdtanks um Regen aufzufangen; Information Energiekosten auf Rekordniveau; Vorstellung von Klimafonds Postbank Dynamik Klima Garant
- Ausgabe 01/2008 Biologische Baustoffe; Energiesparen durch Fenstermodernisierung, Wandheizungen; Information über Wärmepumpen



Business Update

- 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
- Oktober 2008 – Februar 2009 4-teilige Reihe „Perfekt im Web“ (IT-Sicherheit)
- Juli/August 2008 Neues Sicherheitsmerkmal bei VISA Business Cards EMV Chips; Online Banking mit Star Money Business; Information über Energiepass
- Mai 2008 Informationen über das Antidiskriminierungsgesetz
- April 2008 Postbank bietet RSS Newsfeed; Information über Ausbildungsbonus der Regierung
- März 2008 Tipps zum Datenschutz
- Februar - Mai 2008 4-teilige Reihe Sicherheit bei Kreditkarten



Perspectives

- Ausgabe 02/2008 – 01/2009 3-teilige Reihe zur Globalisierung
- Ausgabe 02/2008 Postbank informiert über Leitlinien zum Umwelt- und Klimaschutz
- Ausgabe 01/2008 Umwelttage bei der Postbank



Weitblick

- Ausgabe 02/2009 Information über den 9ten Seniorentag in Leipzig; Artikel über Online-Banking; Information über Trickbetrüger
- Ausgabe 01/2009 Information über die Förderung des ehrenamtlichen Engagements älterer Menschen
- Ausgabe 02/2008 Information über Geldgeschäfte am Automaten

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
- Solarenergie und Energiesparen
- Lexikon zum Ökologischen Bauen, Baufinanzierung und Bausparen
- Altersvorsorge
- Altersvorsorgecheck
- Sicherheit im Internet
- Kontaktmöglichkeiten zur Postbank

Mehr Informationen hier:

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

Deutsche Postbank AG
Zentrale
Corporate Brand and
Marketing Communications
Bonn