| bericht zur unternehmerischen verantwortung 2007 |

COMMERZBANK

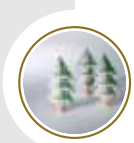
3 Einleitung
3 Die Commerzbank im Kurzporträt
4 Über diesen Bericht
6 Vorwort

8 Management
8 Der Wertewandel der Commerzbank
10 UN Global Compact: Fortschrittsbericht
11 Strategie und Organisation
12 Mitgliedschaften
13 Stakeholder-Dialog
14 Corporate Responsibility-Ratings und -Indizes
15 Fortschritte im Berichtszeitraum
16 Rückblick
17 Ausblick

18 ökonomie
zukunftschancen nutzen

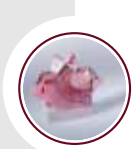
22 Erneuerbare Energien
24 Firmenkunden
26 Privatkunden
27 Nachhaltige Produkte
29 Verantwortung bei der Kreditvergabe
30 Engagement für Schwellenländer
31 Risikomanagement / Corporate Governance
32 Compliance

34 ökologie
verantwortung leben



38 Umweltmanagement
39 Nachhaltigkeit bei der Beschaffung
40 Klimaschutz
41 Energieverbrauch
42 Wasserverbrauch / Abfallmanagement
42 Sensibilisierung der Mitarbeiter
43 Papierbedarf
44 Umweltfreundliches Gebäudemanagement
45 Praktikum für die Umwelt

46 mitarbeiter
visionen raum geben



50 Mitarbeiterbefragung
52 Strukturwandel
54 Berufseinstieg
56 Weiterbildung und Personalentwicklung
57 Mitbestimmung
58 Gesundheit und Arbeitssicherheit
60 Diversity
63 Vergütung

64 gesellschaft
ideale verwirklichen

68 Die Commerzbank-Stiftung
70 Ehrenamt
72 Finanzielle Allgemeinbildung
74 Standort-Sponsoring
75 CAMPUS OF EXCELLENCE

76 Anhang
76 Glossar
78 Global Reporting Initiative und UN Global Compact
81 Impressum und Ansprechpartner

DIE COMMERZBANK IM KURZPORTRÄT

SEIT DER ÜBERNAHME DER EUROHYPO ZUM 31. MÄRZ 2006 IST DIE COMMERZBANK ZWEITGRÖSSTES KREDITINSTITUT IN DEUTSCHLAND. DIE BANK VERSTEHT SICH ALS KOMPETENTER DIENSTLEISTER INSBESONDERE FÜR PRIVAT- UND GESCHÄFTSKUNDEN SOWIE FÜR DEN MITTELSTAND. BEI IHREN KERNZIELGRUPPEN VERFOLGT SIE KONSEQUENT DAS ZIEL, DIE JEWEILS „BESTE BANK" ZU SEIN.

Die Commerzbank wurde im Jahr 1870 in Hamburg als „Commerz- und Disconto-Bank" gegründet. Etwa einhundert Jahre später verlegte sie ihre Zentrale nach Frankfurt am Main, wo sie auch ihren juristischen Sitz hat.

Die Commerzbank weltweit

Nach der Übernahme der Eurohypo, dem größten europäischen Spezialinstitut für Immobilien- und Staatsfinanzierung, ist die Commerzbank heute das zweitgrößte deutsche Kreditinstitut und eines der bedeutendsten in Europa: Ihre Konzern-Bilanzsumme liegt bei 626 Mrd Euro. Über 36 000 Mitarbeiter, darunter mehr als 8 700 im Ausland, betreuen weltweit mehr als 8 Millionen Kunden. Das Kapital der Bank ist bei rund 290 000 Aktionären im In- und Ausland breit gestreut; mehr als 50% befinden sich im Besitz ausländischer Investoren.

Kennzahlen des Commerzbank-Konzerns

	31.12.2005*)	31.12.2006	30.9.2007
Konzernüberschuss (Mio €)	1 187	1 597	1 716
Aufwandsquote im operativen Geschäft (%)	67,2	59,7	59,0
Eigenkapitalrendite auf den Konzernüberschuss (%)	12,8	14,1	18,4
Bilanzsumme (Mrd €)	444,9	608,3	626,3
Börsenkapitalisierung (Mrd €)	17,1	19,0	18,7
Mitarbeiter Konzern gesamt	33 056	35 975	36 448

* Nach Anpassung aufgrund Änderung der Risikovorsorge

An wichtigen internationalen Wirtschafts- und Finanzzentren ist die Commerzbank mit Tochtergesellschaften, Filialen und Repräsentanzen direkt vertreten. Hinzu kommt ein Netz von mehr als 5 000 Bankverbindungen weltweit.

Die Commerzbank in Deutschland

Die Commerzbank bekennt sich uneingeschränkt zum deutschen Heimatmarkt. Das Institut unterhält hier ein flächendeckendes Netz von rund 800 Filialen.

Ein hoher Stellenwert wird der guten Erreichbarkeit der Bank beigemessen. Diese wird auch über die virtuelle Filiale unter www.commerzbanking.de sichergestellt. Hier und im Online Banking über die comdirect bank besitzt die Commerzbank überdurchschnittliche Marktanteile. Für mittelständische Kunden, Großkunden und multinationale Unternehmen stellt die Bank mit www.companyworld.de einen Zugang für alle internetbasierten Firmenkundenanwendungen zur Verfügung.

Breite Palette von Finanzdienstleistungen

Ihren Kunden bietet die Commerzbank vielfältige Finanzdienstleistungen an: neben der Kontoführung mit der Abwicklung des Zahlungsverkehrs eine Vielzahl unterschiedlicher Kredit- sowie Spar- und Geldanlageformen – insbesondere das Wertpapier- und Investmentgeschäft.

