

Nachhaltigkeitsbericht 2011



Chronik der Postbank (September 2010 – Dezember 2011)

2010

12. September

In einer Ad-hoc-Mitteilung gibt die Deutsche Bank bekannt, dass sie beabsichtigt, den Aktionären der Postbank ein freiwilliges öffentliches Übernahmeangebot zu unterbreiten.

27. September

Die Postbank eröffnet ihre bundesweit erste Selbstbedienungsfiliale in Düsseldorf-Wersten. Mit der neuen SB-Banking Filiale testet die Postbank mit einem innovativen Gestaltungskonzept eine Möglichkeit, den Kundenservice zu verbessern und weiße Flecken auf der Landkarte zu vermeiden.

6. Oktober

Die Postbank stellt in Berlin ihre bundesweite repräsentative Studie „Altersvorsorge in Deutschland 2010/2011“ vor, die seit 2003 in Zusammenarbeit mit dem Institut für Demoskopie Allensbach erstellt wird.

2. November

Neben ihrem Klassiker, dem kostenlosen Konto Postbank Giro plus, wertet die Postbank jetzt für ihre Privatkunden das Konto „Postbank Giro extra plus“ auf. Es beinhaltet ohne Aufpreis neben der kompletten Kontoführung eine goldene Postbank Card, eine VISA Kreditkarte, einen günstigeren Dispositionskredit, ein Tagesgeldkonto sowie ein Wertpapier-Depot mit dazugehörigem Anlagekonto.

26. November

Die Deutsche Bank erlangt die Mehrheit der Aktien der Deutschen Postbank AG. Insgesamt haben Postbank Aktionäre zu diesem Zeitpunkt mindestens 47 Millionen Aktien zu je 25 EUR je Aktie der Deutschen Bank zum Kauf eingereicht. Die Postbank bleibt nach den Plänen der Deutschen Bank eine eigenständige Aktiengesellschaft mit eigener Marke. Für die Kunden ändert sich nichts. Persönlicher Ansprechpartner, Kontonummer und Bankleitzahl bleiben bestehen. Auch das dichte Filialnetz der Postbank soll erhalten bleiben.

1. Dezember

Die Gremien des Postbank Konzerns beschließen den Abschluss eines Kaufvertrags mit einem Erwerberkonsortium um die Dewan Housing Finance Ltd. zur Veräußerung ihrer indischen Baufinanzierungs-Tochtergesellschaft Deutsche Postbank Home Finance Ltd. (DPHFL).

31. Dezember

Frank Appel legt sein Mandat als Aufsichtsratsmitglied und damit auch als Vorsitzender des Aufsichtsrats der Deutschen Postbank AG nieder. Mit dem Verlassen des Gremiums trägt Appel der geänderten Aktionärsstruktur bei der Postbank Rechnung und macht damit den Weg für den Übergang auf die neue Mehrheitseigentümerin Deutsche Bank AG frei.

2011

01. Januar

Rainer Neske ist neuer Aufsichtsratsvorsitzender der Postbank. Er folgt auf Frank Appel. Neske führt im Vorstand der Deutschen Bank den Bereich „Private & Business Clients“ und verantwortet weltweit das Geschäft mit Privat- und Geschäftskunden der Deutschen Bank.

18. Januar

Die iTAN-Papierlisten werden nicht mehr verschickt und gehören der Vergangenheit an. Ab sofort funktioniert das Online-Banking der Postbank über die kostenlose mobileTAN und die chipTAN comfort. Die besondere Sicherheit der beiden Verfahren basiert auf der Unabhängigkeit zweier Kanäle.

25. Januar

Die BHW Bausparkasse vermeldet erfreuliche Zahlen: Im abgelaufenen Jahr schlossen die Kunden der BHW Bausparkasse Bausparverträge über insgesamt 12,1 Milliarden EUR neu ab. Mit einer Steigerung um 12,8 % lag der Baufinanzierer der Postbank damit noch über dem positiven Branchentrend.

09. Februar

Der Aufsichtsrat der Postbank beruft Hanns-Peter Storr in den Vorstand der Bonner Bank. Er übernimmt ab März 2011 die Funktion des Chief Risk Officers (CRO). Außerdem wird Hugo Bänziger, Chief Risk Officer der Deutschen Bank, mit Wirkung vom 1. Februar in den Aufsichtsrat der Postbank bestellt.

24. Februar

Auf ihrer Bilanzpressekonferenz in Frankfurt gibt die Postbank bekannt, dass sie im Jahr 2010 in die Gewinnzone zurückgekehrt ist. Das Konzernergebnis vor Steuern belief sich auf 315 Millionen EUR. Gegenüber dem Jahr 2009 entspricht das einer Verbesserung des Vorsteuerergebnisses von 713 Millionen EUR.

22. März

Das Researchunternehmen CRF Institute zeichnet die Postbank für ihre Personalarbeit mit dem Titel „Top Arbeitgeber Deutschland 2011“ aus.

25. März

Die Postbank schließt die Veräußerung ihrer indischen Baufinanzierungs-Tochtergesellschaft Deutsche Postbank Home Finance Ltd. (DPHFL) an die Dewan Housing Finance Ltd. ab. Der Kaufpreis liegt bei 10,79 Milliarden indischen Rupien (entspricht ca. 170 Millionen EUR).

11. April

Der neu gegründete Kundenbeirat der Postbank trifft sich zu seiner Auftaktsitzung in Bonn. Über 2.000 Bewerber hatten sich für dieses 24-köpfige Gremium beworben. Ziel der Postbank war es, interessierte Kunden zu finden, die ihre Bank mitgestalten wollen.

17. Mai

Mit der Auftaktveranstaltung in Hameln starten 13 Gesundheitstage des Postbank Gesundheitsmanagements in Zusammenarbeit mit der Deutschen BKK. Schon zuvor wurde das Jahr 2011 unter das Motto „Körper und Geist in Einklang“ gestellt.

24. Mai

„Wir haben den Turnaround geschafft“, verkündete der Postbank Chef Stefan Jütte den Aktionären auf der Hauptversammlung der Bank in der Frankfurter Jahrhunderthalle. Die Postbank will ihre starke Stellung im deutschen Markt ausbauen und weiter profitabel wachsen.

06. Juni

Die Postbank ist wieder Gesamtsieger im Online-Banking-Test der Zeitschrift CHIP. Das kostenlose Girokonto „Postbank Giro Plus“ überzeugte mit bestem Angebot und umfangreicher Sicherheit.

17. Juni

Der Aufsichtsrat der Postbank beruft Frank Strauß mit Wirkung zum 1. Juli 2011 in den Vorstand der Bank. Als Vertriebsvorstand fällt das Geschäft mit 30.000 Firmenkunden und 260.000 Geschäftskunden der Postbank sowie das Geschäftsfeld Commercial Real Estate in seine Zuständigkeit. Darüber hinaus zeichnet er im Vorstand künftig auch für den mobilen Vertrieb der Bonner Bank verantwortlich.

08. Juli

Die Unis Mainz und Regensburg sowie die FH Anhalt stellen die Preisträger des 8. Postbank Finance Award. Insgesamt 30 studentische Teams von 22 Universitäten und Fachhochschulen aus Deutschland, Österreich und Polen nahmen dieses Mal an dem mit 100.000 EUR höchstdotierten deutschen Hochschulpreis im Bereich „Banking & Finance“ teil.

15. Juli

Die Umstellung ist abgeschlossen: Alle Girokunden der Postbank sind jetzt mit einer V PAY-Karte ausgestattet. Insgesamt gibt die Postbank rund 6,4 Millionen Postbank Cards aus.

18. Juli

Die Postbank bringt mit „Postbank Best Sign“ für ihre rund 300.000 Geschäfts- und Firmenkunden erstmals ein neues Signaturverfahren zur Freigabe von Bankgeschäften im Internet heraus.

08. September

Die Postbank hat ihr Online-Banking modernisiert und nicht nur der Optik einen Anstrich verpasst: Ab sofort zeigen sich die Seiten des neuen Bankings in leichteren Farben, mit noch mehr Bedienerfreundlichkeit und einigen neuen Funktionen.

13. Oktober

Auf Einladung der Postbank Akademie und des Ideenmanagements treffen sich die kreativsten Köpfe der Postbank zur Veranstaltung „WeiterDenker“ auf dem Petersberg bei Bonn, um die besten Mitarbeiterideen auszuzeichnen.

20. Oktober

Die Postbank stellt in Berlin ihre 9. Studie in Folge zur „Altersvorsorge in Deutschland“ vor. In Zusammenarbeit mit dem Institut für Demoskopie Allensbach kommt sie zu dem Ergebnis, dass die Deutschen ihre persönliche Altersvorsorge mit Skepsis betrachten.

27. Oktober

Die Postbank knackt bei den privat genutzten Girokonten die Fünf-Millionengrenze und kann damit als Einzelinstitut ihre marktführende Position weiter ausbauen.

01. November

In diesem Jahr beträgt die Spendensumme aus dem Gewinn-Sparen insgesamt 150.000 EUR. Die Spende fließt in voller Höhe in die Aktion Mensch-Förderung von Projekten der Behindertenhilfe und -selbsthilfe sowie der Kinder- und Jugendhilfe.

11. November

Die Website der Postbank ist 15 Jahre alt: Am 11. November 1996 startete die Postbank mit ihrer Homepage im Internet. Damit war der Grundstein für die heute erfolgreichste Finanzwebsite eines Einzelinstituts in Deutschland gelegt. Mit monatlich rund 3,8 Millionen Besuchern liegt die Seite bundesweit auf Platz 1.

12. Dezember

In den Postbank Finanzcentern sind rund 1.000 Freiwillige im Weihnachtseinsatz. Der dreitägige Dienst als Floormanager, im Back Office oder am mobilen Kassensystem dauerte bis zum 21. Dezember.



Sehr geehrte Damen und Herren,

nur wer im Hier und Jetzt wirtschaftliche Wertschöpfung sowie die soziale und ökologische Verantwortung gleichermaßen im Blick hat, wird Vertrauen gewinnen und auch in Zukunft noch Erfolg haben. Nach diesem Grundsatz handelt die Postbank, und sie hat auch im Jahr 2011 wieder intensiv daran gearbeitet, ihr Geschäftsmodell im Sinne eines so verstandenen nachhaltigen Handelns weiterzuentwickeln. Denn nach unserem unternehmerischen Selbstverständnis tragen wir als Deutschlands große Privatkundenbank eine besondere Verantwortung – gegenüber unseren Kunden, Mitarbeitern und Aktionären sowie dem gesellschaftlichen Umfeld, in dem wir tätig sind. Es ist unser Anspruch, dieser Verantwortung gerecht zu werden und langfristig Wert für alle Bezugsgruppen der Postbank zu schaffen.



Wie richtig und erfolgskritisch die Grundidee nachhaltigen Wirtschaftens ist, wurde noch nie so deutlich wie heute. Das Jahr 2011 war erneut von der globalen Wirtschafts-, Finanz- und Staatenkrise geprägt, die sich 2012 mit der sogenannten Euro-Krise und Anfragen verschiedener Staaten nach finanzieller Unterstützung fortgesetzt hat. Begleitet wird diese Entwicklung durch eine neue Protestkultur und eine breit geführte Diskussion über die Rolle der Banken in der Gesellschaft. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, sich durch verantwortungsvolles Handeln als Unternehmen immer wieder Akzeptanz zu verdienen. Daraus erwächst Vertrauen, und Vertrauen ist die wichtigste Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg.

Während sich das Umfeld der Banken – wie die Gesellschaft insgesamt – im Wandel befindet, bieten die damit einhergehenden Veränderungen vielfach auch Chancen: Gutes zu bewahren und möglichst zu verbessern, weniger Gutes kritisch zu überdenken und gleichzeitig zukunftsorientiert zu agieren. Die aus dieser Haltung resultierenden Maßnahmen, Ziele und Ergebnisse haben wir in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2011 dokumentiert, den ich Ihnen hiermit vorstelle.

Von der gesellschaftlichen Verantwortung bis zum Umwelt- und Klimaschutz: Die Postbank hat auch in diesem Berichtsjahr wieder eine Vielzahl von Maßnahmen ergriffen, um in den verschiedenen Feldern verantwortungsvollen Wirtschaftens einen Beitrag zu leisten. Einen kleinen Ausschnitt davon präsentieren wir Ihnen in diesem Bericht unseres nachhaltigen Engagements – der dritten Ausgabe insgesamt.

Über Ihre Anregungen und Ihr Feedback würde ich mich freuen. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Freude beim Lesen unseres Nachhaltigkeitsberichts 2011.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'F. Strauß'.

Frank Strauß
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Postbank AG

Inhalt

Chronik der Postbank (September 2010 – Dezember 2011)	3
Vorwort	6
Einleitung	
Nachhaltigkeitsleitbild	10
Organisationsprofil	11
Einflussbereich	13
Nachhaltigkeitsmanagement	15
Stakeholderdialog	18
Soziale Nachhaltigkeit	
Mitarbeiter	21
- Personalmanagement	21
- Aus- und Weiterbildung	25
- Work-Life-Balance	31
- Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und Brandschutz	34
- Soziales Engagement	37
Kunden	42
- Verbraucherschutz	42
- Datenschutz und Datensicherheit	47
- Ethische Produkte und Dienstleistungen	51
Gesellschaft	54
- Bildung	54
- Integration und Dialog	58
- Spenden	62
- Demografischer Wandel	70
Ökologische Nachhaltigkeit	
Umweltmanagementsystem	78
- Umweltleitlinie	78
- Zertifizierung nach ISO 14001	80
- Umweltprogramm	82
- Bericht der Standorte	89
Ökologische Produkte und Dienstleistungen	94
Green IT und Green Procurement	99
Umweltbilanz	104
Ökonomische Nachhaltigkeit	
Qualitätsmanagement	107
Corporate Governance	112
Leitlinien	114
Compliance und Geldwäscherschutz	117
Risikomanagement, Kreditvergabe, Geldanlage	119

Anhang

Berichtsumfang	123
Ratings und Rankings	125
Initiativen und Mitgliedschaften	126
Auszeichnungen	128
Fortschrittsbericht zum UN Global Compact	130
Glossar	131
GRI-Index	134
Externe Überprüfung des Berichts	136
Der Postbank Konzern in Zahlen	137
Impressum	138

Nachhaltigkeitsleitbild

Unser Nachhaltigkeitsleitbild fasst die Grundsätze der Nachhaltigkeit zusammen:

Die Zukunftsfähigkeit zu sichern, ist unser Ziel. Im Vordergrund stehen hierbei

- die Förderung von sozialen Aspekten
- der Schutz der Umwelt
- der Beitrag zu einem stabilen wirtschaftlichen Umfeld

Es ist unser Selbstverständnis, einen aktiven Beitrag für den Klimaschutz sowie zu unserem gesellschaftlichen Umfeld zu leisten, weshalb Nachhaltigkeit ein wichtiger Bestandteil unserer Geschäftsstrategie ist. Dadurch wollen wir langfristig unseren Unternehmenserfolg sichern sowie das Leitbild der Nachhaltigkeit jedem einzelnen Mitarbeiter nahebringen. Nach unserem Selbstverständnis soll Nachhaltigkeit tatsächlich gelebt und nicht nur gedacht werden.

Wir verpflichten uns, unseren Mitarbeitern attraktive und sichere Arbeitsbedingungen zu schaffen und natürliche Ressourcen zu schonen. Wir sind als Unternehmen ein integraler Bestandteil der Gesellschaft, in der wir agieren. So haben wir das Ziel, einen Mehrwert für unsere Stakeholder zu schaffen.

Unserem Leitbild fühlen wir uns als größte Privatkundenbank Deutschlands verpflichtet.

Organisationsprofil

Die Postbank Gruppe ist mit rund 14 Millionen Kunden und einer Bilanzsumme von 192 Milliarden EUR einer der großen Finanzdienstleister Deutschlands. Die Deutsche Postbank AG hat ihren Sitz in Bonn. Weitere Standorte neben Deutschland sind Luxemburg, London, Verona und New York. Der Schwerpunkt der Postbank ist das Retailgeschäft mit Privatkunden. Daneben ist sie im Geschäft mit Firmenkunden aktiv. In ihrem Geschäftsfeld „Transaction Banking“ erbringt sie Back-Office-Dienstleistungen für andere Finanzdienstleistungs-Unternehmen. Ende 2011 waren weltweit 19.232 Mitarbeiter (auf Vollzeit umgerechnet) beschäftigt, davon ca. 98 % in Deutschland.

Der größte Anteilseigner der Postbank ist die Deutsche Bank mit 93,7 %. Die verbleibenden Anteile in Höhe von 6,3 % befinden sich im Streubesitz (Stand: 31. Dezember 2011).

Retailbanking für Privat- und Geschäftskunden

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

Als Multikanalbank ist die Postbank für ihre Kunden bequem erreichbar, in der Filiale, online oder per Telefon. Sie verfügt über das dichteste Filialnetz einer Bank in Deutschland. In ihren eigenen 1.100 Filialen bietet sie neben umfangreichen Finanzdienstleistungen auch Postdienstleistungen sowie qualifizierte Beratung an. Hinzu kommen über 4.500 Partnerfilialen der Deutschen Post, in denen ausgewählte Finanzdienstleistungen der Postbank erhältlich sind,

sowie 900 Beratungszentren der Postbank Finanzberatung. Rund 3.500 mobile Berater unterstützen ihre Kunden vor allem bei Vermögensaufbau und Vorsorge.

Im Online- und Telefon-Banking nimmt die Postbank eine Spitzenposition in Deutschland ein. 3,7 Millionen Girokonten und rund 550.000 Depots führen die Kunden der Postbank inzwischen online. 4,1 Millionen nutzen die Möglichkeiten des Telefon-Banking. Tendenz: weiter steigend.

Ihre 280.000 Geschäftskunden betreut die Postbank ebenfalls im Segment Retailbanking. Die Postbank bietet Selbstständigen, Freiberuflern, Gewerbetreibenden und kleinen Unternehmen attraktive Lösungen an.

Firmenkundengeschäft

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

Transaction Banking

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

Einflussbereich

Die Übernahme unternehmerischer Verantwortung, womit wir unseren Beitrag zur Umsetzung des Leitbilds der „Nachhaltigen Entwicklung“ leisten, zeigt sich im nachfolgenden Einflussbereich der Postbank:

- Unser Handeln hat das Wohl aller Stakeholderinteressen zum Ziel. Gesellschaftliche Verantwortung nehmen wir als wichtigen Aspekt wahr, um zu einem stabilen sozialen Umfeld beizutragen.
- Als Arbeitgeber haben wir eine besondere Verantwortung und legen besonderen Wert auf zufriedene Mitarbeiter – eine Grundvoraussetzung für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Gute Arbeitsbedingungen, Aus- bzw. Weiterbildung, flexible Arbeitszeiten oder aber das betriebliche Sportangebot, um nur einige zu nennen, sollen hierzu die notwendigen Voraussetzungen schaffen. Denn zufriedene Mitarbeiter sind in der Lage, einen Mehrwert für Kunden und Aktionäre zu schaffen.
- Unseren Aktionären gegenüber sind wir zum langfristigen Erhalt des Unternehmenswerts verpflichtet, z. B. durch Risikominimierung, Risikodiversifizierung und Good Corporate Governance.
- Mit unseren rund 1.100 Filialen, welche das dichteste Filialnetz einer Bank in Deutschland abbilden, sowie unseren rund 3.500 mobilen Finanzberatern ist die Postbank vor allem auf unserem Heimatmarkt Deutschland aktiv. Entsprechend engagieren wir uns vornehmlich als Teil dieser Gesellschaft.
- Unseren Privat- und Geschäftskunden bieten wir einfache und verständliche Bankdienstleistungen an. Ferner eröffnet die Postbank ihren Kunden mit ausgewählten Bankprodukten Alternativen, bei Kapitalanlagen auch ökologische Aspekte zu berücksichtigen. Des Weiteren werden ökologisch positive Bau- und Modernisierungsvorhaben durch Auflage spezieller Programme im Zusammenhang mit der Vermittlung besonderer Förderkontingente der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) unterstützt. In unseren über 1.100 Postbank Finanzcentern werden neben Bankgeschäften auch Post- und weitere Dienstleistungen angeboten. Bei diesem zusätzlichen Produktangebot legen wir Wert auf ökologische und ethische Aspekte. Die Optionen, Spar-, Giro- und Kreditkartenkonten im Online-Verfahren zu administrieren und somit Papier einzusparen und Transporte zu reduzieren, runden die Palette ökologisch sinnvoller Produkte und Dienstleistungen ab.
- Die Postbank verwaltete zum 31.12.2011 Finanzanlagen in Höhe von 46,5 Mrd. EUR und gewährte Kredite an Firmenkunden in Höhe von 29,7 Mrd. EUR. Hiermit verbunden sind weitreichende Möglichkeiten. In den hierfür notwendigen 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.
- An sämtlichen Standorten werden natürliche Ressourcen verbraucht. Hiermit sind unmittelbar Auswirkungen auf die Umwelt verbunden. Die Postbank hat es sich zum Ziel gesetzt, die natürlichen Ressourcen zu schonen und einzusparen. Mithilfe einer sog. Umweltbilanz werden bei der Postbank Daten zu CO₂-Emissionen, Energieverbrauch, Dienstreisen und einigem mehr nachgehalten.

- Unser Bestreben ist es, die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit neben wirtschaftlichen Aspekten auch an ökologischen und ethischen Aspekten auszurichten. Wir sind uns bewusst, dass es kontinuierlicher Anstrengungen bedarf, um die Postbank als verantwortungsbewusstes Unternehmen stetig weiterzuentwickeln.
- In der Postbank sind bereits Hardware-Effizienz, Optimierung von Rechenzentren und der IT-Beschaffungsprozess als Handlungsfelder mit hohem Nutzenpotenzial für „Green IT“ identifiziert worden. Geschickt kombiniert bringen sie nicht nur ökologischen Nutzen, sondern sichern auch nachhaltig die Kostenführerschaft der Postbank als erfolgreichste Retailbank Deutschlands.
- Auch bei der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen achten wir auf die Einhaltung ökologischer Standards. So haben wir mit zahlreichen Maßnahmen das Green Procurement aufgebaut.

Die Ergebnisse unseres Bestrebens, als verantwortliches Unternehmen zu agieren, sind auf den nachfolgenden Seiten detailliert dargestellt.

Nachhaltigkeitsmanagement | *Nachhaltigkeit genießt bei der Postbank einen hohen Stellenwert. Dieses wird auch durch die organisatorische Angliederung in der Konzernentwicklung und die direkte Berichtsmöglichkeit an den Vorstandsvorsitzenden deutlich.*

Organisation der Nachhaltigkeit

Die Nachhaltigkeit ist im Bereich der Konzernentwicklung und somit im Ressort Konzernsteuerung angesiedelt. Die operative Umsetzung und Steuerung der Nachhaltigkeitsthemen erfolgt durch den Nachhaltigkeitsbeauftragten, der durch den Vorstand ernannt wird.

Der Nachhaltigkeitsbeauftragte des Postbank Konzerns bildet die Schnittstelle für sämtliche Nachhaltigkeitsthemen, deren Umsetzung er koordiniert bzw. selbst vorantreibt, z. B.:

- zentraler Ansprechpartner im Postbank Konzern in Bezug auf nachhaltigkeitsrelevante Aspekte
- Leitung des Competence Centers „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“
- Anfragen von CR-Rating-Agenturen
- Projektleitung bei Nachhaltigkeitsthemen
- Entwicklung neuer Konzepte und Ideen
- Abstimmung und Durchführung von Spendenaktionen
- Mitgliedschaften in Verbänden und Vereinen



Die Erfolge unseres Nachhaltigkeitsmanagements beruhen im Wesentlichen auf Teamarbeit. Hier hat sich in den letzten Jahren eine tatkräftige Gruppe gebildet, die mit hohem Engagement kontinuierlich gute Ergebnisse erzielt. «

Lars-Oliver Holderbach, Nachhaltigkeitsbeauftragter des Postbank Konzerns

Competence Center „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“

Nachhaltigkeit lässt sich nicht auf ein Ressort eingrenzen, sondern ist für die gesamte Postbank von Bedeutung. Um dieser Anforderung gerecht zu werden, wurde 2009 das Competence Center „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ (CCNK) eingerichtet, welchem rund 20 Personen angehören. Es setzt sich wie folgt zusammen:



Competence Center „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“

• Umweltmanagementbeauftragter (UMB)

Der Nachhaltigkeitsbeauftragte ist in Personalunion auch der Umweltmanagementbeauftragte und nimmt die Leitung des Competence Centers „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ wahr. Er ist u. a. für folgende Aufgaben zuständig:

- Anleitung und Koordinierung der Umweltbeauftragten der Ressorts und Standorte
- Berichterstattung an den Vorstandsvorsitzenden im Rahmen des jährlichen Managementreviews
- Steuerung und Kontrolle der Umsetzung der Vorstands- und Gremienbeschlüsse
- Überwachung der Anwendung von Methoden und Inhalten des Umweltcontrollings
- zentraler Ansprechpartner im Postbank Konzern in Bezug auf nachhaltigkeitsrelevante Aspekte
- Auswahl und kompetente Betreuung von Zertifizierern sowie externen Auditoren

• Umweltbeauftragte der Ressorts (UB)

Jedes Ressort ist durch einen sogenannten Umweltbeauftragten im CCNK vertreten. In der Regel handelt es sich dabei um einen Mitarbeiter aus dem Stab des jeweiligen Vorstands. Die Aufgaben der Umweltbeauftragten beziehen sich in Absprache mit dem UMB auf ihr jeweiliges Ressort mit u. a. diesen Schwerpunkten:

- Ansprechpartner der Führungskräfte des Ressorts in Bezug auf nachhaltigkeitsrelevante Fragestellungen
- Aufrechterhaltung, kontinuierliche Verbesserung und Entwicklung des Umweltmanagementsystems
- Überwachung der Anwendung und Wirksamkeit des Umweltmanagementsystems
- Pflege der Dokumentation
- Anwendung von Methoden und Inhalten des Umweltcontrollings

Zusätzlich hat die Postbank Systems AG einen eigenen Umweltbeauftragten ernannt, um so das Themenfeld „Green IT“ gezielt entwickeln zu können.

- **Umweltbeauftragte der Standorte (UB StO)**

In Ergänzung zu den vorgenannten Umweltbeauftragten sind alle Innenleiter als Umweltbeauftragte der Standorte benannt. Dabei nehmen Sie die Aufgaben analog der Umweltbeauftragten der Ressorts wahr, spezifisch für die von ihnen verantworteten Standorte.

- **Zentraler Koordinator Immobilienmanagement (ZKI)**

Der zentrale Koordinator Immobilienmanagement nimmt die oben genannten Aufgaben der Umweltbeauftragten speziell für alle immobilienbezogenen Themen wahr.

- **Interne Umweltauditoren**

Im Pool interner Auditoren sind der UMB, der ZKI sowie mehrere UBs aus den Ressorts und Standorten vertreten. Hierbei werden die Anforderungen an die Qualifikation und Unabhängigkeit der internen Auditoren berücksichtigt. Den internen Umweltauditoren obliegt die Planung, Durchführung und Auswertung von internen Audits zum Umweltmanagementsystem unter Federführung des UMB. Aktuell sind 9 Mitarbeiter als interne Auditoren tätig, wofür diese im Vorfeld entsprechend geschult worden sind und regelmäßig auf neuestem Stand gehalten werden.

Verschiedene Aufgaben werden durch diese beiden Gremien wahrgenommen, z. B.:

- Weiterentwicklung der internen und geschäftsprozessbezogenen umweltrelevanten Handlungsfelder
- Ableitung von Maßnahmen für das Umweltprogramm
- Identifikation und Auswertung von Konfliktfällen und Abweichungen
- Erarbeitung von Empfehlungen für das Management Review



Umweltkomitees

Zur Entscheidung und Wahrnehmung übergreifender bzw. operativer Aufgaben tagen die Mitglieder des Competence Centers „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ im Umweltkomitee „Ressorts“ bzw. Umweltkomitee „Standorte“.

Stakeholderdialog | *Nur wer die Anliegen seiner verschiedenen Anspruchsgruppen kennt, kann diese bei seinem Handeln berücksichtigen.*

Stakeholdergruppen

Für die Postbank sind ihre Stakeholder von hoher Bedeutung. Dazu zählen wir insbesondere Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter, Gesellschaft, Nichtregierungsorganisationen und öffentliche Institutionen. Um die verschiedenen Interessen und Anliegen zu kennen, führt die Postbank Stakeholderdialoge durch.

Stakeholdergruppen



Stakeholderdialog

- Der neue Kundenbeirat baut auf dem 2006 eingeführten Kundenbeirat 60plus auf, der 2011 generationenübergreifend erweitert wurde. Mit dem neuen Kundenbeirat möchte die Postbank noch stärker auf die Belange und Wünsche der Kunden eingehen. Zu den Mitgliedern zählen interessierte Kunden, die ihre Bank mitgestalten wollen. Er besteht aus 25 Mitgliedern ab 18 Jahren, die für drei Jahre bestellt sind und ihr Amt ehrenamtlich ausüben.
Weitere Informationen, siehe Kapitel „Demografischer Wandel“.
- Mittels der verschiedenen Kundenzeitschriften tritt die Postbank in den Dialog mit ihren Kunden. Je nach Kundengruppe bzw. -segment erfolgt die Information z. B. via „Anlagewelt“, „Business Update“, „Geldwert“, „Finanz Spezial“, „Mehrwert“ oder „Wohnen“, entweder als Printversion oder teilweise auch als elektronischer Newsletter.
- Die Postbank bietet allen Mitarbeitern die Möglichkeit für ihr offenes Feedback. Hierzu findet regelmäßig eine Mitarbeiterbefragung statt. Im September 2011 hatten alle Mitarbeiter des Postbank Konzerns Gelegenheit, im Rahmen einer Schlaglicht-Mitarbeiterbefragung ihre Vorgesetzten und das Management zu beurteilen.
Weitere Informationen, siehe Kapitel „Personalmanagement“.
- Die Verbesserungsvorschläge unserer Mitarbeiter stellen ein großes Potenzial dar. Mittels unseres konzernweiten Ideenmanagements werden Optimierungspotenziale durch die Mitarbeiter aufgezeigt. In 2011 konnten hierbei über 3.000 Vorschläge gesammelt und bewertet werden.
Weitere Informationen, siehe Kapitel „Soziales Engagement“.
- Bereits seit 2003 unterstützt die Postbank Forschung und Lehre mit dem „Postbank Finance Award“, dem höchstdotierten Hochschulwettbewerb Deutschlands im Bereich „Banking & Finance“. Im Rahmen des Wettbewerbs werden jährlich Lehrende und Studierende aller Fachrichtungen aus dem In- und Ausland von der Postbank eingeladen, sich mit aktuellen Fragestellungen aus der Finanzwelt zu beschäftigen und im Team Lösungsansätze zu entwickeln.
Weitere Informationen, siehe Kapitel „Bildung“.
- Soziales Engagement ist für unsere Gesellschaft von hoher Bedeutung. Nachdem die Postbank in 2010 und 2011 erfolgreich die Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion zugunsten des Christlichen Kinder- und Jugendwerks „Die Arche“ durchgeführt hat, haben wir das Gespräch mit dem Gründer der „Arche“, Pastor Bernd Siggelkow, gesucht, um sowohl einen Rückblick auf die ersten beiden Jahre zu werfen als auch einen gemeinsamen Ausblick in die Zukunft.
Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.
- Darüber hinaus existiert weiterhin die zentrale Mailadresse nachhaltigkeit@postbank.de, um allen Stakeholdern eine Kontaktaufnahme zu ermöglichen.

Soziale Nachhaltigkeit



Mitarbeiter | *Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Postbank haben in den letzten Jahren durch ihr Know-how und ihr großes Engagement wesentlich zum Erfolg der Postbank beigetragen. Sie sind maßgeblich mitverantwortlich für die Stärke des operativen Kundengeschäfts und die Innovationskraft unserer Produkte und Prozesse. Die Attraktivität der Postbank als Arbeitgeber kann seit Jahren unter Beweis gestellt werden. Das Personalmanagement stellt dabei eine Balance zwischen Mitarbeiterbedürfnissen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen sicher.*

Personalmanagement

Personalbestand

Zum Jahresende 2011 beschäftigte der Postbank Konzern auf Vollzeit umgerechnet 19.232 Mitarbeiter, davon sind circa 32 % Beamte. Während etwa 98 % der Mitarbeiter des Postbank Konzerns in Deutschland angesiedelt sind, verteilen sich die übrigen Mitarbeiter auf die Standorte in den USA, Großbritannien, Italien und Luxemburg.

Am Standort Bonn des Postbank Konzerns arbeiten rund 1.120 Mitarbeiter. Die übrigen Beschäftigten verteilen sich weitestgehend auf das deutschlandweit flächendeckende Filialnetz und die Tochtergesellschaften. So gehören circa 4.320 der Beschäftigten zur Deutschen Postbank AG, während sich die weiteren 14.912 Mitarbeiter größtenteils auf die Tochtergesellschaften im Inland, aber auch im Ausland verteilen.

Das Verhältnis der Anzahl von weiblichen gegenüber männlichen Mitarbeitern hat sich 2011 im Vergleich zum Vorjahr nicht geändert. So sind 58 % der Mitarbeiter



weiblich und 42 % männlich. Ende 2011 lag die Teilzeitquote bei rund 25 %. Mehr als 40 % der weiblichen Postbank Mitarbeiterinnen zwischen 35 und 45 arbeiten Teilzeit, in derselben Altersstufe sind es bei den Männern weniger als 3 %.

Sieger des Postbank Cup 2011:
Team BHW Hameln



Die PBC Pearls beim Postbank Cup 2011 in Hameln



ihrem Arbeitgeber. So feierten im August 2011 genau 97 Jubilare ihr Dienstjubiläum – allein 22 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vollendeten ihre 40-jährige Betriebszugehörigkeit.

Um die Postbank weiterhin zukunftsfähig auszurichten, nimmt auch die Förderung von Nachwuchs eine große Bedeutung ein. Unser moderates Durchschnittsalter von 42,8 Jahren konnten wir auch im Jahr 2011 halten. Dieser Effekt wurde auch durch die weiterhin beständige Anzahl von Auszubildenden erzielt. Zum 31.12.2011 waren 929 Nachwuchskräfte im Postbank Konzern beschäftigt.

169 Mitarbeiter von BHW feierten 2010 ein rundes Betriebsjubiläum

Dass die Postbank zu den meistgeschätzten Arbeitgebern in Deutschland gehört, wird nicht nur anhand verschiedenster Auszeichnungen, sondern auch anhand der moderaten Fluktuationsquote von 6,5 % und einer durchschnittlichen Betriebszugehörigkeit von rund 22 Jahren deutlich. Auch die Anzahl der vielen Dienstjubiläen im Postbank Konzern ist ein weiteres Indiz für eine hohe Identifikation der Mitarbeiter gegenüber

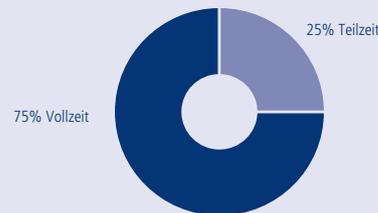
Die Unfallquote liegt seit Jahren mit geringfügigen Schwankungen auf einem für Finanzdienstleistungsunternehmen typisch niedrigen Niveau. Die überwiegende Zahl der Unfälle betrifft Wegeunfälle (d. h. Unfälle auf dem Weg von und zur Arbeitsstelle), die witterungsbedingt wegen des ausgeprägten Winters 2010/2011 etwas angestiegen sind. Bei den vergleichsweise wenigen Betriebsunfällen gibt es keinen eindeutigen Schwerpunkt.



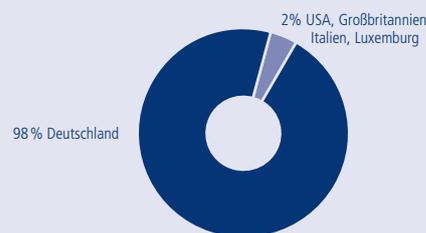
Kennzahlen Mitarbeiter

	31.12.2011
Anzahl Mitarbeiter (auf Vollzeit umgerechnet)	19.232
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	22 Jahre
Durchschnittsalter	42,8 Jahre
Anteil weiblicher Mitarbeiter	58 %
Anteil männlicher Mitarbeiter	42 %
Anteil Beamte	32 %
Vollzeit	75 %
Teilzeit	25 %
Deutschland	98 %
USA, Großbritannien, Italien, Luxemburg	2 %
Fluktuationsquote	6,5 %
Anzahl Auszubildende	929

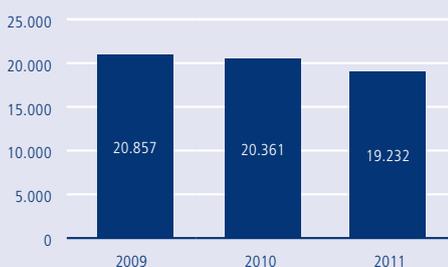
Mitarbeiter nach Voll-/Teilzeit



Mitarbeiter nach Regionen



Anzahl Mitarbeiter (auf Vollzeit umgerechnet)



Mitarbeiter nach Geschlecht



Informationen über Vergütungssysteme

Die Vergütung der Postbank Mitarbeiter basiert auf der jeweils ausgeübten Tätigkeit. Eine „Differenzierung“ nach Geschlecht, Rasse, Religion oder Herkunft findet nicht statt. Die Arbeitnehmer partizipieren am Erfolg des Postbank Konzerns. Dies erfolgt über einen „Unternehmenserfolgsbonus“. Die Leistungsbeiträge der Mitarbeiter (sowohl als Einzel- als auch Teamleistung) werden über einen Leistungsbonus berücksichtigt. Hierfür stehen sowohl Zielvereinbarungs- als auch Leistungsbeurteilungssysteme zur Verfügung. Selbstverständlich finden leistungsbezogene Vergütungselemente auch für die beamteten Mitarbeiter Anwendung.

Im Bereich der leitenden Führungskräfte sind innovative Vergütungselemente mit besonderem Fokus auf nachhaltiges Handeln integrale Bestandteile der Bezahlung. Diese sind eng mit dem Zielvereinbarungs- und Personalentwicklungsprozess verknüpft und tragen so zu einer positiven und nachhaltigen Beeinflussung des Verhaltens der Führungskräfte bei.



Mitarbeiterbefragung 2011

Die Postbank bittet alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter um ihr offenes Feedback. Im September 2011 hatten alle Mitarbeiter des Postbank Konzerns Gelegenheit, im Rahmen einer Schlaglicht-Mitarbeiterbefragung ihre Vorgesetzten und das Management zu beurteilen. Besonders gute Noten erhielt die Postbank zum Thema „Mitarbeiter und Teams führen und erfolgreich machen“. Knapp drei Viertel sind der Meinung, ihr Vorgesetzter vermittelt klar und deutlich, welche Leistungen er von ihnen erwartet. Zwei Drittel sind sich sicher, dass ihre Begabungen, Fähigkeiten und ihr Fachwissen bei ihrer täglichen Arbeit gut eingesetzt werden und sich ihr Vorgesetzter ihnen gegenüber wertschätzend verhält. Die Schlaglicht-Mitarbeiterbefragung 2011 wurde intern ausgewertet und die wesentlichen Ergebnisse wurden an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über die bankpost kommuniziert.

Den leitenden Führungskräften wurde ein Workshop-Format zur Verfügung gestellt, das ihre Mitarbeiter über die Befragungsergebnisse informiert und die kritischsten Ergebnisse aufgreift. So haben die Führungskräfte und ihre Teams die Möglichkeit, spezifische Optimierungsmaßnahmen für ihre jeweiligen Einheiten zu entwickeln. Für den ca. dreistündigen Workshop sind folgende Inhalte vorgesehen:

- Vorstellung der Ergebnisse
- Diskussion der relevanten Punkte
- Ableitung von Handlungsfeldern und -maßnahmen
- Vereinbarung eines Aktionsplans zur Umsetzung der Maßnahmen.

Eine bedarfsorientierte Nachwuchskräfteentwicklung ist ein wichtiges Anliegen der Postbank. Fachlich qualifizierte und gut integrierte Nachwuchskräfte sind ein entscheidender Faktor für den Unternehmenserfolg. Auch die Weiterbildung der Postbank zeichnet sich durch eine bedarfsorientierte Vorgehensweise aus, mit der die Mitarbeiter im Rahmen ihres Tätigkeitsbereichs gezielt gefördert werden.

Aus- und Weiterbildung

Ausbildung

Zum 31.12.2011 waren 929 Auszubildende im Postbank Konzern beschäftigt. Insgesamt wurden in 2011 im Postbank Konzern 354 Ausbildungsplätze vergeben. Mehrheitlich wurden dabei Lehrstellen für die Berufe „Bankkaufmann/-frau“ und „Kaufmann/-frau für Dialogmarketing“ angeboten. Die Postbank bildet seit Jahren über den eigenen Bedarf hinaus aus und hat im Jahr 2011 acht von zehn Auszubildenden ein Weiterbeschäftigungsangebot unterbreitet. Die Ausbildung erfolgt seit 2004 gemeinsam mit der Frankfurt School of Finance & 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 den Themen Gesundheitsschutz, Umweltschutz, rationelle Energiegewinnung und Suchtmittel und -gefahren.

Darüber hinaus werden durch Workshops, Trainings, Lernaufträge und LernClips folgende Themen behandelt:

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



Im Rahmen einer Projektarbeit über das Umweltmanagementsystem der Postbank wurde eine Gruppe von Auszubildenden mit Informationen und Erfahrungsberichten von uns unterstützt. Bei der sehr engagierten Ergebnispräsentation im „Azubi-Zirkel“ konnte ein großer Teilnehmerkreis mehr über die Umweltsache in der Postbank erfahren. Aufgrund der positiven Resonanz sollen beim nächsten Mal auch die Mitarbeiter des Hauses in ein neues Azubi-Projekt „Umwelttag am Standort Dortmund“ einbezogen werden. «

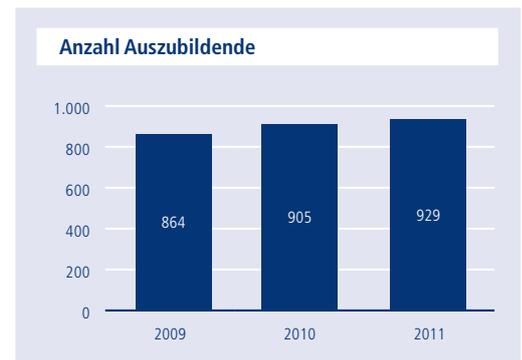
Reiner Wehner, Umweltbeauftragter Standort Dortmund

Neben den Ausbildungsberufen nach Berufsbildungsgesetz bietet die Postbank auch verschiedene Ausbildungsmöglichkeiten für akademischen Nachwuchs an:

- in Zusammenarbeit mit der Frankfurt School ein ausbildungsintegriertes Studium zum „Bachelor of Science“ und zum „Master of Arts in Banking and Finance“ (aktuell 29 Studenten),



- gemeinsam mit der Hochschule Weserbergland in Hameln eine Ausbildung zum „Bachelor of Arts“ mit Bankbezug (aktuell 18 Studenten) sowie
- erstmals an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg ein Studienprogramm zum „Bachelor of Science“ bzw. „Bachelor of Arts“ (aktuell 2 Studenten, geplant sind 10 Studienplätze ab 2012).



Weiterbildung

Der Erhalt der Leistungsfähigkeit und Motivation aller Mitarbeiter über den gesamten Erwerbsverlauf steht im Fokus des Bildungsangebots der Postbank. Orientiert an den unterschiedlichen Lernbedarfen in den verschiedenen Lebensphasen des Mitarbeiters umfasst das Qualifizierungsangebot nicht nur fachlich hochwertige Bildungsmaßnahmen, sondern auch Angebote zur Handhabung der persönlichen und organisationalen Folgen der demografischen Entwicklungen, Instrumente für einen rechtzeitigen und systematischen Wissenstransfer sowie zur Stärkung der Gesundheit.

Die Maßnahmen zur Gesundheitsförderung umfassen Themen wie z. B. „Gesund und leistungsstark im Wandel“, „Gesund führen für Teamleiter“ und „Bewusster gesund leben und bleiben!“. Sie beinhalten u. a. praktische Tipps zum Umgang mit Stress und die Möglichkeit zu persönlichen Fitness Diagnosen.



oben: Auszubildende Hamburg, 2011

mitte: Auszubildende Stuttgart, 2011

unten: Hans-Peter Schmid, Vorstand Filialvertrieb (4. v. l.) begrüßt ehemalige Auszubildende als neue Kundenberater der Postbank Filialvertrieb AG

Nachhaltig unterstützt die Postbank durch moderne Bildungskonzepte die Flexibilisierung von Einsatz- und Entwicklungsmöglichkeiten. Beispiele für erfolgreiche Entwicklungsangebote sind:

- **Start-up Leadership**

Ein Programm, das sich an nicht leitende Führungskräfte zu Beginn ihrer Führungsaufgabe richtet.

- **Advanced Leadership**

Ein Angebot für nicht leitende Führungskräfte, das dynamisch wechselnde, aktuelle Führungsthemen bereithält.

- **Advanced Professionals**

Eine Maßnahme für Leistungsträger zur Unterstützung der Fachlaufbahn und zur persönlichen und beruflichen Standortbestimmung.

Neben den klassischen Classroom-Trainings haben die Mitarbeiter die Möglichkeit, sich nach individuellen Erfordernissen am Arbeitsplatz weiterzubilden. Sie haben unmittelbaren Zugang zu einem breiten Angebot an Web Based Trainings. Diese umfassen spezifische Inhalte der Postbank allgemeines Bankwissen und Themen zur sozialen und methodischen Kompetenz. eLearning in Form von Lernclips mit Bezug zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen wie Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz sowie zum Umweltmanagementsystem der Postbank gehören ebenfalls zum Portfolio.

Der Methodenmix aus Classroom-Trainings und Selbstlernphasen mittels eLearning wird bei der Postbank zur Fortbildung intensiv genutzt – ein idealer Medienwechsel, der das eigenverantwortliche und -initiative Lernen fördert.

Wissensmanagement und lebenslanges Lernen

Wissen zählt zu den zentralen Erfolgsfaktoren der Postbank, um Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Es ist nicht in Datenbanken gespeichert, sondern



befindet sich in den Köpfen der Mitarbeiter. Know-how über Prozesse und Abläufe ist verknüpft mit individuellen persönlichen Erfahrungen und anderen wertvollen Details, zum Beispiel über Kunden und Netzwerke. Wissensmanagement im Postbank Konzern bedeutet, einmal gewonnenes Wissen zu dokumentieren und systematisch an nachfolgende Mitarbeiter zu vermitteln. Der professionelle Wissenstransfer besonders in Wechselsituationen wird bei der Postbank durch die Nutzung der Methode „Wissensstafette“ sichergestellt.

Die Wissensstafette steht, wie jedes Bildungsangebot, grundsätzlich für alle Mitarbeiter zur Verfügung. In individuellen Wechselsituationen begleiten erfahrene Bildungsmanager der Postbank Akademie die betroffenen Führungskräfte und Mitarbeiter und sichern – ähnlich wie bei einer Staffelübergabe im Sport – den reibungslosen und optimalen Transfer von Erfahrung, Fach-, Projekt- oder Führungswissen auf nachfolgende Beschäftigte. In einem systematischen Dialog zwischen Vorgänger und Nachfolger wird gezielt Hintergrund- und Erfahrungswissen weitergegeben. Teilnehmer der bisherigen Wissensstafetten äußern sich sehr positiv und zufrieden über diese Möglichkeit des Wissensmanagements.

Wissenserwerb ist ein fortwährender Prozess. Daher ist es das besondere Anliegen der Mitarbeiterentwicklung, das „lebens-

Teilnehmer und Sponsoren
des Projektmanagement
Advanced Programms

lange Lernen“ in allen Lebens- und Erwerbsphasen zu ermöglichen und systematisch zu fördern. Das Konzept der „Performance Entwicklung Postbank Personal“ (PEPP) bildet die Klammer um ein umfangreiches Bildungsportfolio mit dem Ziel, die Beschäftigungsfähigkeit und Motivation der Mitarbeiter über den gesamten Berufsweg zu erhalten oder sogar zu steigern. Der Leitgedanke von PEPP ist ein an Lebensphasen und Altersgruppen orientiertes Modell, das dem demografischen Wandel innerhalb der Belegschaft der Postbank Rechnung trägt.

Das Bildungsangebot des Postbank Konzerns hält zahlreiche Qualifizierungsmaßnahmen in vielfältigen Lernformen, wie Classroom Training, eLearning, Vorträge, Selbststudium, Leitfäden etc. bereit, die didaktisch und inhaltlich Lernbedürfnisse in den unterschiedlichen Lebensphasen berücksichtigen. Abgerundet wird das Angebot durch das eigene Postbank Wiki, das nicht nur Know-how dokumentiert, sondern auch die ideale Plattform für eine unternehmensweite Wissensvernetzung bildet.

Karrieremesse „Woman & Work“, Bonn 2011



Karrieremöglichkeiten für Frauen

Frauen stellen eine wichtige Ressource im Unternehmen dar, deshalb soll das Potenzial von qualifizierten Mitarbeiterinnen durch eine Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen genutzt werden.

Mit einem Frauenanteil von insgesamt knapp 60 % verfügt der Postbank Konzern über sehr gute Voraussetzungen, die Anzahl an weiblichen Führungskräften (aktueller Frauenanteil im leitenden Bereich: 15 %; in 2010: 15 %) zukünftig weiterhin zu erhöhen. Auf der Hauptversammlung 2011 übernahm die Postbank daher die Selbstverpflichtung der DAX 30 Unternehmen zur Erhöhung des Anteils an weiblichen Führungskräften. Zur nachhaltigen Steigerung des Frauenanteils in Führungspositionen sowie zur Förderung weiblicher wie männlicher Potenzialträger anhand festgelegter Benchmarks hat der Vorstand im Oktober 2011 das Projekt „Gender Diversity Management“ ins Leben gerufen. Einen konkreten Konzern-Zielwert hinsichtlich des Frauenanteils in Führungspositionen hat der Vorstand zu Beginn des Jahres 2012 beschlossen.

Weitere relevante Handlungsfelder liegen im Ausbau konzernweiter Rahmenbedingungen und Entwicklungsprogramme, in der Etablierung einer vermehrt performance- und familienorientierten Unternehmenskultur sowie in der Schaffung einer nachhaltigen Rekrutierungsbasis.

Neben der Erweiterung von Betreuungsmöglichkeiten spielen das Aufweichen möglicher Präsenzkulturen sowie die Weiterentwicklung von Prozessen und Anreizstrukturen eine ebenso große Rolle wie die Flexibilisierung von Arbeit.

Erste Entwicklungsprogramme sowie Maßnahmen zur Erhöhung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie werden bereits durchgeführt. Die Postbank bietet unter anderem spezifische Seminare für leitende Angestellte zum Thema Potenzialerkennung und Förderung weiblicher Leistungs-

trägerinnen, z. B. das „Women's Leadership Programm“ sowie das Seminar „Leistung kann man messen, Potenzial muss man erkennen“, an. Weitere konzernweite Maßnahmen wie z. B. Entwicklungsprogramme für nichtleitende Führungskräfte und Mitarbeiterinnen mit Führungspotenzial werden ausgebaut.

Toleranter Umgang miteinander

Chancengleichheit ist ein wichtiger Bestandteil und zählt zu den Grundlagen unserer Beschäftigungspolitik. Deshalb legen wir einen Maßstab für die Beurteilung der Beschäftigten an, welcher ihre Fähigkeiten, ihre Leistung und ihr ethisches Verhalten einbezieht. Der Respekt vor Alter, Geschlecht, ethnischer Herkunft, sexueller Orientierung oder religiöser Prägung sind eine Selbstverständlichkeit. Wir verstehen Diversity als ein hohes Gut und fördern aktiv das Verständnis und die Zusammenarbeit in der Gemeinschaft. Nur wer die unterschiedlichen Interessen und Fähigkeiten der Menschen akzeptiert, kann eine Unternehmenskultur begründen, die von gemeinsamen Werten und Überzeugungen lebt.

Auf Basis dessen erwarten wir von unseren Mitarbeitern, dass sie für Individualität eintreten, ohne das Wohl des Unternehmens und unserer Kunden aus den Augen zu verlieren. Wir diskriminieren niemanden aufgrund von Geschlecht, Rasse, Religion, Alter, Behinderung, sexueller Orientierung, Herkunft oder sonstiger gesetzlich geschützter Merkmale und dulden diesbezüglich keine Diskriminierung. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter ist aufgefordert, zu einer Atmosphäre respektvollen Miteinanders beizutragen, in der jegliche Art von persönlicher Belästigung ausgeschlossen wird.

Wir fördern Vielfalt und Toleranz mit dem Ziel, ein Höchstmaß an Produktivität, Kreativität und Effizienz zu erreichen. Für den internationalen Wettbewerb der Ideen brauchen wir unterschiedliche Ansätze und Erfahrungen. Diversity unterstützt uns dabei, Menschen, Märkte und ihre Möglichkeiten zu verstehen und umsichtig zu handeln. Intelligentes unternehmerisches Handeln heißt für die Postbank deshalb auch, die Potenziale zu nutzen und zu fördern, die uns durch die Unterschiedlichkeit der Menschen und ihrer Kulturen eröffnet werden. Aus diesem Grund hat die Postbank die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet und arbeitet vermehrt an der Weiterentwicklung ihrer Diversity Management Prozesse.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Integration und Dialog“.

Auszeichnungen als Arbeitgeber

- Top Arbeitgeber Deutschland 2011**
 Zum vierten Mal in Folge hat die Corporate Research Foundation im Jahr 2011 die Postbank für ihre Personalarbeit mit dem Titel „Top Arbeitgeber Deutschland“ ausgezeichnet. Die insgesamt 101 zertifizierten Unternehmen wurden anhand folgender Kriterien bewertet: Primäre Benefits, Sekundäre Benefits & Work-Life-Balance, Training & Entwicklung, Karrieremöglichkeiten und Unternehmenskultur. Nur die Unternehmen, die die stringenten Kriterien der Untersuchung erfüllen, erhielten die Zertifizierung „Top Arbeitgeber“. Die Postbank überzeugte vor allem in den Untersuchungskriterien Karrieremöglichkeiten, primäre Benefits (fixe und variable Vergütung) und Unternehmenskultur.



Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



- **Karriere Webseite unter den Top 10 Deutschlands**

Das internationale Unternehmen Potentialpark befragte auch in 2011 knapp 2.000 Studenten und Absolventen, wie sie ihre Karriere online planen und was sie von den Karriere-Webseiten der Unternehmen erwarten.

Anhand der Kriterien, die den Befragten am wichtigsten waren, wurden die Webseiten bewertet. Die Postbank landete im Potentialpark-Ranking der „Top Career Websites 2011“ unter hundert deutschen Unternehmen auf dem zehnten Platz. Damit ist die Postbank die bestplatzierte Bank im Ranking.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



- **Vierter Platz im Employer Branding**

In ihrer Studie „Career's Best Recruiters“ hat die österreichische Kommunikationsagentur GPK Unternehmen und Institutionen daraufhin getestet, wie gut sie sich möglichen Bewerbern als Arbeitgeber präsentieren. Dabei erzielte das Employer Branding der Postbank unter 500 deutschen Teilnehmern einen hervorragenden vierten Platz, nach E.ON, der Deutschen Telekom und der Commerzbank. In der Gruppe der Banken/Finanzdienstleister konnte die Postbank sogar den zweiten Platz erzielen.



In die Wertung gingen nicht nur unternehmerische Aktivitäten zum Employer Branding im Internet, an Hochschulen und auf Messen ein. Bewertet wurde auch, wie schnell und wie gut die Unternehmen auf Bewerbungen reagierten. Konkrete Erfahrungen von Bewerberinnen und Bewerbern auf Jobsuche sind ebenfalls in die Studie einbezogen worden. Zu diesem Zweck hat GPK eine Online-Befragung auf Job- und Karriereportalen durchgeführt.

- **Top Arbeitgeber**

Die Postbank hat sich verpflichtet, qualifizierte und engagierte Talente zu fördern und ihre Verantwortung gegenüber Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr ernst zu nehmen. Die hohe Qualität spiegelt sich auch durch die Auszeichnung als eines von hundert deutschen Unternehmen zum „Top-Arbeitgeber“ des trendence Institutes wieder. Das Forschungsinstitut befragt in einer der größten und umfassendsten Umfragen Studierende zum Thema Berufseinstieg und Karriere. Mit dem „Graduate Barometer“ ermittelt trendence jährlich die beliebtesten Arbeitgeber und gibt damit Aufschluss über die Ansichten examensnaher Studierender zum Berufseinstieg. In diesem Jahr haben sich rund 30.000 Studierende an der Umfrage beteiligt und Auskunft über ihre Ziele und Wünsche sowie über ihre Erwartungen und Forderungen an Arbeitgeber gegeben.

Die Ausgewogenheit zwischen Beruf und Privatleben ist ein wichtiger Baustein für Lebensqualität und leistet einen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Die Postbank trägt diesem mit verschiedenen Maßnahmen Rechnung.

Work – Life – Balance

Teilzeitangebote und flexible Arbeitszeiten

Zur Stärkung der Motivation und Identifikation der Beschäftigten mit den Unternehmen des Postbank Konzerns unterstützt die Postbank die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Neben einer Beschäftigung in Vollzeit wird ein großer Anteil unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Teilzeit beschäftigt. Dieses Angebot wird gerne in Anspruch genommen, um so mehr Zeit für Familie, persönliche Weiterbildungen und Hobbys zur Verfügung zu haben. So lag die Teilzeitquote Ende 2011 bei rund 25 %.

Ebenso kann unter Berücksichtigung betrieblicher Erfordernisse die Arbeitszeit – insbesondere bei Teilzeitbeschäftigten – variabel an die persönlichen Belange der Beschäftigten angepasst werden. Hierfür stehen verschiedene Arbeitszeitmodelle zur Verfügung. Umfangreiche Gleitzeitregelungen legen fest, innerhalb welcher zeitlichen Bandbreite gearbeitet werden kann. Abweichend von Dienstplänen bei Vollzeitbeschäftigung mit einer regelmäßigen Wochenarbeitszeit von 38,5 Stunden besteht darüber hinaus die Möglichkeit, die Tagesarbeitszeit 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 variieren.

In der Zentrale in Bonn wird zudem auf eine Kernarbeitszeit verzichtet. Die Arbeitsteams regeln ihre tägliche Besetzung weitgehend selbst. Angesammelte Zeit-

guthaben können zudem durch freie Tage ausgeglichen werden. Zum einen ist es Ziel flexibler Arbeitszeitmodelle, Lage und Dauer von Arbeitszeiten an die betrieblichen Erfordernisse anzupassen. Zum anderen sollen die eingesetzten Arbeitskräfte im Hinblick auf Qualität und Quantität optimal eingesetzt und dieses Ziel bestmöglich mit den persönlichen Wünschen und Vorstellungen der Beschäftigten in Einklang gebracht werden.

Gender Diversity Management

Die Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen sowie die Schaffung von Rahmenbedingungen und Prozessen zum Ausbau einer familien- und performanceorientierten Unternehmenskultur versteht die Postbank als zentrale Aufgabe nicht nur im Personalbereich. Zur Umsetzung dieser Aufgabe hat die Postbank das Projekt „Gender Diversity Management“ ins Leben gerufen, welches einzelne Maßnahmen wie die Teilnahme an dem audit „berufundfamilie“, genderorientierte Entwicklungsprogramme sowie die Teilnahmen am Forschungsprojekt „Frauen in Karriere“ der Förderinitiative „Frauen an die Spitze“ vereint. In diesem durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten und in Zusammenarbeit mit dem Institut für Sozialforschung (ISF) München und der FAU Erlangen-Nürnberg durchgeführten Projekt, verzahnen sich die praxisrelevanten Erfahrungen und Fragestellungen der beteiligten Unternehmen mit wissenschaftlichen Kenntnissen. Im Mittelpunkt des Forschungsvorhabens steht die Optimierung von Karrieremöglichkeiten für Frauen in modernen Unternehmen.



Der Postbank AG ist eine familienbewusste Personalpolitik sehr wichtig. Ausdruck hierfür ist auch die Zertifizierung im Rahmen des Audits „berufundfamilie“ in 2011. Die Maßnahmen, die in diesem Zusammenhang umgesetzt werden, stärken auch die Motivation und die Bindung der Mitarbeiter. «

Benjamin Rink,
Umweltbeauftragter
Ressort Ressourcen

Bereits 2009 und 2010 wurden hierzu qualitative Interviews mit Postbank Mitarbeiter/-innen zum Thema betriebliche Karrieresysteme durchgeführt. Eine weitere Interviewphase im Jahr 2012 wird sich mit dem Thema individuelle Karrierestrategien befassen. Neben der auf den Erhebungsergebnissen basierenden Erarbeitung von good practice Analysen steht der unternehmensübergreifende Erfahrungsaustausch mit den weiteren unternehmerischen Teilnehmern im Vordergrund. Durch die daraus resultierenden Erkenntnisse erhält die Postbank weitere Anhaltspunkte zum Ausbau der bestehenden Maßnahmen zur Erhöhung der Karrierechancen für weibliche wie männliche Potenzialträger sowie zur nachhaltigen Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen.

Audit „berufundfamilie“

Die Postbank AG hat im Jahr 2011 erfolgreich das Audit „berufundfamilie“ durchgeführt und im Dezember 2011 von der berufundfamilie gGmbH das Zertifikat erhalten. Das Zertifikat gilt als das anerkannte Gütesiegel für eine nachhaltige und familienbewusste Unternehmenskultur in Deutschland.

Das Audit „berufundfamilie“ unterstützt die Postbank darin, Unternehmensziele und Mitarbeiterinteressen in eine tragfähige Balance zu bringen. 1995 von der Hertie-Stiftung entwickelt und vom Bundesfamilienministerium unterstützt, ist das Audit das strategische Managementinstrument zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Gleichzeitig nutzt die Postbank das Instrument des Audits im Zuge der Implementierung eines Diversity Managements zur Förderung der Karriereentwicklung von Frauen.

Das Auditverfahren gliedert sich in drei Phasen: Nach einer umfassenden Bestandsaufnahme zu Rahmenregelungen und -bedingungen sowie der Erhebung wichti-

ger Unternehmenskennzahlen, wurden in einem Strategieworkshop unter Beteiligung von Vertretern der obersten Managementebene sowie zwei Auditierungsworkshops (München und Hamburg) mit Vertretern aus unterschiedlichen Hierarchieebenen aller Unternehmensbereiche die Ziele sowie ein umfangreicher Maßnahmenkatalog mit Umsetzungsziel innerhalb der nächsten drei Jahre zwischen der Unternehmensleitung und der berufundfamilie gGmbH vereinbart. Begleitet wurde das gesamte Verfahren von einer lizenzierten Auditorin.

Als erste Maßnahme wurde die Freischaltung aller Konzernmitarbeiter für das E-Portal „Mein Familienservice“ im Internet zu Themen rund um die Vereinbarkeit von Beruf und Familie im Januar 2012 umgesetzt. Die Zugangsdaten wurden in der Mitarbeiterzeitschrift sowie über das Intranet der Postbank allen Mitarbeitern bekannt gegeben.

Angebot des Familienservice

Die Postbank bietet den an den Standorten Bonn und Hameln beschäftigten Konzernmitarbeitern betrieblich unterstützte Kinderbetreuung zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf an.

Schon seit einigen Jahren fördert die Postbank Betreuungsplätze für Kinder im Alter von 0 bis 6 Jahren an den Standorten Bonn und Hameln. Seit September 2010 bietet die Postbank am Standort Bonn weitere 20 finanziell geförderte Betreuungsplätze für Kinder im Alter von 2 bis 6 Jahren an. Damit ist eine kontinuierliche, hochwertige Kinderbetreuung für Mitarbeiterkinder vom Kleinst- bis zum Schulkind möglich. Das Betreuungsangebot in den Einrichtungen „Bumble Bees“ unseres Kooperationspartners pme Familienservice wird sehr geschätzt und die Plätze werden stark nachgefragt.



Der Arbeitgeber fördert mit diesem Angebot Karriere mit Familie und möchte insbesondere die frühzeitige Rückkehr von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nach der Elternzeit an den Arbeitsplatz bei der Postbank ermöglichen. Ziel ist es zudem, die Förderung der Karriereentwicklung von Frauen voranzutreiben.

Die Einrichtungen zeichnen sich neben einem hochwertigen pädagogischen Konzept durch die besonders günstigen Öffnungszeiten und die durchgängige Öffnung auch in den Ferienzeiten aus.

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

Daneben werden Unterstützungsleistungen für ältere Angehörige („Elder-Care“) angeboten.

Sozialfonds

Im Jahr 2000 wurde für die Zahlung von sozialen Leistungen an die Mitarbeiter der Postbank ein Sozialfonds eingeführt. Das jährlich zur Verfügung gestellte Budget wird auf die Standorte und die Zentrale entsprechend der Anzahl der Beschäftigten verteilt. Folgende soziale Leistungen werden aus dem Sozialfonds finanziert:

- Aufwand für Betriebsfeste,
- Geschenksparbücher,
- Aufmerksamkeiten und
- die einmaligen Unterstützungen für außergewöhnliche Notfälle von Beschäftigten.

Im Jahr 2011 wurde von der Postbank ein Budget in Höhe von über 250.000 EUR zur Verfügung gestellt.

Erholungswerk

Das Erholungswerk „Post Postbank Telekom e.V.“ bietet den aktiven und ehemaligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Postbank an 16 Standorten komfortable eigene Ferienanlagen in begehrten Urlaubsregionen von der Nord- und Ostsee über die Eifel bis zu den Alpen an. Die familiengerechte Ausstattung der Ferienanlagen und das konkurrenzlos gute Preis-Leistungsverhältnis machen die Erholungswerk-eigenen Anlagen zu beliebten Feriendomizilen der Beschäftigten. Außerdem hat das Erholungswerk ein großes Angebot an weiteren Reisen in Deutschland, Europa und der Welt. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter finden ein umfassendes Ferienangebot für nahezu jeden Geschmack und für alle Generationen.

Betreuungswerk

Das Betreuungswerk ist eine Stiftung von Post, Postbank und Telekom für ihre Mitarbeiter. Die Stiftung bietet Waisen und bedürftigen Familien finanzielle Hilfen in Notlagen. Daneben gewährt sie Studienbeihilfen für Kinder von Beschäftigten oder organisiert die Seniorenbetreuung für Rentner und Versorgungsempfänger der Trägerunternehmen.

Gesundheit ist ein hohes Gut, das es zu schützen gilt. Dieser Maxime folgt die Postbank durch unterschiedliche Maßnahmen, u. a. mittels der jährlichen Gesundheitstage mit wechselnden Themenschwerpunkten oder der Förderung einer positiven Gesundheitskultur der leitenden Angestellten.

Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und Brandschutz



Der Postbank liegt die Gesundheit ihrer Beschäftigten am Herzen. Deshalb werden jährlich die bundesweiten Gesundheitstage an den Standorten durchgeführt, die 2011 unter dem Motto „Körper und Geist im Einklang – so bleiben Sie gesund“ standen. Dieses Angebot erfreut sich in München seit Jahren hoher Beliebtheit. «

Torsten Goldmann, Umweltbeauftragter Standort München



Gesundheitsmanagement

Die Gesundheit der Mitarbeiter und deren gezielte und langfristige Förderung ist ein in der Postbank bereits im Jahre 2005 etabliertes Thema. Es wurden die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten der Unterstützung von Gesundheitsmaßnahmen durch interne und externe Partner untersucht. In der Folge wurden unter Einbeziehung von Maßnahmen für spezielle Zielgruppen künftige Schwerpunkthemen identifiziert. Auf dieser Grundlage wurden seitdem in der Postbank eine Reihe von Gesundheitsmaßnahmen mit kompetenten Partnern wie Deutsche Betriebskrankenkasse, Unfallkasse Post und Telekom sowie weiteren durchgeführt.



Zusammen mit externen Anbietern werden den Mitarbeitern Gesundheitsmaßnahmen angeboten wie z. B. Herz-Check im Betrieb, Rücken-Check, Gymnastik und Massagen. Weiterhin finden regelmäßige Grippe-schutzimpfungen und Augenuntersuchungen statt. Ebenso werden die Mitarbeiter zum Thema Ergonomie am Arbeitsplatz beraten.

Die angebotenen Maßnahmen an den jährlich bundesweit durchgeführten Gesundheitstagen treffen auf reges Interesse und werden aktiv wahrgenommen. Im Jahr 2011 nahmen über 2.500 Mitarbeiter an dem speziell für die Gesundheitstage entwickelten Bewegungsprogramm „Fit in 15 Minuten“ und über 3.000 Mitarbeiter am Kurzprogramm Ernährung „Fit durch Food – gesunde Snacks am Arbeitsplatz“ teil.

Um möglichst frühzeitig gesundheitliche Probleme erkennen zu können, haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit zur Teilnahme an diversen Screenings (Hautscreening, Venenscreening, Cardio Neuro Screening, Messung der Knochendichte). Weitere Angebote zur Förderung der Gesundheit sind die Durchführung von mehreren Kursen (Rücken- und Ausgleichsgymnastik, Entspannung, Tai Chi, Raucherentwöhnung) sowie Massagen am

Jahr	Themenschwerpunkte Gesundheitstage
2005	Bewegung, gesunde Ernährung und ausgeglichene Lebensführung
2006	Gesundheit und Mobilität
2007	Rückengesundheit
2008	Ernährung, Stress, Sucht und Bewegung
2009	Herz-Kreislauf
2010	Muskel- und Skeletterkrankungen
2011	Körper und Geist im Einklang

Arbeitsplatz. Seit dem Jahr 2010 existiert darüber hinaus ein spezifisches Stressseminar für Mitarbeiter und Führungskräfte.

Darüber hinaus wurden bereits 2008 an den großen Standorten Laufftreffs eingerichtet, die in 2009 durch Nordic Walking Gruppen ergänzt wurden. Es gibt zahlreiche Betriebssportgruppen. Die Postbank betreibt in ihrer Zentrale und an einigen großen Standorten für ihre Mitarbeiter eigene Fitnessräume.

Im Jahr 2010 wurde im Rahmen der Gemeinschaftsaktion „GesundheitPlus“ das Fitnesspaket an allen Standorten des Postbank Filialvertriebs platziert und somit nachhaltig für die Gesundheit der Kollegen in den Filialen Sorge getragen.

Zusätzlich nehmen alle Auszubildenden an mehreren Modulen zur gesundheitlichen Prävention teil.

Begleitet werden die Aktionen durch regelmäßige Informationen in der internen Mitarbeiterzeitschrift und das Intranet der Postbank. Beigefügte Flyer und Poster dienen einer intensiven Beschäftigung mit Gesundheitsaspekten. Zum Schutz der Nichtraucher wurde darüber hinaus von der Postbank ein generelles Rauchverbot eingeführt, von dem nur die extra eingerichteten Raucherräume ausgenommen sind.

Arbeitsschutz und Brandschutz

Zur Umsetzung der gesetzlichen Verpflichtungen nach § 3 Arbeitsschutzgesetz (ArbSchG) unternimmt die Postbank eine Vielzahl von Maßnahmen, um Gefährdungen, welche mit der betrieblichen Tätigkeit verbunden sind, zu ermitteln, zu beseitigen oder in ihren Auswirkungen zu begrenzen. Neben den verantwortlichen Führungskräften sind insbesondere die Fachkräfte für Arbeitssicherheit (FASi) ein wesentlicher Bestandteil der Organisation des Arbeits- und Brandschutzes im Konzern.



Die Tätigkeit der FASi beschränkt sich aber nicht nur auf die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen, die Abwehr von Schäden und die Vermeidung strafrechtlicher Verantwortung, sondern setzt ebenfalls auf die Erreichung einer hohen Produktivität der eingesetzten Ressourcen einschließlich der Sicherung eines störungsfreien Bankbetriebes.

Auf der Basis jährlicher Arbeitsschutzprogramme werden die erforderlichen Aktivitäten geplant und umgesetzt. Diese sind im Wesentlichen:

- die Durchführung der Gefährdungsbeurteilungen für
 - die ergonomische Einrichtung von Arbeitsplätzen,
 - die Sicherstellung einer wirksamen Ersten Hilfe,
 - die Arbeit mit Gefahrstoffen und
 - den Betrieb von Arbeitsmitteln inkl. Software
- die Organisation der Ausbildung von Ersthelfern, Betriebsanitätern, Brandschutzhelfern und Sicherheitsbeauftragten
- die Beratung des Arbeitgebers bezüglich:
 - seiner Verpflichtung zur Prüfung von Betriebsanlagen,
 - der Optimierung von Notfallmaßnahmen inkl. der Organisation von Räumungsübungen an den Großstandorten,
 - der Neuregelung von Rechtsvorschriften (Gefahrstoffverordnung, ASR A 3.5, ProdSG, Maschinenrichtlinie)



oben links: Münchner Kollegen vor dem Firmenlauf 2010

oben rechts: Postbank Mitarbeiter beim Start des Bonner Firmenlaufs

unten: Postbank Mitarbeiter des Laufftreffs Köln



Werkfeuerwehr und Betriebsanitäter in Hameln

- die Organisation der arbeitsmedizinischen Vorsorgeuntersuchungen für Mitarbeiter
 - an Bildschirmarbeitsplätzen
 - in Lärmbereichen
 - die Atemschutzgeräte tragen
- die Unterweisung von Mitarbeitern, z. B. Auszubildende oder Mitarbeiter mit spezifischen Gefährdungen (Gefahrstoffe)
- die Planung und Durchführung der Arbeitsschutzausschusssitzungen unter Einbeziehung der Betriebsräte
- die Begehung von Arbeitsstätten in Zusammenarbeit mit den Betriebsärzten zur Kontrolle der Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen und zur Mängelabstellung

Einen weiteren Schwerpunkt stellt die Tätigkeit der Brandschutzbeauftragten (BSB) dar. Unter Beachtung einer relativ geringen Brandgefährdung und eines günstigen Schadensverlaufs der letzten Jahre stehen die Akteure im Spannungsfeld von Akzeptanz der geforderten Maßnahmen und der Prävention von Brandschäden.

Wichtige Aspekte sind dabei:

- die Durchführung der rechtlich vorgeschriebenen Prüfungen von Anlagen, wie beispielsweise Brandmeldeanlagen etc., aber auch die Einhaltung besonderer Bestimmungen für Hochhäuser, Beherbergungseinrichtungen, Versammlungsstätten und Großgaragen
- die Einhaltung des Brandschutzkonzeptes bei der Realisierung baulicher Maßnahmen, insbesondere bei Umbauten und dem Outsourcing von Bereichen
- die Einhaltung der Vorschriften für Flucht- und Rettungswege

Wichtige Tätigkeitsschwerpunkte der BSB sind:

- Kontrolle von Brandschutzeinrichtungen
- Ausbildung der Mitarbeiter in der Handhabung von Feuerlöschgeräten
- Aktualisierung von Brandschutzordnungen
- Sensibilisierung von Mitarbeitern und Führungskräften
- Kontrolle der brandschutzgerechten Ausführung von Bauarbeiten
- Kontrolle der durchgeführten Prüfungen an brandschutzrelevanten Anlagen
- Leistungsfähigkeit der Werkfeuerwehr am Standort Hameln

Gesund führen

Die Postbank unterstützt intensiv auch auf der Ebene der leitenden Angestellten die Organisationsentwicklungsthemen „Gesundheit“ und „Gesund führen“. Zielsetzung dieser Maßnahmen ist die Förderung einer positiven Gesundheitskultur. Dabei geht es sowohl um die Gesundheit der Führungskräfte selbst wie auch um die Sensibilisierung derselben für führungsbedingten Stress der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das Angebot reicht von individuell ausgerichteten Workshops über Einzelcoachings bis hin zur Begleitung von gesundheitsspezifischen Studien und Analysen.

In 2011 wurden beispielsweise in verschiedenen Organisationseinheiten Workshops zum Thema „Gesund führen“ und „Umgang mit Belastungen im Rahmen von Veränderungssituationen“ umgesetzt.

Unsere Mitarbeiter engagieren sich beruflich wie privat in vielfältiger Weise. So lassen sich u. a. durch die Innovationskraft der Mitarbeiter Prozesse und Produkte optimieren.

Soziales Engagement

„business@school“

business@school ist eine Initiative der Unternehmensberatung „The Boston Consulting Group“ (BCG). Interessierte Oberstufenschüler an Gymnasien haben im Rahmen von business@school die Gelegenheit, sich in Teams ein Schuljahr lang praxisnah mit Wirtschaftsthemen und den damit verbundenen Fragen zu beschäftigen. Dabei bieten die Schulen das Projekt im Unterricht oder als Arbeitsgemeinschaft an.

Ein business@school-Projektjahr ist in drei Phasen unterteilt, in denen die Schüler zunächst ein Großunternehmen und anschließend ein mittelständisches Unternehmen aus der Region analysieren. In der dritten Phase entwickeln sie dann eine eigene Geschäftsidee mit Businessplan. Bei der Entwicklung der Geschäftsidee in Form einer Dienstleistung oder eines Produkts sollen sie neben der Umsetzbarkeit auch Umweltfreundlichkeit und Nachhaltigkeit berücksichtigen. Jede Projektphase endet mit einer Präsentation, in der die Schüler-teams einer Schule ihre Ergebnisse einer Fachjury darstellen. Die Schulsieger messen sich dann auf regionaler und bundesweiter Ebene.

Ein wesentlicher Bestandteil des Projekts ist die Unterstützung der Schüler-teams durch Experten der Wirtschaft. Hier engagiert sich die Postbank an verschiedenen Schulen mit ehrenamtlichen Betreuern.

Als Experten geben sie ihr Wissen und ihre Erfahrungen aus der Praxis an die Schüler weiter. Sie helfen nicht nur bei fachlichen Fragen, sondern vermitteln auch Schlüsselqualifikationen wie Teamfähigkeit, Zeitmanagement und Präsentationstechniken.

An der Initiative nehmen über 80 Schulen aus Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien, Norwegen und Singapur teil. Ins Leben gerufen wurde das Projekt im Jahre 1998 von der Unternehmensberatung „The Boston Consulting Group“, vor allem um die ökonomische Bildung in Schulen zu fördern. Im Schuljahr 2011/12 unterstützen 29 Mitarbeiter der Postbank das Projekt.

business @ school

EINE INITIATIVE VON THE BOSTON CONSULTING GROUP



Gutes Zeitmanagement und Teamarbeit

Im Schuljahr 2011/12 betreuen von der Postbank u. a. Elke Klas (Vorstandsbüro & Strategieservices) und Albrecht Flues (Treasury) ein Team am Kardinal-Frings-Gymnasium in Bonn. Das Schülerteam besteht aus vier Schülerinnen der Jahrgangsstufen 11 und 12. Betreuer und Team treffen sich zu ihren Projektsitzungen regelmäßig in den technisch gut ausgestatteten Räumen der Postbank. Dies ermöglicht einerseits den Schülerinnen einen kleinen Blick in die Konzernzentrale der Postbank und andererseits das Üben von Präsentationen mit modernem Equipment.

Für alle Beteiligten – Schüler, Lehrer und Betreuer – ist das Projekt mit zusätzlichem zeitlichem und persönlichem Engagement verbunden. Insbesondere vor den Präsentationen steigt der Zeitaufwand. „Gutes Zeitmanagement und Teamarbeit sind zwei wichtige Faktoren für den erfolgreichen Projektverlauf und ermöglichen effektives, strukturiertes, aber auch interdisziplinäres Zusammenarbeiten“, so Klas. Gerade im Zeitmanagement liegt sowohl für die Schülerinnen als auch die Betreuer die Herausforderung, da Schul- und Arbeitsalltag in Einklang zu bringen sind und auch die damit verbundenen knappen Terminressourcen.

Im Ergebnis des Projekts werden die Schülerinnen Grundwissen über wirtschaftliche Zusammenhänge erwerben. „Das Erlernte zur Selbstorganisation sowie die Tipps und Tricks für eine gute Präsentation sind genauso wertvoll für Studium und Beruf wie das betriebswirtschaftliche Know-how über Bilanzen und wichtige Kennzahlen“, ist Flues überzeugt. Darüber hinaus erfahren die Schülerinnen, dass auch Rückschläge, die in jeder Phase auftreten, ins Positive gewendet werden können.

Für die Betreuer besteht die Herausforderung darin, ihr Fachwissen und ihre Schlüsselqualifikationen schülergerecht zu vermitteln und die Selbstorganisation des Schülerteams zu fördern, ohne sie zu bestimmen.

Als Zwischenfazit lässt sich festhalten, dass die Projektarbeit sowohl den Betreuern der Postbank als auch den Schülerinnen viel Spaß macht und sie die Teilnahme an *business@school* jederzeit weiterempfehlen können.





Katharina Saborowski bietet einem Kunden Pralinen an, um ihm die Wartezeit zu versüßen

Starker Einsatz – zwischen Paketen und Pralinen

Fast 1.000 Mitarbeiter aus Zentrale, Verwaltung und Backoffices helfen jedes Jahr im Dezember den Kolleginnen und Kollegen der Filialen im Weihnachtseinsatz. 2011 waren erstmalig 27 Kollegen der Deutschen Bank dabei.

„Der Nächste, bitte!“, schallt es durch den Raum. Menschen mit Mützen und Schals drängeln sich in der Schlange. Es ist vier Tage vor Weihnachten und im Postbank Finanzcenter in Bochum-Wattenscheid herrscht an allen fünf Schaltern Hochbetrieb. Trotzdem wirken die wartenden Kunden entspannt.