Das operative Geschäft der Commerzbank ist in drei Unternehmensbereiche gegliedert:

1. **Privat- und Geschäftskunden:** Dieser Bereich umfasst neben der Betreuung von Privat- und Geschäftskunden auch das Asset Management. Im Mittelpunkt stehen insbesondere Geldanlage, Vorsorge und Immobilienfinanzierung.

2. **Corporate und Investment Banking:** Dieser Bereich pflegt in den beiden Segmenten Mittelstandsbank und Corporates & Markets die Geschäftsbeziehungen zu kleinen, mittleren, großen sowie multinationalen Firmenkunden.

3. **Commercial Real Estate, Public Finance und Treasury:** Dieser im Zuge der Eurohypo-Übernahme neu geschaffene Unternehmensbereich umfasst alle Immobilienaktivitäten, die Staatsfinanzierung und das Treasury (also die Disposition der finanziellen Mittel des Commerzbank-Konzerns).

www.commerzbank.de

ÜBER DIESEN BERICHT

IN UNSEREM ZWEITEN BERICHT ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG MÖCHTEN WIR OFFEN UND ANSCHAULICH DARÜBER BERICHTEN, WIE WIR ALS BANK UNSERER ÖKONOMISCHEN, ÖKOLOGISCHEN UND SOZIALEN VERANTWORTUNG GERECHT WERDEN.

Die Commerzbank bekennt sich zu ihrer unternehmerischen Verantwortung und zur nachhaltigen Ausrichtung ihrer Geschäftstätigkeit. Das heißt, wir wägen die ökonomischen, ökologischen und sozialen Folgen unseres Handelns sorgfältig ab. Als „guter Bürger" engagieren wir uns für das Gemeinwesen auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene – und das seit vielen Jahren.

Berichterstattung über unsere Verantwortung

Unsere Aktivitäten werden von unserem Umfeld mit steigender Aufmerksamkeit verfolgt. Mit unserer Berichterstattung wollen wir unsere Stakeholder – zu ihnen gehören zum Beispiel unsere Kunden, Aktionäre, Mitarbeiter, Nichtregierungsorganisationen, Lieferanten oder das politische Umfeld – darüber informieren, wie wir unsere Verantwortung als Bank wahrnehmen und gestalten. Wir wollen transparent über Fortschritte und Ziele berichten. Aber auch Verbesserungspotenziale und Herausforderungen möchten wir aufzeigen.

Identifizierung der Berichtsthemen

Unser Ziel war es, in diesem Bericht die Themen vorzustellen, die für unsere Leser von Interesse sind. Zu diesem Zweck haben wir bereits im Vorfeld der Erstellung unseres ersten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung eine Umfrage unter unseren wichtigsten Stakeholdern durchgeführt. Die von ihnen genannten Themen greifen wir auch im vorliegenden zweiten Bericht zur unternehmerischen Verantwortung wieder auf.

Darüber hinaus haben wir uns an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert. Diese Organisation hat einen inzwischen international anerkannten Leitfaden zur Nachhaltigkeits-Berichterstattung entwickelt. Auf den letzten Seiten dieses Berichts befindet sich eine Tabelle, aus der ersichtlich wird, inwieweit und wo wir die von der GRI geforderten Themen behandelt haben.

www.globalreporting.org

Zudem haben wir die Anforderungen der Rating-Agenturen zum Thema unternehmerische Verantwortung analysiert. Auch diese Ergebnisse flossen in die Themenfindung mit ein.

Struktur des Berichts

Zunächst ist es uns wichtig darzustellen, wie wir bei der Commerzbank die unternehmerische Verantwortung angehen. Woran wir uns dabei orientieren und wie wir das Thema organisatorisch im Unternehmen verankert haben, stellen wir im **Kapitel „Management"** vor.

Von besonderer Bedeutung sind die Themen, bei denen es darum geht, wie wir im täglichen Bankgeschäft unserer Verantwortung gerecht werden. Diese Aspekte finden sich größtenteils im **Kapitel „Ökonomie"**. Bei der Themenfindung haben wir uns auch am Branchenzusatz für den Finanzsektor der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert.

Im **Kapitel „Ökologie"** berichten wir über den betrieblichen Umweltschutz bei der Commerzbank. Dabei hat sich der Klimaschutz zu einem weiteren Handlungsfeld entwickelt.

Vor dem Hintergrund der Entwicklungen der letzten beiden Jahre haben wir uns im **Kapitel „Mitarbeiter"** unter anderem auf den Strukturwandel unseres Unternehmens und die damit einhergehenden Auswirkungen auf unsere Mitarbeiter konzentriert. Darüber hinaus informieren wir über zahlreiche Maßnahmen, die unseren Mitarbeitern zugutekommen.

Im letzten **Kapitel** berichten wir über unser Engagement für die **„Gesellschaft"**. Schwerpunkte sind hier unsere Stiftungsaktivitäten, unsere Maßnahmen zur Förderung des Ehrenamts sowie unser Einsatz zur Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung.

Eine Online-Version dieses Berichts ist im Internet verfügbar.

www.commerzbank.de ▸ über uns ▸ nachhaltigkeit und verantwortung

Räumliche und zeitliche Abgrenzung

Dieser Bericht bezieht sich, sofern nicht anders vermerkt, auf die Commerzbank AG in Deutschland. Wir berichten alle zwei Jahre über unsere unternehmerische Verantwortung. In diesem Bericht finden alle Ereignisse seit Erscheinen des letzten Berichts Ende 2005 bis zum 30. September 2007 Berücksichtigung.

| verantwortung | ***UNSER ZIEL IST ES, VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN IM GESAMTEN UNTERNEHMEN UND AUF ALLEN EBENEN SICHERZUSTELLEN – ZUM WOHLE UNSERER KUNDEN, UNSERER INVESTOREN, UNSERER MITARBEITER UND UNSERER UMWELT EBENSO WIE ZUR STÄRKUNG UNSERER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT.***

VORWORT

Klaus-Peter Müller
Sprecher des Vorstands
Commerzbank AG

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich freue mich, Ihnen den zweiten Bericht zur unternehmerischen Verantwortung der Commerzbank zu präsentieren. Er zeigt erneut auf, wie wichtig uns dieses Thema ist und wie wir es auf unterschiedlichste Art und Weise kontinuierlich mit Leben füllen.

Seit unserem letzten Bericht im Jahr 2005 haben wir viel erreicht: Als Bank sind wir zu unserer alten Position der Stärke zurückgekehrt. Dies gibt uns Anlass zu neuem Selbstbewusstsein. Und auch im Bereich unternehmerischer Verantwortung konnten wir wesentliche Fortschritte erzielen.

So haben wir im Rahmen der Systematisierung unserer Aktivitäten Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung entwickelt und weitere wichtige Meilensteine auf diesem Gebiet festgelegt.

Parallel haben wir einen langfristigen Prozess angestoßen, der die Bedeutung gelebter Werte wieder mehr in das Bewusstsein aller Mitarbeiter rückt: „Integrität" ist einer dieser fünf Werte. Er verleiht unserem Willen Nachdruck, verantwortungsvolles Handeln noch stärker in unseren Kernprozessen zu verankern.

Ein weiterer wichtiger Schritt war unser Beitritt zum Global Compact der Vereinten Nationen. Im Rahmen dieses freiwilligen Bündnisses setzen sich teilnehmende Unternehmen und Organisationen für die Menschenrechte, gerechte Arbeitsbedingungen und den Umweltschutz ein. Zudem verpflichten sie sich, Maßnahmen zur Bekämpfung von Korruption zu ergreifen. Unseren Beitritt sehen wir als Ansporn und Verpflichtung zugleich.

Gerade in Zeiten des Umbruchs gewinnt verantwortliches Handeln an Bedeutung: Daher sehen wir es als selbstverständlich an, unsere Mitarbeiter beim notwendigen Wandel zu begleiten und diesen herausfordernden Prozess mit ihnen gemeinsam sozialverträglich zu gestalten. Dies ist uns beispielsweise bei der Integration der Eurohypo vorbildlich gelungen.

Für das Jahr 2006 haben wir erstmalig die Ausgaben im Rahmen unserer unternehmerischen Verantwortung zusammengetragen. Für Spenden, Sponsoring und weiteres gesellschaftliches Engagement setzte die Commerzbank über 37 Mio Euro ein. Dies beweist, wie ernst wir unsere Verantwortung nehmen.

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser, unternehmerische Verantwortung erfordert dauerhafte Anstrengung – eine Herausforderung, der wir uns stellen. Dies hoffen wir Ihnen im vorliegenden Bericht vermitteln zu können. Ich möchte Sie deshalb herzlich dazu einladen, sich auf den folgenden Seiten selbst ein Bild vom Engagement der Commerzbank zu machen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Klaus-Peter Müller

Martin Blessing
Mitglied des Vorstands
Commerzbank AG

zuständig für

Mittelstandsbank

Zentrale Geschäftsfelder
Corporate Banking
Financial Institutions

Zentrale Servicebereiche
Information Technology
Transaction Banking

BRE Bank SA

„Der Mittelstand ist die tragende Säule unserer Wirtschaft. Als Mittelstandsbank sehen wir es als Teil unserer Verantwortung an, diesen wirtschaftlichen Kernbereich zu unterstützen und damit einen Beitrag zur Stärkung des Standorts Deutschland zu leisten. Dies tun wir durch die nachhaltige Orientierung unserer Produkte und Dienstleistungen an den Bedürfnissen des Mittelstands.

Ergänzend haben wir 2006 die Dialogplattform UnternehmerPerspektiven geschaffen. Sie vernetzt wesentliche Akteure der deutschen Wirtschaft miteinander. Im Dialog werden gemeinsam Lösungsansätze und Perspektiven erarbeitet sowie ermutigende Beispiele für den erfolgreichen Umgang mit drängenden Herausforderungen ausgetauscht."

Dr. Achim Kassow
Mitglied des Vorstands
Commerzbank AG

zuständig für

Zentrale Geschäftsfelder
Private Banking
Privat- und Geschäftskunden
Retail Kreditgeschäft
Deutsches Asset Management

comdirect bank AG

„Unser langfristiger Erfolg hängt an der Zufriedenheit unserer Kunden. Konsequente Kundenorientierung und verantwortungsvolle Beratungsleistung sind daher oberstes Gebot bei der Commerzbank. Unser Anspruch ist es, unseren Kunden in jeder Lebensphase als verlässlicher und kompetenter Finanzpartner zur Seite zu stehen. Regelmäßige Kundenumfragen und ein aktives Beschwerdemanagement helfen uns dabei, frühzeitig auf Veränderungen der Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden zu reagieren.

Darüber hinaus schätzen unsere Kunden die aktive Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung. Unser Engagement in diesem Bereich ist ein wichtiger Faktor langfristiger Kundenbindungen."