„Darf ich Ihnen eine Praline anbieten?“, fragt Katharina Saborowski und hält einem wartenden Paar eine Schachtel Schokopralinés hin. „Aber gerne doch!“, antwortet ein älterer Herr und greift beherzt

zu. Frau Saborowski geht in der Schlange von einem Kunden zum anderen, bietet Pralinen an und fragt, ob jemand ein Paket abholen möchte. Wenn ja, nimmt sie den Benachrichtigungsschein mit und holt das Paket direkt nach vorn in die Schlange. „Ich habe mich wirklich gefreut. Nicht viele Geschäfte sind so aufmerksam, dass sie ihren Kunden die Wartezeit versüßen“, sagt eine blonde Frau, als Frau Saborowski gerade auf dem Weg in die Packkammer ist. Vom Büro an den Schalter Pralinen verteilen, Pakete raussuchen, Hilfsdienste verrichten. Was Katharina Saborowski in diesen Vorweihnachtstagen macht, zählt normalerweise nicht zu ihren Aufgaben bei der Postbank. Die 26-Jährige arbeitet seit Mitte 2010 in der Bonner Zentrale.

Dass sie jetzt die Wattenscheider Kollegen im Starkverkehr unterstützt, hat sie der Postbank Tradition des Weihnachtseinsatzes zu verdanken. In den letzten drei Wochen vor Weihnachten helfen Kolleginnen und Kollegen aus der Zentrale, anderen Verwaltungseinheiten und Backoffices in allen Postbank Finanzcentern aus. Trotz zusätzlich eingestellter Aushilfen, Urlaubssperren und auf den Punkt gebrachter Personaleinsatzplanung ist der Kundenansturm so groß, dass es dann zu längeren Wartezeiten kommt.

Die Bochumer Kollegen freuen sich über die Unterstützung aus der Zentrale. „Ich finde das sehr gut, dass Frau Saborowski uns hilft“, sagt ein Filialmitarbeiter, der gerade am Schalter bedient. „Sie sehen ja, was kurz vor Weihnachten bei uns los ist. Es ist jetzt halb zwölf, und ich habe schon 200 Mal ‚Frohe Weihnachten‘ gewünscht.“

Fazit: Der Weihnachtseinsatz der Kollegen ist eine wertvolle Hilfe, die von den Filialen begrüßt wird.

Ideenmanagement

Das Ideenmanagement der Postbank aktiviert die Bereitschaft und unterstützt die Mitarbeiter, sich zusätzlich zum Tagesgeschäft aktiv mit Ideen und Verbesserungsvorschlägen zur Weiterentwicklung und Optimierung der Geschäftsprozesse, Produkte und Dienstleistungen einzubringen.

Jeder Mitarbeiter hat durch das Ideenmanagement die Gelegenheit, sich an der Optimierung seines eigenen Arbeitsbereiches, aber auch anderer Bereiche der Bank, durch das Einreichen von Verbesserungsvorschlägen zu beteiligen.

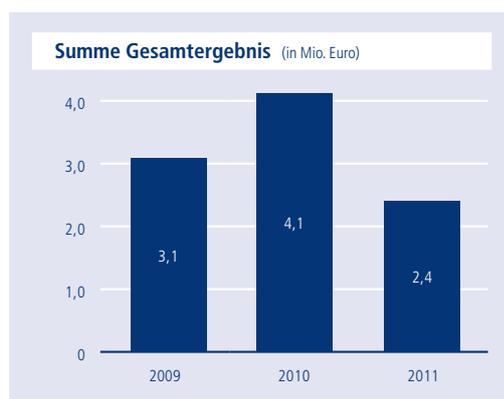
Vorschläge mit berechenbarem Einsparungs- oder Ertragspotenzial werden durch Zahlung einer Geldprämie honoriert. Für nicht berechenbare Ideen erhalten die einreichenden Punkte, mit denen sie im Rahmen einer quartalsweise stattfindenden Tombola Sachpreise gewinnen können. Mit diesen Anreizen wird die nachhaltige Beteiligungsbereitschaft der Mitarbeitenden aktiviert.

Die Führungskräfte der Ideengeber sind in den Prozess des Ideenmanagements eingebunden. Sie nutzen das Potenzial der Mitarbeitenden, indem sie Gestaltungsfreiräume schaffen und ein ideenfreundliches Klima erzeugen.

Ideen mit berechenbarem Nutzen werden von den fachverantwortlichen Führungskräften begutachtet und die Umsetzungsmöglichkeiten entsprechend geprüft, die Beteiligten werden durch das zentrale Ideenmanagement der Postbank informiert und betreut. Ist eine Idee nicht berechenbar, so wird sie direkt zur Weiterverfolgung an den entsprechenden Fachbereich gegeben, welcher den Ideengeber auch über eine mögliche Umsetzung der Idee informiert.

Im Jahr 2011 wurden über 3.000 Ideen aus allen Konzernteilen eingereicht. Darunter 624 Ideen mit berechenbarer finanzieller Wirkung. Diese hohe Zahl spiegelt nicht zuletzt die Einsatzbereitschaft der Belegschaft im Unternehmen wider. Ein spezieller Ideenwettbewerb mit der Zielsetzung, die Qualität zu verbessern, trug zu diesem hervorragenden Ergebnis bei.

Das hohe Engagement trägt Früchte: Vom Deutschen Institut für Ideen- und Innovationsmanagement GmbH wurde die Postbank 2011 als „Bestes Ideenmanagement“ in der Branche Banken und Versicherungen ausgezeichnet.



Kreativität ist keine Zauberei

Um das Engagement der fleißigsten und besten Ideengeber zu würdigen, fand erstmalig am 13. und 14. Oktober 2011 eine eigene Siegereveranstaltung „WeiterDenker“ zur Ehrung der erfolgreichsten und punktbesten Einreicher im festlichen Rahmen im ehemaligen Gästehaus der Bundesregierung auf dem Petersberg bei Bonn unter dem Motto „Kreativität ist keine Zauberei“ statt. Zielsetzung war es, die Kreativität der Teilnehmer weiter zu fördern und das Engagement der Mitwirkenden zu würdigen.

Mit den Worten „Sie haben sich Gedanken darüber gemacht, wie die Postbank ihre Kosten senken kann. Sie haben als Unternehmer gedacht und damit zum Erfolg der Bank beigetragen.“, dankte der Vorstandsvorsitzende, Stefan Jütte, den Ideengebern für ihr Engagement und ihre Lösungen, die helfen, den Arbeits-



Teilnehmer der Siegereveranstaltung „WeiterDenker“

alltag zu optimieren oder die Kundenzufriedenheit zu steigern. „Wir sind auf dem besten Weg, die Bank der Ideen zu werden“, so Jütte weiter. Personalvorstand und „Ideenmanagement-Sponsor“ Ralf Stemmer griff den Faden auf und appellierte an die nebenberuflichen Denker, auch weiterhin ihre Kreativität zum Wohle der Postbank einzubringen. Die Vorstände erklärten anschließend übereinstimmend, auch künftig das Ideenmanagement und den Einfallsreichtum der Mitarbeiter zu unterstützen.

Die Idee von Niclas Doll, Financial Markets Bonn, wurde bundesweit als beste Mitarbeiter-Idee 2011 ausgezeichnet. Er entwickelte eine Software zur Analyse individueller Datenverarbeitung (IDV) auf Knopfdruck. Die Ausgangslage: Gerade jetzt steigt der Bedarf des Postbank Managements, so zeitnah wie möglich über Auswirkungen der Krise und Veränderungen an den internationalen Finanzmärkten informiert zu werden. Gleichzeitig müssen die Entscheidungsgrundlagen hohen Qualitätsstandards genügen, die auch gegenüber der Bankenaufsicht nachgewiesen werden müssen – ein immer größer werdendes zeitliches Problem für die Mitarbeiter in den Ressorts Financial Markets, Risikocontrolling, Rechnungs- und Meldewesen. Dolls Lösung kommt zum Einsatz, wenn keine Standardsoftware erhältlich ist. Dann unterstützt die IDV-Toolbox die Anwender während des gesamten Verarbeitungsprozesses vom Zusammentragen der Eingangsdaten bis zur Dokumentation. Zusätzlich assistiert die IDV-Toolbox beim Datenimport, erkennt dabei unvollständige, fehlerhafte oder alte Datensätze und warnt den Anwender bei unbeabsichtigten Fehleingaben.

Kunden | *Von reinen Übermittlungs- und Verwahrgeschäften einmal abgesehen bergen Geschäfte mit Finanzinstituten mehr oder minder hohe Risiken. Die zu leichtfertige Aufnahme von Krediten aller Art, der zu sorglose Einsatz von Kreditkarten, die zu vertrauensselige Investition in spekulative Wertpapiere, der zu unüberlegte Erwerb von Edelmetallen usw. – all das kann erhebliche Vermögensschäden bis hin zu Totalverlusten nach sich ziehen bzw. zu Überschuldung und im Extremfall sogar zur Privatinsolvenz führen.*

Die Postbank ist sich ihrer Verantwortung aus Konzeption und Vertrieb ihrer Produkte bewusst und hat in diesem Zusammenhang umfangreiche Maßnahmen zum Schutz ihrer Kunden ergriffen. U. a. finden sich auf ihrer Homepage unter der Rubrik „Wissen und Service“ Erklärungen und Erläuterungen sowohl zu allgemeinen finanzwirtschaftlichen Themen als auch zu Postbank Produkten und Dienstleistungen.

Verbraucherschutz

Verbraucher Kredite

Besondere Vorsicht lässt die Postbank bei der Vergabe von Krediten an Privatpersonen walten. Mithilfe von praxiserprobten Scoringverfahren wird die persönliche Situation des Kunden genau analysiert. Eine Kreditvergabe erfolgt im Anschluss auch nur, wenn nach Berücksichtigung des Kapitaldiensts ausreichend finanzieller Spielraum erhalten bleibt. Mit der 30-tägigen Rücktrittsfrist und der Option einer, maximal 50 %, Sondertilgung des Kreditbetrags, setzt die Postbank nach wie vor ein sehr positives Zeichen.

Zum Schutz von Minderjährigen vergibt die Postbank an Personen unter 18 Jahren weder Raten- noch Dispositionskredite. Außerdem hat sich die Postbank verpflichtet, den Kodex „Verantwortungsvolle Kreditvergabe für Verbraucher“ des Bankenfachverbandes einzuhalten und die darin festgelegten 10 Leitlinien zu respektieren.

Im Internet stehen jedermann zur Vorbereitung einer Kreditentscheidung darüber hinaus ein „Haushaltsrechner“ und ein „Kreditlexikon“ zur Verfügung.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Honoriert wurden die Bemühungen der Postbank im Jahr 2011 durch n-tv und Focus Money. Letztere verlieh dem Ratenkredit eine „Top“-Auszeichnung für das Preis/Leistungsverhältnis, während die erstgenannte Organisation der Postbank den ersten Platz in der Kategorie „Bester Anbieter Ratenkredit“ zuerkannte.

Wertpapiergeschäft

Die extremen Marktbewegungen des vergangenen Jahres haben zu teilweise erheblicher Verunsicherung der privaten Anleger geführt. Die Postbank versucht durch ausführliche Informationen, Nachrichten und auch grundsätzliche Ausführungen insbesondere auf ihrer Homepage über Chancen und Risiken aufzuklären. So findet der routinierte Interessierte unter der Überschrift „Markt und Meinung“ aktuelle Analysen, Nachrichten und Überblicke. Dem weniger erfahrenen Investor stehen Funktionen wie „Bestimmung des Anlagetyps“ oder „Börsenlexikon“ zur Verfügung. Eine hilfreiche Orientierung bei der Auswahl von Investmentfonds bietet die farblich unterlegte Fonds-Klassifizierung. Sie zeigt an, um welche Art der Anlage es sich – bezogen auf das Chance/Risiko-Verhältnis – handelt. Ausführliche Beschreibungen des Postbank Wertpapier-Angebots enthält der in jedem Finanzcenter erhältliche „Anlagekompass“.

Die Erfüllung gesetzlicher Qualitätsanforderungen im Wertpapiergeschäft stand auch in 2011 im Fokus der Postbank Finanzberatung. Qualifizierungsmaßnahmen, Coaching und Qualitätssicherung durch Experten flankierten den in 2010 eingeführten „Wertpapier-Führerschein“ für die Berater des Finanzmanagements: Nur Inhaber der entsprechenden Qualifizierungen dürfen Verträge über Einmalanlagen berücksichtigen. Für die Vermögensberater der Postbank Finanzberatung wurde mit „munio“ der Firma DSER ein qualifiziertes Beratungstool aufgebaut, das sich aktuell im Rollout befindet. Dieser Weg wird auch in 2012 fortgesetzt: In diesem Jahr wird die Postbank Finanzberatung einen vollständig systemgestützten Beratungs- und Verkaufsprozess umsetzen.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Flächendeckende Bargeldversorgung

Postbank Kunden können sich gegenüber dem Vorjahr jetzt noch öfter manchen Weg zum Geldautomaten sparen – und ganz bequem beim Tanken oder im Baumarkt Geld abheben. An inzwischen knapp 1.400 Shell-Tankstellen, die an das Bargeld-Netz der Postbank angeschlossen sind, können sie nun mit ihrer Karte über Bargeld verfügen. Durch den Effekt des „cash recycling“ – die Ausgabegeräte bei Shell sind keine Geldautomaten nach herkömmlichem Verständnis – sondern werden mit den Bareinnahmen der Tankstelle gespeist, entfallen jeden Monat übrigens schätzungsweise 800 Geldtransportfahrten.

Zusammen mit den knapp 200 in OBI Baumärkten installierten Automaten und den Geräten der Cash Group stellt die Postbank ihren Kunden ein engmaschiges Netz von rund 9.000 Geldautomaten zur Verfügung. Den Nächstgelegenen dieser Automaten findet man bei Bedarf ganz einfach über die Online-Geldautomaten-Suche der Postbank.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Service-Terminals

Flächendeckend wurden in den vergangenen Jahren in den Postbank Finanzcentern Service-Terminals aufgebaut. An diesen neuen Automaten haben Kunden der Postbank die Möglichkeit, neben dem Kontoauszug weitere Banking-Funktionen zu nutzen:

- **Überweisung**
Postbank Kunden können ihre Überweisungsvordrucke einscannen oder durch Tastatureingabe Überweisungen ausführen. Auch das Anlegen von Terminüberweisungen ist möglich.
- **Dauerauftrag**
Unsere Kunden haben die Möglichkeit, Daueraufträge anzulegen, vorhandene Aufträge zu verwalten oder zu löschen.
- **Kontostandsabfrage**
Wie beim Geldautomaten können auch beim Service-Terminal die aktuellen Kontostände angezeigt werden.
- **Handy aufladen**
Mit dieser Funktion können Postbank Kunden für die Handynetze E-Plus, O₂, Telekom und Vodafone Prepaid Karten aufladen.

Gemeinsam mit Shell wird die Postbank ab Juli 2012 in 8 ausgesuchten Tankstellen auch den dortigen Einsatz von Service-Terminals testen.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Online Planungshilfen

Nicht nur zum Thema Kredit, sondern auch wenn es um Sparen + Anlegen, Wertpapiere + Börse, Bausparen + Baufinanzierung, Versichern + Vorsorgen geht, stehen auf der Postbank Homepage entsprechende Programme für Simulationen und Modellrechnungen zur Verfügung. Damit sind für den Kunden die Auswirkungen seiner Maßnahmen umgehend ersichtlich. Dieses ist gerade bei langfristigen Engagements besonders von Vorteil. Darüber hinaus kann der Anwender, sorgfältiges Befüllen der Eingabemasken vorausgesetzt, darauf vertrauen, keine wesentlichen Einflussgrößen unberücksichtigt gelassen zu haben.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Beratung

Die Wünsche, Bedürfnisse und die individuelle Lebenssituation unserer Kunden stehen für uns in der Beratung an erster Stelle. Im Beratungsprozess folgt auf die Kundenansprache eine systemunterstützte Analyse von Kundenwünschen und -zielen. Die Systemunterstützung begünstigt eine hohe Beratungsqualität (Vermeidung von Rechenfehlern, Vorlegen gedruckter Unterlagen etc.). Zur Sicherstellung der hohen und stets gleichbleibenden Beratungsqualität wird der gesamte Beratungsprozess auditiert und durch den TÜV zertifiziert.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Marken-, Produkt- und Kundenkommunikation

Wie bereits vorstehend eingehend beschrieben, liegt uns der Verbraucherschutz besonders am Herzen. Daher achten wir auch im Rahmen unserer Marken- und Produktkommunikation darauf, dass der Kunde umfassend und verlässlich informiert wird.

Ziel der Marken- und Produktkommunikation ist eine zweckgerechte und wirkungsvolle Ansprache von Kunden sowie potenziellen Kunden, um diese für unsere Produkte zu gewinnen. Die Werbemittel sind dabei so ausgewählt und gestaltet, dass sie dem Kunden bei der Entscheidungsfindung eine zuverlässige und ausführliche Hilfestellung bieten.

Im Rahmen der Kundenkommunikation wird eine ressourcenschonende Ansprache angestrebt. In Einklang mit der Paper Policy der Postbank sind Verzicht auf Chlorbleiche und ausschließliche Verwendung von Papier aus zertifiziert nachhaltigem Anbau ebenso selbstverständlich, wie der möglichst sparsame Einsatz von Materialien aller Art. So konnte z. B. gegenüber 2008 der Papierverbrauch für Kontoauszüge und Briefumschläge um gut 1.600 Tonnen reduziert werden.

Ferner werden Werbeartikel für in- und externe Kunden im ökonomisch sinnvollen Einklang von ökologischen und sozial verträglichen Aspekten ausgewählt. Des Weiteren wird angestrebt, den Einkauf von Werbeartikeln mit einer EG-Öko-Verordnungszertifizierung zu fokussieren.

Initiative „Verständliche Kommunikation“

Nach einer Studie der Universität Hohenheim lässt die Verständlichkeit der Kommunikation zwischen Finanzinstitut und Kunden erheblich zu wünschen übrig. Eine Untersuchung verschiedener Dokumententypen wie z. B. Kontoeröffnungsunterlagen, Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) und Newsletter von 39 deutschen Banken brachte teilweise erhebliche Qualitätsmängel zutage. Auch das Schriftgut der Postbank wurde als unzulänglich bewertet und erreichte lediglich einen Hohenheimer Index von 7,8. Der Hohenheimer Index zeigt auf einer Skala von 0 – 20, wobei die Stufe 20 die beste Bewertung darstellt, den Grad der Verständlichkeit.

Als Folge hieraus erteilten die Vorstände Dr. Daberkow und Dr. Meyer im August 2011 den Auftrag zu einer kompletten Überarbeitung. Kurzfristig sollen im Rahmen dieses Projekts 80 % der Postbank Briefkommunikation bis September 2012 verständlicher und kundenfreundlicher werden. Über 2012 hinaus wird eine nachhaltige Sicherung der Qualität von neuen und anzupassenden Briefen angestrebt. Der künftige Zielwert für Postbank Briefe liegt bei durchschnittlich 15 Punkten nach dem Hohenheimer Index.

Die Postbank Städte-Tour



Zufriedene Gesichter bei der Postbank Städte-Tour



Norbert Dickel, Dortmunder Idol, kickte eifrig mit

Die Postbank, Hauptsponsor von Borussia Mönchengladbach, begleitete Borussia Mönchengladbach mit mehr als 18.000 Fußbällen durch die Saison 2010/11.

Nach jedem Heimsieg von Borussia Mönchengladbach bleiben die Fans im BORUSSIA-PARK noch ein wenig sitzen. Denn sie wissen: Jetzt gibt es wieder gelbe Fußbälle des Hauptsponsors, die von den Borussen-Spielern ins Publikum geschossen werden.

Den Postbank Fußball auch außerhalb von Mönchengladbach zu verbreiten, war die Idee, aus der die Postbank Städte-Tour entstand. In der Bundesliga-Saison 2010/11 besuchte die Postbank Städte Tour parallel zu Borussia's Auswärtsspielen alle Bundesligastädte. Ein eigens für die Eventserie gebrandeter LKW fuhr an den Spieltagen mit jeweils 1.000 gelben Postbank Bällen beladen auf einem vorher ausgewählten Platz am Spielort vor. Dort konnten die Fußballfans unter dem Motto „Kick Deine Stadt an die Spitze!“ ihr Geschick beim Ballhochhalten beweisen. Es zählte, wie oft die Teilnehmer in einer Minute den Ball mit dem Fuß oder Kopf hochhalten können. Alle Kicks wurden zusammengezählt und ergaben den Stadtwert. Wer nicht live vor Ort dabei sein konnte, hatte die Möglichkeit, über die Facebookseite der Postbank unter www.facebook.com/postbankfankurve zusätzliche „Kicks“ online und mit der Mouse für seine Stadt zu erzielen.

Der Stadt mit den meisten erzielten Kicks winkte am Ende der Saison ein von der Postbank ausgelobter Bolzplatz, der in Kooperation mit der GOFUS-Initiative PLATZ DA! gebaut wird. Viele ehemalige Fußballer, die sich mittlerweile für „Platz da!“ engagieren, ließen es sich daher auch nicht nehmen, ihre Städte beim Ballhochhalten zu unterstützen. Unter anderem versuchten Marco Bode (Bremen), Olaf Thon (Gelsenkirchen) und sogar Reiner Calmund (Leverkusen) ihre Städte nach ganz oben zu kicken. Am Ende konnte es nur einen Sieger geben: Norbert Dickel und die Dortmunder waren dieses Jahr auch bei der Postbank Städte-Tour einfach nicht zu schlagen und konnten sich auf einen neuen Bolzplatz für ihre Stadt Dortmund freuen.

Auch in der Bundesligasaison 2011/12 heißt es im Rahmen der Postbank Städte-Tour bei den Auswärtsspielen von Borussia Mönchengladbach wieder „Kick deine Stadt an die Spitze“!

Die Transparenz im Umgang mit sensiblen Daten konnte weiter verbessert werden. Dies ist Grundlage einer vertrauensvollen und dauerhaften Geschäftsbeziehung mit unseren Kunden.

Datenschutz und Datensicherheit

Datenschutz

Für die Postbank hat das von den Kunden entgegengebrachte Vertrauen einen hohen Stellenwert. Daher sehen wir es als Verpflichtung an, sorgsam und vertrauensvoll mit den uns überlassenen Daten umzugehen und diese vor Missbrauch zu schützen.

Da der Schutz der Daten und die Wahrung des Bankgeheimnisses in unserem Hause schon immer groß geschrieben wurden, beziehen sich die Verbesserungen, die in den Jahren 2010 und 2011 in Bezug auf den Datenschutz erzielt wurden, auf mehr Transparenz für den Kunden, wie er den Umgang mit seinen Daten beeinflussen kann und wie seine Wünsche bei der Postbank umgesetzt werden.

Der Datenschutzbeauftragte der Postbank ist in alle wesentlichen Entscheidungsfindungen über den Umgang mit personenbezogenen Daten eingebunden. Daneben steht er allen Kunden und Mitarbeitern zur Beantwortung von Fragen zum Datenschutz sowie der Klärung von Beschwerden zur Verfügung und hält engen Kontakt mit der zuständigen Datenschutzaufsichtsbehörde Nordrhein-Westfalen.

Der deutliche Rückgang der Zahl von Kundenanliegen und -beschwerden im Laufe der letzten Jahre zeigt nicht nur, dass die Maßnahmen der Postbank zum Schutz von Kundendaten greifen. Auch die intensive Kommunikation und ausführliche Beantwortung von Kundenanschriften nach den Presseberichten der Zeitschrift FINANZTEST über Abfragemöglichkeiten



der Postbank Finanzberater auf Daten von Postbank Kunden im Oktober 2009 führte zu mehr Transparenz für die Kunden. Das mit der Aufsichtsbehörde abgestimmte Vorgehen und ein detaillierter Maßnahmenplan haben bewirkt, dass das Vertrauen der Kunden bei der Nutzung von personenbezogenen Daten innerhalb der Postbank Gruppe erhalten bzw. wiedergewonnen werden konnte. So sank die Zahl der Kundenanfragen von über 1.000 Vorgängen im Jahr 2009 auf ca. 800 in 2010 und im Jahr 2011 auf unter 500 Vorgänge.

Kunden haben darüber hinaus gemäß § 34 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) das Recht, Auskunft über ihre bei der Postbank gespeicherten Daten zu erhalten. Die Zahl von Auskunftersuchen einschließlich der Klärung von Fragen, wohin die Daten ggf. weitergeleitet wurden, sank nach bis zu 200 in den Jahren 2009 und 2010 auf weniger als 100 im Jahr 2011.

Auch die Kundeneingaben an die Datenschutzaufsichtsbehörde verringerten sich von bis zu 40 in den Jahren 2009 und 2010 auf unter 20 Eingaben im Jahr 2011.

Durch die zügige und strikte Umsetzung der BDSG-Novellen aus 2009 und 2010 konnte die Postbank weitere Verbesserungen zum Erhalt des Kundenvertrauens erreichen. So wurde neben der detaillierteren Auskunft an Kunden über gespeicherte Daten und genutzte Informationen von Auskunftsteilen auch die Möglichkeit einer differenzierten Erteilung und Dokumentation von Werbeverböten der Kunden erweitert. Um Risiken für die Kunden zu vermeiden, wurden die Gefahren von Datenpannen analysiert und ein bankweiter Prozess zur Erkennung und Vermeidung aufgesetzt. Hier ist die Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen der IT-Sicherheit unabdingbar.

Die Konkretisierung des Datenschutzes in Verträgen zur Auftragsdatenverarbeitung sowie die Umsetzung der Regelung aus der Verbraucherkreditlinie runden die Aktivitäten rund um die Novellierungen des Bundesdatenschutzgesetzes ab.

In diesem Zusammenhang ist auch die Bestätigung der Einwilligungsklausel der Postbank zur Datenweitergabe im Konzern durch das OLG Köln im Jahr 2011 hervorzuheben. Aufgrund der Klage des Bundesverbandes der Verbraucherzentrale (VZBV) wurde die Klausel, die den Kunden in allen Verträgen zu Postbank Produkten angeboten wird, als rechtlich unbedenklich und als Einwilligung in die Datenübermittlung innerhalb der Postbank Gruppe ausreichend anerkannt. Der Kunde hat unabhängig vom angestrebten Vertragsabschluss die Möglichkeit, diese Einwilligung nicht zu erteilen oder eine erteilte Einwilligung jederzeit und unabhängig von der bestehenden Geschäftsbeziehung zur Postbank zu widerrufen. Im Fall der Er-

teilung ist dem Ziel der Transparenz über den Verbleib der Kundendaten durch konkrete Nennung der Daten und Empfänger in der Klausel ausreichend Rechnung getragen.

Durch kontinuierliche Anpassung und Weiterentwicklung der Verfahren und technischen Einrichtungen der Postbank sowie die verstärkte Kommunikation zum Thema Datenschutz im Hause wurden und werden die gesetzlichen Anforderungen sowie insbesondere die Anforderungen unserer Kunden stetig erfüllt. Hier wird alles Mögliche getan, um den vertrauensvollen Umgang mit Kundendaten zu einer Voraussetzung für die dauerhafte Geschäftsbeziehung mit unseren Kunden zu ermöglichen.



Sicherheit im Online-Banking

Die von uns im Vorjahresbericht zum Ausdruck gebrachte Befürchtung, krimineller Energie und Fantasie seien insbesondere auf elektronischem Gebiet keine Grenzen gesetzt, hat sich leider bewahrheitet. Attacken aus dem Internet haben hinsichtlich Menge und Vielfalt wieder erheblich zugenommen. Beispielhaft möchten wir Trojaner, die speziell auf Smartphones zielen, unverfrorene Aufforderungen, die Telefon-Banking PIN in eine Bildschirmmaske einzutippen, und die Betrugsmasche mit einer Testüberweisung erwähnen. Gemeinsam ist diesen Methoden, dem arglosen Anwender eine vermeintlich authentische Kommunikation mit seiner Bank vorzugaukeln, Preisgabe von relevanten Daten zu provozieren und selbige dann zu unberechtigten Kontoverfügungen zu nutzen.

Auf diese beklagenswerten Entwicklungen hat die Postbank erfolgreich mit der Einführung neuer bzw. Verbesserung bereits vorhandener Mechanismen zur Abwehr von Angriffen und zum Schutz ihrer Kunden reagiert.

- **Neue EV-SSL-Zertifikate**

Ab sofort setzt die Postbank bei der Verschlüsselung der Banking-Seiten sogenannte EV-SSL-Zertifikate ein. Als Zeichen dafür, dass es sich um echte Postbank Seiten handelt, färbt sich die Browserleiste nach erfolgter Überprüfung „grün“ ein.

- **PIN/TAN Verfahren beendet**

Das bankseitig zwar absolut sichere, aber kundenseitig durch perfektionierte Phishing-Attacken besonders leicht angreifbare Verfahren, Aufträge mittels PIN und einer TAN zu authentifizieren, wurde abgeschaltet und durch robustere Systeme ersetzt. Ganz besonders offenbarte die weit verbreitete Methode, Kundenrechner unbemerkt mit Troja-

nern, also Schadsoftware zu infizieren, und dann während einer Kunde-Bank-Kommunikation Daten abzufangen, zu verändern und Zahlungen umzuleiten, die Anfälligkeit eines „einschichtigen“ Kommunikationsverfahrens. Die neuen Lösungen basieren deshalb auf dem kombinierten Einsatz voneinander unabhängiger, auf unterschiedlichen Kanälen kommunizierender elektronischer Medien wie z. B. Mobiltelefon und PC.

- **mobileTAN – die TAN per SMS**

Die kostenlose mobileTAN gehört zu den sichersten Verfahren im Online-Banking. Die mobileTAN erhalten unsere Kunden per SMS. Diese TAN ist nur für die jeweilige Transaktion gültig und verfällt, wenn sie nicht genutzt wird.

- **chipTAN comfort – das neue TAN Verfahren**

chipTAN comfort funktioniert mit einem sogenannten TAN-Generator. Dieses Gerät erzeugt im Zusammenspiel mit der Postbank Card und dem Online-Banking eine TAN, die nur für kurze Zeit und nur für die jeweils aktuelle Transaktion gültig ist.

- **Postbank BestSign – Sicherheit für Ihre Transaktionen**

Postbank BestSign ist ein neues Verfahren im Postbank Online-Banking. Die Postbank ergänzt damit ihre Sicherheitsverfahren insbesondere für den Bedarf ihrer Geschäfts- und Firmenkunden. Denn durch den umfangreichen Zahlungsverkehr benötigen diese ein Verfahren, mit dem sie sicher, einfach und schnell viele Transaktionen im Online-Banking freigeben können.



Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Darüber hinaus werden in Zeiten vermehrten Aufkommens von Online-Attacken besondere Warnhinweise auf den Internetseiten der Postbank geschaltet. Auf der Zugangsseite zum Online-Banking finden sich dauerhaft Informationen über kriminelle Machenschaften und wie man sich als Kunde schützen kann.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

grünen Anti-Skimming-Aufsätzen im Eingabebereich des Kartenlesers, werden unsere Automaten auch mit neuester Anti-Skimming-Technologie (sog. Störsensoren) ausgestattet. Eine weitere Maßnahme ist die Deaktivierung unserer Türzutrittskontrollanlagen (Türöffner), um ein Auslesen von Kartendaten zu vermeiden. Unsere Kunden benötigen für den Zugang zum SB-Bereich somit keine Karte mehr.

Zu den Sicherheitsstandards gehört selbstverständlich auch, dass unsere Filialmitarbeiter die Geldautomaten und das Umfeld regelmäßig und nachweislich kontrollieren.

Generell raten wir unseren Kunden: Kommt Ihnen etwas am Geldautomaten ungewöhnlich oder verdächtig vor, benutzen Sie das Gerät nicht und informieren Sie die Postbank, rund um die Uhr erreichbar über die neu eingerichtete kostenlose Skimming-Hotline (0800 033 2565). Alternativ können Sie sich auch an die Polizei wenden.

Wenn sich der Verdacht einer Geldautomaten-Manipulation bestätigt, erstattet die Postbank ihren Kunden selbstverständlich den entstandenen Schaden. Nach Prüfung des Sachverhalts erfolgt die Regulierung des Schadens schnell und kundenorientiert.

Seit Sommer 2011 sind alle Postbank Cards mit der V PAY Funktionalität ausgestattet. V PAY ermöglicht in der Europäischen Union und in einigen weiteren Ländern (z. B. in der Schweiz, in Norwegen und in der Türkei) das sichere Abheben von Bargeld und das sichere Bezahlen im Handel. Beim Einsatz von V PAY werden alle Karteneinsätze über Chip und PIN autorisiert. Skimming-Schäden für unsere Kunden treten bei diesem Verfahren nicht mehr auf.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de



Käpt'n Blaubär bei der Eröffnung der Selbstbedienungs-Filiale im Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim

Sicherheit im Selbstbedienungs-Banking

Die Postbank hat einen hohen Qualitätsanspruch an die Funktionalität und Sicherheit ihrer Selbstbedienungsgeräte. Aus diesem Grund untersuchen wir kontinuierlich aktuelle Marktentwicklungen und passen unsere Produkte an die geänderten Rahmenbedingungen an. Dabei treffen wir auch präventive Vorkehrungen, um möglichen Bedrohungsszenarien entgegenzuwirken.

Im Interesse unserer Kunden investieren wir sehr viel in Sicherheitstechnik an den Geldautomaten. Dies ermöglicht uns, schnell und effektiv auf Manipulationen zu reagieren. Neben hervorstechenden

Das vielfältige Produktangebot der Postbank ist einzigartig und beinhaltet neben Girokonto, Kreditkarte und Co. auch das Postbank Gewinn-Sparen sowie den Verkauf von UNICEF-Karten zur Weihnachtszeit.

Ethische Produkte und Dienstleistungen

Postbank Giro plus

Nach wie vor bietet die Postbank, unter der Voraussetzung von 1.000 EUR monatlichem Geldeingang, mit dem Giro plus ein modernes und attraktives Privat-Girokonto zum Nulltarif an.

Das Postbank Giro plus ist übrigens dreifacher Testsieger:

- Beim renommierten ibi Website Rating wurde das Postbank Giro plus zum „Besten Online Girokonto“ gewählt.
- Auch n-tv ernennt Postbank Giro plus zum TOP-Gehaltskonto.
- Im Online-Banking-Test von CHIP überzeugte die Postbank mit Giro plus: bestes Konto.

Postbank Giro start *direkt*

Mit Postbank Giro start *direkt* bietet die Postbank allen jungen Menschen von 12 bis unter 22 Jahren ein kostenloses Girokonto an. Zusätzlich profitieren auch alle Auszubildenden und Studenten unabhängig von Alter und Dauer der Ausbildung oder des Studiums von diesem kostenlosen Konto. Zusätzlich zu den Leistungen des „Postbank Giro Basis“ ist bei diesem Angebot auch die VISA Card im ersten Jahr entgeltfrei.

Postbank Giro Basis

Mit Giro Basis – einem neuen Privatgirokonto – bietet die Postbank, ohne Berücksichtigung von finanziellen und persönlichen Verhältnissen, ein Kontomodell auf Guthabenbasis. Für 5,90 EUR/Monat erhält man unabhängig vom monatlichen Geldeingang nicht nur alle wichtigen Basisfunktionen, die eine Teilnahme am bargeldlosen Zahlungsverkehr ermöglichen, sondern verschafft sich auch zusätzliche Vorteile wie z. B.:

- kostenloses Tagesgeldkonto und auf Wunsch eine VISA Card Prepaid
- 2 Cent pro Liter Tank-Rabatt bei Shell – bis 31.03.2012
- Online- und Telefon-Banking inklusive
- kostenlos Bargeld an ca. 9.000 Geldautomaten der Cash Group und immer mehr Shell Tankstellen, in über 1.100 Postbank Finanzcentern und vielen Filialen der Post

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Zahlungsanweisung zur Verrechnung

Die Kooperation zwischen Postbank und der Bundesagentur für Arbeit (BA) wurde auch im Jahr 2011 aufrechterhalten. Durch das Auszahlungssystem mit der „Zahlungsanweisung zur Verrechnung“ (ZzV) ist die Bargeldversorgung von Leistungs-



empfängern der BA seit vielen Jahren garantiert. Die ZzV ist ein dem Barscheck ähnliches Dokument, das die BA ihren Leistungsempfängern im Bedarfsfall anstatt einer Überweisung zukommen lässt.

Postbank VISA Card Prepaid

Die Postbank VISA Card Prepaid ist ein besonderes Angebot an Personen, die aus unterschiedlichen Gründen keine herkömmliche Kreditkarte erhalten können. Da es sich um eine vorbezahlte Karte handelt, ist sie ideal für junge wie ältere Menschen und praktisch für alle, die über ein begrenztes Budget verfügen. Ohne Schufa-abfrage oder Bonitätsprüfung erhält man eine universell einsetzbare Kreditkarte mit weltweiter Akzeptanz und hoher Sicherheit.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Postbank Gewinn-Sparen

Seit 2004 ist die Postbank Sozialpartner der „Aktion Mensch“ und unterstützt bei integrativen Projekten und Vorhaben in der Kinder- und Jugendhilfe.

Neben einer attraktiven, variablen und guthabenabhängigen Basisverzinsung erhält der Sparer jeden Monat risikolos einen Gewinn-Bonus. Die Höhe des Gewinn-Bonus ist abhängig von den Endziffern der Gewinnzahl der Aktion Mensch. Aus dem Gewinn-Bonus spendet die Postbank 1 % an die Aktion Mensch.

Die Gewinn-SparCard eröffnet aber auch dem Sparer diverse Vorteile. So sind z. B.

- 10 Auslandsabhebungen pro Konto und Jahr entgeltfrei
- Barabhebungen an allen Postbank Geldautomaten im Inland, in über 1.100 Postbank Finanzcentern und vielen Filialen der Deutschen Post kostenlos

- bis zu 2.000 EUR pro Kalendermonat ohne Kündigung vorschusszinsfrei verfügbar

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Spendenkonten

Als eine der größten Retailbanken Deutschlands führt die Postbank für zahlreiche gemeinnützige Organisationen Spendenkonten. Kunden können auf der Internetseite der Postbank im Bereich Nachhaltigkeit eine Vielzahl an Kontoverbindungen von Spendenorganisationen abrufen, um dann direkt über ihr Online-Banking oder auch in der Filiale eine Spende zu tätigen. In der Überweisungsmaske findet sich ein Kästchen „Spende“, welches für die Geltendmachung der Spende beim Finanzamt angekreuzt werden kann.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

UNICEF-Weihnachtskarten

Bereits seit fünf Jahren engagieren sich die Postbank und die Deutsche Post für Kinder durch den Verkauf von UNICEF-Grußkarten. Diese Aktion findet jeweils von Mitte Oktober bis Ende Dezember in über 1.000 Postbank Finanzcentern statt. Die Erlöse gehen als Spenden für UNICEF-Hilfsprojekte in rund 150 Länder und fördern Gesundheits-, Bildungs- und Kinderschutzprogramme.



„Ich habe mich sehr gefreut, dass wir den Verkauf der UNICEF-Weihnachtsgrußkarten um fast 25 % steigern konnten. So ist es in diesem Jahr möglich, einen Spendenbetrag von über 400.000 EUR an UNICEF zu überreichen. Das zeigt, dass auch mit kleinen Schritten große Ziele erreicht werden können – bei den Grußkarten und auch beim Umweltbewusstsein jedes Einzelnen an seinem Arbeitsplatz – auch deshalb bin ich Umweltbeauftragte. «

Beate Reichold, Umweltbeauftragte Ressort Filialvertrieb



1,35 Millionen EUR für die Aktion Mensch

Spenden aus dem Gewinn-Sparen fließen auch 2011 in Projekte für Menschen mit Behinderung und benachteiligte Kinder – seit 2004 spendete die Postbank weit mehr als 1 Million EUR an die Aktion Mensch.

Die Spende fließt in voller Höhe in die Aktion Mensch-Förderung von Projekten der Behindertenhilfe und -selbsthilfe. Seit 2004 hat die Postbank insgesamt 1,35 Millionen EUR für Projekte und Einrichtungen gespendet, die sich bei der Aktion Mensch um Fördermittel beworben hatten.

Mit der aktuellen Spende werden unter anderem gefördert:

- Das Integrationshotel „Grenzfall“ in Berlin, das als barrierefrei ausgebauten 3-Sterne-Haus nachhaltige Arbeitsplätze für Menschen mit und ohne Behinderung bietet. Das engagierte Team verrichtet seine Arbeit auf Augenhöhe und nach persönlichen Fähigkeiten und Möglichkeiten.
- Finanzielle Mittel erhält auch eine Koch- und Genusswerkstatt im fränkischen Erlangen, die Kindern und Jugendlichen mit und ohne Behinderung praktisches Wissen über gesunde Ernährung vermittelt. Dazu gehört das Pflanzen von Gemüse ebenso wie seine spätere gesunde Zubereitung am Herd.
- Eine Freiwilligenagentur in Magdeburg kann sich über Zuwendungen der Postbank freuen und mit dem Geld ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darin ausbilden, psychisch erkrankte Freiwillige in ihrem Engagement zu begleiten.