Dr. Eric Strutz
Mitglied des Vorstands
Commerzbank AG

zuständig für

Zentrale Stäbe
Bilanz und Steuern
Financial Controlling
Group Compliance
Personal
Revision

Zentraler Servicebereich
Zentrale- und
Filialorganisation

„Unternehmerische Verantwortung erfordert das verantwortungsbewusste Handeln jedes einzelnen Mitarbeiters der Commerzbank. Um dies zu erreichen, haben wir beispielsweise die folgenden Maßnahmen ergriffen:

Entwicklung einer neuen Verhaltensrichtlinie, die eindeutig beschreibt, was unter verantwortungsvollem Handeln in einer Bank zu verstehen ist. Dieser verbindliche Rahmen leistet einen wesentlichen Beitrag, gesetzeskonformes und integres Verhalten im Berufsalltag unserer Mitarbeiter sicherzustellen.

Durch Einführung einer regelmäßigen Mitarbeiterbefragung Schaffung der notwendigen Strukturen, um unsere Mitarbeiter noch intensiver in die Unternehmensgestaltung einzubeziehen."

DER WERTEWANDEL DER COMMERZBANK

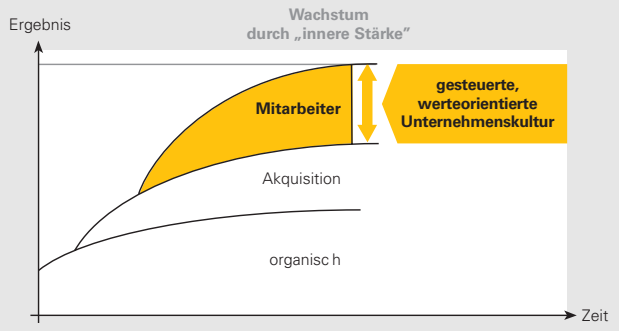
DIE COMMERZBANK STEHT IN EINER LANGEN TRADITION, DIE BIS IN DAS JAHR 1870 ZURÜCKREICHT. GEGRÜNDET VON HAMBURGER KAUFLEUTEN, FÜHLEN WIR UNS AUCH HEUTE NOCH DEN WERTEN DES EHRBAREN, HANSEATISCHEN KAUFMANNS VERPFLICHTET. DENN WERTE BIETEN ORIENTIERUNG IN EINER GLOBALISIERTEN WELT.

Gemeinsame Wertvorstellungen als Teil einer modernen Unternehmenskultur stiften Identität und sind Basis für Wachstum und nachhaltigen Erfolg. Daher haben wir einen Prozess angestoßen, der die Bedeutung von gelebten Werten verstärkt in das Bewusstsein aller Mitarbeiter rückt: ComWerte.

Wir sind davon überzeugt, dass dieser Prozess uns auch dabei hilft, zusätzliche Leistungspotenziale bei unseren Mitarbeitern zu aktivieren.

Bei allem Ehrgeiz, hochgesteckte betriebswirtschaftliche Ziele zu erreichen, wollen wir unsere Verantwortung gegenüber den Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt stets wahrnehmen.

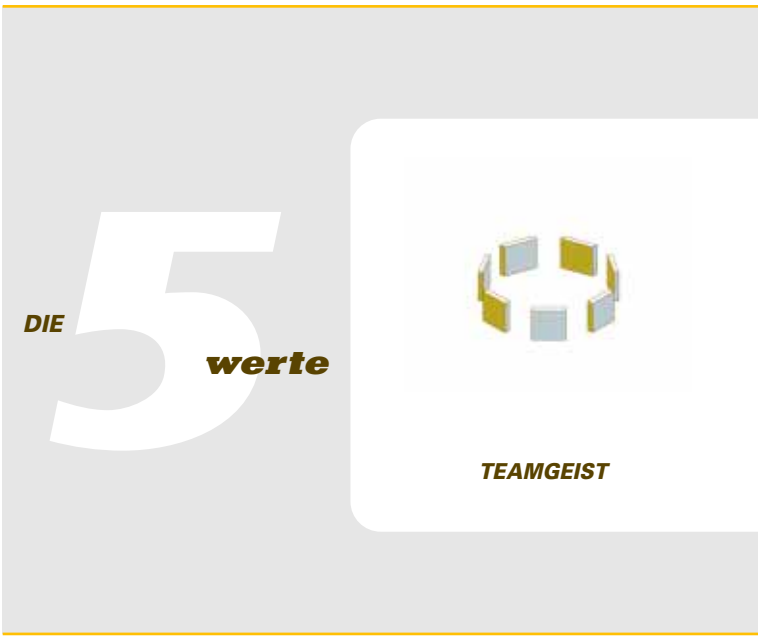
Zusätzliche Wachstumspotenziale durch die Mitarbeiter



Aufbruch zu einer werteorientierten Unternehmenskultur

Der Vorstand hat mit ComWerte einen Wandel zu einer mehr werteorientierten Unternehmenskultur angestoßen, natürlich auch mit dem Ziel, Wachstum durch „innere Stärke" zu schaffen.