- Die Arbeitsgemeinschaft Behinderung und Medien konnte mithilfe der Postbank Spende verschiedene Lehr- und Lernfilme zur Alltagsbewältigung von Menschen mit Lernschwierigkeiten herstellen. Die Filme erläutern in kleinen Spielszenen sperrige Themen wie „Persönliches Budget“, „Arztbesuch“ oder „Praktikum in der freien Wirtschaft“.

„Das Miteinander von Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten kann sehr bereichernd sein. Jeder sollte die Chance bekommen, sein Potenzial zu entwickeln und so zur gesellschaftlichen Entwicklung beizutragen“, sagte Jürgen Gausepohl, Bereichsleiter Produkte bei der Postbank. „Deshalb freuen wir uns als Postbank besonders, dass wir mit unserer Unterstützung diese Projekte möglich machen können.“

Von der jährlichen finanziellen Zuwendung aus dem Postbank Gewinn-Sparen profitieren Projekte der Behindertenhilfe und -selbsthilfe sowie der Kinder- und Jugendhilfe. Für jeden Euro, den die Postbank als Gewinn-Bonus am Jahresende an die Sparer ausschüttet, spendet die Bank zusätzlich einen Cent.

„Die Postbank ist seit 2004 zu einem so wertvollen wie verlässlichen Partner für die Aktion Mensch geworden. Ihr Engagement trägt mit dazu bei, einen Prozess voranzutreiben, für den sich auch die Förderung der Aktion täglich einsetzt: für die selbstverständliche Teilhabe aller an unserer Gesellschaft. Dafür sind wir ihr dankbar“, sagte Martin Georgi, Vorstand der Aktion Mensch.

Gesellschaft | *Die Unterstützung des Bildungssektors ist für die Postbank eine wichtige Investition in den Bildungsstandort Deutschland. Neben individueller Förderung von talentierten Studierenden stand in 2011 vor allem der „Postbank Finance Award im Fokus“.*

Bildung

Postbank Finance Award 2011

Der „Postbank Finance Award“, der höchstdotierte Hochschulwettbewerb Deutschlands im Bereich „Banking & Finance“, unterstützt seit 2003 dauerhaft Forschung und Lehre. Die Schirmherrschaft des Wettbewerbs obliegt Frank Strauß, dem Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Postbank AG.

Im Rahmen des Wettbewerbs werden jährlich Lehrende und Studierende aller Fachrichtungen aus dem In- und Ausland von der Postbank eingeladen, 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.

Das Engagement der Postbank, Forschung und Lehre im Hochschul Umfeld dauerhaft zu unterstützen, wird von den Teilnehmern sehr positiv aufgenommen. Seit Bestehen des Wettbewerbs haben mittlerweile 299 Teams von 97 Hochschulen mit über 1.500 Teilnehmern am Wettbewerb teilgenommen. Die Preisverleihung erfolgt im Sommer jeden Jahres in Bonn.



Sieger-Teams des Postbank Finance Award 2011

Jahr	Thema
2003/04	Die Entwicklung des Retailbanking im Spannungsfeld von Kundenwünschen und Rentabilitätsanforderungen
2004/05	Private Altersvorsorge und Lebenszyklusstrategien: ein neues Geschäftsfeld für Banken?
2005/06	Neue Wege für das deutsche Bankensystem?
2006/07	Das optimale Informationssystem aus internen und externen Ratings für die Finanzwirtschaft
2008	Chancen und Risiken von Hedge-Fonds
2009	Lehren aus der Finanzkrise
2010	Retailbanking im Spannungsfeld zwischen kurzfristigem Verkaufserfolg und langfristigem Kundennutzen
2011	Stabilisierung der Europäischen Währungsunion und Implikationen für private Geldanlage
2012	Geldanlage bei Inflationsrisiken und politischen Risiken

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. Mit dem Thema „Stabilisierung der Europäischen Währungsunion und Implikationen für private Geldanlage“ hat die Postbank 2011 nun zum achten Mal den Preis vergeben. Insgesamt 30 Studententeams von 22 Universitäten und Fachhochschulen aus Deutschland, Österreich und Polen hatten dazu ihre Wettbewerbsbeiträge eingereicht. Fünf dieser Arbeiten wurden mit einem Preisgeld von insgesamt 100.000 EUR von einer hochkarätig besetzten Jury bei der Preisverleihung im Rheinischen Landesmuseum Bonn ausgezeichnet. Gemeinsam mit dem Medienpartner WELT 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.

Erster Sieger beim Postbank Finance Award 2011 wurde aufgrund ihrer ökonomischen Analyse der europäischen Krisen 2007-2010 ein fünfköpfiges Studierenden-Team der Johannes Gutenberg-Universität Mainz unter Leitung von Professorin Isabel Schnabel. Das Team beschäftigte sich mit dem Thema „Der Teufelskreis von Banken- und Schuldenkrisen und die Stabilität des Euro“. Professor Schnabel war stolz auf ihr Team: „Der Postbank Finance Award ist eine tolle Gelegenheit, begabten Studenten Einblicke ins wissenschaftliche Arbeiten zu geben.“

Auf dem zweiten Rang landeten Studierende der Universität Regensburg. Das Thema ihrer Arbeit ist das „potenzielle Auseinanderbrechen der Europäischen Währungsunion und die Entwicklung eines Warnsystems sowie einer Absicherungsstrategie für Euro-Anleger“. Betreut wurde das

Team von Professor Gregor Dorfleitner. „In meinen Bewerbungsunterlagen wird sich die Urkunde über den zweiten Platz beim Postbank Finance Award auf jeden Fall gut machen“, erklärt Teammitglied Winfried Weigl.

Die drei Studierenden der Hochschule Anhalt erreichten mit Professor Andreas Donner den dritten Platz. Sie beschäftigten sich mit der Frage, was passiert, wenn ein Staat bankrott ist und konzipierten eine Verfahrensordnung für eine Staatsinsolvenz: „Ein Insolvenzrecht für Staaten – Die Verfahrensordnung zur Umstrukturierung von Schulden souveräner Staaten sowie ihre Durchsetzung durch das Internationale Forum zur Schuldenumstrukturierung (IFS)“. Für diese Gruppe stand, neben der wissenschaftlich vertieften Arbeit, der Gedanke im Vordergrund, „einmal ein fundiertes Feedback von außen für die eigene Arbeit zu bekommen“.

Die Jury spricht allen Teams ein besonderes Lob aus und bedankt sich für das große Engagement und die herausragenden Arbeiten. Selbstverständlich bedanken wir uns auch bei allen anderen Teilnehmern für ihre wertvollen Beiträge und freuen uns über eine Vielzahl an teilnehmenden Teams im nächsten Jahr.

Das Wettbewerbsthema für 2012 lautet: „Geldanlage bei Inflationsrisiken und politischen Risiken“.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Konzernbotschafter-Programm

Durch das Konzernbotschafter-Programm, das seit 2009 besteht, wird in Form von Gastvorlesungen, Kaminabenden sowie durch die Begleitung von Fallstudien Praxiswissen an Studierende von ausgewählten Hochschulen, Stipendiaten sowie Mitglieder von studentischen Initiativen und Organisationen vermittelt. Führungskräfte und Spezialisten aus dem gesamten Konzern geben so ihr Wissen und ihre Erfahrungen in praxisnahen Berichten, Präsentationen und Anekdoten an die Studierenden weiter. Im Rahmen von 53 Veranstaltungen an 18 kooperierenden Hochschulen haben sich mittlerweile 26 Konzernbotschafter auf diese Weise engagiert.

Darüber hinaus veranstaltet die Postbank regelmäßig Banking-Planspiele an der Universität Bonn sowie eine eigene Fallstudie zum Thema „Großbankenfusion“ an verschiedenen Hochschulen. Die „Asset Management School“ wird exklusiv für Studierende der Schumpeter School of Business and Economics, Wuppertal, angeboten. Auf diese Weise können Studierende ihre theoretischen Kenntnisse praxisnah umsetzen.

Individuelle Förderung von talentierten Studierenden

Im Rahmen der Postbank Unternehmenskultur genießt das Thema Förderung von talentierten Mitarbeitern höchste Wertschätzung. So werden nicht nur interne Mitarbeiter gefördert, sondern auch Studierende, die durch besondere Leistungen auf sich aufmerksam gemacht haben. Als Konzern sehen wir dies als unsere gesellschaftliche Verantwortung an und unterstützen in diesem Kontext Stiftungen, studentische Organisationen und Lehrstühle sowohl finanziell als auch ideell. In Kooperation mit der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn sowie der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg finanzieren wir im Rahmen des NRW-Landesstipendiums die Förderung von insgesamt 12 talentierten Studierenden.

Darüber hinaus stehen den Stipendiaten ausgewählte Veranstaltungen wie z. B. Business-Knigge Seminare und auf Wunsch auch Karriere-Beratungsgespräche zur Verfügung. Zudem ist die Postbank bei folgenden Instituten aktiv:

- Förderer von NRW-Stipendien seit 2009
- Förder- und Kommissionsmitglied der Stiftung der Deutschen Wirtschaft e. V. (SDW) Berlin
- Förderer des Lehrstuhls für Finanzwirtschaft/BWL 1 der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn
- Förderkreismitglied des Organisationsforums Wirtschaftskongress e. V. (OFW) Köln
- Förderer des Centre of Financial Research (CFR), eines Forschungsinstituts an der Universität zu Köln, das im Bereich der Finanzmärkte unabhängige, angewandte Forschung betreibt
- Premium-Partner der Hochschule Fresenius seit 2009
- Entwicklung des Studien-Schwerpunktes „Kundenorientiertes Bankmanagement/Retail Banking“ in Kooperation mit der Hochschule Fresenius Köln im Jahr 2011

Kooperationsvereinbarungen über die Schenkung von IT-Geräten

Die Postbank hat es sich zum Ziel gesetzt, Kindern, Schülern und Jugendlichen angesichts der angespannten öffentlichen Haushalte eine adäquate IT-Ausstattung zur Verfügung zu stellen. Diese Zielgruppen sollen über ein angemessenes Handwerkszeug für ein zeitgemäßes Erarbeiten von Lerninhalten verfügen.

Bereits im Jahr 2006 hat die Postbank mit dem Schulamt der Stadt Bonn einen Kooperationsvertrag über die Schenkung von IT-Geräten geschlossen. Daneben bestehen Vereinbarungen mit einem gemeinnützigen Verein und mit Kindergärten. Hierüber werden auch bedürftige Schüler versorgt bzw. Kinder im Vorschulalter mit entsprechenden Lernprogrammen an die Schulzeit herangeführt. Die zur Verfügung gestellten Geräte umfassen Laptops, PCs, Monitore, Drucker und Scanner. Seit Beginn der Kooperationen in 2006 hat die Postbank über 2.500 Geräte gespendet, davon in 2010 ca. 390 und in 2011 ca. 340 Geräte.

Intelligentes unternehmerisches Handeln heißt für die Postbank, die Potenziale zu nutzen und zu fördern, die uns durch die Unterschiedlichkeit der Menschen und ihrer Kulturen eröffnet werden.

Integration und Dialog

„Charta der Vielfalt“

Die aktuellen Entwicklungen der Gesellschaft durch den demografischen Wandel sowie die Globalisierung bringen eine wachsende Vielfalt aller Mitmenschen mit sich. Diese Veränderungen haben insofern Auswirkungen auf das wirtschaftliche Handeln, als sich diese Vielfalt in der Belegschaft unseres Konzerns, unserer Kundenstruktur sowie unserer Geschäftspartnern widerspiegelt.



charta der vielfalt

Die Unterschiedlichkeiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter versteht die Postbank als Potenzial und Chance auch zur Steigerung ihres wirtschaftlichen und Wettbewerbserfolgs und steht dieser Vielfalt daher offen und fördernd gegenüber. Aus diesem Grund und als Zeichen nach innen und außen hat die Postbank im Herbst 2011 die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet.

Diese Charta ist eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen, die 2006 mit dem Ziel der Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Unternehmenskultur in Deutschland beschlossen wurde. Mittlerweile beteiligen sich mehr als 1.100 Unternehmen an dieser Initiative. Durch die Unterzeichnung der Charta verpflichtet sich die Postbank, diese Ziele umzusetzen und eine offene und angenehme Arbeitsatmosphäre zu schaffen, die alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren Unterschieden und Gemeinsamkeiten willkommen heißt und respektiert. Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Rasse, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, sexueller Orientierung und Behinderung toleriert die Postbank nicht.

Die Wertschätzung der unterschiedlichen Fähigkeiten und Potenziale unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter schafft für die Postbank durch neue innovative und kreative Ideen und Lösungen auch einen wirtschaftlichen Nutzen, da wir für Kunden sowie Geschäftspart-

ner weiterhin attraktiv und wettbewerbsfähig bleiben. Dabei spielt auch die Positionierung als attraktiver Arbeitgeber und das Auftreten der Postbank nach außen eine wichtige Rolle.

Neben der Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ rief die Postbank das Projekt „Gender Diversity Management“ ins Leben und hat sich damit das Ziel gesetzt, auch zukünftig Diversity Management Prozesse auszubauen, um weiterhin den vielfältigen Bedürfnissen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerecht zu werden und sich als Unternehmen weiterzuentwickeln.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Work-Life-Balance“

„IMPULS“

Die IMPULS gGmbH entsorgt im gewerblichen Bereich Altpapier, Kartonagen und Folien und führt die Materialien einer hochwertigen Wiederverwertung zu. Zusätzlich bietet der Betrieb auch eine sichere und kostengünstige Aktenvernichtung für seine Kunden.

Die BHW Bausparkasse AG ist bereits 1998 eine Kooperation mit der kommunalen „IMPULS gGmbH“ in Hameln eingegangen. Als gemeinnützige Gesellschaft verfolgt „IMPULS“ das Ziel, Langzeitarbeitslose wieder in das Berufsleben zu integrieren. Dieses Ziel wird über Qualifizierungsmaßnahmen und Kooperationen mit Unternehmen, durch die Arbeitsplätze in verschiedenen Bereichen geschaffen werden, erreicht. Von der Kooperation zwischen der BHW Bausparkasse und der IMPULS gGmbH profitieren also beide Seiten. Denn mit der Kooperation trägt BHW unmittelbar dazu bei, dass in der Hamelner Region zusätzliche Arbeitsplätze geschaffen werden und benachteiligte Bevölkerungsgruppen in das Arbeitsleben integriert werden. Wie erfolgreich dieses Konzept ist, zeigt die stetig steigende Zahl von Menschen, die wieder in den Arbeitsmarkt integriert werden konnten.

Lesen ohne Licht

Oliver Bindseil arbeitet in der Telefonvermittlung der Postbank Hannover. In seiner Freizeit rudert er und ist als Sportschütze aktiv. Übrigens: Der Mitarbeiter ist blind.

Im Büro von Oliver Bindseil piept es. Und zwar regelmäßig. Wenn der 43-Jährige das Telefon abnimmt, verstummt das Piepen. „Guten Tag, hier ist die Postbank Hannover, Vermittlung Bindseil. Wie kann ich Ihnen helfen“, sagt er, lauscht kurz und drückt ein paar Tasten. Anschließend legt er das Headset zur Seite und strahlt seine Besucher an: „Schön, dass ich Ihnen mal meine Arbeit zeigen kann.“

Dass der Mann mit der wohlklingenden Stimme blind ist, bemerkt keiner der Kunden, die in der Vermittlung der Postbank Hannover anrufen. Oliver Bindseil findet Namen und Nummern im Adressbuch seines Computers so schnell wie ein Sehender, vielleicht sogar schneller. Möglich machen das 16 Jahre Berufserfahrung als Telefonist und ein kleines Hilfsmittel, das auf den Namen Jaws hört. Jaws ist eine Software, die alle Textinhalte auf Bindseils Bildschirm in eine Blindenschrift-Zeile unterhalb der Tastatur überträgt.

Eine Maus sucht man auf seinem Schreibtisch vergebens. Dafür steht dort ein kleines, grünes Gerät, das aussieht wie eine Mini-Schreibmaschine mit sechs Tasten. „Auf dem Braille-Stenogerät kann ich kurze Notizen tippen“, erklärt er. Schreibt man etwas, spuckt das Gerät einen kleinen, mit Braille-Punkten bedruckten Papierstreifen aus. „Früher brauchte ich das häufiger“, sagt der Telefonist. „Ich habe 1988 im Postgiroamt angefangen – so hieß das ja damals noch –, in der Nachforschung gearbeitet und Reklamationsannahme gemacht.“ Die Anliegen der Anrufer tippte er damals auf der Steno-Maschine mit und übertrug die Blindenschrift anschließend mit einer normalen Schreibmaschine auf Memos, die er in die Abteilungen gab.

Heute beschränkt sich sein Job und der seines ebenfalls blinden Bürokollegen auf die reine Vermittlung. 30 bis 70 Anrufe beantworten sie pro Tag. „Es gibt keine typischen Anliegen“, erklärt Bindseil. „Es geht um Sparbücher, Kontoauszüge oder um die Rente, die noch nicht eingegangen ist. Aber meist sind das eigentlich Fälle fürs Callcenter.“ Er leitet die Gespräche oft nur weiter oder gebe Nummern raus.

Wenn Oliver Bindseil dann gegen halb vier sein Büro verlässt, wartet ein Taxi, das ihn nach Hause in seinen Heimatort bringt. „Auf dem Bahnhof hätte ich Orientierungsprobleme, weil es dort so laut ist“, sagt Bindseil. Die Lautstärke ist auch der Grund, warum er nicht ins Fußballstadion seines Vereins Hannover 96 geht, sondern die Spiele lieber am Radio verfolgt. Andere Hobbys



dagegen kann Bindseil ausüben wie ein Sehender: So rudert er jede Woche auf dem Mittellandkanal und spielt Keyboard in einer Oldie Band. Außerdem ist er Sportschütze. „Ich schieße mit einem normalen Gewehr mit einer Optronik, die Licht in Akustik wandelt. Durch einen Kopfhörer wird mir ein Piepton signalisiert – je höher der Ton, desto dichter ziele ich ins Zentrum der Scheibe.“

Dass nicht jeder weiß, wie viel Blinde zu leisten vermögen, musste Bindseil schon häufig erfahren. „Einmal, als ich mit meinem Blindenstock in der Hand draußen aufs Taxi gewartet habe, hat mich eine Frau gefragt: Wie können Sie denn überhaupt laufen?“, erinnert er sich mit einem Schmunzeln. „Da hab ich gesagt: Das kann ich Ihnen gerne erklären. Man setzt einfach einen Fuß vor den anderen.“



Erdal Sagiroglu,
Gebietsdirektor
Türkischer Vertrieb
Bundesweit

Postbank Türk
Organizasyonu Almanya
Genel Müdürü



» Guten Tag, ich komme von der Postbank. «

Postbank Finanzberatung mit besonderem Beratungsangebot für türkischstämmige Mitarbeiter.

Drei Millionen Türken und türkischstämmige Deutsche leben heute in der Bundesrepublik. Das ist eine junge, wachsende Zielgruppe, deren Kaufkraft auf ca. 20 Milliarden EUR beziffert wird. Bei Bankgeschäften schätzen Kunden dieser Zielgruppe neben bedarfsgerechter Beratung und guten Konditionen auch die Wertschätzung für ihre Kultur und Umgangsformen.

Die Postbank Finanzberatung schafft es mit einem besonderen Beratungsangebot erfolgreich, beide Wünsche zu erfüllen. In einem eigenen Team betreuen Berater türkischstämmige Kunden, welche diesen kulturellen Hintergrund teilen. „Unsere Kunden möchten richtig verstanden werden und erwarten für ihren Bedarf und ihre Probleme die passenden Lösungen“, bringt Erdal Sagiroglu, Gebietsdirektor „Türkischer Vertrieb“ die Erwartungshaltung auf den Punkt. „Unsere Finanzmanager besitzen die Kompetenz und den kulturellen Hintergrund und decken die Ziele, Wünsche und Erwartungen optimal ab“. Wenn der Finanzmanager zu ihnen nach Hause kommt, bringt er viel Zeit mit.

Die Gesprächsatmosphäre ist familiär und gastfreundlich. So kommt es häufig vor, dass Kunden bei Beratungsgesprächen gerne auch Familienmitglieder und Nachbarn dazu einladen. „Wir beraten oft mehrere Generationen in einer Familie und werden von den Eltern an die Kinder weiterempfohlen“, so Sagiroglu.

Selbst Kind von türkischen Gastarbeitern und in München aufgewachsen, hat Sagiroglu bereits in 1993 mit einem kleinen Team in Süddeutschland begonnen, zielgerichtet türkischstämmige Kunden zu beraten. Mittlerweile ist das Team auf über 100 Berater angewachsen. Aufgrund der positiven Kundenresonanz baut die Postbank Finanzberatung das Angebot jetzt sukzessive bundesweit aus.



» İyi günler, Postbank´dan geliyorum. «

Postbank Finans danışmanlığı, Türk'lere özel danışmanlık hizmeti sunuyor.

Günümüzde sayıları 3 milyonu bulan Türkve Türk kökenli Alman vatandaşı Federal Almanya'da yaşamaktadır. Bu genç, dinamik hedef kitlenin satın alma gücü yaklaşık 20 milyar EURO'dur. Anılan müşteri grubu, bankacılık hizmetlerinde ihtiyaçlara uygun danışmanlık, iyi kondisyonların sunulmasının yanı sıra yaşam tarzları ve kültürel arka planlarını dikkate alan ve değer veren kişi ve kurumsal yapılara daha fazla rağbet etmektedir.

Postbank Finans Danışmanlığı bu talepleri özel bir danışmanlık hizmeti ile başarılı bir şekilde yerine getiriyor. Özel bir ekip çalışması ile hareket eden Finans Danışmanlarımız, bu kültürü paylaşan Türk kökenli müşterilerini memnun edebilmek için özen gösteriyor. Konuya ilişkin görüşlerini açıklayan Postbank Türk Organizasyonu Almanya Genel Müdürü Erdal SAĞIROĞLU: „Müşterilerimiz iyi anlaşılacak istiyor ve ihtiyaç ve problemlerine uygun „en iyi“ çözüm önerilerini bekliyor“ dedi. Türk müşterilerinin beklentilerine de dikkati çeken Erdal SAĞIROĞLU: „Finans Danışmanlarımız konularına hakim olmalarının yanı sıra, hedef

kitlenin kültür değerlerini iyi bildikleri için müşteri amaç, dilek ve beklentilerini en iyi şekilde karşılayabilmektedirler. Finans Danışmanlarımız ev ziyaretlerinde yeterince vakit ayırabilmekte, verilen danışmanlık hizmeti ailevi bir atmosferde, misafirperver bir ortamda gerçekleşmektedir. Öyle ki, finans danışmanlığı hizmeti verilmek için ziyaret edilen aileler çoğu kez aile yakınlarını ve komşularını da davet etmektedirler“ şeklinde konuşan Erdal SAĞIROĞLU, sözlerini şöyle sürdürdü: „Bir aile ziyaretimizde birden fazla jenerasyona aynı anda danışmanlık hizmeti veriyor ve çoğu kez aile büyükleri tarafından yeni nesillere tavsiye ediliyoruz.“

Kendisi de bir Türk „Misafir işçi „ailesinin çocuğu olan ve Münih'te yetişen Erdal SAĞIROĞLU, 1993 yılında küçük bir ekip ile Güney Almanya'da başladığı, Türk kökenli müşterilere hizmet götürme hedefini büyüterek, zamanla 100 kişilik bir kadroya ulaşma başarısını göstermiştir. Müşterilerinden aldığı olumlu dönüşlerden dolayı Postbank, Türk Organizasyonunu Federal düzeyde daha etkin şekilde yaygınlaştırma kararı almış bulunuyor.

Beratung direkt vor Ort
beim Kunden

Müşteriler neredeyse
danışmanlık hizmetini
direkt orada sunuyoruz

Die Deutsche Postbank ist vielschichtig im sozialen Bereich aktiv. Unser Fokus liegt dabei auf der Unterstützung wohltätiger Institutionen. Hierzu zählen u. a. die Deutsche Welthungerhilfe, die „Aktion Mensch“ und das christliche Kinder- und Jugendwerk „Die Arche“. Eine kleine Auswahl wird im Folgenden dargestellt.

Spenden

Jährliche Weihnachtssammlung zugunsten der Welthungerhilfe

Auch im Jahr 2011 haben die Auszubildenden des Postbank Konzerns in der Vorweihnachtszeit Spenden für die Welthungerhilfe gesammelt. Die Auszubildenden baten die Mitarbeiter an den Großstandorten Bonn, Hameln, Hannover, Hamburg und Berlin mit Sammeldosen

ausgerüstet um eine Spende. Das Geld wird für ein Projekt zur Integration behinderter Kinder in den Schulalltag von Myanmar verwendet. Gemeinsam mit der Partnerorganisation „Eden Centre for Disabled Children“ baut die Welthungerhilfe vor Ort Schulen behindertengerecht um, sorgt für Unterrichtsmaterial und bildet Lehrer vor Ort in integrativer Pädagogik aus.



Seit nunmehr über 30 Jahren sammeln Auszubildende der BHW Bausparkasse AG in Hameln erfolgreich für die Deutsche Welthungerhilfe. In 2008 wurde die Aktion auf alle Standorte der Postbank ausgeweitet. Die Sammlung wird durch kreative Ideen wie zum Beispiel Schmuckverkäufe unterstützt, deren Reinerlös der Welthungerhilfe zugute kommt. Insgesamt konnten im Laufe der Jahre bereits über 400.000 EUR für Projekte der Welthungerhilfe zur Verfügung gestellt werden.

Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion – Mitarbeiter erfüllen Kinderwünsche

Im Jahr 2010 wurde erstmalig die sogenannte „Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion“ durchgeführt. Hierbei handelt es sich um eine Spendensammlung zugunsten des christlichen Kinder- und Jugendwerks „Die Arche e. V.“. In enger Abstimmung tauschten Postbank und „Arche“ die Wünsche der Kinder aus. Unter Koordination des Competence Centers „Nachhaltigkeit und Klimaschutz“ wurden hieraus durch die Auszubildenden Wunschzettel erstellt



Wir in Hamburg beteiligen uns seit zwei Jahren an der Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion. Nicht ohne Stolz kann ich berichten, dass wir sowohl in 2010 als auch in 2011 mit jeweils knapp 380 Geschenken der erfolgreichste Standort der Postbank waren. Diese gingen als Spenden an die „Arche“ in Hamburg Jenfeld, mit der wir mittlerweile auch über diese Aktion hinaus Kontakt pflegen. «

Rüdiger Schäfer, Umweltbeauftragter Standort Hamburg

und im Advent an die Weihnachtsbäume gehängt, die die Postbank jedes Jahr an ihren Standorten aufstellt. Von Ende November bis Mitte Dezember konnten sich Mitarbeiter die Wunschzettel nehmen und in Geschenke umwandeln, die sie dann bei den Auszubildenden abgaben.

Insgesamt wurden hierbei über 1.500 Geschenke von den Mitarbeitern der Postbank gespendet und konnten im Januar 2011 an die Partner-„Archen“ übergeben werden. Die Geschenke wurden unterjährig bedürftigen Kindern in den Einrichtungen der „Arche“ zum Spielen zur Verfügung gestellt und darüber hinaus bei Kinderpartys, in Spielräumen und als Geburtstagsgeschenke genutzt. Die Postbank ergänzte bei einem Besuch der „Arche“ Frankfurt die Spenden der Mitarbeiter mit einem Scheck über 30.000 EUR.

Bei der erneuten Durchführung der Aktion in 2011 konnte das Ergebnis auf über 1.600 Geschenke gesteigert werden. Im Rahmen

des Besuchs bei der „Arche“ Köln wurde zusätzlich ein Scheck über 25.000 EUR übergeben.

In zwei Jahren konnte die „Arche“ somit bereits mit über 3.100 Geschenken und 55.000 EUR gefördert werden.

Über 1,4 Mio. EUR für UNICEF seit 2007

Postbank und Deutsche Post setzten auch 2010 und 2011 ihr Engagement für Kinder fort. In über 1.000 Postbank Finanzcentern wurden von Mitte Oktober bis Ende Dezember wieder verschiedene UNICEF-Grußkarten-Sortimente angeboten – 2011 standen erstmals sechs zur Auswahl.

Den Startschuss gaben in Frankfurt 2010 die UNICEF-Patin Nina Ruge und 2011 der UNICEF-Pate Ralf Bauer gemeinsam mit Vertretern der Postbank und der Deutschen Post.



Geschenkübergabe durch Vorstandsmitglied Dr. Daberkow an die „Arche“ Frankfurt im Januar 2011



Postbank Fußballbälle für ein Schulprojekt in Burkina Faso

Ralf Bauer, UNICEF-Pate, beim Startschuss des Grußkartenverkaufs in Frankfurt



Bereits fünf Jahre in Folge dauert diese Erfolgsstory an. Im Jahr 2009 konnte mit dieser erfolgreichen Aktion die Millionengrenze geknackt werden: Durch den ehrenamtlichen Verkauf von UNICEF-Weihnachtsgrußkarten der Postbank und der Deutschen Post wurden bereits über 1 Mio. EUR bereitgestellt. Zusätzlich erreichten wir im Jahr 2010 eine Spendensumme von über 320.000 EUR und im Jahr 2011 waren es sogar über 410.000 EUR. Die Beträge sind Spenden für UNICEF-Hilfsprojekte in rund 150 Ländern und fördern Gesundheits-, Bildungs- und Kinderschutzprogramme.

Weitere 11.000 EUR konnten 2011 an UNICEF durch den Versand der UNICEF-Grußkarten an die Mitarbeiter gespendet werden.

Spenden für die Uwe Seeler-Stiftung

Bei 14 Regionaltournieren der Postbank Golf Challenge sowie dem Finale am 30. September 2011 im Golfclub Neuhof bei Frankfurt wurde für die Stiftung der Fußball-Legende Uwe Seeler ein Betrag von 15.000 EUR gespendet. Teilnehmer an den Turnieren sind neben Kunden der Postbank Vermögensberatung auch die Mitglieder des austragenden Golfclubs.

Die Stiftung unterstützt Menschen, die aufgrund ihres körperlichen, geistigen oder seelischen Zustands auf die Hilfe anderer angewiesen sind. Insgesamt hat die Postbank durch die Golfturniere bereits 75.000 EUR für die Uwe Seeler-Stiftung gesammelt.

Unterstützung für die Stiftung Deutsche KinderKrebshilfe

In 2010 wurde in Datteln das weltweit erste Zentrum für Kinderpalliativmedizin eröffnet. Hier werden unheilbar an Krebs erkrankte Kinder in ihrer letzten Lebensphase begleitet. Statt Weihnachtspräsente für ihre Kunden, entschied sich die Postbank Firmenkunden AG für eine Spende in Höhe von 35.000 EUR. Von dem Geld soll vor allem die neu eingerichtete Station „Lichtblicke“ unterstützt werden – ein kleiner Lichtblick für unheilbar kranke Kinder.

links: Uwe Seeler, eingerahmt von Markus Nonnenmacher (l.) und Joachim Strunk (r.)

rechts: Scheckübergabe an Gerd Nettekoven, Vorstand der Stiftung Deutsche KinderKrebshilfe (m.), durch Reiner Ramacher (l.) und Harald Roos (r.), Vorstände der PB Firmenkunden AG



Spende für das Kinder-Hospiz „Sternenbrücke“ in Hamburg

Im Kinder-Hospiz „Sternenbrücke“ in Hamburg erhalten unheilbar erkrankte Kinder sowie ihre Eltern und Geschwister die Gelegenheit, gemeinsam unbeschwerte Wochen zu verbringen und sich von den Herausforderungen der täglichen Betreuung zu erholen. Die Krankenkassen zahlen jedoch nur die Kosten für die Betreuung

des erkrankten Kindes. Jede Spende hilft daher, den Aufenthalt für die gesamte Familie zu ermöglichen.

Vertreter der Postbank in Hamburg und des Betriebsrats übergaben kurz vor Weihnachten 2011 eine Spende in Höhe von 9.000 EUR, die der Sternenbrücke-Geschäftsführer Peer Gent in Form eines Schecks freudestrahlend entgegennahm.



Dr. Mario Daberkow (Vorstand der Postbank, m.) mit Pastor Bernd Siggelkow (Gründer der „Arche“, l.) und Lars-Oliver Holderbach (Nachhaltigkeitsbeauftragter der Postbank, r.) mit Azubis und Mitarbeitern der Postbank sowie Kindern der „Arche“ Köln



Die Kollegen der Postbank wurden herzlich von Bernd Siggelkow (l.) empfangen

In der „Arche“ finden sie Freunde und eine Ersatz-Familie

Dr. Mario Daberkow, Vorstand IT/Operations der Postbank, und Bernd Siggelkow, Gründer des Kinderhilfswerks „Die Arche“, sprechen im Interview über die gemeinsame Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion.

Herr Daberkow, wie ist die Idee für die Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion entstanden?

Dr. Mario Daberkow: Ende 2009 kam erstmals die lose Idee einer Spendenaktion zu Weihnachten auf. Das Nachhaltigkeits-Team und ich dachten gleich an Wunschzettel von Kindern, die an den Weihnachtsbäumen in den Standorten hängen könnten. Aufgrund der erforderlichen Vorbereitung wurde das Thema auf 2010 vertagt, um das Projekt vollumfänglich und erfolgreich durchführen zu können. Im Sommer 2010 begannen dann die Vorbereitungen für die neue Sozialaktion.

Wie ist die Postbank auf die „Arche“ aufmerksam geworden?

Dr. Mario Daberkow: Nachdem der Projektplan stand, haben wir uns auf die Suche nach einem geeigneten Empfänger für die Geschenke gemacht. Maßgabe für die Umsetzbarkeit war ein Partner, der so wie die Postbank deutschlandweit aktiv ist. Auch für den Organisationsaufwand war dies von Vorteil. Das Nachhaltigkeits-Team hat diverse Spenden-Empfänger recherchiert und nach festgelegten Kriterien analysiert. Dieser Prozess war relativ langwierig, da uns bewusst war, dass die Entscheidung von Dauer sein sollte und somit Gründlichkeit erforderte. Ausschlaggebend für die „Arche“ war die Betreuung von Kindern in ganz Deutschland und das dahinterliegende Konzept.

Herr Siggelkow, was ist der Kern des „Arche“-Konzepts?

Bernd Siggelkow: Alle Kinder sind auf der Suche nach Beziehungen, auch diejenigen, die zu uns kommen. Bei ihnen zu Hause sind diese Beziehungen oft gestört. In der „Arche“ finden sie Freunde und eine Ersatz-Familie. Wir versuchen, ihnen Struktur zu geben. Zum Beispiel, indem wir sie beim Bearbeiten ihrer Hausaufgaben betreuen. Dabei haben wir keine Erwartungshaltung. Wer hier mit einer 5 in Mathe hinkommt, den versuchen wir nicht, auf eine 1 oder 2 zu bringen. Es geht zunächst um kleine Erfolgserlebnisse. Es reicht, wenn dieses Kind im nächsten Test eine 4 schreibt. In der „Arche“ müssen die Kinder nichts beweisen. Das ist unser Gegenentwurf zur grassierenden Geltungssucht in der Welt da draußen. Klar, auch bei uns werden Grenzen ausgetestet. Aber wir nehmen uns die Zeit, uns mit jedem Einzelnen zu beschäftigen. Wir versuchen, christliche Werte wie Toleranz und Nächstenliebe zu vermitteln. Aber bei uns spielen keine Worte, sondern das Leben die Hauptrolle. Kinder, die hierherkommen, haben meist kein Selbstwertgefühl und niemanden, der an sie glaubt. Wir versuchen, ihnen zu zeigen, dass wir als „Arche“ an sie glauben.

Wie ist die „Arche“ damals entstanden?

Bernd Siggelkow: Als ich Anfang der 90er Jahre als Pastor nach Berlin kam, wollte ich etwas für die dort in Armut lebenden Kinder tun. Viele haben gesagt, ich sei verrückt, in einer Wohlstandsgesellschaft wie der unseren gäbe es keine Kinderarmut. Am Anfang bin ich einfach auf Spielplätze gegangen und habe mich um einzelne Kinder gekümmert. Da war kein Erwachsener außer mir. Es hat auch niemand Beifall geklatscht, dass ich so etwas tue. Aber wenn keiner etwas tut, sieht auch keiner, dass etwas getan werden muss. Nur eine Zeitung hat von dem „verrückten Pastor aus Berlin“ berichtet. Es folgte ein TV-Bericht am 9. April 2001 in „Report Mainz“. Die Resonanz war enorm. Der Beitrag sorgte für den Durchbruch. Ich habe dann meinen Pastoren-Beruf aufgegeben und mich um den Aufbau der Organisation gekümmert. Wenig später gab uns dann der erste Armutsbericht der Bundesregierung einen weiteren Schub. Plötzlich waren wir die Experten für Kinderarmut.

Wo stehen Sie mit Ihrer Organisation heute?

Bernd Siggelkow: Wir leben nach wie vor zu 100 % von Spenden. Es ist spürbar, dass die Unternehmen in der momentanen wirtschaftlichen Situation nicht mehr so viel geben können. Um das auszugleichen, sind wir auf mehr Spendengeber angewiesen. Zum Glück funktioniert das noch ganz gut. Anstelle der monetären Zuwendungen gibt es für Unternehmen ja noch andere Möglichkeiten, sich bei uns zu engagieren. Die Postbank macht das zum Beispiel mit ihrer Weihnachtsbaumaktion vor. Inzwischen sind wir außerdem bemüht, den älteren Jugendlichen eine Chance auf einen Ausbildungsplatz zu ermöglichen. Das betrifft noch nicht viele, aber diejenigen, die wir vermitteln, erhalten bislang zu 100 % auch eine Stelle. Die Deutsche Bahn stellt uns bereits pro Jahr zwei Ausbildungsplätze zur Verfügung.

Hier könnte ich mir für die Zukunft eine noch engere Zusammenarbeit mit Industrie und Handel vorstellen.

Auszubildende sind auch bei der Postbank in erster Linie mit der Organisation der Aktion betraut. Ist das ein Stück Erziehung zu nachhaltigem und sozialem Handeln?

Dr. Mario Daberkow: Ich möchte nicht von Erziehung sprechen. Die hohe Motivation und die enorme Kreativität unserer Azubis kamen ganz aus ihnen selbst heraus. Ich bin stolz, wie begeistert die jungen Kollegen die Weihnachtsbaum-Aktion in Angriff genommen haben. Sie haben den Erfolg vom letzten Jahr sogar noch übertroffen. Dabei haben sie ein bemerkenswertes soziales Engagement bewiesen. Sie sind selbstständig auf Kollegen zugegangen und haben aktiv gehandelt. Dadurch sind sie mit der Aufgabe gewachsen. Das Tolle ist, dass sie der nachfolgenden Azubi-Generation von dem Projekt und ihren Erfahrungen berichten werden. So entsteht eine schöne Kontinuität.

Was war für Sie das eindrucksvollste Erlebnis in Zusammenhang mit der Aktion?

Dr. Mario Daberkow: Neben dem Engagement unserer Mitarbeiter und den Organisatoren der Aktion sind es immer wieder meine Besuche in den „Arche“-Standorten. Sei es nun im vergangenen Jahr in Frankfurt oder diesmal in Köln. Es herrscht dort eine bemerkenswert friedliche und positive Atmosphäre. Obwohl die Kinder aus sozialen Brennpunkten stammen und meist schwierige familiäre Verhältnisse verarbeiten müssen, blühen sie hier spürbar auf. Natürlich wird auch mal gezofft, aber die „Arche“ und deren Mitarbeiter strahlen eine Ruhe und Geborgenheit aus, die sich auf die Kinder überträgt. Das ist wirklich beeindruckend.



Kinder der „Arche“ Köln

Welche Rückmeldungen erhalten Sie von den Postbank Mitarbeitern?

Dr. Mario Daberkow: Die Resonanz im zweiten Jahr ist überraschenderweise nochmals gewachsen. Schon Mitte des Jahres kamen Anfragen, ob zu Weihnachten wieder Wunschzettel an den Bäumen hängen werden. Vom Ausmaß dieser Anteilnahme unserer Mitarbeiter sind wir total begeistert. Schließlich ist das Auseinandersetzen mit sozialer Verantwortung nicht immer einfach. Da sind viele Emotionen im Spiel. So eine Hilfsaktion lebt letztlich von ihrem regionalen Bezug und den Menschen, die sich kümmern.

Erinnern Sie sich an ein besonders außergewöhnliches Geschenk?

Bernd Siggelkow: Besonders außergewöhnlich ... Eher nicht. Aber das Kartenspiel Halli Galli und das Brettspiel Kalaha wurden wohl am häufigsten gewünscht. Besonders Kalaha ist bei den Kindern zurzeit sehr beliebt. Dabei ist es ein ganz einfaches Spiel bestehend aus einem Holzbrett mit mehreren Mulden und Holzperlen.

Was haben Sie persönlich verschenkt?

Dr. Mario Daberkow: Leider konnte ich keinen unmittelbaren Wunsch mehr erfüllen. Denn als ich ein paar Tage nach dem Start der Aktion am Weihnachtsbaum in Bonn vorbeischaute, waren schon längst alle Wünsche in guten Händen gelandet. Ich glaube, im kommenden Jahr müssen wir noch mehr Wünsche aufhängen. Dabei waren es ja schon 1.600 Stück über neun Postbank Standorte in ganz Deutschland verteilt. Ich habe mich dann stattdessen mit einer Geldspende an die „Arche“ beteiligt.

Was genau geschieht denn mit den hunderten Geschenken der Postbank Mitarbeiter?

Bernd Siggelkow: Die Geschenke sind nicht nur für Weihnachten gedacht. Wir benötigen auch über das Jahr verteilt immer wieder Geschenke, zum Beispiel für die Geburtstage der Kinder oder für Neueröffnungen von „Arche“-Standorten. In Leipzig betreiben wir keinen eigenen Standort, sind aber in Schulen aktiv. Dort haben wir eine Weihnachtsfeier organisiert, bei der viel mehr Kinder kamen, als wir dachten. Auch für solche Gelegenheiten benötigen wir zusätzliche Geschenke. Aber ich finde es gut, dass die Zusammenarbeit über diese Aktion hinausgeht. In Hamburg haben wir da ja bereits erste Ansätze. So wollte sich die Postbank 2011 an unserem Berufsinformationstag beteiligen. Leider mussten wir diese Veranstaltung aus organisatorischen Gründen absagen.

Weihnachten liegt noch nicht lange zurück, aber haben Sie schon einen Wunsch für 2012?

Bernd Siggelkow: Wie schon gesagt, würde ich mir wünschen, in Sachen Ausbildungsplätze oder Praktika noch enger mit deutschen Unternehmen zusammenzuarbeiten. Denn die Kinder müssen aus ihrem Berufswunsch eine konkrete Perspektive entwickeln können. Das ist natürlich manchmal nicht einfach. Wer Pilot werden will, dem muss ich deutlich sagen, dass dies mit einem Hauptschulabschluss nicht funktionieren wird. Dann wäre es gut, ihm gleichzeitig neue Ideen an die Hand geben zu können.

Und welche Schritte gegen Kinderarmut wünschen Sie sich von der Politik?

Bernd Siggelkow: Das, was wir bei der „Arche“ machen, ist eigentlich eine Pflichtaufgabe des Staates, der er aber nicht nachkommt. Alle Pläne der Politik zur Verbesserung der Situation von Kindern in Armut beziehen sich auf eine Generation, die jetzt erst geboren wird. Was aber passiert mit den Kindern, die jetzt neun, zehn oder zwölf Jahre alt sind? Bis Gesetze umgesetzt werden und Fuß fassen, vergeht meist eine ganze Legislaturperiode. Ein sechs-

jähriges Kind ist dann zehn Jahre alt. Und diese Versäumnisse der Grundschulzeit aufzuholen, ist ungemein schwierig und eine große Herausforderung für unsere Familienpolitik. In zehn Jahren ist unser Sozialstaat nicht mehr in der Lage, das zu leisten, was er heute noch kann. Dabei geht es nicht nur um die direkten Sozialhilfeempfänger. Auch die sozialen Einrichtungen verlassen sich auf das, was ihnen der Staat zuteilt. Wir müssen daher noch stärker auf Drittmittel aus der Wirtschaft zurückgreifen.

„Die Arche“ – christliches Kinder- und Jugendwerk e.V.

„Die Arche“ bietet in ihren Einrichtungen den Kindern täglich kostenlos eine vollwertige, warme Mahlzeit, Hausaufgabenhilfe, sinnvolle Freizeitbeschäftigungen mit Sport und Musik und vor allem viel Aufmerksamkeit. Die „Arche“ hat es sich zudem zur Aufgabe gemacht, öffentlich auf Defizite in unserer Gesellschaft hinzuweisen, damit Kinder wieder vermehrt im Mittelpunkt stehen.

Dazu sucht die Leitung der „Arche“ auch den Dialog mit Wirtschaft und Politik und bringt darin die Erfahrungen aus ihrer Arbeit mit ein. Für sein Engagement wurde Bernd Siggelkow, der das christliche Kinder- und Jugendwerk 1995 in Berlin gründete, mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet. Mittlerweile ist „Die Arche“ an zehn Standorten in Deutschland aktiv und erreicht über 2.000 Kinder und Jugendliche. Die Eröffnung weiterer Einrichtungen ist in Planung, denn der Bedarf ist leider enorm.



Siggelkow (m.) und Dr. Daberkow (r.) im Gespräch



Siggelkow und Dr. Daberkow beim Tischfußball-Spiel mit Kindern der „Arche“ Köln

Den demografischen Wandel als eine Herausforderung aktiv annehmen – das praktiziert die Postbank durch unterschiedliche Projekte wie beispielsweise die Neueinrichtung des Kundenbeirats.

Demografischer Wandel



In Hameln ließ die BHW Bausparkasse im Jahre 1973 ein zweckmäßiges und kindgerechtes Gebäude errichten, das seitdem vom DRK als Kindergarten betrieben wird. Eine Vereinbarung besagte, dass 100 Plätze in 4 Gruppen eingerichtet werden, von denen ursprünglich 70 % für BHW Mitarbeiter reserviert waren. Aufgrund des demografischen Wandels haben sich die Verhältnisse auch in der Kinderbetreuung verändert. Heute gibt es vier Gruppen mit insgesamt noch 83 Kindern, von denen lediglich 21 Eltern haben, die bei BHW bzw. der Postbank tätig sind. «

Ernst-August Solle, Umweltbeauftragter Standort Hameln

Vortragsreihe „Altern bewegt“

Fast 1.000 Kunden haben die Vortragsreihe „Altern bewegt“, die die Postbank im Jahr 2011 in 10 verschiedenen Städten mit jeweils 3 Veranstaltungen durchführte, besucht.

99 % der Teilnehmer gaben den Vorträgen „Älter werden – aktiv bleiben“, „Das Alter kommt auf meine Weise“ und „Erben & Vererben“ die Schulnoten „sehr gut“ bzw. „gut“.

Unter den Teilnehmern waren auch 27 Mitglieder des Kundenbeirats, die die Vortragsreihe begleitet haben. Der Kundenbeirat sprach die Empfehlung aus, die Veranstaltungsreihe mit neuen altersspezifischen, aber auch gesellschaftspolitischen Themen fortzusetzen.

„Service-Terminals 50+“

Die im letzten Jahr in den Postbank Finanzcentern flächendeckend eingeführten Service-Terminals sind jetzt für die Kunden leichter und verständlicher zu bedienen. Das ist das Ergebnis eines umfangreichen Automatentests, den die Abteilungen SB Banking und Zielgruppenmanagement in Zusammenarbeit mit dem Kundenbeirat durchgeführt haben. 18 Testpersonen der Kundengruppe 50+ ließen sich dazu den Kontostand anzeigen, führten Überweisungen manuell und mittels Belegscanner durch. Zudem wurden Daueraufträge geändert sowie Kontoauszüge ausgedruckt und somit alle Funktionalitäten der Terminals getestet.



Auf Basis der Testergebnisse und der in diesem Zusammenhang ausgesprochenen Empfehlungen wurden Oberflächendesign und Menüführung optimiert. Die Ansprache wurde vereinfacht und damit verständlicher, die Bildschirmmasken und die Anordnungen der Buttons optimiert sowie neue Animationen implementiert. Durch Entfernung entbehrlicher Masken gelang es schließlich auch, die Ablaufgeschwindigkeit spürbar zu erhöhen.

Initiative „Internet erfahren“

Das Internet bringt dem Kunden die Bank ins Haus. Davon können besonders ältere und mobilitätseingeschränkte Menschen profitieren. Auf diese Gedanken aufbauend hat die Postbank beschlossen, die Initiative „Internet erfahren“ mit dem Ziel, dass viele ihrer Kunden den Wert des Internets erkennen, nicht nur im Berichtsjahr, sondern auch darüber hinaus fortzuführen.

Unter der Schirmherrschaft von Frau Prof. Dr. Ursula Lehr und mit der Deutschen Bahn als Partner engagierte sich die Postbank 2011 mit einem Patenprogramm und drei Aktionstagen unter dem Motto: „Kunden helfen Kunden“. Durch aktive Ansprache wurden „Paten“ und „Patenkinder“ aus der Zielgruppe der über 60-Jährigen in Tandems zusammengeführt. Via Mailing bzw. online Nachrichtenbox wurden die ersten Impulse an 50.000 Girokunden (ab 60 Jahre) in den Stadtgebieten Köln, Bonn und Hamburg gesetzt.

Zwischen April 2010 und Mai 2011 wurden dann die Aktionstage in Bonn und Hamburg unter Teilnahme von fast 400 Personen (davon jeweils 50 % potenzielle Paten und jeweils 50 % potenzielle Neulinge) durchgeführt.

Neben einer ersten Einführung in das Internet war Ziel der Zusammentreffen auch, dauerhafte Patentandems mit der Intention weiterer Treffen auf persönlicher Basis zu bilden (eine Befragung 3 Monate nach den Aktionstagen ergab, dass 75 % der Tandems noch aktiv waren und sich mindestens 5 x getroffen hatten).

Bildungskampagne „Internet Werkstatt – Meinung bilden, Mitreden können, Machen“

Wegen der abermalig erfreulichen Resonanz der Initiative „Internet erfahren“ fördert die Postbank eine im Herbst-Winter-Semester 2011/2012 gestartete, bundesweite Bildungskampagne des VHS-Verbandes zur Stärkung der Internetkompetenz.

Die VHS-Bildungskampagne „Internet Werkstatt – Meinung bilden, Mitreden können, Machen“ hat sich zum Ziel gesetzt, die kompetente Nutzung neuer und aktueller Möglichkeiten des Internets sowie nachhaltig und auf breiter Front angelegt die Medienkompetenz von Endverbrauchern zu entwickeln. Fast 500 der ca. 1.000 Volkshochschulen werden sich beteiligen und fünf modular aufbauende Sequenzen à vier Unterrichtsstunden (insgesamt 20 Stunden) anbieten. Neben der Postbank wird die Kampagne noch von Telekom, Kaspersky und Das Telefonbuch unterstützt.

Neuer Kundenbeirat für 14 Millionen Kunden

Am 11. April 2011 traf sich der neu gegründete Kundenbeirat der Postbank zu seiner Auftaktveranstaltung in Bonn. Unter der Schirmherrschaft von Dr. Michael Meyer, Vorstand Retail der Postbank, baut er auf dem 2006 eingeführten Kundenbeirat 60plus auf, der jetzt generationenübergreifend erweitert wurde.

Ziel der Postbank war es, interessierte Kunden zu finden, die ihre Bank mitgestalten wollen. Mit dem neuen Kundenbeirat möchte die Bank noch stärker auf die Belange und Wünsche der Kunden eingehen. Er besteht aus 25 Mitgliedern ab 18 Jahren, die für drei Jahre bestellt sind, um ehrenamtlich tätig zu sein. Sie wurden im Rahmen eines aufwändigen Auswahlverfahrens ausgesucht. Aus knapp 2.000 Kunden, die sich mittels eines mehrseitigen Teilnahmeformulars beworben hatten, wurden rund 400 nach statistischen Kriterien ausgewählt und in die engere Auswahl einbezogen. 110 Kunden haben dann an insgesamt 10 Workshops in 5 verschiedenen Städten teilgenommen und an Echtbeispielen die Beiratsarbeit getestet. Die finale Auswahl der Bewerber nach den Work-

shops erfolgte anhand eines Punktesystems. Für den erweiterten Beirat ließen sich 800 Kunden registrieren.

Der Beirat wird zweimal im Jahr zusammenkommen, sich inhaltlich auf operative Themen fokussieren und es somit der Postbank ermöglichen, Entscheidungen des Beirats kurzfristig umzusetzen.

In der Auftaktsitzung wurde Herr Prof. Dr. Hartmund Barth als Beiratssprecher gewählt. Für die Mitglieder der Gruppe 60plus übernimmt Prof. Dr. Dr. h. c. Ursula Lehr, renommierte Gerontologin und Bundesministerin a. D., die Schirmherrschaft. „Ich bin mir sicher, dass wir mit dem neuen Gremium kreative, offene und gestaltende Menschen



Der Kundenbeirat beim erstmaligen Treffen im April 2011



Sitzung des Kundenbeirats vom November 2011

gefunden haben“, so Retailvorstand Dr. Michael Meyer. Unterstützt wurde Meyer bei der ersten Sitzung von seinen Vorstandskollegen Hans-Peter Schmid (Filialvertrieb) und Dr. Mario Daberkow (IT/Operations). „Ich hoffe, dass wir in Zusammenarbeit mit den Vertretern der Postbank gute und kundenorientierte Lösungen auf den Weg bringen können“, fasst Barth seine klaren Erwartungen zusammen. „Auch wünschen wir uns, dass wir aktiv und frühzeitig in die Prozesse der Postbank einbezogen werden.“

Neben administrativen waren aber auch praktische Themen Bestandteil der ersten Sitzung: So diskutierten die Teilnehmer mit den Führungskräften der Postbank über konkrete Möglichkeiten, wie die finanzielle Allgemeinbildung der Kunden gefördert werden kann. Weiter wird die Postbank in Zusammenarbeit mit dem Kundenbeirat das Thema „Vollmachten“ für ihre Kunden transparenter darstellen.

„Die Postbank begrüßt täglich fast eine Million Kunden in ihren Filialen. Die Service- und Kundenorientierung konnte in den letzten Jahren schon gut entwickelt werden, trotzdem freuen wir uns auf Anregungen des neuen Kundenbeirats, wie wir noch besser werden können.“ Mit diesen Worten brachte Hans-Peter Schmid als zuständiger Filialvorstand die hohen Anforderungen an das neue Gremium auf den Punkt.



Dr. Michael Meyer (Vorstand Retail) und Hans-Peter Schmid (Vorstand Filialvertrieb) bei der 2. Sitzung des Kundenbeirats

„Postbank Erbschaftsstudie 2011“

Die in Zusammenarbeit mit dem Institut für Demoskopie Allensbach erstellte „Postbank Erbschaftsstudie 2011“ erbringt spannende Ergebnisse und gibt einen in dieser Form bislang einmaligen Ein- und Überblick zum Thema Erbschaften in Deutschland.

Während im Jahre 1990 noch „nur“ 76 Mrd. EUR vererbt wurden, lag das Volumen 2011 schon bei 233 Mrd. EUR und wird, wenn man den Berechnungen glauben schenken darf, 2020 rund 330 Mrd. EUR betragen. Auch die Finanzverwaltung profitiert nicht unerheblich davon – seit 1990 wuchsen die jährlichen Einnahmen aus Erbschaftsteuern von ca. 1,6 Mrd. EUR auf (prognostizierte) 4,6 Mrd. EUR in 2012.

Nie zuvor wurde also in Deutschland so viel vererbt wie gegenwärtig. Doch wen erreichen diese Erbschaften? Wo leben die Erben, wie alt sind sie, und sind es eher Frauen oder Männer? Wie werden die Erbschaften verwendet? Antworten auf diese Fragen geben amtliche Statistiken nicht her.

Anlass für die Postbank, hierzu eine bundesweit repräsentative Studie in Auftrag zu geben deren Resultate im Wesentlichen zu den nachstehenden zehn Kernaussagen zusammengefasst werden können:

1. Die Deutschen sind mehrheitlich ein Volk von Erben! Denn jeder Dritte hat schon mindestens einmal geerbt und jeder vierte erwartet bereits ein Erbe!
2. Der Wert des geerbten Vermögens ist in Westdeutschland deutlich höher als in Ostdeutschland! Im Westen haben 19 % aller Erbschaften einen Wert von mehr als 100.000 EUR. Im Osten nur knapp 3 %!
3. Am meisten wird Geld geerbt (75 %), vor Immobilien (38 %) und Möbeln (34 %)!
4. Mit weitem Abstand wird am häufigsten von den Eltern geerbt (75 %)!
5. Frauen erben öfter als Männer! Da Frauen länger leben, sind sie überdies auch häufiger Alleinerben! Die Erben in Deutschland sind meist Mitte 40!
6. Zum Streit kommt es bei jeder 6. Erbschaft! Dies liegt daran, dass sich einige Hinterbliebene „benachteiligt fühlen“ oder „schon zuvor zerstritten waren“!
7. Gültige Testamente liegen in der Mehrzahl der Erbfälle mit 53 % vor!
8. Ein Drittel der Deutschen kennt sich zu keinem einzigen der wichtigen Begriffe bei Erbschaften aus wie etwa „Testament“, „Pflichtteil“ oder „gesetzliche Erbfolge“!
9. Nur jeder dritte Erbe in Deutschland lässt sich zur Nutzung der Erbschaft von externen Beratern außerhalb von Familie oder Bekannten beraten!
10. Die Mehrheit der Deutschen (55 %) finden Steuern auf Erbschaften „grundsätzlich nicht richtig“!

Den Traum von der Weltreise hat sich übrigens keiner der Befragten erfüllt. Meist wird die Erbschaft bei der Bank angelegt.

Postbank Studie „Altersvorsorge in Deutschland 2011“

Mittlerweile zum 9. Mal in jährlicher Folge hat die Postbank zusammen mit dem Institut für Demoskopie (IfD) Allensbach die Studie „Altersvorsorge in Deutschland“ erstellt. In der repräsentativen Umfrage dazu wurden von Allensbach im Jahr 2011 1.771 in Deutschland lebende Bürger ab 16 Jahre befragt.

Seit 2003 liefert die Postbank mit den methodisch gesicherten Ergebnissen und Erkenntnissen aus diesen Studien verlässliche Beiträge zur Diskussion der Thematik. Wie in den Berichten der vergangenen Jahre bereits hinlänglich erwähnt, ist in unserer überalternde Gesellschaft schon in einem guten Jahrzehnt von einem Verhältnis von einem Beitragszahler auf einen Rentner auszugehen. Insofern gewinnt neben gesetzlicher und betrieblicher die private Altersvorsorge zwangsläufig zunehmend an Bedeutung. Die neuen, sich in diesem Zusammenhang abzeichnenden Trends und Entwicklungen sowie Vorstellungen, Aktivitäten und Verhaltensweisen der Deutschen sind der Studie 2011/2012 zu entnehmen. Im Wesentlichen ergaben sich folgende Feststellungen:

1. Nachhaltiger Vertrauensschaden

Nach der Eskalation der Finanzkrise im Jahr 2008 und der Verschuldung vieler EU-Staaten empfinden die Deutschen aktuell eine zentrale Bedrohung ihrer Altersvorsorge: Fast jeder Zweite macht sich jetzt darüber „verstärkt Sorgen“.

Vor allem betrifft dies die Furcht vor einer Inflation, doch 3 von 10 Befragten sorgen sich auch, dass dem deutschen Staat durch hohe Zahlungen für andere EU-Länder das Geld für die staatliche Rente knapp wird.

Wie groß die Verunsicherung ist, zeigt dies: Erfragt wurde, ob und wie sich die Einstellung zur privaten Altersvorsorge seit dem Höhepunkt der Finanzkrise 2008 verändert hat: 43 % aller Berufstätigen in Deutschland fragen sich seither, „welche private Anlageform überhaupt noch Sinn macht“; mehr als ein Drittel hat inzwischen „stärkere Zweifel an der Sicherheit der privaten Altersvorsorge“. Bei insgesamt zwei Drittel aller Berufstätigen hat sich die Einstellung zur privaten Altersvorsorge in den letzten drei Jahren gewandelt.

Fast jeder Dritte glaubt, nach diesen Erfahrungen „eigentlich jetzt mehr für die private Altersvorsorge tun zu müssen“.

Aktuell glaubt jeder sechste Berufstätige, seinen Ruhestand aus eigenen Mitteln nicht mehr finanzieren zu können. Insgesamt bezeichnen 42 % der Berufstätigen ihre heutige Vorsorge als „nicht ausreichend“.

2. Der Ausbau der Altersvorsorge erlahmt

Der Anteil der Berufstätigen, die die eigene Vorsorge noch ausbauen wollen, verharrt mit 44 % auf niedrigem Niveau; 38 % haben dies ausdrücklich nicht vor. Und die tatsächlichen Ausgaben derer, die wirklich vorsorgen, sinken im Schnitt von 200 EUR monatlich in 2010 auf nun 188 EUR.

Bedenklicher ist aber: Unter den jungen Berufstätigen von 16 bis 29 Jahren fällt die Bereitschaft zur Vorsorge auf den niedrigsten je von uns gemessenen Wert. So wollten etwa im Sommer 2008, also vor der Eskalation der Finanzkrise, 65 % von ihnen vermehrt in die Altersvorsorge investieren. Jetzt sind es noch 54 %. Glatt verdoppelt hat sich gegenüber 2010 der Anteil derer, die einen weiteren Ausbau der Vorsorge ausdrücklich ausschließen. Jeder Vierte sagt dies heute – ebenfalls Rekord seit 2003.

3. Immobilien und Gold sind begehrt

Wenn auch die Bereitschaft zur eigenen Altersvorsorge erlahmt: Unter denen, die dies weiterhin vorhaben, gibt es einen klaren Top-Favoriten. Glatt 50 % mehr Berufstätige als noch 2010 planen den Bau oder Kauf einer eigenen Immobilie in den kommenden Jahren! Unter den jungen Berufstätigen springt der Anteil sogar auf 26 % – alles Rekordwerte seit Beginn der Messungen 2003. Besonders gefragt ist das Eigenheim bei denen, die schon konkret den Ausbau der eigenen Vorsorge angehen. Von ihnen will jeder Dritte in die eigenen vier Wände. Und Effekte zeigen sich schon. Im ersten Halbjahr 2011 wurden laut Statistischem Bundesamt rund ein Viertel mehr Baugenehmigungen erteilt als im Vorjahreszeitraum. Damit waren fast zwei Drittel der Gesamtzahlen von 2010 erreicht. Die eigene Immobilie gewinnt sukzessive in der Einschätzung als „ideale Form der Alterssicherung“: Inzwischen 68 % der Berufstätigen nennen hier das Eigenheim. Nur die staatliche Rente bekommt mit 74 % mehr Nennungen.

Eine Erklärung hierfür ist die dargestellte Verunsicherung im Zuge von Finanzkrise und Verschuldungssituation in Europa. Oder anders ausgedrückt: die Suche nach Sicherheit bei der Altersvorsorge. So bewerten mittlerweile 71 % der Berufstätigen, die ihre Altersvorsorge aufstocken wollen, das Eigenheim als „besonders sichere Anlageform“. Die staatliche Rente folgt mit großem Abstand und wird von 46 % der Befragten genannt.

Und: Jeder dritte Deutsche nennt nun schon Gold in Form von Barren oder Münzen als „besonders sichere Vorsorgeform“. Im Vorjahr war es noch jeder Vierte. Goldbarren und Goldmünzen stehen als Elemente der Altersvorsorge glänzend da: Glatt doppelt so viele Berufstätige wie 2010 planen, mit dem Edelmetall ihre Vorsorge auszubauen. Aktuell liegt Gold damit bereits etwas

vor einer privat abgeschlossenen Riester-Rente, Festgeldanlagen und Aktienkäufen. Dahinter steckt die Suche nach einem Wertgaranten. Denn oft wird dieser Vergleich zitiert: Im alten Rom kostete eine Toga eine Unze Gold. Für die gleiche Goldmenge gibt es auch heute einen feinen neuen Maßanzug. Langfristig beweist Gold damit Wertkonstanz. Richtig ist aber auch, dass kurzfristig heftige Schwankungen zu beobachten sind. Unter den meisten Experten ist daher unstrittig: Gold ist nur als sehr langfristige Anlage zu sehen und in kleineren Mengen der Altersvorsorge beizumischen.

4. Betriebliche Altersvorsorge gewinnt

Neben Sachwerten wie Gold oder Immobilien gibt es eine weitere Vorsorgeform, die 2011 stark in der Gunst zulegen kann: die betriebliche Altersvorsorge (bAV). Das zeigt sich quer durch die Bevölkerungsgruppen und auch dort, wo der Handlungsbedarf groß ist: bei jungen Berufstätigen, berufstätigen Frauen sowie in Ostdeutschland.

Dies mündet in konkrete Planungen: Mehr als doppelt so viele Berufstätige wie 2010 wollen nun in eine betriebliche Altersvorsorge investieren. Damit bietet sich hier ein wichtiger Ansatzpunkt, um dem Vertrauensverlust vieler Finanzanlagen zur Altersvorsorge zu begegnen. Denn allein mit Immobilien oder Gold ist eine Absicherung sicher nicht zu machen.

Leistungen aus einer privaten Riester-Rente im Alter erwarten aktuell nur 24 % der Berufstätigen. Auch die Absicht zum Auf- oder Ausbau einer Riester-Rente stagniert bei 5 %; der Goldkauf kommt hier bereits auf 6 %.

Ökologische Nachhaltigkeit



Umweltmanagementsystem | *Auch ein Finanzinstitut kann einen wirksamen Beitrag zur Bekämpfung des globalen Klimawandels leisten. Die Postbank ist sich dessen bewusst und engagiert sich im betrieblichen Umwelt- und Klimaschutz.*

Umweltleitlinie

Die Umweltleitlinie des Postbank Konzerns konkretisiert unsere Maßgaben im Hinblick auf die Umweltverantwortung. Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind Bestandteil der Unternehmenspolitik des Postbank Konzerns und fließen in geschäftspolitische Entscheidungen ein.

Der Schutz und der nachhaltige Umgang mit der Umwelt sind Werte, zu denen sich der Postbank Konzern öffentlich bekennt und für die er einsteht. Grundlage für Nachhaltigkeits- und Umweltmanagement im Postbank Konzern bilden auch weiterhin die 7 Werte, der „Code of Conduct“ und der „Supplier Code of Conduct“ sowie die Umweltleitlinie der Postbank.

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



Ich bin überzeugter Verfechter einer umweltgerechten Lebensweise. Als sich mit Einführung des Umweltmanagementsystems bei der Postbank die Gelegenheit eines entsprechenden beruflichen Engagements bot, habe ich natürlich sofort begeistert zugegriffen. Meine Kollegen versuche ich insbesondere durch mein persönliches Vorbild zu ökologisch positivem Verhalten am Arbeitsplatz zu motivieren. «

Alexander Michl, Umweltbeauftragter Ressort Retail

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

Grundprinzip 3:**Unseren Kunden umweltschonende Produkte anbieten**

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

Grundprinzip 4:**Mitarbeiter informieren und sensibilisieren**

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

Grundprinzip 5:**Umweltmanagement-Organisation aufbauen**

Die vom Gesamtvorstand der Postbank verabschiedete Umweltleitlinie gilt für alle Geschäftsbereiche der Postbank gleichermaßen. Um eine wirksame und dauerhafte Verbesserung unseres Umweltmanagements zu erreichen, wurde vom Gesamtvorstand der Postbank ein Umweltmanagementbeauftragter ernannt sowie eine geschäftsbereichsübergreifende Organisation geschaffen. In einem Umweltprogramm werden für prioritäre Handlungsfelder Ziele abgeleitet, die durch einzelne Maßnahmen dezentral umgesetzt werden. Der Gesamtvorstand wird vom Umweltmanagementbeauftragten periodisch über die Entwicklungen informiert und verabschiedet die strategische Weiterentwicklung unseres Umweltmanagements.

Grundprinzip 6:**Kommunikation aktiv und transparent gestalten**

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

Die Implementierung und Aufrechterhaltung unseres Umweltmanagementsystems stellt eine Herausforderung dar. Die erfolgreiche Zertifizierung beweist, dass die Postbank hier gute Arbeit leistet.

Zertifizierung nach ISO 14001

Ob Normen, Regelungen und Vorgaben des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 von der Postbank eingehalten bzw. befolgt werden, wird durch den Zertifizierungsgeber, den TÜV Rheinland, im Rahmen von Zertifizierungsaudits in dreijährigem Rhythmus und dazwischen durch sogenannte Überwachungsaudits regelmäßig überprüft.

Nach umfangreichen Vorarbeiten in allen Bereichen des Postbank Konzerns zum Aufbau des Umweltmanagementsystems in den Jahren 2007 und 2008 stellte sich die Postbank Anfang 2009 zunächst vorbereitend den internen Auditoren und anschließend, im Rahmen der initialen Prüfung, erstmalig den Auditoren des TÜV Rheinland. Im Anschluss an dieses erste Zertifizierungsaudit wurde der Postbank im Frühjahr 2009 erstmals die Zertifizierung nach ISO 14001 bestätigt.

Seitdem sind die wiederkehrenden Auditgespräche wesentliche Elemente im Jahreszyklus des Umweltmanagementsystems der Postbank. Einerseits dienen die internen Audits sowohl dem rechtzeitigen Erkennen von Schwachstellen und Verbesserungspotenzialen im Umgang mit Nachhaltigkeitsthemen als auch der Vorbereitung der verantwortlichen Personen auf die Gespräche mit dem TÜV. Gewissermaßen symmetrisch findet, mit entsprechendem zeitlichen Vorlauf, zu jedem externen ein korrelierendes internes Audit statt.

Darüber hinaus werden alle Großstandorte der Postbank, unabhängig ob der TÜV dort prüfen wird oder nicht, jedes Jahr einem internen Audit unterzogen. In Anerkennung der in diesem Zusammenhang tragenden Rolle der internen Auditoren hat die Postbank im Berichtsjahr auf die Ausbildung neuer und die Weiterbildung vorhandener interner Auditoren sehr großen Wert gelegt.



Seit 2011 wird auch der Standort Berlin in die Zertifizierung nach ISO 14001 einbezogen. Da ich seit 2009 interne Auditorin für das Umweltmanagement bin, war mir der Prüfungsprozess bereits bekannt. Trotzdem kommen immer wieder neue Aspekte auf, die zur Verbesserung des Systems führen. «

Angelika Knippel, Umweltbeauftragte Standort Berlin

Zur Optimierung des Prüfungszyklus wurde in 2011 nicht nur Anfang, sondern auch Ende des Jahres das komplette interne Auditprogramm durchlaufen; wobei die internen Audits Ende des Jahres bereits im Vorlauf der externen Audits 2012 erfolgten. Im Zuge der internen Audits im Januar 2011 wurden knapp zwei Dutzend Prüfungen in der Zentrale durchgeführt und die Großstandorte Berlin, Bonn, Dortmund, Frankfurt, Hamburg, Hameln und München vor Ort geprüft.

Die Gespräche im Rahmen der sogenannten Überwachungs-Audits 2011 nutzten die Prüfer des TÜV Rheinland, um neben der obligatorischen Dokumentenprüfung auch tiefere Einblicke in das Umweltmanagementsystem zu gewinnen und Erkenntnisse als Entscheidungsgrundlage zu sammeln. Inklusiv Abschlussgespräch und einem Treffen mit Herrn Stemmer, Vorstand Ressourcen, wurden 16 Auditgespräche in der Zentrale und Standortaudits in Berlin, Bonn, Dortmund und München durchgeführt, bevor im Mai 2011 die Gültigkeit der Zertifizierung bestätigt wurde.

Die Postbank setzt sich Ziele, die zur Verbesserung der Umweltauswirkungen beitragen. Die regelmäßige Überprüfung und Hinterfragung der Ziele und Ergebnisse trägt zu einer fortwährenden Entwicklung unseres Umweltmanagementsystems bei.

Umweltprogramm

Die Umweltziele und -maßnahmen werden jährlich in einem Umweltprogramm veröffentlicht und sowohl auf unserer Internetseite für jeden zugänglich, als auch im Intranet für alle Mitarbeiter kommuniziert. Neben dem großen Ziel, die CO₂-Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb bis 2012 um 20 % gegenüber 2007 zu senken, gab es für das Jahr 2011 auch viele weitere Ziele. Zur Verringerung des Dienstreiseaufkom-

mens wurden 17 Videokonferenzräume an 8 Großstandorten installiert, die seit August 2011 genutzt werden können. Außerdem wurden die Mitarbeiter im Rahmen von Umwelttagen und durch regelmäßigen Informationsaustausch über die Themen Umwelt- und Klimaschutz informiert. Für 2012 wurden einige Ziele fortgeschrieben bzw. neue gesteckt.



Als Umweltbeauftragter im Ressort IT/Operations sehe ich meine Hauptaufgabe in der Unterstützung der Fachabteilungen hinsichtlich ökologischer Fragen. Hierzu zählt auch die Festlegung von Umweltzielen für ein Kalenderjahr. Aber einen ebenso wesentlichen Schwerpunkt bildet die Umsetzung bzw. Erreichung der Umweltziele durch mein aktives Mitwirken und Monitoring. «

Norbert Hohmann, Umweltbeauftragter Ressort IT/Operations



Ergebnisse des Umweltprogramms 2011

Die Ziele des Umweltprogramms 2011 wurden weitestgehend umgesetzt. Dieses beinhaltet u. a. folgende Ziele:

- **Umweltcontrolling**
 - In 2011 wurden die standortbezogenen Kennzahlen in Bezug auf m² des jeweiligen Standorts weiter verbessert. Erstmals wurden konzernweit Kennzahlen in Bezug auf m² und Personenanzahl ermittelt.
 - Die Optimierung des Kennzahlensystems ist weiterhin ein Ziel im Umweltprogramm 2012.
- **Energie**
 - Die Postbank befindet sich auf einem sehr guten Weg, das gesteckte Ziel der Reduzierung von CO₂-Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb um 20 % bis 2012 zu erreichen. Dieses Ziel wird u. a. durch den Bezug von 100 % Ökostrom ab 01.01.2012 unterstützt.
 - Fortführung des Projekts zum Re-Design der Aufstellung von IT-Komponenten und Einhausung der Kaltgänge im Rechenzentrum Bonn. Bei optimalem Verlauf kann das Projekt in 2014 abgeschlossen werden.
 - Größtenteils Durchführung der Hauptleistungsphase aus der Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks durch HOCHTIEF Energy Management (HTEM) an den beteiligten Standorten.
 - Umsetzung diverser Einzelmaßnahmen zur Energieeinsparung (z. B. Installation von zwei neuen modularen, energiesparenden USV-Anlagen am Standort Frankfurt).
- **Beschaffung**
 - Analyse des elektronischen Einkaufssystems GeT durchgeführt. Abstimmung der Maßnahmen/Anforderungen an Deutsche Post eingeleitet.
- **Abfall/Entsorgung**
 - Optimierung des Abfall- und Entsorgungskonzepts am Standort Hameln durchgeführt.
- **Mobilität**
 - Einrichtung von Videokonferenzräumen an 8 Großstandorten, dadurch Möglichkeit zur Reduzierung von Dienstreisen.
 - Firmenwagenrichtlinie wurde überarbeitet, u. a. in Bezug auf Umweltfreundlichkeit.
 - Einladung aller Führungskräfte zum Sprintspartraining.
- **Management/Bewusstsein**
 - Das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter wurde durch verschiedene Maßnahmen gefördert, beispielsweise durch den LernClip „Umweltmanagement“, Mails zum Energiesparen und verschiedene Artikel in der bankpost.
 - Am Standort Hamburg wurde ein spezieller „Umwelttag“ durchgeführt.
 - 30 % der einsetzbaren Trainingskonzepte beinhalten eine UMS-Sequenz.
- **Produktökologie**
 - Der Anteil der Kreditkarten im Online-Verfahren sowie der SparCard *direkt* konnte erhöht werden.
 - In den neuen 277 Filialen ist ein umweltfreundliches Produktsortiment von Papier-, Büro- und Schreibwaren eingeführt worden, analog den Postbank Finanzcentern.

Bei einigen anderen Zielen 2011 war eine Umsetzung aufgrund verschiedener Gründe nicht möglich bzw. konnten diese nicht abschließend bearbeitet werden, u. a.:

- **Energie**

- Die geplante Optimierung der Klima-Anlagen durch Verzicht auf Kaltwasser-Aufbereitung am Standort Hameln unterblieb, soll jedoch im Rahmen der HTEM-Vorschläge für 2012 umgesetzt werden.
- Aufgrund der Anforderungen seitens der Postbank Systems und dem damit verbundenen Auftragsvolumen sowie dem Vollbezug eines weiteren Gebäudes am Standort Bonn war die ursprünglich geplante Zusammenlegung des Kurierdienstes von Postbank und Postbank Systems nicht umsetzbar.

- **Beschaffung**

- Die Optimierung der Darstellung des elektronischen Einkaufssystems GeT sowie die Aufnahme von weiteren umweltfreundlichen Produkten hierin konnten nicht wie geplant umgesetzt werden. Diese Maßnahmen werden 2012 weiterverfolgt.
- Gleiches gilt für die Analyse und Festlegung von Maßnahmen bzgl. GeT.

- **Mobilität**

- Beim quartalsweisen Reporting von Kraftstoffverbrauch und CO₂-Ausstoß der Firmenwagen der leitenden Angestellten konnte bisher kein standardisiertes Reporting implementiert werden.

- **Management/Bewusstsein**

- Die Durchführung von Umwelttagen erfolgte in 2011 lediglich in Hamburg. Für 2012 ist die Umsetzung an weiteren Standorten geplant.

- **Produktökologie**

- Anstelle der geplanten Umweltwoche im Postbank Filialvertrieb wurde eine Umweltaktion durchgeführt. Um auf „Der Blaue Engel“-Produkte und auch weitere umweltfreundliche Produkte aufmerksam zu machen, erhielten alle rund 1.100 Filialen Umwelt-Sets, die als kleines Geschenk an Kunden überreicht wurden.