In dem breit angelegten Prozess wird hinterfragt, wofür das Unternehmen im Kern steht, was es stark macht und worauf es stolz sein kann. Gleichzeitig aber auch, was verändert werden muss, um die Zukunft gemeinsam erfolgreich zu gestalten. Mit ComWerte wollen wir die Unternehmenskultur nicht nur



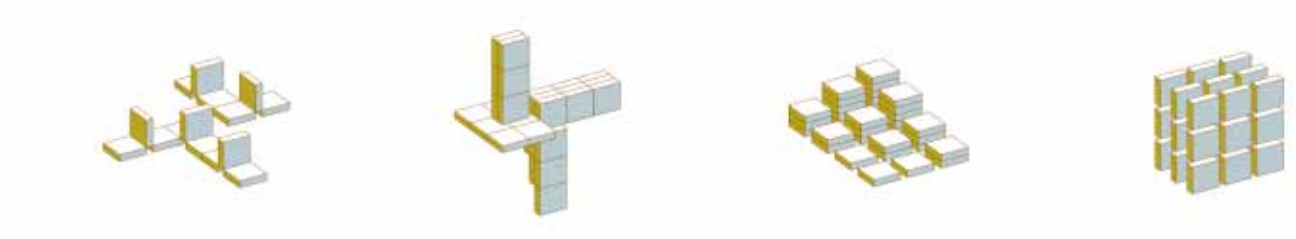
beschreiben, sondern einen aktiven und konstruktiven Kulturwandel herbeiführen, an dem alle Mitarbeiter beteiligt werden.

Im Übrigen besteht ein wissenschaftlich belegter Zusammenhang zwischen Werten und dem Erfolg eines Unternehmens. Ein Viertel des betriebswirtschaftlichen Erfolgs wird der Wirkung einer gelebten Wertekultur zugeschrieben. Mit ComWerte soll eine lebendige, motivierende, eigenständige und begeisternde Unternehmenskultur etabliert werden. Denn ein Umfeld, das die Mitarbeiter begeistert, schafft Wachstum von innen. Zugleich sendet eine gelebte Unternehmenskultur ein starkes Signal nach außen. Denn mit ComWerte schärft die Commerzbank auch ihr Profil im Bankenmarkt und erhöht damit ihre Attraktivität als Arbeitgeber.

Der Wertekanon

Die Commerzbank konzentriert sich auf fünf historisch gewachsene Werte, die aus ihrer Unternehmenskultur entstanden sind: Integrität, Marktorientierung, Leistung, Respekt/Partnerschaftlichkeit und Teamgeist. Sie beschreiben Geschichte und Gegenwart der Bank, formulieren aber auch einen Anspruch an die Zukunft.

Die Werte wurden gemeinsam mit dem Vorstand und den Führungskräften identifiziert und durch ein Resonanzforum überprüft, das aus Mitarbeitern aller Ebenen bestand.



RESPEKT / PARTNERSCHAFTLICHKEIT ***MARKTORIENTIERUNG*** ***LEISTUNG*** ***INTEGRITÄT***

ComWerte als Prozess

Was mit unseren Werten verbunden ist, ist nicht bis ins Detail definiert oder ausformuliert. Vielmehr versteht sich ComWerte als ein permanenter, nachhaltiger Prozess, in dem immer wieder von jedem Einzelnen und auch in der Gruppe überlegt wird:

- Was bedeuten die Werte für mich beziehungsweise für uns?
- Was verbinden wir gemeinsam mit den Werten?
- Was können wir tun, um den Werten Ausdruck zu verleihen?

Und schließlich:

- Wie kann ich die Anforderungen des Wertekanons in meine tägliche Arbeit integrieren?

ComWerte gibt also eine Art Rahmen vor, der immer wieder neu interpretiert, konkretisiert und mit Leben erfüllt werden soll. Diese werteorientierte Grundhaltung bildet die Triebfeder für das angestrebte Wachstum durch „innere Stärke".

Im Zuge des ComWerte-Prozesses gestalten alle Mitarbeiter die fünf Werte gemeinsam aus. In zahlreichen Workshops über die gesamte Bank hinweg entwickeln die Bereiche ihr eigenes Verständnis und formulieren Vorschläge für Veränderungsmaßnahmen, die wiederum zurückgespiegelt werden und somit das gesamte Unternehmen bereichern können.

Der Schlüssel zum Erfolg

Die Voraussetzungen für die Erreichung der mit ComWerte verfolgten Ziele sind vielversprechend, denn:

- Der Vorstand ist Teil des Prozesses und treibt ihn voran
- Es wird eine Beteiligung aller Mitarbeiter angestrebt
- Die Werte werden laufend ausgestaltet und gelebt
- Der ComWerte-Prozess wird nachhaltig in der internen Kommunikation verankert

Auf dem Weg zur besten Bank

ComWerte wird uns unserem Ziel, beste Bank für unsere Kunden, Investoren und Mitarbeiter zu werden, ein großes Stück näherbringen. Konkret bedeutet dies: Wir übertreffen die Erwartungen unserer Kunden und schaffen mit hoch motivierten Mitarbeitern eine nachhaltige Wertsteigerung.

UN GLOBAL COMPACT: FORTSCHRITTSBERICHT

DER UN GLOBAL COMPACT IST EIN FREIWILLIGER PAKT ZWISCHEN UNTERNEHMEN, ORGANISATIONEN UND DER UNO, IN DESSEN RAHMEN SICH TEILNEHMENDE UNTERNEHMEN UND ORGANISATIONEN DAZU VERPFLICHTEN, SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE STANDARDS IN IHRER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT AUF- BEZIEHUNGSWEISE AUSZUBAUEN. DEM GRÖSSTEN MULTI-STAKEHOLDER-NETZWERK IM BEREICH VERANTWORTUNGSVOLLEN WIRTSCHAFTENS GEHÖREN MITTLERWEILE KNAPP 3 000 UNTERNEHMEN AUS MEHR ALS 100 LÄNDERN AN.

Die Commerzbank bekennt sich zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen. Mit unserem Beitritt zu diesem weltumspannenden Netzwerk möchten wir einer nachhaltigen Ausrichtung unserer Geschäftstätigkeit Nachdruck verleihen und Engagement zeigen für Menschenrechte, gerechte Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und die Bekämpfung von Korruption.

„Unseren Mitarbeitern und allen anderen Stakeholdern soll unsere Mitgliedschaft beim UN Global Compact signalisieren, dass wir es ernst meinen mit dem Vorsatz, unsere Geschäftstätigkeit nachhaltig auszurichten. Wir freuen uns, Teil dieses zukunftsweisenden Netzwerks zu sein."

Klaus-Peter Müller
Sprecher des Vorstands
Commerzbank AG

Erfüllung der Beitrittsanforderungen

Entscheidend für unseren Beitritt 2006 war die Systematisierung unseres Nachhaltigkeitsmanagements in den vergangenen Jahren. Dies versetzt uns in die Lage, die Anforderungen des UN Global Compact langfristig zu erfüllen und nachhaltig verfolgen zu können.

Die Commerzbank hat sich verpflichtet, die zehn Prinzipien des UN Global Compact anzuerkennen (s. Infokasten). Bereits heute sind sie überwiegend Teil unseres internen Regelwerks und des Arbeitsalltags aller Mitarbeiter der Commerzbank.

Über den Beitritt der Commerzbank zum UN Global Compact haben wir auf der Startseite unseres Intranets berichtet und auf diese Information sehr positive Rückmeldungen von unseren Mitarbeitern bekommen.

Beispiele für die Umsetzung

In unseren neuen Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung haben wir ein explizites Bekenntnis zu den Prinzipien des UN Global Compact aufgenommen (S. 11). Die Einführung eines Standards für die Beschaffung war eine weitere Maßnahme, die den zentralen Konzerneinkauf zukünftig nachhaltiger gestaltet (S. 39). Die im Frühjahr 2007 eingeführte verbindliche Verhaltensrichtlinie für alle Mitarbeiter der Commerzbank AG zielt darauf ab, integres Verhalten im Alltag eines jeden einzelnen Mitarbeiters zu gewährleisten (S. 33). Der Kodex gibt dabei einen Orientierungsrahmen für Entscheidungen vor und soll sicherstellen, dass wichtige Prinzipien des UN Global Compact im Berufsalltag berücksichtigt werden.

Erfüllung der Berichtspflicht

Mit dem vorliegenden Bericht wollen wir unter anderem unsere jährliche Berichtspflicht gegenüber dem UN Global Compact erfüllen und über Fortschritte unseres Engagements berichten. Die Übersichtstabelle gibt Auskunft darüber, an welcher Stelle im Bericht wir in diesem Kontext relevante Themen aufgegriffen haben (s. Infokasten). Auch die Übersichtstabelle der Global Reporting Initiative enthält Referenzen zu Themen, die in Verbindung mit den Prinzipien des UN Global Compact stehen (S. 78).

Die zehn Prinzipien des UN Global Compact

Die Spalte auf der rechten Seite verweist auf die Seiten in diesem Bericht, auf denen wir über Aktivitäten der Commerzbank berichten, die in Zusammenhang mit den Prinzipien des UN Global Compact stehen.

Menschenrechte		Seite
Prinzip 1)	Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs achten und unterstützen	6, 29
Prinzip 2)	Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen	6, 29
Arbeitsstandards		Seite
Prinzip 3)	Wahrung von Vereinigungsfreiheit und Anerkennung des Rechts auf Tarifverhandlungen	6, 29, 57
Prinzip 4)	Beseitigung aller Formen von Zwangs- und Pflichtarbeit	6, 29, 30
Prinzip 5)	Abschaffung von Kinderarbeit	6, 29, 30
Prinzip 6)	Eintreten für die Beseitigung von Diskriminierung in der Beschäftigung	6, 8-9, 29, 30, 60-62
Umweltschutz		Seite
Prinzip 7)	Umsichtiger Umgang mit ökologischen Herausforderungen	6, 29, 34-45
Prinzip 8)	Durchführung von Initiativen zur Förderung eines verantwortlichen Umgangs mit der Umwelt	6, 12, 30, 34-45
Prinzip 9)	Einsatz für eine nachhaltige Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien	6, 12, 22-23, 27-28
Korruption		Seite
Prinzip 10)	Selbstverpflichtung, gegen Korruption in all ihren Formen vorzugehen, einschließlich Erpressung und Bestechung	6, 8-9, 11, 29, 30, 32-33

www.unglobalcompact.org

STRATEGIE UND ORGANISATION

FÜR EINE EFFEKTIVE UMSETZUNG UNTERNEHMERISCHER VERANTWORTUNG BEDARF ES KLAR GEREGELTER VERANTWORTLICHKEITEN UND LEITLINIEN MIT KONKRETEN ZIELVORGABEN. VOR DIESEM HINTERGRUND ARBEITET DIE COMMERZBANK KONTINUIERLICH AN DER SYSTEMATISIERUNG DER AKTIVITÄTEN IN DIESEM BEREICH.

Grundlage unserer Aktivitäten im Bereich unternehmerischer Verantwortung bilden unsere fünf zentralen Unternehmenswerte: Integrität, Marktorientierung, Leistung, Respekt/Partnerschaftlichkeit und Teamgeist. Die Einführung des Prozesses ComWerte, in dessen Rahmen sie ausgestaltet werden, markiert bei der Commerzbank den Aufbruch zu einer noch stärker werteorientierten Unternehmenskultur (S. 8). Besonders vom Wert „Integrität" leitet sich unser Ziel ab, verantwortungsvolles Handeln überall im Unternehmen zu verankern. Um dies zu erreichen, haben wir im Jahr 2007 Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung erarbeitet (s. Infokasten).