Umweltprogramm 2012

Umweltcontrolling

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Aufbau eines Kennzahlensystems zum Umweltcontrolling in Anlehnung an die VfU-Indicators	Weitere Optimierung des Kennzahlensystems (hinsichtlich Quantifizierbarkeit, Bezugsgrößen, Kategorisierung)	ganzjährig	in Arbeit
	Erstellen eines Baumkatasters für das Grundstück der Postbank Hamburg, Überseering 26	bis 31.12.2012	neues Ziel

Energie

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Reduzierung von CO ₂ Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb um 20 % bis 2012 (Basisjahr: 2007, Bezugsgröße: Nettogeschossfläche)	Einführung/Durchführung des Projekts „Beleuchtungsoptimierung“ an zunächst fünf Großstandorten (Dortmund, Essen, Frankfurt, Karlsruhe und Leipzig) in Zusammenarbeit mit HOCHTIEF Energy Management GmbH	2. Quartal 2012	neues Ziel
	Fortführung Projekt "Re-Design" der Aufstellung von IT-Komponenten und Einhausung der Kaltgänge im Rechenzentrum Bonn	bis 2014	in Arbeit
	Einsatz von LED-Leuchten für Außenwerbung am Standort Berlin	4. Quartal 2012	neues Ziel
	Instandsetzung Fassaden- und Fensterbereiche BT A am Standort Berlin	4. Quartal 2012	neues Ziel
	Einsatz von LED-Leuchten für Außenbeleuchtung (PB-Segel) am Standort Bonn (Friedrich-Ebert-Allee, Gebäude Provinzial)	1. Quartal 2012	neues Ziel
	Untersuchung des Beleuchtungskonzepts zur Optimierung des Energieverbrauchs am Standort Dortmund (Hiltropwall)	4. Quartal 2012	neues Ziel
	Umrüstung der Fernkennzeichnung auf energieeffiziente LED-Technik am Standort Dortmund (Hiltropwall)	4. Quartal 2012	neues Ziel
	Fortführung der Optimierung des Energieverbrauches durch die Untersuchung des Beleuchtungskonzepts am Standort Essen (Kruppstraße)	4. Quartal 2012	in Arbeit
	Fortführung der Optimierung und Stabilisierung der CO ₂ -Einsparungen aus den Energie-Checks nach Eintritt in die Hauptleistungsphase am Standort Frankfurt. Erweitert um folgende Maßnahmen in 2012:	in 2012	in Arbeit
	a) Inbetriebnahme eines Blockheizkraftwerks 50KW im April 2012 b) Austausch von Heizungen in 8 Etagen c) Austausch von Außenfenstern in 6 Etagen d) Einbau von Helligkeitssensoren und Rollladensteuerungen in 12 Etagen e) Implementierung einer neuen Kältemaschine		
Fortführung der Optimierung und Stabilisierung der CO ₂ -Einsparungen aus den Energie-Checks nach Eintritt in die Hauptleistungsphase am Standort Karlsruhe	in 2012	in Arbeit	

Energie (Fortsetzung)

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
	Fortführung der Optimierung und Stabilisierung der CO ₂ -Einsparungen aus den Energie-Checks nach Eintritt in die Hauptleistungsphase am Standort Ludwigshafen	in 2012	in Arbeit
	Umsetzung der Ergebnisse aus den Energie-Checks für den Standort Hameln	in 2012	in Arbeit
	Modernisierung/Austausch des Rotationswärmetauschers am Standort Hameln zur Erhöhung des Wirkungsgrads bei der Wärmerückgewinnung	in 2012	neues Ziel
	Austausch der alten Fenster im Gebäude „Liststraße“ (Kindergarten) am Standort Hameln gegen Fenster mit Dreifachverglasung	in 2012	neues Ziel

Beschaffung

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Einkauf von umweltfreundlichen Produkten aus dem Angebot des elektronischen Einkaufssystems GeT der Deutschen Post DHL	Optimierung des elektronischen Bestellsystems GeT in Sachen Umwelt, welches dem Konzern Deutsche Postbank zur Nutzung durch die Deutsche Post zur Verfügung steht: a) Kennzeichnung von mehr GoGreen Artikeln in den Bestellkatalogen durch die Deutsche Post b) Zusätzliche Zurverfügungstellung von Katalogen mit mehr GoGreen Artikeln für die Deutsche Postbank AG als Pilot für weitere Konzerntöchter c) Optimierte Ansteuerung von GoGreen Artikeln im GeT System d) Erstellung eines Umweltreportings für den Konzern Deutsche Postbank zusammen mit der Deutschen Post e) Auswertung des Umweltreportings unter a) Ableitung von Umweltkennzahlen und Umweltzielen für das Jahr 2013 für die Deutsche Postbank AG und b) Formulierung von Anregungen für die Konzerntöchter der Postbank	2. Quartal 2012 3. Quartal 2012 4. Quartal 2012 4. Quartal 2012 4. Quartal 2012	neues Ziel neues Ziel neues Ziel neues Ziel neues Ziel
Erweiterung des Speiseangebots mit regionaler Herkunft	Analyse des elektronischen Einkaufssystems GeT (Produkte, Preise, Bestellungen) und Erörterung/Festlegung von Maßnahmen zur bevorzugten Nutzung von umweltfreundlichen Produkten Auswahl eines neuen Kantinenpächters für den Standort München auch unter der Maßgabe, beim Speisenangebot einen Fokus auf regionale Anbieter zu legen sowie die Erweiterung des Angebots an Bio-Produkten zu prüfen	4. Quartal 2012 ab voraussichtlich 3. Quartal 2012	in Arbeit neues Ziel

Abfall / Entsorgung

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Verringerung des Papierverbrauchs	Reduktion gedruckter Medien (z. B. systemhaftes Vorhalten von Formularen, Einsparung der Quartalsberichte) Verringerung der Auflage des papierhaften Geschäftsberichts (jeweils ca. 200 Seiten)	in 2012 in 2012	neues Ziel neues Ziel

Ressourcenverbrauch

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Einsparung von Verbrauchsmitteln (z.B. Spülmittel, Wasserenthärter etc.) sowie Reduzierung der Wartungskosten	Einbau einer Wasserenthärtungsanlage für die Küche des Betriebsrestaurants am Standort Bonn (Kennedyallee)	1. Quartal 2012	neues Ziel

Wasser/Abwasser

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Erfüllung der Vorgaben gemäß der neuen Trinkwasserverordnung 2011	Anpassung der Be- und Entlüfter der Trinkwasserleitungen sowie Herstellung von Abnahmestellen zur Entnahme von Wasserproben am Standort Bonn (Kennedyallee)	1. Quartal 2012	neues Ziel
Ressourcenschonender Umgang mit Wasser	Prüfen, ob eine Regenwasserzisterne am Standort Hamburg (Überseering) installiert und sinnvoll genutzt werden kann	4. Quartal 2012	neues Ziel
Umsetzung der Ergebnisse aus Druckdichtigkeitsprüfung	Mängelbehebung nach Druckdichtigkeitsprüfung der Kanalleitung an der Vorfahrt zum Bauteil A des Gebäudes Kennedyallee am Standort Bonn	3. Quartal 2012	neues Ziel

Mobilität

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Sensibilisierung der Mitarbeiter und Führungskräfte zur Reduzierung von Dienstreisen	Verringerung des Dienstreisenaufkommens durch Information der Mitarbeiter und Führungskräfte zur Nutzung der neuen Videokonferenzräume an den Großstandorten	in 2012	in Arbeit
	Prüfung des Einsatzes moderner Office-Kommunikation in der PB Firmenkunden AG zur Vermeidung von Dienstreisen	in 2012	neues Ziel
Gestaltung von nachhaltigen Anreizen bei der Auswahl eines Firmenwagens für leitende Angestellte	Kontinuierliche Erweiterung der Firmenwagenfahrzeugliste um weitere umweltfreundliche Fahrzeuge	in 2012	neues Ziel

Managementsystem/Bewusstsein

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Förderung des Umweltbewusstseins der Mitarbeiter	Durchführung von Umwelttagen an den Großstandorten	in 2012	in Arbeit
Sensibilisierung der Mitarbeiter hinsichtlich des Umweltmanagementsystems	Regelmäßige Information der Mitarbeiter zu den Themen Umwelt- und Klimaschutz	ganzjährig	in Arbeit
	Weiterer Ausbau und Etablierung des Umweltmanagementsystems in den neuen Ressorts Vertrieb und Chief Risk Office	ganzjährig	in Arbeit
Unterstützung sozialer Institutionen	Fortführung der etablierten Spendenaktionen (z. B. Sammlung zugunsten der Welthungerhilfe, Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion)	ganzjährig	in Arbeit

Produktökologie

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Angebot ökologischer Produkte und Dienstleistungen	Weitere Forcierung von Online-Produkten wie „Sparcard direkt“ und das „Online-Girokonto“ und damit verbundene Reduzierung von papierhaften Kontoauszügen	in 2012	in Arbeit
	Durchführung einer Umweltaktion in den Filialen der Postbank Filialvertrieb AG	in 2012	neues Ziel

UN erklärt 2011 zum „Internationalen Jahr der Wälder“ – BHW Bausparkasse pflanzt 1.000 Bäume in Brilon

Im Frühjahr konnten mit einer Spende der Postbank im Bezirk des Forstamts Brilon 1.000 Bäume im Rahmen der Wiederbewaldung 2011 auf einer Fläche von rund 4.000 m² gepflanzt werden. Mit dieser Anpflanzung wird die Energiebilanz durch die Bindung von rund 5.000 Tonnen CO₂ spürbar verbessert.

Auf der Fläche wurde ein Mischwald mit 700 Douglasien, 150 Bergahornern und 150 Kirschen errichtet. Mithilfe der Postbank wurde ein Mischwald gepflanzt, der die bestehenden Monokulturen ablöst und dem spürbaren Wandel bei Wetter und Klima trotzen soll.

Jeder Baum steht übrigens für die Modernisierungsmaßnahme eines Postbank Kunden, die von Juli bis September 2010 von BHW finanziert wurde. Wanderer, Spaziergänger und Anwohner profitieren so vom Energiesparwillen der BHW Kunden.

Am Montag, den 10.05.2011 haben Lars Lorsbach (Vertriebsdirektor BHW), Heinrich Schreckenberg (BHW Brilon), Jürgen Adams (Verein Bürgerwald e. V.), Franz Schrewe (Bürgermeister Stadt Brilon), Dr. Gerrit Bub (Leiter Stadtforstbetrieb Brilon) sowie Gerhard Schreiber (Waldpädagoge Stadtforstbetrieb Brilon) im Rahmen einer kleinen Feierstunde den „Postbank Wald“ feierlich eröffnet.



Vertriebsdirektor Lars Lorsmann und Franz-Heinrich Schreckenberg von der Postbank Finanzberatung pflanzen einen der letzten Bäume des BHW Waldes in Brilon.

Fernab der Zentrale in Bonn ist die Mehrzahl unserer Mitarbeiter deutschlandweit tätig. Auch dort wird nachhaltiges Engagement gelebt.

Bericht der Standorte

Beispielhaft für die Standorte der Postbank werden nachfolgend kurz die Maßnahmen und Erfolge der Standorte Hamburg und Frankfurt, insbesondere im Bereich der Ökologie, dargestellt.

Frankfurt

Am 15.11.2010 führte der Standort Frankfurt einen Umwelttag durch. Hierbei konnten sich die Mitarbeiter an sieben Infoständen zu umwelt- und nachhaltigkeitsrelevanten Themen informieren:

- **Energiemanagement am Standort**
Die Firma HOCHTIEF präsentierte die Veränderungen innerhalb des Hauses über das Energiemanagement am Standort. Die Maßnahmen, die zur Reduzierung des Energieverbrauchs realisiert wurden, haben zur Folge, dass am Standort Frankfurt der CO₂-Ausstoß um 1.500 t pro Jahr reduziert wird.
- **Wärmeschutzverglasung**
Eine Fachfirma brachte eine Fühlbox für Fenstergläser mit. Hier konnte man feststellen, wie wirksam die neueste Wärmeschutzverglasung ist. In einigen Großraumbüros wurden diese Scheiben bereits eingesetzt.
- **Abfallkonzept**
Von der Innenleitung wurde das neue Abfallkonzept vorgestellt. An Metawänden wurde gezeigt, welche Abfallstoffe wie getrennt gesammelt werden.



Wir haben unsere Mitarbeiter in Frankfurt zu den Themen Umwelt und Umweltschutz informiert. Unter anderem wurde über Maßnahmen der Postbank zur Reduzierung der CO₂-Emissionen berichtet. Des Weiteren wurden auch Beratungen über Energieeinsparmöglichkeiten und Wärmedämmung durchgeführt. Sowohl für die Organisatoren als auch die Mitarbeiter war es eine gelungene Veranstaltung. «

Werner Krüger, Umweltbeauftragter Standort Frankfurt



Standort Frankfurt



Standort Hamburg



- **GoGreen**

Die Deutsche Post Real Estate Germany, der Gebäudedienstleister der Postbank, stellte sich mit ihrem GoGreen Konzept „Ihr Partner in Sachen Umwelt und Energie“ vor. Hier erhielten die Besucher auch Informationsmaterial vom neuen Entsorgungsbetrieb.

- **Wärmebilder & Stromverbrauch von privaten Geräten**

Die Fachkraft für Arbeitssicherheit zeigte alte Leuchtstoffröhren mit hohem und neue mit geringerem Stromverbrauch. Sehr eindrücklich wurde mit einem Messgerät demonstriert, wie hoch der Stromverbrauch z. B. eines Wasserkochers ist.

- **Wärmedämmung im privaten Bereich**

Eine externe Fachfirma informierte zum Thema Energieeinsparung und Wärmedämmung. Mithilfe einer Wärmebildkamera, die jeder Besucher testen konnte, wurden z. B. Schwachstellen an Gebäuden sichtbar.

- **Beratung zum Thema Strom und Gas**

Ein Energieversorger stellte Maßnahmen zur Energieeinsparung vor. Mit Infofilmen und Prospekten wurden Beispiele gezeigt, wie im Haushalt und am Arbeitsplatz Energie eingespart werden kann.

Hamburg

Die Freie und Hansestadt Hamburg war „Umwelthauptstadt Europas 2011“. Diesen Titel hat ihr die EU-Kommission für ihre Leistungen im Umweltschutz verliehen. Um Hamburger Unternehmen zu besonderem Engagement im Umweltschutz anzuspornen, hatte die Stadt die Initiative „UmweltPartnerschaft: Projekt 2011“ ins Leben gerufen: Hamburger Unternehmen, die mindestens zwei anerkannte Maßnahmen im Umwelt- und Ressourcenschutz umgesetzt haben, konnten sich um das

begehrte Siegel „UmweltPartnerschaft Hamburg“ bewerben. Mit dem Umweltzertifikat „UmweltPartnerschaft Hamburg“ würdigt die Hansestadt Unternehmen, die im Hamburger Stadtgebiet nachweislich zur Schonung der natürlichen Ressourcen beitragen.

Die Postbank hatte ihre Bewerbung für den Standort Hamburg am Überseering 26 im Januar 2011 erfolgreich abgeschlossen.

Neben der Umweltpartnerschaft mit der Stadt Hamburg gelang es in 2011, die Energieverbräuche deutlich zu senken. Die Verbrauchsmengen für Strom, Heizung und Wasser konnten im zweistelligen Prozentbereich zurückgefahren werden. Diese Einsparungen wurden durch verschiedene Investitionen erreicht, z. B.

- **Austausch der Hard- und Software der Gebäudeleittechnik**

Dabei wurde die alte, analoge Anlage digitalisiert. Allein durch die zielgenauere Steuerung der Mengen und Zeiten konnten deutliche Verbesserungen erzielt werden.

- **Umstellung des Beleuchtungskonzepts**

Im Zuge eines neuen Beleuchtungskonzepts wurden alle Lampen und Leuchtmittel untersucht und weitgehend ausgetauscht. Auf Fluren, in Nebenräumen, in Sanitärräumen und in den Außenanlagen wurden Glühbirnen und -lampen durch Diodentechnik ersetzt. Auch in den Büroräumen war diese Technik angedacht, doch die Leuchtstärke reichte nicht aus, um die arbeitsrechtlichen Vorgaben bei Bildschirmarbeitsplätzen zu erfüllen. Deshalb wurden diese Lampen durch moderne Vorschaltgeräte und Energiesparleuchten effizienter gemacht.

- **Optimierung der Klimaanlage**

Neben der verbesserten Steuerung der Klimaanlage hinsichtlich der zeitlichen Kriterien, wurden auch die Luft- und Abluftmengen an den tatsächlichen Bedarf angepasst. Auf eine Kaltwasseraufbereitung konnte weitestgehend verzichtet werden. Ferner wurden verschiedene Lüftungskreisläufe neu geordnet und verbessert.

- **Untersuchungen der wasserführenden Rohrleitungssysteme**

Eine Untersuchung des wasserführenden Rohrleitungssystems zeigte einige kleinere Leckagen auf. Diese wurden zum einen beseitigt, zum anderen wurden digitalisierte Wasseruhren eingesetzt, um zukünftig schneller über unplanmäßige Wasserverbräuche informiert zu sein.

- **Beschaffung einer neuen Großküchenspülmaschine**

Eine kleine aber durchaus bemerkbare Maßnahme war die Beschaffung einer neuen Großküchenspülmaschine. Diese brachte gleich in dreierlei Hinsicht Einsparpotenziale. So konnten die Verbräuche an Wasser, Strom und Reinigungsmitteln um bis zu 40 % reduziert werden.

Darüber hinaus veranstaltete die Postbank Hamburg einen externen und zwei interne Informationstage:

- **Gesundheitstag**

In Zusammenarbeit zwischen Postbank und Deutsche BKK wurden zentralseitig Gesundheitstage konzipiert, die dann vor Ort entsprechend den Gegebenheiten gestaltet und mit regionalen Besonderheiten angereichert wurden. Unter dem Motto „Körper und Geist im Einklang“ fand der Gesundheitstag der Postbank Hamburg am 22. Juni 2011 statt. Neben den beiden Projekten „Fit in 15 Minuten“, hier nahmen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an Bewegungs- und Entspannungsübungen teil, und „Fit durch Food“, einer Ernährungsberatung, spielten die regionalen Kontakte eine große Rolle. Sowohl die „Arche“ Hamburg als auch die Kindertagesstätte der Pestalozzi-Stiftung präsentierten sich und zeigten die Erfolge des sozialen Engagements der Postbank.

- **Tag der offenen Tür**

An der Aktion „Hamburg – Umwelthauptstadt 2011“ beteiligte sich die Grundstückeigentümergeellschaft der City Nord mit einem Tag der offenen Tür. Alle Betriebe der City Nord öffneten am 30. Oktober 2011 ihre Türen für interessierte Besucher. Bei der Postbank Hamburg konnten wir ca. 250 Gäste begrüßen, die Fragen zu den Energieeinsparmaßnahmen stellten und an einer fachkundigen Führung durch das Haus teilnahmen.

- **Umwelttag**

Zur Information der Mitarbeiter des Hauses diente der Umwelttag am 4. November 2011. Große Plakatierungen in der Eingangshalle informierten über die verschiedenen Maßnahmen von Abfallentsorgung bis zur Zertifizierung der Postbank. Diese Plakataktion wurde durch einen Stand der Innenleitung begleitet, an dem Fragen gestellt und gern auch diskutiert wurde.

Um den Aufmerksamkeitsgrad zu erhöhen, hatte die Innenleitung ein kleines Quiz vorbereitet, in dem verschiedene Fakten von den Plakatdarstellungen und Verfahrensweisen im Hause abgefragt wurden. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigten sich ausgiebig mit der Thematik, sodass am Ende des Tages knapp 400 ausgefüllte Quizbögen vorlagen. Als Belohnung für jeden richtig ausgefüllten Fragebogen erhielt jeder Teilnehmer einen kleinen Preis.

Neben den ökologischen Aspekten beteiligt sich die Postbank Hamburg schon seit vielen Jahren an Maßnahmen der sozialen Nachhaltigkeit. In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Roten Kreuz bietet die Postbank in ihrem Hause z. B. die Möglichkeit zu Blutspenden. Im Jahre 2011 nutzen 110 Kolleginnen und Kollegen diese Möglichkeit, die Blutversorgung zu sichern.

Im ersten Stock befindet sich um die Treppenaufgänge eine Galerie, die für Kunstausstellungen genutzt wird. Zunächst stellten Talente aus dem Mitarbeiterkreis Fotos und Bilder aus. Inzwischen gibt es aber auch mehrere Künstler aus der Region und von der Kunstakademie, die die Möglichkeit einer Ausstellung gern nutzen. Im Berichtszeitraum konnten 4 Ausstellungen präsentiert werden.

Neben der Unterstützung der „Arche“ durch die Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion fand im Hause auch eine Sammlung zugunsten der Welthungerhilfe statt. Darüber hinaus steht an unserem Kinentresen immer eine Sammeldose des Betreuungswerks Post und Telekom, in die häufig Restbeträge des Wechselgelds eingeworfen werden. So konnte auch diese gemeinnützige Organisation mit etlichen Euro unterstützt werden. Im Dezember bildet der jährliche Winter-Basar immer einen kleinen Höhepunkt der Weihnachtszeit. Unter dem Tannenbaum in der Eingangshalle bieten viele Kolleginnen und Kollegen interessante Gegenstände an. In den farbenfrohen gestalteten Ständen finden sich selbst gebastelter Weihnachtsschmuck und -figuren, eingemachte Früchte, Gelees und Marmeladen bis hin zu so exotischen Dingen wie essbaren Insekten. So kann man schnell noch ein kleines Weihnachtsgeschenk kaufen und in jedem Fall ein wenig mit den Kollegen „snacken“.

Bericht des Standorts Hamburg zur Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion

Bericht des Standorts Hamburg zur Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion

Postbank Mitarbeiter in Hamburg unterstützen die „Arche“ Hamburg Jenfeld mit großer Begeisterung. Eine Mitarbeiterin hat ihre Erinnerungen an die Aktion aufgeschrieben.

Als 2010 die Aktion das erste Mal aus Bonn in die Standorte gebracht wurde, herrschte bei allen Beteiligten einhellig die Meinung „Das ist eine tolle Idee!“. Und 2011 wurde bereits im Sommer gefragt: „Wiederholen wir das?“.

Vor dem ersten Advent wurden Tannenbäume am Haupteingang und in der Kantine aufgestellt und von den Auszubildenden mit selbst gebastelten Wunschzetteln geschmückt. Die ersten Wunschzettel haben in beiden Jahren den Weg bis an den Baum nicht geschafft, denn sie wurden unseren überraschten Auszubildenden förmlich aus den Händen gerissen. Der Nachdruck ging in Produktion, sodass dann doch noch Wunschzettel die Tanne schmückten. Am nächsten Tag die große Frage, was war passiert? Waren die Weihnachtswichtel am Werk? Alle Wunschzettel waren wieder weg!

Mit Spannung erwarteten am ersten Abgabetag die Auszubildenden die ersten Geschenke. Die Mitarbeiter kamen freudestrahlend mit ihren liebevoll verpackten Geschenken an den Gabentisch. Immer wieder wurden Sätze wie diese gesagt:

- „Ich kann etwas besorgen und weiß, dass es ankommt!“
- „Das ist viel persönlicher als wenn ich eine Abbuchung auf meinem Konto sehe und nicht weiß, wieviel kommt da eigentlich an und kommt es überhaupt an?“
- „Das hilft Kindern in unserer Stadt.“
- „Das sind keine großen Wünsche, die die Kinder haben, da kann ich helfen.“

In 2010 und 2011 kam so die unglaubliche Anzahl von jeweils ca. 380 Geschenken zusammen! Diese wurden dann zum „Arche“ Standort in Hamburg Jenfeld gebracht. Die Mitarbeiter in der „Arche“ strahlten und freuten sich, denn mit dieser Menge an Geschenken hatten sie nicht gerechnet.

Diese Aktion hat allen Beteiligten viel Spaß gemacht und sehr schöne Augenblicke beschert.



Mitarbeiter bei der Geschenkeabgabe



Unsere Auszubildenden mit den gespendeten Geschenken

Ökologische Produkte und Dienstleistungen | *Es ist der Postbank ein besonderes Anliegen, nicht nur dem Bedürfnis ihrer Kunden nach ökologisch fundierten Alternativen zu entsprechen, sondern durch Gestaltung ihres Angebots an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen aktiv umweltpositive Zeichen zu setzen.*



Unser breites Produktportfolio bietet unseren Kunden die Möglichkeit ökologisch sinnvoller Produkte. Dazu zählen z. B. die Photovoltaikdarlehen sowie die Vermittlung von KfW-Darlehen. «

Alexandre Pedersen, Umweltbeauftragter Ressort Vertrieb

Immobiliengeschäft

- **Baufinanzierung**

Zum Jahresultimo 2011 lag das Gesamtvolumen laufender Baufinanzierungen bei 70,3 Mrd. EUR. Damit gehört die Postbank zu den größten Immobilienfinanzierern in Deutschland.

Kontinuierlich hat in den letzten Jahren der Anteil der Finanzierungen zu ökologisch positiven Zwecken an der Gesamtmenge zugenommen und mittlerweile ein beachtliches Niveau erreicht. Allein im Berichtsjahr wurden via BHW Bau-sparkasse 1.887 Verträge, unter Einbeziehung energieeffizienter KfW-Programme, mit einem Umfang von ca. 81 Mio. EUR abgeschlossen.

- **Immobilienmodernisierung**

Im Zusammenhang mit Themen rund um Bauen und Wohnen wird oft kolportiert, die Bundesrepublik Deutschland sei „fertig gebaut“. Unabhängig davon, inwieweit diese Aussage nun zutreffend ist, resultiert aus den bauintensiven Jahrzehnten seit Kriegsende, jährlich zunehmend, mittlerweile auch der Zwang,

ebenso intensiv und umfangreich zu modernisieren. Sowohl für den altersgerechten Umbau als auch für energetische Sanierungen bietet die Postbank nicht nur die Finanzierungen, sondern auch die relevanten Informationen. So finden sich auf der Internetseite der BHW Bau-sparkasse z. B. umfassende und detaillierte Ausführungen rund um das Thema Energieeinsparung.

Von der Geräte- und Verbrauchsanalyse (Heizung, Pumpen, Thermostate, Elektrogeräte, Strom) wird man zu „Ratgeberprogrammen“ geführt, die auf Basis der Kundenangaben Einsparungspotenziale berechnen und auch schon mögliche, standortspezifische Förderprogramme vorschlagen. Querverweise zu externen Anbietern wie z. B. Tarifrechner für Ökostrom, BAFA oder Energieberater komplettieren die Palette.

Für Modernisierungen, die maximal 30.000 EUR Fremdkapital erfordern, vergibt BHW innerhalb von 24 Stunden nach Antragseingang und ohne grundbuchliche Sicherung sogenannte Expressdarlehen.



Das Team des Postbank Finanzcenters im „Brühl 8“ in Leipzig

- **Photovoltaikdarlehen**

Ebenso wie im Vorjahr finanziert die BHW Bausparkasse die Anschaffung von Photovoltaikanlagen mittels eines besonderen Darlehensprogramms und leistet somit auch weiterhin einen Beitrag zur umweltfreundlichen Stromerzeugung aus Solarenergie.

Bei der Ausgestaltung der Verträge wird individuell darauf geachtet, dass sich die Investitionen, zunächst durch die Einspeisungsvergütungen, weitgehend von selbst tragen und gegen Ende der Laufzeit möglichst Erträge erzielt werden.

- **KfW-Darlehen**

Die BHW Bausparkasse vermittelte auch im Jahr 2011, insbesondere aus den folgenden Programmen, zinsverbilligte Darlehen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW):

- **Wohneigentumsprogramm (KfW-Programm 124)**

Das Programm 124 fördert den Kauf bzw. den Bau eines Hauses oder einer Eigentumswohnung mit einem langfristigen zinsgünstigen Darlehen. Finanziert werden damit bis zu 100 % der Gesamtkosten, maximal 50.000 EUR.

- **Wohnraum modernisieren (KfW-Programm 141)**

Das Programm 141 dient zur Modernisierung von zu Wohnzwecken genutzten Immobilien. Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs werden besonders gefördert. 732 BHW Kunden machten von dieser Möglichkeit Gebrauch und erhielten Mittel in Höhe von 24,6 Mio. EUR.

- **Energieeffizient Sanieren (KfW-Programme 151 und 152)**

Diese Programme werden für die Sanierung und den Ersterwerb eines sanierten Gebäudes oder einer Eigentumswohnung eingesetzt. Hier wurden Verträge mit 685 Kunden und einem Volumen von etwa 31,5 Mio. EUR abgeschlossen.

- **Energieeffizient Bauen (KfW-Programm 153)**

Mittel aus diesem Programm werden zum Erwerb von Energiesparhäusern verwendet. Für 470 BHW Kunden konnten 24,4 Mio. EUR vermittelt werden.



Der Baufinanzierer der Postbank



- Altersgerecht Umbauen (KfW-Programm 155)

Im Programm 155 finanziert die KfW mit zinsgünstigen Darlehen alle Maßnahmen, die Menschen unabhängig von Alter und jeglicher Einschränkung eine selbstbestimmte Lebensführung ermöglichen. 104 Kunden nahmen dieses Angebot an und beanspruchten ein Volumen von 2,6 Mio. EUR.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Fondsgeschäft

• Postbank Dynamik Klima Garant

Der inzwischen geschlossene Garantiefonds „Postbank Dynamik Garant“ wurde im Sommer 2008 zur Zeichnung angeboten. Damals investierten die Postbank Kunden 120 Mio. EUR. Am 31.12.2011 umfasste der Fonds ein Volumen von knapp 101 Mio. EUR gegenüber 95 Mio. EUR im Vorjahr. Zum Laufzeitende am 31.07.2015 besteht vollumfänglich Kapitalschutz.

Der Fonds investiert in Werte des Dow Jones EURO STOXX Sustainability Index und des Standard & Poor's Global Clean Energy Index.

Von ECOReporter.de wurde der „Dynamik Klima Garant“ als einer der erfolgreichsten nachhaltigen Aktienfonds des Jahres 2011 ausgezeichnet. Während die Mehrheit der Nachhaltigkeitsfonds teils schwere Verluste einfuhren, konnte der Fonds der Postbank seinen Wert um 7,7 % steigern.

• Vertrieb von Investments

In den Fondsempfehlungslisten für die Vermögensberater, Geschäftskundenbetreuer und Regionalcenter des Filialvertriebs befindet sich eine Abteilung mit Fonds, die schwerpunktmäßig in Ökologie und Nachhaltigkeit investieren.

Im Herbst 2011 befanden sich z. B. 8 Fonds mit unterschiedlichen ökologischen Themen in der Empfehlung.

• Wertpapierverwaltung

Nach Untersuchungen der Zeitschrift „Finanztest“ (05/2011), die die Depotkosten von 37 Angeboten für Modellkonten verglichen hatte, bietet die Postbank ihren Kunden das günstigste Filialdepot. Mit 1.648 EUR p. a. ist die Postbank um gut 900 EUR preiswerter als das zweitplatzierte Institut. Rund 9.000 EUR trennen die Postbank vom teuersten Anbieter.

Das Online Depot ist bei der Postbank übrigens, identische Nutzung unterstellt, schon für 118 EUR jährlich zu haben.

Photovoltaik-Darlehen der Postbank Leasing GmbH

Die aktuelle Fassung des „Erneuerbare Energien Gesetz“ verfolgt weiterhin das Ziel einer nachhaltigen Entwicklung und Förderung der Energieversorgung und Energiegewinnung aus erneuerbaren Ressourcen. Die aktuelle Bundesregierung hat sich zu den erneuerbaren Energien und dem ehrgeizigen Ziel, den Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energien auf 30 % zu erhöhen, bekannt. Allerdings sollen die erneuerbaren Energien sich zunehmend marktwirtschaftlichen Verhältnissen unterwerfen. Die geringere Vergütungshöhe für zukünftige Photovoltaik-Anlagen ab Anfang 2012 wird weitere Veränderungen für die Kunden mit sich bringen.

Da sich auch die Deutsche Postbank Gruppe zu einer wirksamen und dauerhaften Unterstützung langfristiger Umweltpolitik bekennt, verfügt sie insbesondere im Bereich der Objektfinanzierung mit lösungsorientierten Leasingangeboten über ein leistungsfähiges Programm zur Finanzierung von Photovoltaik-Investitionen. Die Postbank Leasing GmbH, eine 100 %ige Tochtergesellschaft der Deutsche Postbank AG, bietet ihren Kunden ein speziell auf Photovoltaik-

Anlagen zugeschnittenes Investitionsprodukt, welches sowohl den besonderen juristischen Anforderungen der Förderprogramme als auch den individuellen wirtschaftlichen Ansprüchen der Kunden entspricht. Nur bei der ausgewogenen Berücksichtigung beider Ansprüche entfaltet die Photovoltaik-Investition ihre sehr wichtige ökologische Wirkung.

Insbesondere der Mittelstand zeigt nach Untersuchungen ein immer stärkeres Interesse an der Finanzierung. Genau hier bietet die Postbank Leasing GmbH eine große Expertise im Hinblick auf Fragen zum Werk- oder Kaufvertrag oder zu den Wirtschaftlichkeitsberechnungen inkl. aller technischen Abwicklungsdetails. Somit verbindet die Deutsche Postbank Gruppe verantwortungsvolles Handeln für die Umwelt mit einer innovativen Finanzierungsform, die nicht zuletzt im Mittelstand gefragt ist.

Post-Dienstleistungen in den Postbank Finanzcentern

- **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 2010 wurden in der Postbank über 11.000, in 2011 rund 16.000 Ökostromverträge abgeschlossen.

Darüber hinaus bieten die Postbank Finanzcenter seit Februar 2009 ein umweltfreundliches Gasprodukt von LichtBlick an. Im Unterschied zu herkömmlichem Erdgas enthält dieses Gas einen Biogasanteil, der aktuell im Mittel mindestens 5 % beträgt. LichtBlick beginnt

mit dieser zunächst geringen Beimischungsquote, da es erst seit kurzem überhaupt möglich ist, Rohbiogas auf Erdgasqualität aufzubereiten. Erklärtes Ziel von LichtBlick ist es jedoch, die Beimischungsquote zu erhöhen. Hier konnten in 2010 über 5.500 und in 2011 über 5.800 Verträge vermittelt werden.

Seit 2007 werden in Postbank Finanzcentern Energiesparlampen unseres Kooperationspartners Osram angeboten. Seit Beginn der Kooperation konnten wir mit über 196.000 verkauften Energiesparlampen in den Postbank Finanzcentern einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Seit August 2009 bieten wir unseren Kunden in größeren Postbank Finanzcentern ebenfalls LED-Leuchten zum Kauf an, hier konnten wir bis zum Jahresende 2011 über 131.000 Stück verkaufen. Den Verkauf wollen wir weiter forcieren, hierbei werden wir ausschließlich Produkte anbieten, die zu einer Reduzierung des Stromverbrauchs führen.

- **Umweltfreundliche Schreibwaren**

In den Postbank Finanzcentern wurde beginnend ab dem Jahr 2004 – damals noch als Postfilialen – das Produktangebot an Papier- und Bürowaren kontinuierlich auf umweltschonend erzeugte Schreibwaren umgestellt. Darunter sind umweltfreundliche Produkte wie z. B. Briefumschläge, Versandtaschen und Kopierpapier aus Recyclingpapier, Papiere aus nachhaltiger Forstwirtschaft nach PEFC-Standard sowie über 60 Artikel, die mit dem Gütesiegel „Der Blaue Engel“ des Umweltbundesamts ausgezeichnet sind.

Im Jahr 2010 haben wir mehr als 1,4 Mio. und in 2011 rund 1,3 Mio. „Blauer Engel“-Produkte sowie in 2010 und 2011 je fast 1 Mio. umweltfreundliche Schreibwaren verkauft.



Durch eine gemeinsame Aktion mit der „Initiative pro Recyclingpapier“ informieren wir unsere Kunden auf den Einlegern von Briefumschlägen und Versandtaschen über die Themen „Der Blaue Engel“ und „Klimaschutz“. Auch unsere Kundenkopierer in den Filialen sind mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet.

- **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 2010 hat die Postbank über 689.000 und in 2011 rund 644.000 Plusbriefe und in beiden Jahren jeweils gut über 300.000 Pluspäckchen verkauft.

Green IT und Green Procurement | *Die Optimierung von Rechenzentren und Beschaffungsprozess hat zwei wesentliche positive Aspekte – sowohl für die ökologische Nachhaltigkeit als auch für die ökonomische Nachhaltigkeit können Vorteile generiert werden.*

Green IT

In der Postbank ist Green IT schon lange kein Anliegen von einigen wenigen Klimaschützern mehr, sondern Alltag. In den Rechenzentren sind die Stromkosten mittlerweile ein kritischer Erfolgsfaktor. Hierfür reicht ein Blick auf die stetig steigenden Energiepreise an den Tankstellen. Um das kontinuierliche Wachstum der Postbank als beste Retail Bank Deutschlands zu unterstützen, betreibt sie ihre innovativen Bankprodukte auf kosteneffizienten Systemen in ressourcenschonenden Rechenzentren. Damit sind die wichtigsten Stellrauben für Green IT als ökonomisches „Muss“ definiert – Rechenzentrum und Systeme.

- **Rechenzentrum**

Durch ein intelligentes Re-Design kann die Leistungsaufnahme der Klimakühlgeräte im Bonner Rechenzentrum signifikant reduziert werden. Hierfür wurde ein richtungsweisendes Projekt gestartet. Ab 2014 soll die Energieaufnahme der Klimakühlgeräte um mehr als 420 MW oder ca. 20 % pro Jahr reduziert werden.

- **Videokonferenz-Systeme**

Die Postbank ist mit ihren Niederlassungen und einem dichten Filialnetz geografisch hervorragend aufgestellt. Damit ist aber auch die Zusammenarbeit unserer Spezialisten in überregionalen Teams wichtiger denn je. Das birgt auch Nachteile. Mitarbeiter fahren oder fliegen zu gemeinsamen Sitzungen und verbringen so unproduktive Reisezeit im Auto, in der Bahn oder im Flugzeug – ökonomisch und ökologisch nur bedingt vertretbar.



Videokonferenzen sind für unsere Mitarbeiter eine tolle Möglichkeit, umweltfreundlich zu agieren. Wenn wir hier alle gemeinsam am gleichen Strang ziehen, können viele Tonnen an CO₂-Ausstoß einspart werden. «

Wolfgang Wycisk, Umweltbeauftragter Postbank Systems AG

Um die CO₂-Bilanz nachhaltig zu reduzieren, unproduktive Reisezeiten zu vermeiden und Reisekosten zu senken, hat die Postbank in ihren Niederlassungen Videokonferenzräume installiert. Videokonferenzen sind in der Postbank überall dort sinnvoll, wo es regelmäßig um Projektsitzungen, Arbeitsmeetings und Präsentationen geht. Gegenüber Telefonkonferenzen haben sie einen unschlagbaren Vorteil: Beim Reden sieht man seine Gesprächspartner, denn Mimik und Gestik entscheiden maßgeblich über den Erfolg oder Misserfolg von Sitzungen. Anstatt zu einer gemeinsamen Sitzung zu reisen, schalten sich die Mitarbeiter nun zu einer virtuellen Konferenz zusammen. Ein weiterer Schritt in eine „grüne“ Zukunft.

Green Procurement

In der Beschaffung stehen zwei Ansprüche im Vordergrund, von denen man zunächst glaubt, dass sie unterschiedlicher nicht sein können: die Ökologie und die Ökonomie. In der Philosophie der Postbank harmonisieren diese Werte sehr gut. Dies lässt sich anhand einiger Beispiele gut verdeutlichen.

Bevor überhaupt eine Geschäftsbeziehung mit einem Lieferanten zustande kommt, muss dieser den Supplier Code of Conduct der Postbank anerkennen sowie einen Umweltfragebogen ausfüllen und bestehen. In dem Umweltfragebogen wird der Lieferant gefragt, ob er nachweislich über ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem verfügt. Ist dies nicht der Fall, muss er durch Beantwortung weiterer standardisierter Fragen Auskunft darüber erteilen, in welchen Bereichen sein Unternehmen welche Umweltziele verfolgt. Die Bewertung erfolgt durch ein Punktesystem. Lieferanten, die nicht mindestens mit einem „befriedigend“ bewertet werden, werden in der Regel bei Angebots-/Auftragsverfahren nicht berücksichtigt. Handelt es sich bei dem Lieferanten um einen Monopolisten oder Spezialisten, so wird im Einzelfall in

Abstimmung mit dem auftraggebenden Fachbereich das weitere Vorgehen entschieden. U. a. wird geprüft, inwieweit eine Substitution des Lieferanten aufgrund der Nachhaltigkeitsziele der Postbank erfolgen kann.

Die Beschaffung von Wirtschaftsgütern unterliegt ebenso hohen Ansprüchen der Nachhaltigkeit. Vor der Anschaffung von IT Hardware für die Arbeitsplatzausstattung müssen die Lieferanten einen produktbezogenen Fragebogen beantworten; diese werden als Leistungsblätter „Green IT“ bezeichnet. Neben technischen Details nehmen hierbei ökologische Kriterien einen breiten Raum ein. Zum Beispiel werden Angaben zur Energie, Umwelt (bis hin zu wiederverwertbaren Verpackungsmaterialien) und umweltschutzrelevanten Zertifikaten gefordert. Ökonomisch fällt die Kaufentscheidung zugunsten des IT-Produktes, das bei gleichen Preis-/Leistungsmerkmalen die größten Nachhaltigkeitseffekte auf sich vereint.

Büro- und Geschäftsbedarf sowie weitere Verbrauchsmaterialien werden im Postbank Konzern über ein Bestellsystem (GeT) beschafft. Hier sehen wir in Bezug auf die Verfügbarkeit von umweltfreundlichen „GoGreen“-Artikeln allerdings noch Optimierungsbedarf. Auch haben wir uns vorgenommen, eine Auswahl zur Verfügung zu stellen, bei denen umweltschonende Artikel nicht teurer sind als konventionelle Produkte. Diese und weitere Verbesserungen sind in unsere Umweltziele für 2012 mit eingeflossen.

Interview mit den Umweltbeauftragten des Ressorts IT/Operations, Norbert Hohmann und Wolfgang Wycisk

Sie sind Umweltbeauftragte des Ressorts IT/Operations (IO). Wie haben Sie sich aufgestellt?

Norbert Hohmann: Aufgrund der Größe und der Komplexität des Ressorts IO sind wir zu zweit. Herr Wycisk kümmert sich um die IT, das heißt die Postbank Systems, und ich unterstütze die Operations-Einheiten. Selbstverständlich vertreten wir uns gegenseitig.

Wo liegen jeweils Ihre Schwerpunkte?

Wolfgang Wycisk: Bei uns in der IT ist der Energieverbrauch eine echte Stellschraube für einen schonenden Umgang mit unserer Umwelt. Deshalb haben wir in der IT den Stromverbrauch unserer Systeme immer im Blick. Darüber hinaus achten wir auf ein intelligentes Design unserer Rechenzentren. Studien zufolge gehen ca. zwei Drittel der verbrauchten Energie in der IT nicht zulasten der Hardware selbst, sondern zulasten des Data Centers, vor allem der Kühlung. Die Rechenzentrums-Infrastruktur muss also in Bezug auf den Energieverbrauch ebenso optimiert werden wie die Hardware. Da kann man eine ganze Menge machen.

Norbert Hohmann: Auf Seiten der Operations ist die Beschaffung ein riesiges Thema. Die Vielzahl von umweltfreundlichen Aspekten erscheint unerschöpflich. Und weil das so ist, bedarf es einer Priorisierung der Möglichkeiten mit Augenmaß. Aber auch in der Notfallvorsorge gibt es ökologische Ansätze, die wir verfolgen. Ein Beispiel ist die Reduzierung von Dienstreisen durch einen optimierten Testumfang, ohne dass der gesamte Testumfang an Aussagekraft verliert.

Wie hat das Ressort IO Einfluss auf das Umweltmanagementsystem?

Norbert Hohmann: Durch das Umweltprogramm wird das Umweltmanagementsystem zum Leben erweckt. Alle Umweltbeauftragten des Postbank Konzerns legen gemeinsam mit den zuständigen Führungskräften die Umweltziele für ein Kalenderjahr fest, die dem Postbank Vorstand zur Genehmigung zugeleitet werden. Und dann kommt die Umsetzung – zum Teil mit einer Vielzahl an Einzelmaßnahmen.

Wolfgang Wycisk: Vergessen darf man auch nicht die umfangreichen Dokumentationspflichten, die mit einer Zertifizierung des UMS einhergehen. Aufgrund von sich stetig ändernden Unternehmensstrukturen bzw. Zuständigkeiten muss immer irgendwas angepasst werden.