Weitere Meilensteine

Für die Zeit bis zum Erscheinen unseres nächsten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung haben wir uns Ziele gesetzt (S. 17). Schwerpunkte dabei sind die Entwicklung einer übergreifenden Strategie zur unternehmerischen Verantwortung, die Einführung eines Umweltmanagementsystems, die Umsetzung eines systematischen Managements von Reputationsrisiken sowie die verstärkte Sensibilisierung unserer Mitarbeiter für Belange der Nachhaltigkeit.

Zentrale Steuerung

Alle Aktivitäten unserer unternehmerischen Verantwortung werden zentral gesteuert. Der Vorstand der Commerzbank hat 2005 ein Team für Reputations- und Nachhaltigkeitsmanagement etabliert, das in der Konzernkommunikation angesiedelt ist. Das Team koordiniert alle Aktivitäten rund um das Thema unternehmerische Verantwortung und ist für dessen strategische Ausrichtung zuständig. Es wird von Verantwortlichen aus einzelnen Fachabteilungen unterstützt – je nach Themengebiet zum Beispiel vom Umweltbeauftragten, von der Leiterin Diversity oder von Vertretern des Kompetenzzentrums Erneuerbare Energien. Diese Struktur stellt sicher, dass die einzelnen Aktivitäten in den verantwortlichen Abteilungen betrieben, aber im ganzheitlichen Kontext unternehmerischer Verantwortung vernetzt werden.

Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung

Wir sind davon überzeugt, durch verantwortungsvolles Handeln einen wesentlichen Beitrag zur Wertsteigerung und Zukunftssicherung der Commerzbank zu leisten. Als zweitgrößtes Kreditinstitut in Deutschland bekennen wir uns daher zu unserer unternehmerischen Verantwortung und zur nachhaltigen Ausrichtung unserer Geschäftstätigkeit. Sechs Eckpfeiler geben uns dabei Orientierung:

1. Gesetzestreue und Transparenz: Einhalten von Regeln und Gesetzen sowie eine transparente Berichterstattung gegenüber Anteilseignern und anderen Stakeholdern sind die Grundlage unserer Verantwortung.

2. Verankerung im Kerngeschäft: Unternehmerische Verantwortung ist ein bedeutsamer Bestandteil unserer Unternehmenskultur, des operativen Bankgeschäfts sowie der internen Arbeitsprozesse.

3. Sensibilisierung der Mitarbeiter: Die Verwirklichung unserer Verantwortung kann nur mit Mitarbeitern gelingen, die das Prinzip der Nachhaltigkeit in ihrem Alltag umsetzen. Zu diesem Zweck streben wir eine kontinuierliche Sensibilisierung unserer Mitarbeiter an.

4. Stakeholder-Dialog: Im Gespräch mit Kunden, Aktionären und Geschäftspartnern ebenso wie mit Medien, Nichtregierungsorganisationen und Behörden möchten wir die Erwartungen und Interessen unserer Stakeholder kennen lernen und zugleich die Sichtweise der Commerzbank darstellen. Ergebnisse des Dialogs betrachten wir als wichtige Grundlage für die Weiterentwicklung unserer Aktivitäten im Bereich unternehmerischer Verantwortung.

5. Bekenntnis zum UN Global Compact: Wir zählen zu den Mitgliedern des UN Global Compact. Gemeinsam mit anderen Unternehmen und der UNO will die Commerzbank grundlegende Prinzipien der Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Korruptionsbekämpfung sowie des Umweltschutzes umsetzen und voranbringen.

6. Stetige Verbesserung: Die Commerzbank entwickelt ihre Strategie unternehmerischer Verantwortung anhand der Erfordernisse und Erwartungen einer sich dynamisch verändernden Gesellschaft kontinuierlich weiter.

MITGLIEDSCHAFTEN

DIE COMMERZBANK ENGAGIERT SICH IN ZAHLREICHEN VERBÄNDEN UND VEREINEN. FOLGENDE AUSWAHL ZEIGT DIE MITGLIEDSCHAFTEN, DIE EINEN BEZUG ZUM THEMENGEBIET UNTERNEHMERISCHER VERANTWORTUNG AUFWEISEN. SEIT ERSCHEINEN UNSERES LETZTEN BERICHTS IM JAHR 2005 NEU EINGEGANGENE MITGLIEDSCHAFTEN HABEN WIR GEKENNZEICHNET.