Hand aufs Herz – was tun Sie konkret für die Umwelt?

Norbert Hohmann: Jede Menge! Lassen Sie mich nur drei Beispiele aus der Beschaffung nennen.

1. Vor der Anschaffung von IT Hardware für die Arbeitsplatzausstattung müssen die Lieferanten einen umfangreichen Fragenkatalog beantworten, bei dem ökologische Kriterien einen breiten Raum einnehmen; diese sind in den Leistungsblättern „Green IT“ hinterlegt.

2. Alle Lieferanten, die mit dem Postbank Konzern einen Umsatz von mehr als 100.000 EUR per anno abwickeln, müssen in einem Fragebogen Auskunft über ihr Umweltmanagement abgeben. Die Bewertung erfolgt durch ein Punktesystem. Wer hier nicht mindestens die Note „3“ schafft, ist in der Regel aus dem Rennen.

3. Auch in unserem Bestellsystem GeT sehen wir noch erhebliche Optimierungsmöglichkeiten bezüglich des Angebots an umweltfreundlichen Artikeln. Hier sind wir mit der Deutschen Post als Eigner des Systems im Gespräch.

Wolfgang Wycisk: Ich habe es bereits angesprochen. Bei uns in der IT hat der sparsame Umgang mit der Ressource Strom in den Rechenzentren oberste Maxime. Gerade am Standort Bonn müssen wir hierauf besonders achten. Wir können nicht beliebig viel elektrische Leistung in unser Rechenzentrum in Bonn einführen. Baulich bedingt haben wir hier Grenzen. Vor diesem Hintergrund müssen wir äußerst diszipliniert mit der Energie wirtschaften. Dafür haben wir in Bonn extra die Stromrunde etabliert. Dies ist ein Gremium, das sich mit dem Aufbau neuer und dem Abbau alter Hardware befasst, um zu vermeiden, dass wir die kritischen Obergrenzen reißen. Zusätzlich haben wir in der Postbank Systems ein Life Cycle Management eingeführt. Dabei ist der Einsatz von energieeffizienten Lösungen eines der Hauptkriterien bei der Entscheidungsfindung.

Green IT – wie „green“ ist denn die IT der Postbank Systems?

Wolfgang Wycisk: Eines vorab: Wir sind keine ökologischen Träumer. Bei all unserem Tun handeln wir immer im Interesse der Postbank und unserer Kunden. Dabei begleitet uns in allen Vorhaben das Streben nach kostengünstigen Lösungen. Das ist enorm wichtig für unsere Wettbewerbsfähigkeit. Daher entspricht jede eingesparte Kilowattstunde an Leistung einer Gutschrift auf der Habenseite. Wir erreichen dies dadurch, dass wir uns sehr ernsthaft mit der Energieeffizienz auseinandersetzen. Beispiele hierfür gibt es genug:

- Im Rahmen einer Life Cycle Maßnahme haben wir die Tape Libraries (Anm.: Robotersysteme für die Datensicherung) ausgetauscht und konsolidiert. Dies führte zu einer Erhöhung der Energieeffizienz um mehr als 85 %.
- Mit dem bundesweiten Austausch der Telekommunikations-Anlagen für Callcenter und Office Telefonie konnten wir den Energieverbrauch im Vergleich zu der alten Lösung um über 28 % senken. Auch diese Maßnahme wurde im Rahmen eines Life Cycles durchgeführt.
- Auch in den Rechenzentren gibt es ein großes Spektrum an Handlungsfeldern. Ein Beispiel: 2014 planen wir die Umluftkühlgeräte im Bonner Rechenzentrum zu erneuern. Zur Vorbereitung hierfür haben wir das Projekt „Einhausung Kaltgänge“ aufgesetzt. Nach Abschluss des Projekts können wir jede Zelle im Rechenzentrum mit vier anstatt wie bisher mit fünf aktiven Umluftkühlgeräten klimatisieren. Dadurch werden wir die benötigte Redundanz schaffen, um im laufenden Betrieb ein Kühlgerät nach dem anderen auszutauschen und so 20 % – oder anders ausgedrückt – mehr als 45.000 EUR pro Jahr an Energie einzusparen.

War's das schon?

Wolfgang Wycisk: Ich kann die Aufzählung beliebig fortsetzen. Nehmen wir einfach mal die Projekte für die Netzwerk-Virtualisierung in der Postbank. Hierbei ging es um die Implementierung eines neuen Netzwerks auf Basis der MPLS Technologie (Anm.: Multi-Protocol-Label-Switching). Diese Technologie besitzt die optimalen Eigenschaften, um den hohen Anforderungen der Postbank IT zu entsprechen und auch die Strombilanz deutlich zu verbessern. Durch den Einsatz des neuen Netzwerks haben wir den Stromverbrauch in den betroffenen Bereichen um mehr als 100.000 EUR pro Jahr gesenkt.

Norbert Hohmann: Stichwort Energieeinsparung: Jede Dienstreise, die man vermeiden kann, hilft der Umwelt. Deshalb haben wir 17 Räume an den großen Standorten mit Videokonferenzen ausgestattet. Dadurch sparen wir nicht nur Kraftstoff, sondern auch Reisezeit, die die Kollegen sicherlich sinnvoller einsetzen können.

Wie geht es denn weiter im Umweltschutz?

Wolfgang Wycisk: In der IT werden wir in allen Vorhaben auf den Einsatz energieeffizienter Lösungen achten, denn jede nicht benötigte Kilowattstunde an Strom ist einfach nur gut für die Umwelt.

Norbert Hohmann: Auf Seiten der Operations legen wir unser Hauptaugenmerk auf die Optimierung des Bestellsystems GeT. Wir wollen das Angebot an umweltfreundlichen Produkten weiter ausbauen, verbunden mit dem Ziel, dass diese nicht teurer sind als die konventionellen Artikel.

Schöne Worte. Wer prüft eigentlich, ob das stimmt?

Norbert Hohmann: Die Postbank hat ihr Umweltmanagementsystem nach DIN ISO 14.001 zertifiziert. Die Einhaltung dieser Norm überprüft bei uns jährlich der TÜV Rheinland.

Interessant! Wo können sich die Mitarbeiter informieren?

Norbert Hohmann: Hier gibt es mehrere Quellen. Hervorzuheben sind die Publikationen für unsere Kunden, die im Internet veröffentlicht sind. Hier wird ausführlich darüber informiert, was die Postbank im Bereich Nachhaltigkeit unternimmt. Zusätzlich enthält das Organisationshandbuch der Postbank im Intranet die wesentlichen Punkte zu unserem Umweltmanagementsystem.

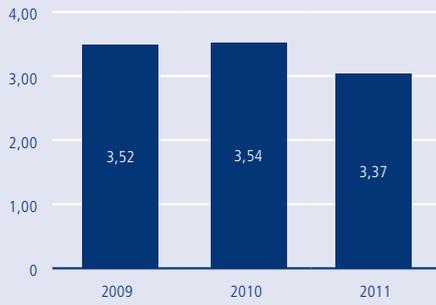
Wolfgang Wycisk: Darüber hinaus werden interessante Themen intern im Newsletter „IO im Dialog“ oder in der bankpost veröffentlicht. Auch kann ich jedem Mitarbeiter nur empfehlen, den LernClip „Umweltmanagement“ einmal durchzuarbeiten.

Umweltbilanz | Die Offenlegung und Überprüfbarkeit der Umweltdaten sind der Grundstein für eine zielgerichtete Entwicklung.

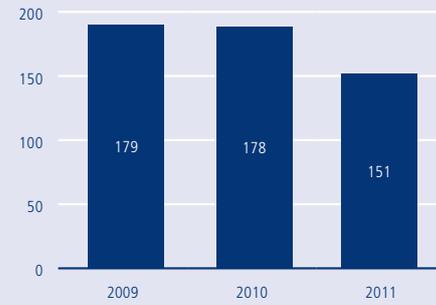
Umweltbilanz der Postbank				
	2009	2010	2011	
CO₂-Emissionen (in t) ¹⁾				
Gesamt	73.503	72.000	64.901	
• davon Scope 1 – direkte THG-Emissionen ²⁾	5.186	5.500	3.841	
• davon Scope 2 – indirekte THG-Emissionen	53.702	53.445	46.799	
• davon Scope 3 – sonstige indirekte THG-Emissionen ³⁾	14.615	13.055	14.261	
CO ₂ -Emissionen je Mitarbeiter (t/FTE)	3,52	3,54	3,37	
CO ₂ -Emissionen pro Nettogeschossfläche (t/m ²)	0,05	0,05	0,05	
Energieverbrauch Gebäude (in MWh)				
Gesamtverbrauch (Strom, Fernwärme, Gas, Heizöl) ¹⁾	250.096	253.317	212.140	
• Anteil Strom ¹⁾	128.067	119.172	109.570	
davon Strom an 21 Groß-Standorten ⁴⁾	69.225	62.662	57.867	
davon aus erneuerbaren Energien (%)	86	86	86	
• Anteil Fernwärme	96.425	106.986	83.626	
davon Fernwärme an 17 Groß-Standorten	52.122	56.254	44.165	
• Anteil fossiler Treibstoffe in Gebäuden	25.604	27.159	18.944	
davon fossile Treibstoffe in Gebäuden an 4 Groß-Standorten	13.840	14.280	10.005	
Energieverbrauch je Mitarbeiter (kWh/FTE)	11.991	12.441	11.031	
Energieverbrauch pro Nettogeschossfläche (kWh/m ²)	179	178	151	
Geschäftsreisen (in 1.000 km)				
Gesamt Geschäftsreisen	44.876	55.516	59.207	
• Bahnreisen	nicht erfasst	13.870	12.923	
• über Straße mit Firmenfahrzeugen ⁵⁾	34.796	31.645	36.063	
• Kurzstreckenflüge ⁶⁾	8.740	8.403	8.949	
• Langstreckenflüge ⁶⁾	1.340	1.598	1.271	
Geschäftsreisen je Mitarbeiter (km/FTE)	2.152	2.727	3.079	
Gesamt Kraftstoffverbrauch (in l)	2.680.348	2.437.608	2.506.000	
• davon Benzin	122.280	0	0	
• davon Diesel	2.558.068	2.437.608	2.506.000	
Kraftstoffverbrauch pro Mitarbeiter (l/FTE)	129	120	130	
Sonstiges				
Wasser (m ³) ⁷⁾	370.126	378.084	365.658	
Wasserverbrauch je Mitarbeiter (m ³ /FTE)	17,7	18,6	19,0	
Abfall (t) ⁸⁾	7.602	5.940	6.592	
• davon wiederverwertet (%)	56	64	55	
Abfall je Mitarbeiter (t/FTE)	0,364	0,292	0,343	
Papierverbrauch (t) ⁹⁾	992	845	881	
• davon FSC (%)	98	98	98	
• davon Recyclingpapier (%)	2	2	2	
Papierverbrauch je Mitarbeiter (t/FTE)	0,048	0,042	0,046	

1) Hochrechnung auf Basis der entsprechenden Ist-Werte gemäß VfU. 2) Indirekte Emissionen aus fossilen Treibstoffen und dem Geschäftsreiseverkehr, die bisher in Scope 1 ausgewiesen wurden, werden nun rückwirkend unter Scope 3 ausgewiesen. 3) Erstmals erfolgt nun ein eigenständiger Ausweis des Scope 3, wobei nun erstmals auch die Anteile für Wasser- und Papierverbrauch berücksichtigt werden. 4) Ist-Werte entsprechend der durchgeführten Erfassung. 5) Bis 2010 Umrechnung der Literverbräuche in gefahrene Kilometer. Ab 2011 Angabe der tatsächlich gefahrenen Kilometer. 6) Für 2009 werden erstmals km-Leistungen im Flugreiseverkehr reportiert. 7) Die Hochrechnung konnte für 2009 erstmals auf Basis der 21 Groß-Standorte erfolgen. 8) Die Hochrechnung konnte für 2009 erstmals auf Basis der 21 Groß-Standorte erfolgen, wobei die wesentlichen Abfalldaten die Grundlage bilden. 9) Die Werte wurden hochgerechnet.

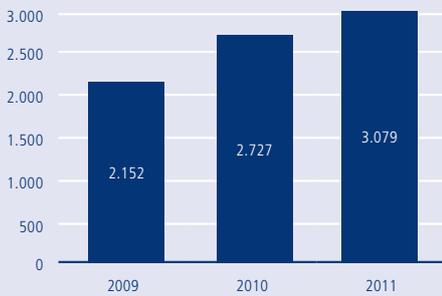
CO₂-Emissionen je Mitarbeiter (t/FTE)



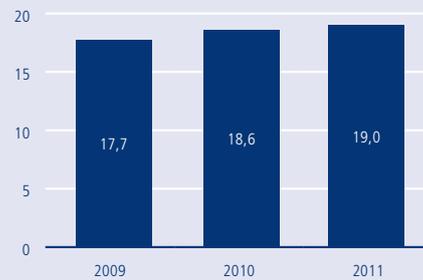
Energieverb. pro Nettogeschossfläche (kWh/m²)



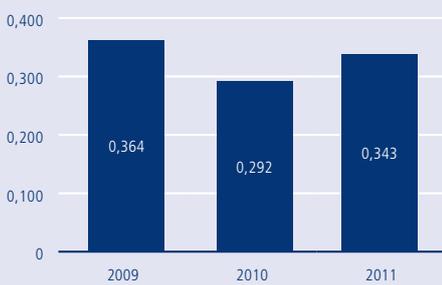
Geschäftsreisen je Mitarbeiter (km/FTE)



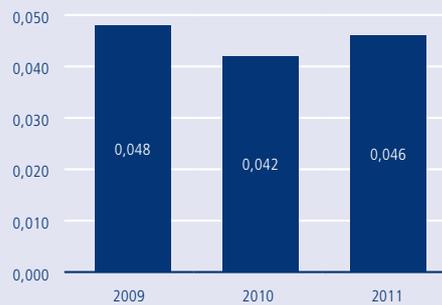
Wasserverbrauch je Mitarbeiter (m³/FTE)



Abfall je Mitarbeiter (t/FTE)



Papierverbrauch je Mitarbeiter (t/FTE)



Ökonomische Nachhaltigkeit



Qualitätsmanagement | *Die Basis für eine langfristige Kundenbeziehung ist die Qualität der Produkte und Services.*

Kundenmanagement

Rund 14 Millionen Kunden schenken der Postbank einerseits ihr Vertrauen, erwarten andererseits aber auch qualitativ hochwertige Dienstleistungen und Produkte sowie kompetente Beratung. In ihren Bemühungen, diese Ansprüche ständig zu erfüllen, hat die Postbank ein umfassendes Qualitätsmanagement eingerichtet. Im Spannungsfeld von bankinterner Perspektive und externer Kundenwahrnehmung wird laufend Marktforschung in Form von Kunden-, Wettbewerbs- und Drittbefragungen zu Preisen, Vertriebskanälen und Produkten durchgeführt. Testkäufe bzw. Beratungstests sowie Analysen von Prozessen mit direkter Kundenauswirkung und Bank-Kunde Kommunikation wie z. B. AGB, Standardschreiben, Online-Informationstexte, Callcenter etc. ergänzen das dafür eingesetzte Instrumentarium. Im Jahre 2011 wurden im Einzelnen folgende Untersuchungen durchgeführt:

- **Produkte und Preise**
 - Produkttests
 - Konzepttests
 - Conjoints
- **Prozesse**
 - Neukundenbefragungen
 - Kündigerbefragungen
 - Beschwerdeführerbefragungen
 - Bestandskundenbefragungen
- **Vertriebskanäle**
 - Besucherbefragungen
 - Anruferbefragungen (Callcenter)
 - Nutzerbefragungen (Online-Banking)
- **Kommunikation**
 - Werbepretests
 - Werbeposttests
 - Positionierungsstudien

Die Resultate und Erkenntnisse aus „Kundenbindungstracking“, „Finanzmarktdatenservice“, „Kundenmonitor“, „Filialbarometer“, „Mystery Research“ und weiteren Tests genießen die Aufmerksamkeit des Managements der Postbank und sind Anlass, erkannten Handlungsbedarf unverzüglich umzusetzen.

Operations

Wir erhöhen die Kunden- und Mandantenzufriedenheit durch eine stetige Verbesserung des Beschwerdemanagements und den konsequenten Ausbau der Qualitätsmanagementsysteme sowohl in den Operations-Einheiten als auch in der IT.



Mit unserem Leserbeirat wollen wir unsere Mitarbeiter noch näher in die Kommunikation einbinden. Von dieser neuen Form des Dialogs verspreche ich mir eine noch bessere Verständlichkeit der Inhalte. «

Robert Schmiegelt, Umweltbeauftragter Ressort
Konzernsteuerung

Die zentrale Erfassung der Privatkundenbeschwerden deckt mittlerweile alle Eingangskanäle ab, von der Beschwerde am Schalter bis hin zur schriftlichen Unmutsäußerung. Bewährt hat sich vor allem die im Januar 2011 eingeführte elektronische Beschwerdeakte, die zentral vom Kundenservice-Center (KSC) in Dortmund angelegt wird. Seit Juli 2011 werden zudem alle Beschwerden kategorisiert. Dabei werden die für Optimierungsmaßnahmen wichtigsten Daten nach einem festen Raster erfasst und reportet.

Das Qualitätsmanagement ist im Ressort IT/Operations integraler Bestandteil in der Abwicklung des Mandantengeschäfts. Seit 2010 existiert im Ressort IO neben dem bestehenden zertifizierten QM-System ein intern selbst entwickeltes Qualitätsmanagementmodell – die Pre-Cert-Level. Hierbei handelt es sich um ein dreistufiges Modell, welches als Leitfaden zur Einführung und Richtlinie unseres Handelns bei der Umsetzung des Qualitätsgedankens dient. Der Grad der Ausrichtung an der DIN EN ISO 9001 und deren Einfluss nehmen dabei stetig zu.

So werden in den ersten beiden Stufen dieses Modells der Pre-Cert-Level 1 und

der Pre-Cert-Level 2 eingeführt, welche sich an grundlegenden Forderungen dieser Norm orientieren. Den jeweiligen Abschluss der beiden Pre-Cert-Levels bilden interne Begutachtungen inkl. der Übergabe eines Zertifikats. Die dritte Stufe des QM-Systems führt zur Einführung eines extern zertifizierten QM-Systems und der vollständigen Umsetzung der Norm.

Die Einführung der beiden Stufen des Pre-Cert-Level im Ressort IO erfolgte seit 2010 in der BHW, in der Kontoführung, in Operations Financial Markets, in Kreditservice Bausparen & Baufinanzierung und in der BCB AG für die Dienstleistungen des Mandanten Deutsche Postbank AG.

Die Dienstleistungen der BCB AG im europäischen und internationalen Zahlungsverkehr sowie Services für die Mandanten Deutsche Bank AG und UniCredit Bank AG sind bereits seit vielen Jahren nach der DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Im Jahr 2011 konnten zusätzlich der Mandant HSH Nordbank AG sowie das Risikomanagement inklusive des dazugehörigen internen Kontrollsystems für die drei Mandanten in den Geltungsbereich des externen Zertifikats aufgenommen werden. Beispielhaft für alle gültigen Zertifizierungen





Das Team von BHW, das als erstes erfolgreich den Pre-Cert-Level 1 durchlaufen hat.

bilden wir das in 2011 neu erworbene Zertifikat hier ab. Die Zertifizierungen der DQS GmbH sind ein Beleg dafür, dass das genormte QM-System nicht nur eingeführt, sondern auch aktiv gelebt wird.

Damit unsere ca. 5000 Mitarbeiter sich über die Entwicklungen im Qualitätsmanagement informieren können, wurde eine eigene Intranetpräsenz des Ressort IO erstellt. Aktuelle Themen, Berichte und Informationen sind jederzeit abrufbar.

IT

Im Qualitätsmanagement der Postbank Systems dagegen werden eigene Wege beschritten. Das QM in der IT basiert auf folgendem Prinzip: Qualität ist das Ergebnis aus dem Zusammenspiel von Prozessen, Organisation, Zielen, Messungen und Kontrollen sowie angemessenen Reaktionsmaßnahmen.

Definierte unternehmensweite Qualitätsziele bilden die Basis. In einer Qualitäts-Policy sind Ergebnisse und Verantwortlichkeiten festgelegt und die Zusammenarbeit der am QM Beteiligten geregelt. Die Verantwortung für die Umsetzung der Quali-

tätsziele liegt bei den Prozessownern. Diese werden dabei unterstützt durch den Qualitäts-Champion der Postbank Systems, den Einheiten für Prozesse, Qualität und Standards sowie der Einheit für operatives Qualitätsmanagement.

Für jedes Jahr werden in Qualitätsroadmaps spezielle Qualitätsziele für die beiden Bereiche Anwendungsentwicklung und Betrieb festgelegt. Diese Qualitätsziele werden detailliert mit Nutzen, Anforderungen und Messbarkeit beschrieben.

Alle Fragen zum Thema Qualität werden in einem Qualitätsmanagement-Zirkel (QMZ) behandelt und entschieden. Diesem Gremium gehören Vorstandsmitglieder und die hauptverantwortlichen Prozessowner an. Der QMZ tagt alle zwei Monate und wird vom Qualitätschampion moderiert.

Das Management und die Mitarbeiter werden monatlich durch umfassende Dashboards über die aktuelle Unternehmensqualität informiert. U. a. wird die Entwicklung im Vergleich zum Vormonat für die Themenblöcke Finanzen, Kunden, Prozesse und Mitarbeiter grafisch dargestellt und kommentiert. Ein wöchentliches



Das QM-Team Leipzig



Qualitätsdashboard des IT-Betriebs sowie ein monatlicher Qualitätsstatus der Projekte (mit Frühwarnsystem) ergänzen die Reportings.

6. Kontinuierliche Verbesserung
7. Sachbezogener Entscheidungsfindungsansatz
8. Lieferantenbeziehungen zum gegenseitigen Nutzen

Grundsätze Qualitätsmanagement

Die ISO 9001 legt die Anforderungen an ein Qualitätsmanagementsystem für den Fall fest, dass eine Organisation ihre Fähigkeit darlegen muss, Produkte bereitzustellen, welche die Anforderungen der Kunden und allfällige behördliche Anforderungen erfüllen, und anstrebt, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Diese Norm beschreibt modellhaft das gesamte Qualitätsmanagementsystem und ist Basis für ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem.

Die acht Grundsätze des Qualitätsmanagements sind:

1. Kundenorientierung
2. Verantwortlichkeit der Führung
3. Einbeziehung der beteiligten Personen
4. Prozessorientierter Ansatz
5. Systemorientierter Managementansatz

• Zertifizierung der DSL Bank

Ursprünglich existierten bei der DSL Bank, einem Geschäftsbereich der Deutschen Postbank, zwei verschiedene Qualitätsmanagementsysteme. Die Außenstellen und das Management unterlagen der Zertifizierung nach ISO 9001, während für die Vermittler die, lediglich an ISO 9001 angelehnte, „TÜV-geprüfte Immobilienfinanzierung“ Gültigkeit hatte. Im Zuge von Vereinfachung und Vereinheitlichung von Systemen und Prozessen einigte man sich mit der Einführung der ISO 9001, für den gesamten Geschäftsbereich auf einen gemeinsamen Standard. Am 18.04.2011 wurde der DSL Organisation umfassend von der Deutschen Gesellschaft zur Zertifizierung von Managementsystemen (DQS GmbH) die Zertifizierung nach ISO 9001 zuerkannt.

• Zertifizierung der Postbank Direkt GmbH

Im Zuge der Verbesserung des Qualitätsmanagements der Postbank Direkt GmbH waren bereits im Jahre 2009 einige und ab 2010 sämtliche Callcenter in Dortmund, Hameln, Hannover, Leipzig und Stuttgart nach ISO 9001 zertifiziert.

Seitdem werden an den Standorten regelmäßig, mindestens aber einmal jährlich, sämtliche qualitätsrelevanten Prozesse und Tätigkeiten einer Überprüfung unterzogen, mit dem Ziel, sowohl die Mitarbeiter- als auch Kundenzufriedenheit nicht nur zu erhalten, sondern möglichst noch zu erhöhen. Daraus resultiert eine laufende Optimierung von Prozessen, Schulungsinhalten, Fortbildungsmaßnahmen, Ressourcenplanung, Personaleinsatz usw.

Die Anstrengungen der Postbank Direkt GmbH honorierte der TÜV Rheinland auch im Berichtsjahr mit der Verleihung des Prüfsiegels und somit dem Erhalt der Zertifizierung.

• Zertifizierung der Baufinanzierungssoftware BOXL

Die BHW Baufinanzierungssoftware „Baufi-Online XL“, kurz BOXL, wurde in 2011 vom TÜV zertifiziert und mit dem entsprechenden Prüfsiegel ausgezeichnet.

BOXL, ein System zur Automatisierung der Kreditbearbeitung, sorgt für einen lückenlosen Bearbeitungsprozess inklusive der automatischen Bereitstellung der Dokumente. Der TÜV Süd zeichnete BOXL in den Funktionsgruppen Ergonomie, Funktionalität und Datensicherheit besonders aus.

Leserbeirat der „bankpost“

Für die Postbank besitzt die Kommunikation mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern einen hohen Stellenwert. Sie unterstützt damit wirkungsvoll den permanenten Prozess der Weiterentwicklung. Denn nur wenn die Beschäftigten aktuell, umfassend und zielgerichtet informiert werden, können sie auch engagiert handeln und so motiviert zum Erfolg des Unternehmens beitragen. Verschiedene Kommunikationsinstrumente erfüllen die Aufgabe, den Kreis der Mitarbeiter konsequent und regelmäßig mit hoher Qualität sowie inhaltlicher Kompetenz, Glaubwürdigkeit und zielgruppengerechter Ansprache zu informieren.

Traditionell ist die „bankpost“ das zentrale Mitarbeitermedium der Postbank. Sie erschien 1991 erstmals als Zeitung. Heute vermittelt sie als modernes Magazin strategische Themen und Hintergründe zum Geschäft der Postbank ebenso wie Berichte über interessante Arbeitsbereiche, Vertriebsthemen, Services, Personalien sowie persönliche Artikel über Mitarbeiter. Die „bankpost“ erreicht mit ihren verständlich und unterhaltsam aufbereiteten Inhalten bei 11 Ausgaben pro Jahr und einer Auflage von rund 26.000 Exemplaren alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Um die Leser-Blatt-Bindung weiter auszubauen, hat die „bankpost“ Ende 2011 einen Leserbeirat gegründet. Der achtköpfige Beirat bringt die Interessen und Reaktionen aus dem Leserkreis in die Redaktion. Vor allem in den Aspekten Themenauswahl und Verständlichkeit rückt dieser aktive Dialog die Meinung der Beschäftigten in den Fokus.



Corporate Governance | Verantwortungsbewusste und wertorientierte Unternehmensführung – das ist unser Verständnis von guter Corporate Governance.



Für mich als Mitarbeiterin des Ressorts Finanzen ist es besonders erfreulich zu erkennen, dass nachhaltige Maßnahmen auch zum finanziellen Unternehmenserfolg beitragen können. «

Aiga von Kesselstatt, stellv. Umweltbeauftragte Ressort Finanzen

Die Postbank wird durch den Vorstand und Aufsichtsrat geleitet. Vorstand und Aufsichtsrat arbeiten zum Wohle des Unternehmens eng zusammen. Ganz im Sinne seiner durch das Aktienrecht zugewiesenen Aufgabe nimmt der Vorstand seine Führungsaufgaben wahr. Der Aufsichtsrat kommt seinen Überwachungs- und Beratungsaufgaben nach. Die Aktionäre und damit Eigentümer der Deutschen Postbank AG üben ihre Rechte vor oder während der Hauptversammlung aus.

Gute Corporate Governance gilt in der Postbank als Voraussetzung für eine verantwortungsbewusste und wertorientierte Führung von Unternehmen. Insofern wird die Corporate Governance mindestens einmal im Jahr vom Vorstand und Aufsichtsrat erörtert. Auf die Besetzung und Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat wird detailliert eingegangen. Die Vergütung besteht aus einer erfolgsunabhängigen sowie einer erfolgsbezogenen Komponente. Ferner werden sämtliche monetären Vergütungsanteile der Vorstände für Nebentätigkeiten aufgezeigt (Versorgungszusagen, Angaben zur Kreditvergabe und Aktienbesitz, zu D&O-Versicherungen und zu den Offenlegungspflichten gemäß WpHG). Ein Aktienoptionsprogramm besteht bei der Postbank nicht.

Darüber hinaus wird ebenso über Besetzung und Aufgaben der Aufsichtsrats-Ausschüsse berichtet.

Bereits im Jahr 2003 wurde von Vorstand und Aufsichtsrat entschieden, sämtlichen Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex zu folgen.

Am 29. November 2011 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Deutsche Postbank AG erklärt, dass seit der letzten Entsprechungserklärung vom 18. März 2011 sämtlichen Empfehlungen der „Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex“ in der Fassung vom 26. Mai 2010, mit Ausnahme von einigen Einschränkungen, entsprochen wurde und die Absicht besteht, künftig den Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex (DCGK) in der geltenden Fassung vom 26. Mai 2010 zu entsprechen. Details sind unter nachfolgendem Link abrufbar.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Der Vorstand der Deutschen Postbank AG



Frank Strauß,
Vorsitzender des Vorstands,
Konzernsteuerung/Vertrieb



Dr. Mario Daberkow,
IT/Operations



Marc Heß,
Finanzen/CFO



Horst Küpker,
Financial Markets



Dr. Michael Meyer,
Retail



Hans-Peter Schmid,
Filialvertrieb



Ralf Stemmer,
Ressourcen



Hanns-Peter Storr,
Chief Risk Office

Leitlinien | *Als Eckpfeiler unserer Unternehmenskultur haben wir feste Konzernwerte verankert, die für alle Mitarbeiter gelten und die Werte des Konzerns widerspiegeln. Für alle leitenden Angestellten gilt zusätzlich der Postbank Code of Conduct, eine ausführliche Niederschrift unserer Konzernwerte.*

Konzernwerte

Wir nehmen unsere Verantwortung als Konzern gegenüber unseren Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und Vertragspartnern sowie der Gesellschaft ernst und verpflichten uns entsprechend unseren 7 Konzernwerten zu einem jederzeit ethisch einwandfreien Verhalten. Diesen Werten entsprechend werden soziale, ökologische und ökonomische Aspekte aktiv integriert und bei jeglichen unternehmerischen Entscheidungen bewusst berücksichtigt.

Die Konzernwerte werden in der täglichen Zusammenarbeit aktiv gelebt, um das Fundament unserer fairen, offenen, nachhaltigen und leistungsorientierten Unternehmenskultur zu gewährleisten:



- exzellente Qualität liefern
- nachhaltigen Mehrwert für unsere Kunden schaffen
- offenen Umgang pflegen
- nach eindeutigen Prioritäten handeln
- unternehmerisch handeln
- Integrität nach innen und außen leben
- gesellschaftliche Verantwortung übernehmen

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Code of Conduct

Im Code of Conduct, der eine verbindliche Formulierung der Konzernwerte für alle leitenden Angestellten aller Unternehmen und Unternehmensbereiche des Postbank Konzerns darstellt, sind Richtlinien und Vorschriften, die unser tägliches Geschäftsleben bestimmen, verbindlich verankert.

Wort und Geist dieses Kodex stellen eine Guideline und Orientierung dar und unterstützen Qualität und ethisches Verhalten in unserem täglichen Geschäftsleben. Darüber hinaus sind Ziele und Regeln, die unsere Verpflichtung zu verantwortungsbewusstem, ethisch einwandfreiem und rechtmäßigem Handeln widerspiegeln, kodifiziert.

Der Code of Conduct behandelt die nachfolgend aufgeführten Themengebiete:

- **Was ist korrektes Verhalten?**
- **Unsere ethische Verpflichtung**
 - Qualität im Fokus
 - Kundenzufriedenheit
 - Gesetze und ethische Grundsätze
 - Transparenz
 - Standards für Rechnungslegung und Berichtswesen
 - Geldwäsche



Nachhaltige Erfolge bedürfen einer soliden Basis. Dazu zähle ich unsere Leitlinien, die den Rahmen abstecken. Dieses gilt beispielsweise für die Konzernwerte wie auch den Supplier Code of Conduct. «

Reinhard Lenz, Zentraler Koordinator Immobilienmanagement



- **Unsere Standards für Zusammenarbeit**
 - individuelle Verantwortung und Einbindung
 - gegenseitiger Respekt und Offenheit
 - Chancengleichheit/Diversity
 - Gesundheitsmanagement
 - Unternehmenseigentum
 - rechtliche Verfahren
 - Insider-Informationen
- **Integrität in unserer Geschäftspraxis**
 - Vertrauen der Aktionäre
 - Dialog mit den Geschäftspartnern
 - Interessenkonflikte
 - fairer Wettbewerb
 - Bestechung und Korruption
 - Geschenke, Vorteile und finanzielle Zuwendungen
 - Datenschutz
- **Unsere Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt**
 - Gesellschaft
 - Umwelt
- **Einhaltung, Ausnahmeregelungen und Änderungen des Code of Conduct**
 - Informations- und Meldeprozess
 - Maßnahmen, Ausnahmeregelungen und Änderungen
- **Zugehörige Richtlinien und Regelungen, lokal geltende Kodizes**

Supplier Code of Conduct

Als eine der großen Privatkundenbanken Deutschlands ist sich die Postbank ihrer Verantwortung gegenüber Kunden, Aktionären, Mitarbeitern und der Öffentlichkeit bewusst. Sie hat daher ethische Regeln für sich aufgestellt, die sie bei ihren Geschäften leiten. Sie erwartet von ihren Lieferanten, Dienstleistern und Auftragnehmern, die mit einem Unternehmen des Postbank Konzerns in Geschäftsbeziehung stehen, dass sie ihrem Handeln dieselben ethischen Grundsätze zugrunde legen. Aus diesem Grund hat die Postbank Ende 2010 einen eigenen „Supplier Code of Conduct“ erarbeitet, der Standards für die Geschäftsbeziehungen mit einem Unternehmen des Postbank Konzerns setzt.

Folgende Themen sind Inhalt des Supplier Code of Conduct:

- Verzicht auf Kinderarbeit
- Ausschluss von Zwangsarbeit
- Vergütung und Arbeitszeiten gemäß nationalen Regelungen
- Diskriminierungsverbot
- Arbeitsschutz
- Planung betrieblicher Kontinuität
- Einhaltung von Antikorruptionsstandards
- Berücksichtigung des Umweltschutzes

Die Postbank lässt sich von ihren Geschäftspartnern die Einhaltung dieser Leitlinien bestätigen. Ersatzweise kann u. a. auch der Code of Conduct des Lieferanten in Form einer Gegenseitigkeitsvereinbarung akzeptiert werden.

Paper Policy

Die „Paper Policy“ gilt für den Einkauf von Papiererzeugnissen und basiert auf der Umweltpolitik der Postbank, die im April 2008 verabschiedet worden ist. Sie ist Ausdruck unseres Engagements zum Umwelt- und Klimaschutz und zur Sicherstellung einer nachhaltigen Entwicklung.

Papier hat für die Postbank in Bezug auf die interne und externe Kommunikation im täglichen Geschäft eine hohe Bedeutung. Die Postbank ist sich ihrer Verantwortung bewusst, die sich aus der Nutzung von Papier(-erzeugnissen) ergibt. Sie setzt sich daher für einen verantwortlichen, umweltschonenden und sozialverträglichen Umgang mit der Ressource Holz ein.

Die Leitlinie gilt für alle Lieferanten der Postbank. Sie müssen für ihre Produkte nachweisen, dass keine Rohstoffe aus tropischen Regenwäldern, Urwäldern bzw. schützenswerten Altwäldern Verwendung finden oder durch illegalen Einschlag gewonnen wurden.

Compliance und Geldwäscheschutz | *Compliance und Geldwäsche sind elementare Bestandteile für das Geschäft einer Bank. Die Postbank wird diesem Aspekt durch ihr Handeln gerecht.*

Compliance

Für Finanzmärkte ist das Vertrauen der Marktteilnehmer von enormer Bedeutung. Geschäfte und Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen müssen daher geprägt sein von Fairness gegenüber anderen Marktteilnehmern und insbesondere gegenüber unseren Kunden. Unser geschäftlicher Erfolg hängt nicht zuletzt von einem soliden, vertrauensvollen Verhältnis zwischen unseren Kunden, unserem Institut und unseren Mitarbeitern ab. Verhaltensweisen, die den Kunden schädigen, den Kapitalmarkt in unfairer Weise beeinflussen oder dem Ansehen unserer Bank abträglich sind, müssen vermieden werden. In diesem Sinne hat unser Haus ein Compliance-Konzept entwickelt.

„Compliance“ bedeutet sinngemäß das „Handeln in Übereinstimmung mit geltenden Gesetzen, regulatorischen Vorschriften und internen Regelwerken“. Innerhalb der Deutsche Postbank AG wird darunter ein von Fairness, Integrität und Vertrauen getragenes Miteinander von Kunden, Bank und Mitarbeitern verstanden, das auf geltenden Gesetzen und anderen Regelwerken zum Schutz der Anleger und zur Vermeidung von Interessenkonflikten basiert.

Durch die Beratung und Unterstützung der Geschäftsbereiche und durch andere Maßnahmen, insbesondere regelmäßig durchzuführende Kontroll- und Überwachungstätigkeiten, trägt die Compliance-Funktion zu einer vorbeugenden Unternehmensorganisation und damit zur Einhaltung gesetzlicher und anderer Rechtspflichten, die im Zusammenhang

mit oder bei der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen einzuhalten sind, bei. Zudem werden Compliance-Risiken, also Risiken von gesetzlichen oder regulatorischen Sanktionen, finanziellen Verlusten oder Reputationsverlusten, die dadurch eintreten können, dass die Bank nicht im Einklang mit geltendem Recht, Regularien, Verhaltensregeln oder anerkannten Standards handelt, reduziert.

Innerhalb der Postbank kommt der Compliance-Funktion eine große Bedeutung zu. Diese wichtige Position wird dadurch hervorgehoben, dass die Abteilung Compliance dem Vorstand unmittelbar unterstellt ist.



Wir waren maßgeblich an der Einrichtung der neuen Videokonferenzräume beteiligt. Es ist schön zu sehen, dass diese in Bonn vermehrt genutzt werden. Gerade bei Abteilungen, die an mehreren Standorten vertreten sind, ist eine deutliche Nachfrage erkennbar. «

Heinrich Kranz, Umweltbeauftragter Standort Bonn

Die Compliance-Funktion wird im Rahmen der jährlichen Prüfung nach § 36 WpHG (Wertpapierhandelsgesetz) durch einen Wirtschaftsprüfer geprüft.

Anti-Geldwäsche

Als Geldwäscherisiko betrachten wir die Gefahr, dass die Postbank, unsere Produkte und unsere Dienstleistungen für Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung missbraucht werden. Diese Risiken werden mit einem Anti-Geldwäsche-Programm gemanagt.

Die Postbank unterstützt mit dem Anti-Geldwäsche-Programm nachdrücklich die internationalen Bemühungen im Kampf gegen Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und sonstige strafbare Handlungen. Daher hat die Postbank ein Anti-Geldwäsche-Programm implementiert, das alle rechtlichen und regulatorischen Anforderungen widerspiegelt.

Der Konzern-Geldwäschebeauftragte ist sowohl Ansprechpartner für die Tochterfirmen als auch für die Fachbereiche der Deutschen Postbank und die zentrale Stelle i. S. des § 25 c KWG.

Die Revision und zertifizierte Wirtschaftsprüfer überwachen jährlich die Einhaltung interner Regelungen und Prozesse. Damit auch alle Mitarbeiter, die in geldwäschegefährdeten Bereichen arbeiten, im Umgang mit allen Gefahren und Risiken der Geldwäsche geschult sind, werden ihnen regelmäßig Kenntnisse über gesetzliche Anforderungen, Verfahren zur Kundenidentifizierung, das Erkennen verdächtiger Transaktionen/verdächtigen Verhaltens sowie Methoden und Techniken der Geldwäsche mithilfe von Fortbildungen vermittelt.

Um bestmöglich gegen Geldwäsche vorgehen zu können, hat die Postbank innerhalb des Anti-Geldwäsche-Regelkreises eine umfassende Gefährdungsanalyse erstellt.

Das Verfahren zur Messung und Bewertung des Risikos erfolgt konzernweit standardisiert und orientiert sich u. a. an folgenden Qualitätsmaßstäben bzw. grundlegenden Anforderungen:

- Die Daten zur Messung und Bewertung müssen valide erhoben werden können.
- Konzerneinheitliche Ableitung der Risiken aus bestimmten risikobeeinflussenden Größen (Risikoklassen).
- Quantitative Bewertung der erhobenen Risiken.
- Ein Gesamtrisiko resultiert aus der Kombination einzelner Teilrisiken.
- Konzerneinheitliche Bewertung der Risiken. Vergleichbare Risiken müssen zu vergleichbaren Risikowerten führen.
- Die ermittelten Risiken müssen sich stringent in das GW-Research überführen lassen.

Um gegebenenfalls auffällige Transaktionen im elektronischen Zahlungsverkehr überwachen zu können, führt die Postbank Kontenscreenings durch. Unter Nutzung eines IT-gestützten Research Systems, das auffällige Verhaltensmuster im Transaktionsverhalten einzelner Kunden erkennt, erfolgt eine regelmäßige Kontrolle der Konten. Basis für die zugrunde liegenden Parameter sind die in der Gefährdungsanalyse ermittelten Risiken.

Gesetzliche und aufsichtsrechtlich verankerte Pflichten müssen nicht nur von der Postbank selbst, sondern 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 wurde ein eigenes Konzept erstellt.

Durch regelmäßige Informations- und Beratungsgespräche sowie Jahrestagungen wird die Kommunikation mit den Tochterunternehmen gepflegt, und sie werden in die für den Konzern erstellte Gefährdungsanalyse integriert. Zusätzlich werden unsere Anti-Geldwäschestrategien regelmäßig überprüft.

Risikomanagement, Kreditvergabe, Geldanlage | *Als Kreditinstitut gehören für die Postbank Risikomanagement, Kreditgeschäft und Geldanlage zum Kerngeschäft. Hiermit sichern wir unsere langfristige Profitabilität und steuern die indirekten Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Gesellschaft und Umwelt.*

Risikomanagement

Um den gestiegenen Anforderungen an das Risikomanagement Rechnung zu tragen, hat die Postbank im März 2011 die Risikoeinheiten in dem neuen Vorstandsressort „Chief Risk Office“ zusammengeführt. Damit hat die Postbank das Risikomanagement unter einheitlicher Leitung 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 des Risikoprofils und des regulatorischen Umfelds überprüft und gegebenenfalls angepasst. Dabei werden u. a. unter Geschäftsrisiken operationelle Risiken sowie implizit Reputationsrisiken berücksichtigt, bei denen die Bank durch fehlerhaftes Verhalten einzelner Personen oder von Gruppen einen Vertrauensschwund bei Geschäftspartnern oder Kunden erleiden kann.

Die Postbank hat erkannt, dass die Identifizierung und Analyse von Umweltrisiken einen Bestandteil der üblichen Risikobeurteilungs- und Risikomanagementverfahren bilden muss.

Kreditvergabe

Die Postbank zielt auf Nachhaltigkeit und ist bestrebt, Umweltbelange (z. B. in ihrer Kreditpolitik) zu berücksichtigen. Umwelt- und nachhaltigkeitsrelevante Aspekte im Rating sind über sogenannte „qualitative Faktoren“ subsummiert.



Als Umweltbeauftragte des Ressorts Chief Risk Office versuche ich, das Umweltmanagementsystem der Postbank sowie den Nachhaltigkeitsgedanken innerhalb des Ressorts nach der Reorganisation weiter zu etablieren und auszubauen. Dabei sollen in 2012 u. a. die Möglichkeiten der erweiterten Nutzung von Videokonferenzen zur Reduzierung von Dienstreisen geprüft werden. «

Juliane Stocksmeier, Umweltbeauftragte Ressort Chief Risk Office

Im Kreditprozess für Firmenkunden wird seit Anfang 2010 im Rahmen des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 vom Umweltmanagementbeauftragten einmal jährlich ein Screening der größten Kreditengagements des Banken-, Corporates und CRE-Portfolios im Hinblick auf die Einhaltung von Nachhaltigkeitsaspekten durchgeführt. Hierbei sind insbesondere Engagements mit Unternehmen in „sensitiven Ländern“ und „sensitiven Branchen“ im Fokus. Als „sensitive Länder“ werden Länder, die eine instabile politische Situation oder Korruption aufweisen, verstanden; „sensitive Branchen“ verfügen über eine ökologisch oder ethisch exponierte gewerbliche Tätigkeit.

In beiden Fällen kann ein Engagement ein potenzielles Reputationsrisiko für die Postbank darstellen. Auf der Grundlage des Screenings werden bei Bedarf Gespräche zwischen dem Umweltmanagementbeauftragten und den Fachverantwortlichen des Kreditbereichs geführt und gegebenenfalls Handlungsbedarf abgeleitet.

Der Umweltmanagementbeauftragte des Postbank Konzerns stellt auf Basis fundierter, internationaler Studien eine Liste mit denjenigen Ländern zur Verfügung, die in Bezug auf Klimaschäden (Ausfallrisiko) besonders exponiert sind. Diese Liste kann von den jeweiligen Fachbereichen bei der Einschätzung eines Kreditengagements verwendet werden.



Nachhaltig denken und handeln ist im Ressort FM eine Selbstverständlichkeit. Das bedeutet nicht nur, dass merklich jeder einzelne Mitarbeiter auf Kleinigkeiten wie z. B. Energieverbrauch am Arbeitsplatz achtet. Auch beim Umbau des Handelsraums in 2011 spielte das Thema Umwelt eine große Rolle und wurde bei den Planungen entsprechend berücksichtigt. «

Katrin Schulze, Umweltbeauftragte Ressort Financial Markets

Geldanlage

Durch die Einhaltung des Grundsatzes der Diversifikation auf Basis eines angemessenen „Risiko-Chancen-Verhältnisses“ konnten die Verluste im Zuge der Finanzkrise auch im Jahre 2011 eingegrenzt werden. Der Fokus bei der Geldanlage der Postbank liegt weiterhin auf konservativer Anlagepolitik. Das bedeutet, dass die Postbank nicht auf kurzfristige Erfolgsziele setzt. Jede kapitalmarktorientierte Entscheidung wird auf die zur Verfügung stehende Risikodeckungsmasse überprüft. Umfangreiche aufsichtsrechtliche und andere gesetzliche Beschränkungen (z. B. Kreditwesengesetz (KWG), Investmentgesetz (InvG) oder Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk)) werden dabei zwingend eingehalten.

Ein umfassendes System zur Messung und Überwachung der Risikopositionen und zur Analyse des mit ihnen verbundenen Gewinn- und Verlustpotenzials gewährleistet der Postbank, gegen Risiken gut aufgestellt zu sein und eine dauerhafte Wertsteigerung des Unternehmens sicherstellen zu können. Die Postbank betreibt kein eigenständiges Investmentbanking.

In Bezug auf Umwelt und Gesellschaft besitzt eine Großbank Einfluss auf mögliche Auswirkungen durch ihre Geldanlage am Kapitalmarkt. Bei der Geldanlage werden beispielsweise gezielt ökologisch und ethisch vorbildlich agierende Unternehmen ausgewählt. Es wird bei der Geldanlage darauf geachtet, dass – soweit es möglich ist – Anlagevermögen der Postbank nach ökologischen und ethischen Gesichtspunkten angelegt wird.

Seit Anfang 2010 werden im Zuge der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 in der Postbank jeweils per Jahresende die größten gehaltenen Geld- und Kapitalmarktengagements bzw. die Kontrahenten vom Umweltmanagementbeauftragten der Postbank unter ökologischen und ethischen Gesichtspunkten überprüft.

Regelmäßig werden Gespräche auf dieser Grundlage zwischen dem Umweltmanagementbeauftragten und den Fachverantwortlichen des Ressorts Financial Markets geführt und ggf. Handlungsbedarfe abgeleitet.

Anhang



Berichtsumfang | *Der Nachhaltigkeitsbericht 2011* *basiert auf den nachfolgenden dargestellten wesentlichen* *Parametern.*

Berichtsabgrenzung

Der vorliegende Bericht umfasst den Zeitraum September 2010 bis Dezember 2011 und schließt damit nahtlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2010 an, der im November 2010 publiziert worden ist.

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

Der jährlich erscheinende Nachhaltigkeitsbericht wird zukünftig den Zeitraum Januar bis Dezember abbilden, inklusive des jährlichen Fortschrittsberichts der Postbank zur Umsetzung der Prinzipien zum UN Global Compact.

Einen gesamten Überblick über das Nachhaltigkeitsengagement der Postbank erhalten Sie unter www.postbank.de/nachhaltigkeit bzw. www.postbank.com/sustainability. Aktuelle Informationen bietet auch die Internetpräsenz der Postbank.

Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Berechnungsmethodik

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

- **Gebäude**

Aussagen zu Gebäuden beziehen sich auf die großen Immobilien (Eigentum und Anmietungen) des Postbank Konzerns (> 10.000 qm). Die kleineren Anmietungen des Postbank Konzerns (inkl. Anmietungen der Postbank Filialvertrieb AG) wurden hochgerechnet. Die in der jeweiligen Immobilie an Dritte vermieteten Flächen (und auf diese entfallenden Energieverbräuche) wurden herausgerechnet, um die dem Postbank Konzern zuzurechnenden Energieverbräuche abzubilden. Bei diesen Gebäuden handelt es sich um ca. 58 % der Nettogeschossfläche sowie ca. 53 % der Mitarbeiter (Teilzeitkräfte in Vollzeitkräfte umgerechnet).

- **Strom/Wärme/Kälte**

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

- **Abfall**

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

- **Wasser**

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

- **Papier**

Eingekaufte Mengen Kopierpapier des Postbank Konzerns.

- **Dienstreisen**

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

Seit 2009 werden die entstandenen CO₂-Emissionen aus der Nutzung des Flugzeugs als Reisemittel erfasst. Hier werden die Daten (Meilen-Leistung) durch das betreuende Reisebüro ermittelt, in km-Leistung umgerechnet und aufgrund der Umrechnungsfaktoren des VfU in CO₂ ausgewiesen.

Neu wird ab 2011 die gefahrene km-Leistung mit der Bahn dargestellt. Eine Bestimmung der CO₂-Emissionen von Bahnreisen erfolgt nicht, da alle Tickets des Konzerns CO₂-frei gestellt sind.

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

- Direkte CO₂-Emissionen aus fossilen Energieträgern (aus Firmenwagen/ Dienstreisen und fossilen Treibstoffen in Gebäuden) als Scope 1.
- Indirekte CO₂-Emissionen aus dem Verbrauch von Elektrizität in Gebäuden als Scope 2.
- Andere indirekte Treibhausgasemissionen aus fossilen Energieträgern (aus Firmenwagen/Dienstreisen und fossilen Treibstoffen in Gebäuden) als Scope 3.

Beteiligungen

Im aktuellen Berichtszeitraum des Nachhaltigkeitsberichts spiegelt sich auch im Bereich der Beteiligungen das Strategieprogramm „Postbank4Future“ mit einer konsequenten Fokussierung der Produktpalette und einer Verschlinkung von Prozessen wider.

So wurde im März 2011 die Veräußerung der indischen Baufinanzierungs-Tochtergesellschaft Deutsche Postbank Home Finance Ltd. an ein indisches Erwerber-Konsortium abgeschlossen.

Im vierten Quartal 2011 wurde die BHW Kreditservice GmbH gegründet, in der zur weiteren Optimierung der Service-Qualität zunächst die kreditbearbeitenden Einheiten der BHW Bausparkasse gebündelt werden.

Ratings und Rankings | Die Postbank beteiligt sich seit vielen Jahren an Nachhaltigkeitsratings und -rankings und erzielt dabei gute Ergebnisse.

Im oekom Corporate Rating 2011 konnte die Postbank den Status „Prime“ aus dem letztmaligen Rating 2009 bestätigen, womit oekom die Leistungen der Postbank im sozialen und ökologischen Bereich erneut mit dem Gütesiegel ausgezeichnet hat.



Im Vergleich zu 2009 (C+) erreichte die Postbank aufgrund modifizierter Bewertungskriterien in 2011 das Rating „C“. Das verstehen wir als Ansporn, unser Engagement zukünftig noch gezielter zu betreiben.

Weitere durchgeführte Ratings der vergangenen Jahre (Auswahl):



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



UN Global Compact

Der ehemalige UN-Generalsekretär Kofi Annan hat auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos 1999 eine weltweite Allianz zwischen den Vereinten Nationen und der Privatwirtschaft ins Leben gerufen, den „UN Global Compact“. Dieser umfasst zehn Prinzipien, die der Deklaration der Menschenrechte, den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Rio-Deklaration sowie der UN-Konvention gegen Korruption entnommen sind. Seit Mitte 2006 war die Postbank durch den ehemaligen Mehrheitsaktionär Deutsche Post DHL dem UN Global Compact verpflichtet. Die Postbank hat sich 2010 eigenständig dem UN Global Compact verpflichtet und erstellt ebenso einen Fortschrittsbericht zur Umsetzung der Prinzipien.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Fortschrittsbericht nach UN Global Compact“.

Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V.

Seit September 2005 ist die Postbank Mitglied im Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten 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 Kreditinsti-

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

Finanz-Forum: Klimawandel

Das „Finanz-Forum: 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 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 Finanz-Forum: Klimawandel seit November 2009.

Carbon Disclosure Project

Das Carbon Disclosure Project (CDP), im Jahr 2000 in London gegründet, ist das größte Gemeinschaftsprojekt institutioneller Anleger im Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Auswirkungen des Klimawandels. In dieser Initiative fordern 655 Investoren, darunter die Postbank, mit einem Anlagevermögen von mehr als 78 Bill. US\$, die umfassende Offenlegung des Ausstoßes von Treibhausgasen. Mehr als 3.700 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.

Dialogforum Finanzstandort Deutschland

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

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

In 2011 wurde die IFD in das Dialogforum Finanzstandort Deutschland (DFD) überführt.

CARBON DISCLOSURE PROJECT



Auszeichnungen | *Als eine der größten Retailbanken Deutschlands stellt sich die Postbank erfolgreich den Forderungen des Marktes an nachhaltige und innovative Produkte und Dienstleistungen sowie effiziente Prozesse. In den Jahren 2010 und 2011 wurde die Postbank von unterschiedlichen Institutionen getestet und ausgezeichnet.*

2010 (Auswahl)

- **Testsieger beim Ratenkredit 2010**

Im Auftrag von n-tv ließen sich Tester von DISQ (Deutsches Institut für Service-Qualität) in unterschiedlichen Filialbanken beraten. Die Postbank konnte sich als bester Anbieter für Ratenkredite behaupten und wurde so Testsieger.



- **Bester Wohn-Riester Bauspartarif**

Der Bauspartarif „BHW Förder maXX“ wurde vom Handelsblatt als bester Wohn-Riester Bauspartarif ausgezeichnet.



- **PASS Online-Banking Award 2010**

Zum zweiten Mal in Folge erhielt die Postbank den renommierten PASS Online-Banking Award. Die Auszeichnung kürt den besten Internetauftritt einer Bank im deutschsprachigen Raum.



- **Fair Company**

Aufgrund der Qualität der angebotenen Praktika wurde die Postbank mit dem Gütesiegel „Fair Company“ ausgezeichnet.



Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

2011 (Auswahl)

- **TOP Gehaltskonto 2011**

Bei einem Test von n-tv und FMH wurde das Girokonto der Postbank als TOP Gehaltskonto ausgezeichnet. Getestet wurden insgesamt 61 Girokonten.



- **Auszeichnung für BHW Dispo maXX**

Aufgrund seiner besonderen Flexibilität wurde der Bauspartarif „BHW Dispo maXX“ von n-tv als TOP Bauspartarif ausgezeichnet. Insgesamt wurden neun Bauspartarife getestet.



- **Top Arbeitgeber Deutschland 2011**

Auch im Jahr 2011 zeichnete das international tätige Researchunternehmen CRF Institute die Deutsche Postbank AG für ihr herausragendes und modernes Personalmanagement mit dem Titel „Top Arbeitgeber Deutschland 2011“ aus.



- **Postbank Karrierewebsite ist beste Banken-Karrierewebsite**

Im Potenzialpark-Ranking der „Top Career Websites 2011“ landet die Postbank unter hundert deutschen Unternehmen auf dem zehnten Platz. Damit ist die Postbank die bestplatzierte Bank im Ranking.



- **Umweltpartnerschaft Hamburg**

Für ihren Standort in Hamburg hat die Postbank das Umweltzertifikat „Umweltpartnerschaft Hamburg“ erhalten. Mit diesem Titel würdigt die Hansestadt Hamburg Unternehmen, die im Hamburger Stadtgebiet nachweislich zur Schonung der natürlichen Ressourcen beitragen.



Mehr Infos hier



oder unter www.postbank.de

Fortschrittsbericht nach UN Global Compact | Die Postbank hat sich der Einhaltung des UN Global Compact verpflichtet. Dieses stellt den zweiten Fortschrittsbericht dar.



Fortschrittsbericht nach UN Global Compact

Prinzipien

Beispiele

(behandelt in Artikeln des Nachhaltigkeitsberichts 2011)

Menschenrechte

1: Unternehmen sollen die internationalen Menschenrechte achten und innerhalb ihres Einflussbereichs fördern

- Einflussbereich
- Work-Life-Balance
- Leitlinien
- Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage

2: Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie nicht zur Verletzung der Menschenrechte beitragen

- Einflussbereich
- Work-Life-Balance
- Leitlinien
- Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage

Arbeitsnormen

3: Unternehmen sollen das Recht auf gewerkschaftliche Betätigung ihrer Angestellten und Kollektivverhandlungen anerkennen

- Personalmanagement

4: Unternehmen sollen die Bekämpfung von Zwangsarbeit unterstützen

- Aus- und Weiterbildung
- Leitlinien

5: Unternehmen sollen an der Abschaffung von Kinderarbeit mitarbeiten

- Leitlinien

6: Unternehmen sollen die Beseitigung jeder Art von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung anstreben

- Aus- und Weiterbildung
- Work-Life-Balance
- Leitlinien

Umweltschutz

7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltgefährdungen vorsorgend handeln

- Einflussbereich
- Leitlinien
- Umweltleitlinie
- Zertifizierung nach ISO 14001
- Umweltprogramm
- Ökologische Produkte und Dienstleistungen
- Green IT und Green Procurement

8: Unternehmen sollen Initiative ergreifen, um das Umweltbewusstsein zu fördern

- Einflussbereich
- Leitlinien
- Aus- und Weiterbildung
- Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und Brandschutz
- Umweltleitlinie
- Zertifizierung nach ISO 14001
- Umweltprogramm
- Ökologische Produkte und Dienstleistungen
- Green IT und Green Procurement

9: Unternehmen sollen zur Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beitragen

- Einflussbereich
- Umweltleitlinie
- Zertifizierung nach ISO 14001
- Umweltprogramm
- Green IT und Green Procurement
- Leitlinien

Korruption

10: Unternehmen sollen gegen jede Form der Korruption, Erpressung und Bestechung eintreten

- Leitlinien
- Corporate Governance
- Compliance & Geldwäscherschutz
- Risikomanagement, Kreditvergabe & Geldanlage

Glossar

Audit

Ein Audit stellt die Prüfung eines Managementsystems dar und wird durch geschulte Auditoren durchgeführt.

Best-Select-Ansatz

Bezeichnet die Auswahl der jeweils branchenbesten Unternehmen bzw. der jeweils besten Produkte in einer Kategorie.

Blauer Engel

Ein Umweltzeichen für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen. Es wird nach definierten Kriterien von einer unabhängigen Jury vergeben.

Carbon Disclosure Project

Eine unabhängige „Non-Profit“-Organisation, die klimarelevante Informationen von Unternehmen für Analysten und Investoren zusammenstellt.

Carbon Footprint

Darstellung von Treibhausgas-Emissionen, gemessen in CO₂-Äquivalenten, die z. B. ein Unternehmen, eine Person oder ein Produkt in einem bestimmten Zeitraum verursacht.

Cash Recycling System

„Wiederverwendung von Bargeld“. Wird durch kombinierte Ein- und Auszahlungsgeräte ermöglicht. Beispielsweise werden die bei Shell eingesetzten Geldautomaten mit den Bareinnahmen der Tankstellen wieder befüllt.

Code of Conduct

Eine verbindliche Formulierung der Konzernwerte für alle leitenden Angestellten aller Unternehmen und Unternehmensbereiche der Postbank.

Compliance

Bedeutet sinngemäß das „Handeln in Übereinstimmung mit geltenden Gesetzen, regulatorischen Vorschriften und internen Regelwerken“.

Corporate Governance

Leitung und Überwachung des Unternehmens im Sinne einer verantwortungsbewussten und wertorientierten Führung.

Demografischer Wandel

Entwicklung und Veränderung der Altersstruktur in einer Gesellschaft.

Diversity

Bezeichnet die Vielfalt innerhalb der Belegschaft im Hinblick auf Geschlecht, Herkunft, Nationalität, Alter, Religionszugehörigkeit und körperliche Einschränkungen der Beschäftigten.

Filialbarometer

Instrument zur Messung der Kundenzufriedenheit in unseren Filialen.

FinanzForum: Klimawandel

Eine zentrale Forschungs- und Dialogplattform für die effektive Umsetzung der Klimapolitik im Rahmen der „Hightech-Strategie zum Klimaschutz“ der Bundesregierung.

GHG Protocol

Das „Treibhausgas-Protokoll“ ist ein Standard zur Erfassung von Treibhausgas-Emissionen.

Green IT

Umsetzung einer umwelt- und ressourcenschonenden Gestaltung von IT-Systemen. Diese wird durch Hardware-Effizienz, Optimierung von Rechenzentren oder im IT-Beschaffungsprozess erreicht.

Green Procurement

„Grüne Beschaffung“. Umweltbewusste Beschaffungsprozesse von IT-Produkten bei der Postbank.

GRI

„Global Reporting Initiative“. Die GRI ist ein weltweites Netzwerk von Stakeholdern und Experten, das Leitlinien zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten erstellt hat, mit dem Ziel, diese untereinander vergleichbarer zu machen.

ISO 10075

Im Jahre 2000 eingeführte Norm zur „Psychischen Belastung und Beanspruchung im Berufsleben“.

ISO 14001

Internationale Norm für Umweltmanagementsysteme.

ISO 14064

Norm, die sich mit Fragen zur Bestimmung und zur Bestandsaufnahme von Treibhausgasemissionen zur Berichterstattung und zur Verifizierung befasst.

LifeCycle Management

Systemische Betrachtung von technischen Produkten über ihre gesamte Lebensdauer (von der Entstehung bis zur Entsorgung).

mTAN

Die mobile TAN ist eine TAN, die dem Kunden mittels SMS auf das Handy gesandt wird. Neben der TAN sind in dieser SMS Empfängerkontonummer und Überweisungsbetrag enthalten, sodass der Auftraggeber kriminelle Verfälschungen der Transaktionsdaten sofort und einfach erkennen kann.

Paper Policy

Leitlinie für den Einkauf von Papiererzeugnissen. Sie dient dazu, dass bei der Postbank keine Rohstoffe aus tropischen Regenwäldern, Urwäldern bzw. schützenden Altwäldern illegal gewonnen werden.

PEFC

Zertifizierungssystem für nachhaltige Waldbewirtschaftung („Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes“).

Phishing

Eine Art des Diebstahls persönlicher Daten über das Internet. Hierbei wird über E-Mails oder betrügerische Internetseiten versucht, persönliche Daten oder Informationen abzufragen.

„Postbank4Future“

Strategieprojekt der Postbank, mit dem die Postbank ihr Profil schärfen will, vor allem durch eine konsequent vereinfachte Produktpalette, eine Fokussierung des Vertriebs sowie einen Ausbau des Service.

Retailgeschäft

Standardisiertes Privatkundengeschäft der Postbank.

Risikoklasse

Orientierungsgröße für die persönliche Risikobereitschaft bei einer Kapitalanlage.

Sensitive Branchen

Branchen mit geringem Nachhaltigkeitsengagement.

Sensitive Länder

Länder, die beispielsweise keine demokratischen Wahlen abhalten oder gegen die Zollembargos verhängt sind.

Skimming

„Abschöpfen“ bzw. „Datenklau“. Damit wird das Ausspähen von EC-Karten an Geldautomaten bezeichnet.

Supplier Code of Conduct

Verhaltenskodex für Lieferanten. Der Kodex fordert von allen Unternehmen, die mit der Postbank in Geschäftsbeziehung stehen, dass sie ihrem Handeln ethische Grundsätze zugrunde legen.

Umweltleitlinien

Im Umweltmanagementsystem festgehaltene Grundprinzipien der Postbank.

UN Global Compact

Im Jahr 2000 durch den damaligen UN Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufener Pakt mit dem Ziel, gesellschaftliche Verantwortung stärker in den Mittelpunkt unternehmerischer Tätigkeit zu rücken.

VfU-Indicators

Die Kennzahlen der Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU) sind ein Standard in der Umweltberichterstattung sowie ein Excel-Tool zur Berechnung betriebsökologischer Kennzahlen in den Bereichen Energie, Wasser, Abfall, Papier, Mobilität und THG-Emissionen.

Work-Life-Balance

Ausgewogenheit zwischen Beruf und Privatleben.

GRI-Index

1. Strategie und Analyse

1.1	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden	S. 6-7
1.2	Beschreibung der zentralen Nachhaltigkeitsauswirkungen, -risiken, -chancen	S. 13-14, 18-19, 119-121; GB2011: S. 4-7, 62-94

2. Organisationsprofil

2.1	Name des Unternehmens	S. 11-12
2.2	Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 11-12, 51-52, 94-98; GB2011: S. 18-25
2.3	Unternehmensstruktur	S. 11-12
2.4	Hauptsitz des Unternehmens	S. 11-12
2.5	Länder der Geschäftstätigkeit	S. 11-12
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform	S. 11-12
2.7	Bediente Märkte	S. 11-12
2.8	Größe des Unternehmens	S. 11-12, 137
2.9	Wesentliche Änderungen der Unternehmensgröße, -struktur oder Eigentumsverhältnisse	S. 123-124
2.10	Auszeichnungen	S. 128-129; www.postbank.de/auszeichnungen

3. Berichtsparameter

3.1	Berichtszeitraum	S. 123-124
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	S. 123
3.3	Berichtszyklus	S. 123
3.4	Ansprechpartner für den Bericht	S. 138
3.5	Prozess zur Definition des Berichtsinhalts	S. 18-19, 123-124
3.6	Berichtsabgrenzung	S. 123-124
3.7	Einschränkungen im Berichtsumfang	S. 104, 123-124
3.8	Grundlage für die Berichterstattung über Joint Ventures etc.	S. 123-124
3.9	Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen	S. 123-124
3.10	Neuformulierungen/Änderungen bei der Darstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	S. 104, 123-124
3.11	Wesentliche Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen, der verwendeten Messmethoden im Vergleich zu früheren Berichten	Keine wesentlichen Änderungen.
3.12	GRI-Index	S. 134-135
3.13	Externe Verifizierung des Berichts	S. 136

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement

4.1	Führungsstruktur inklusive Nachhaltigkeitsverantwortung	S. 15-17, 112-113; GB2011: S. 28-34
4.2	Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	S. 112-113; GB2011: S. 28-34
4.3	Für Unternehmen ohne Aufsichtsrat: unabhängige Mitglieder des Leitungsgremiums	Nicht relevant, da die Postbank als börsennotierte Aktiengesellschaft über einen Aufsichtsrat verfügt.
4.4	Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an Vorstand/Aufsichtsrat	S. 15-17; GB2011: S. 28-34
4.5	Zusammenhang der Vergütung des oberen Managements mit der Leistung der Organisation	S. 112-113
4.6	Verfahren zur Vermeidung von Interessenkonflikten	S. 15-19; GB2011: S. 28-34
4.7	Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	S. 15-19; GB2011: S. 28-34
4.8	Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	S. 10, 78-79, 114-116
4.9	Verfahren auf Vorstandsebene zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	S. 15-17, 112-113; GB2011: S. 28-34
4.10	Beurteilungsverfahren der Nachhaltigkeitsleistungen des Vorstands	S. 15-17, 112-113; GB2011: S. 28-34
4.11	Umsetzung des Vorsorgeprinzips	S. 47-50, 117-121
4.12	Teilnahme/Unterstützung externer Initiativen	S. 125-127, 130
4.13	Mitgliedschaften	S. 126-127
4.14	Stakeholder-Gruppen	S. 18-19, 125-127, 130
4.15	Grundlage für die Auswahl der einzelnen Stakeholder-Gruppen	S. 18-19
4.16	Stakeholderdialog	S. 18-19, 54-55, 72-73
4.17	Ergebnisse des Stakeholder-Dialogs	S. 18-19, 24, 72-73

Ökonomische Leistungsindikatoren

	Managementansatz	S. 11-12, 119-121; GB2011: S. 28-34
EC1	Erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	S. 62-65, 137
EC2	Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	S. 82-87, 119-121
EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	S. 21-33
EC4	Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	Aus Datenschutzgründen findet keine Kommunikation statt.
EC5	Verhältnis Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn	Wird nicht berichtet.
EC6	Standortbezogene Auswahl von Zulieferern	S. 99-103
EC7	Standortbezogene Personalauswahl	S. 21-24
EC8	Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen, die vorrangig im öffentlichen Interesse erfolgen	S. 18-19, 51-52, 62-69, 94-98
EC9	Verständnis und Beschreibung wesentlicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	S. 18-19, 51-52, 94-98

Ökologische Leistungsindikatoren

	Managementansatz	S. 15-17, 82-87, 104-105, 123-124, 130
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	S. 104, 123-124
EN2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterial-einsatz	S. 104, 123-124
EN3	Direkter Energieverbrauch	S. 104, 123-124
EN4	Indirekter Energieverbrauch	S. 104, 123-124
EN5	Eingesparte Energie aufgrund von umweltbewusstem Einsatz und Effizienzsteigerungen	S. 104, 123-124
EN6	Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen mit höherer Energieeffizienz	S. 82-87, 104
EN7	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs und erzielte Einsparungen	S. 82-87, 104
EN8	Gesamter Wasserverbrauch	S. 104, 123-124
EN9	Betroffene Wasserquellen	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN10	Anteil aufbereiteten Wassers	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN11	Flächennutzung in geschützten Gebieten	Wird nicht berichtet, da die Postbank keine Gebäude in Schutzgebieten unterhält.
EN12	Auswirkungen von Aktivitäten in geschützten Gebieten	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN13	Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN14	Strategien zum Schutz der Biodiversität	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN15	Gefährdete Arten	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN16	Treibhausgasemissionen	S. 104, 123-124
EN17	Andere relevante Treibhausgasemissionen	S. 104, 123-124
EN18	Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	S. 82-87, 104
EN19	Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen	Wird nicht berichtet, da die Daten aufgrund geringer Mengen nicht erfasst werden.
EN20	NOx, SOx und andere Luftemissionen	Wird nicht berichtet, da die Daten aufgrund geringer Mengen nicht erfasst werden.
EN21	Wesentliche Abwassereinträge	Wird nicht berichtet, da die Daten aufgrund geringer Mengen nicht erfasst werden.
EN22	Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	S. 104, 123-124
EN23	Wesentliche Freisetzung von Schadstoffen	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN24	Sonderabfälle	Wird nicht berichtet, da die Daten aufgrund geringer Mengen nicht erfasst werden.
EN25	Auswirkung des Abwassers auf Biodiversität	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN26	Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen	S. 82-87, 104
EN27	Wiederverwertung von Verpackungsmaterial	Wird nicht berichtet, da im Geschäftsbetrieb der Postbank kein Verpackungsmaterial anfällt.
EN28	Strafen für die Nichteinhaltung gesetzlicher Umweltauflagen	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN29	Auswirkungen von Transport und Verkehr	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
EN30	Ausgaben für Umweltschutz	Aus Datenschutzgründen findet keine Kommunikation statt.

Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

	Managementansatz	S. 21-36; GB2011: S. 28-29
LA1	Angaben zur Gesamtbelegschaft	S. 21-24
LA2	Mitarbeiterfluktuation	S. 21-24
LA3	Leistungen für Vollzeitangestellte	Wird nicht berichtet.
LA4	Anteil der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	Wird nicht berichtet.
LA5	Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	Nach §§ 111,112 des Betriebsverfassungsgesetzes ist bei Betriebsänderungen der Betriebsrat umfassend und rechtzeitig zu informieren. Eine konkrete Ankündigungsfrist besteht in der Praxis nicht. Allerdings ist in der Regel den Verhandlungen über einen Interessenausgleich eine umfangreiche Informationsphase des zuständigen Gremiums vorgeschaltet. Diese kann sich abhängig von Umfang und Komplexität der geplanten Betriebsänderung über mehrere Gesprächstermine (d. h. Wochen) erstrecken.
LA6	Arbeitsschutzkommissionen	S. 34-36
LA7	Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage etc.	S. 21-23, 34-36
LA8	Beratungsangebote zu ernsthaften Krankheiten	S. 34-36
LA9	Gesundheits- und Arbeitsschutzvereinbarungen mit Gewerkschaften	Wird nicht berichtet.
LA10	Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	S. 25-28
LA11	Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	S. 25-28
LA12	Mitarbeitergespräche und -beurteilungen	S. 23-24
LA13	Zusammensetzung der leitenden Organe und Mitarbeiter (Alter, Geschlecht etc.)	S. 28-29, 31-32
LA14	Lohnunterschiede nach Geschlecht	Die Vergütung der Postbank Mitarbeiter basiert auf der jeweils ausgeübten Tätigkeit. Eine „Differenzierung“ nach Geschlecht findet nicht statt.

Menschenrechte

	Managementansatz	S. 25-30, 99-103, 114-116, 130
HR1	Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder entsprechend geprüft werden	S. 99-103, 114-116
HR2	Prüfung der Zulieferer in Bezug auf Menschenrechtsfragen	S. 99-103, 114-116
HR3	Mitarbeitertrainings zu Menschenrechten	S. 25-29
HR4	Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
HR5	Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	S. 21-24, 130
HR6	Grundsätze/Maßnahmen zur Verhinderung von Kinderarbeit	S. 114-116, 130
HR7	Grundsätze/Maßnahmen zur Verhinderung von Zwangsarbeit	S. 114-116, 130
HR8	Training für Sicherheitspersonal	Wird nicht berichtet.
HR9	Verletzungen der Rechte indigener Völker	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.

Gesellschaft

	Managementansatz	S. 18-19, 30, 45, 47-48, 114-116, 130; GB2011: S. 30, 33-34, 45
SO1	Auswirkungen auf die Gesellschaft	S. 37-41, 62-69, 89-93
SO2	Korruptionsrisiken	S. 47-50, 114-116, 130
SO3	Trainings zur Vermeidung von Korruption	S. 47-50, 114-116, 130
SO4	Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	S. 47-50, 114-116, 130
SO5	Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung und Lobbying	S. 18-19
SO6	Spenden an Parteien	Wird nicht berichtet, da die Postbank keine Spenden an die Politik tätigt.
SO7	Verstöße gegen Wettbewerbsrichtlinien	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
SO8	Strafen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	S. 47-50, 114-116, 130

Produktverantwortung

	Managementansatz	S. 42-45, 47-50, 70-76, 107-111, 114-118, 130
PR1	Gesundheitsauswirkungen entlang des Produktlebenszyklus	S. 42-45, 70-76
PR2	Verstöße gegen Gesundheitsstandards bei Produkten und Dienstleistungen	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
PR3	Grundsätze/Verfahren zur Produktkennzeichnung	S. 51-53, 94-98
PR4	Verstöße gegen Kennzeichnungspflicht von Produkten und Dienstleistungen	Wird nicht berichtet, da keine Vorfälle bekannt sind.
PR5	Praktiken in Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit	S. 42-45, 47-50, 107-111
PR6	Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	S. 42-50
PR7	Verstöße gegen Marketingrichtlinien	S. 47-50
PR8	Beschwerden zu Datenschutzmaßnahmen	S. 47-50
PR9	Bußgelder aufgrund von Gesetzesverstößen bezüglich der Zurverfügungstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	S. 47-50, 114-118, 130

Finanzsektorspezifische Indikatoren

FS1	Richtlinien mit ökologischen und sozialen Komponenten innerhalb des Kerngeschäfts	S. 114-116, 130
FS2	Verfahren zur Erkennung und Bewertung ökologischer und sozialer Risiken im Kerngeschäft	S. 80-81, 119-121; GB2011: S. 34
FS3	Kontrollprozesse auf Kundenseite bezüglich Einhaltung ökologischer und sozialer Anforderungen in Verträgen und Transaktionen	S. 100, 119-121
FS4	Maßnahmen zur Verbesserung der Mitarbeiterkompetenz zur Umsetzung von ökologischen und sozialen Richtlinien und Prozessen	S. 25-28, 78-79, 82-87
FS5	Dialog mit Kunden/Investoren/Geschäftspartnern bezüglich ökologischer und sozialer Chancen und Risiken	S. 18-19
FS6	Anteil des Portfolios für Geschäftsbereiche nach Region, Größe und Sektor	GB2011: S. 58-60
FS7	Monetärer Wert von Produkten und Dienstleistungen mit sozialem Nutzen	S. 51-52
FS8	Monetärer Wert von Produkten und Dienstleistungen mit ökologischem Nutzen	S. 94-98
FS9	Umfang und Häufigkeit von Audits zur Beurteilung der Implementierung ökologischer und sozialer Richtlinien	S. 80-81, 136
FS10	Firmen, die im Portfolio des Unternehmens enthalten sind, mit denen ein Dialog zu ökologischen und ethischen Fragen stattfand	Wird nicht berichtet.
FS11	Anteil der Einlagen, die unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten bewertet wurden	S. 119-121
FS12	Abstimmungsrichtlinien zu ökologischen und sozialen Fragen bei Aktienbesitz	Wird nicht berichtet.
FS13	Versorgung mit Bankdienstleistungen in wenig besiedelten oder wirtschaftlich schwachen Gebieten	S. 42-45
FS14	Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu Finanzdienstleistungen für benachteiligte Menschen	S. 42-45, 70-76
FS15	Richtlinien für faire Gestaltung und fairen Verkauf von Finanzdienstleistungen	S. 42-45, 114-116
FS16	Initiativen zur Förderung finanzieller Allgemeinbildung	S. 70-76

Externe Überprüfung des Berichts



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Deutsche Postbank AG** ihren Bericht „Nachhaltigkeitsbericht 2011“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt.

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 19. Juni 2012

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 12. Juni 2012. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Der Postbank Konzern in Zahlen

Gewinn- und Verlustrechnung		01.01.-31.12.2011	01.01.-31.12.2010
Gesamterträge	Mio. EUR	3.672	3.805
Verwaltungsaufwendungen	Mio. EUR	-3.204	-2.934
Ergebnis vor Steuern	Mio. EUR	78	315
Konzerngewinn	Mio. EUR	111	138
Cost Income Ratio gesamt	%	87,3	77,1
Eigenkapital-Rendite			
vor Steuern	%	1,3	5,7
nach Steuern	%	1,9	2,5
Ergebnis je Aktie¹	EUR	0,51	0,63
Bilanz		31.12.2011	31.12.2010
Bilanzsumme	Mio. EUR	191.982	214.684
Kundeneinlagen	Mio. EUR	112.961	116.201
Kundenkredite	Mio. EUR	108.896	109.303
Risikovorsorge	Mio. EUR	1.826	1.764
Eigenkapital	Mio. EUR	5.709	5.627
Kernkapitalquote	%	10,8	8,1
Mitarbeiter (auf Vollzeitkräfte umgerechnet)	Tsd.	19,23	20,36
Langfristrating			
Moody's		A1/Ausblick negativ	A1/Ausblick negativ
Standard & Poor's		A/Ausblick negativ	A/Ausblick stabil
Fitch		A+/Ausblick stabil	A+/Ausblick stabil
Informationen zur Aktie		31.12.2011	31.12.2010
Aktienkurs zum Stichtag	EUR	24,14	20,80
Aktienkurs (01.01. bis 31.12.)	Hoch EUR	24,40	27,80
	Tief EUR	19,81	19,47
Marktkapitalisierung zum Stichtag	Mio. EUR	5.282	4.551
Anzahl der Aktien	Mio.	218,8	218,8

1) Basierend auf 218,8 Millionen Aktien.

Impressum

Herausgeber

Deutsche Postbank AG
Zentrale
Friedrich-Ebert-Allee 114-126
53113 Bonn
www.postbank.de

Verantwortlich

Konzernentwicklung
Competence Center „Nachhaltigkeit und
Klimaschutz“

Projektleitung und Ansprechpartner

Lars-Oliver Holderbach
Telefon: 0228 920-0
Telefax: 0228 920-17009
nachhaltigkeit@postbank.de

Konzeption und grafische Gestaltung

KrollSchmidWolf Kommunikation GmbH
Kaistraße 5, 40221 Düsseldorf

Anmerkung

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

Wenn bei bestimmten Begriffen nur die männliche Form Anwendung findet, erfolgt dieses aus Gründen der besseren Lesbarkeit und ist nicht geschlechterspezifisch gemeint.

Der Nachhaltigkeitsbericht ist ebenso in englischer Sprache erhältlich. Beide Versionen stehen im Internet unter www.postbank.de/nachhaltigkeit zum Abruf bereit.

Ein Dank gilt all den Kollegen und externen Beteiligten, die an der Erstellung dieses Berichts mitgewirkt haben.

Bildnachweise

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



ARGO-VERSICHERUNG

Postbank

Postbank

Postbank

ISRI

ISRI

ISRI

ISRI

Postbank

Postbank

Postbank

Mehr Informationen hier:

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

Deutsche Postbank AG
Zentrale
Corporate Brand and
Marketing Communications
Bonn

678 112 112
Stand: Juli 2012