Organisation	Satzungszweck
Wissenschaft	
Mafinex e. V., Mannheim	Förderung von Wissenschaft und Forschung. Maßnahmen zur Entdeckung und Entwicklung von technologischen Innovationen. Unterstützung von innovativen Existenzgründungen.
Max-Planck-Gesellschaft e. V., München	Förderung der Wissenschaften, insbesondere durch Unterhaltung von Forschungsinstituten, die frei und unabhängig forschen.
Wirtschaft	
Afrika-Verein e. V., Hamburg	Intensivierung der deutsch-afrikanischen Wirtschaftsbeziehungen. Der Afrika-Verein informiert über Länder und Märkte in Afrika, stellt Kontakte her und vertritt die Interessen seiner Mitglieder im In- und Ausland.
neu Bundesverband mittelständische Wirtschaft, Berlin	Interessenvertretung der kleinen und mittleren Unternehmer aller Branchen und Berufsgruppen gegenüber der Öffentlichkeit, der Politik, der Verwaltung, den Gewerkschaften und allen übrigen gesellschaftlichen Gruppen. Darstellung der Leistungen der mittelständischen Wirtschaft und Mitwirkung an der politischen Willensbildung.
neu DAWI Deutsch-Angolanische Wirtschaftsinitiative e. V., Berlin	Ausschöpfung des hohen Potenzials der bisher erst wenig entwickelten deutsch-angolanischen Wirtschaftsbeziehungen (unter anderem Wiederaufbauinvestitionen nach 27 Jahren Bürgerkrieg).
Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management, Frankfurt am Main	Berufliche Unterstützung der Mitglieder durch Information, Veröffentlichungen sowie Aus- und Weiterbildung. Gewährleistung der Berufsausübung auf einem qualitativ hohen, international anerkannten Niveau mittels professioneller Standards. Förderung des Verständnisses der Öffentlichkeit für die Bedeutung und Funktion der Finanzanalyse sowie für das Asset Management. Mitarbeit an aktiver Meinungsbildung.
Technologie	
Technologie Forum Paderborn e. V., Paderborn	Intensivierung des Dialogs aller gesellschaftlichen Gruppen in Technologie- und Zukunftsfragen. Schaffung eines Bewusstseins für die Rolle der Technologie zur Weiterentwicklung der Gesellschaft.
Soziales	
Taten statt Worte e. V., Hamburg	Förderung der Chancengleichheit von Frauen und Männern in der deutschen Wirtschaft. Unterstützung der menschlichen und beruflichen Weiterbildung von Fach- und Führungskräften, insbesondere von Nachwuchskräften, vor allem durch Gewinnung von Auslandserfahrungen.
neu Victress Initiative, Berlin	Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern, insbesondere eines höheren Frauenanteils in Führungsebenen. Vernetzung von Fraueninitiativen und Netzwerken; Förderung der gesellschaftlichen Diskussion; Forschung.
Gesellschaft	
Atlantik-Brücke e. V., Berlin	Die Atlantik-Brücke wurde mit dem Ziel gegründet, eine Brücke zwischen Deutschland und den USA zu schlagen. Im Mittelpunkt ihrer Arbeit steht das Bemühen um ein besseres gegenseitiges Verständnis.
neu Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement, Berlin	Gemeinsames Netzwerk der drei großen gesellschaftlichen Bereiche – Bürgergesellschaft, Staat und Kommunen, sowie Wirtschaft/Arbeitsleben – zur Förderung von bürgerschaftlichem Engagement und Bürgergesellschaft in allen Gesellschafts- und Politikbereichen.
Kultur	
Deutsch-Russisches Forum e. V., Berlin	Förderung der bilateralen Beziehungen zwischen Russland und Deutschland auf politischer, wirtschaftlicher und kultureller Ebene zum Nutzen beider Länder.
Nachhaltigkeit	
Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e. V. (B.A.U.M.), Hamburg	Unterstützung der Mitglieder in Fragen des unternehmerischen Umweltschutzes und nachhaltiger Entwicklung. Der Schwerpunkt liegt dabei auf praxisorientierten Dienstleistungen.
neu UN Global Compact, New York (USA)	Freiwilliger Pakt zwischen Unternehmen, Organisationen und der UNO, in dessen Rahmen sich teilnehmende Unternehmen und Organisationen dazu verpflichten, soziale und ökologische Standards in ihrer Geschäftstätigkeit auf- bzw. auszubauen.
UNEP FI, Genf (Schweiz)	Globale Partnerschaft zwischen dem Umweltprogramm der UNO (UNEP) und dem Finanzsektor, um ein erhöhtes Umwelt- und Nachhaltigkeitsbewusstsein im Bankensektor zu erzielen.
neu Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e. V., Augsburg	Der Verein versteht sich als Forum für den fachbezogenen Meinungs- und Informationsaustausch von Finanzdienstleistern. Ziel ist es, neue Strategien und geeignete Instrumente zur praktischen Umsetzung der Anforderungen aus dem Konzept der nachhaltigen Entwicklung abzuleiten.

STAKEHOLDER-DIALOG

DIE INDIVIDUELLEN ANSPRÜCHE UND INTERESSEN IHRER STAKEHOLDER NIMMT DIE COMMERZBANK SEHR ERNST. DEN AUSTAUSCH MIT IHNEN BETRACHTEN WIR ALS ESSENZIELLE INFORMATIONSQUELLE, UM UNS ZU VERBESSERN. IM DIALOG MÖCHTEN WIR IHRE ERWARTUNGEN UND INTERESSEN KENNEN LERNEN UND ZUGLEICH DIE SICHTWEISE DER COMMERZBANK DARSTELLEN.

Wir glauben, dass uns der Dialog mit unserem Umfeld hilft, Chancen und Geschäftsrisiken frühzeitig zu erkennen. Mit unseren so genannten Stakeholdern – also all jenen Gruppierungen, zu denen wir eine direkte oder auch indirekte Beziehung durch unsere Geschäftstätigkeit haben – stehen wir daher im regen Austausch. Die Dialoge sind so vielfältig und individuell wie die Stakeholder-Gruppen selbst:

• Für unsere **Kunden** sind wir auf vielseitigen Wegen ständig erreichbar: An rund 800 Standorten für Privat- und Geschäftskunden sowie an rund 145 Standorten für Firmenkunden stehen wir ihnen flächendeckend persönlich zur Verfügung. Unsere regelmäßigen Kundenbefragungen und unser aktives Beschwerdemanagement geben ihnen darüber hinaus die Möglichkeit, uns Verbesserungspotenzial aufzuzeigen (S. 26).

• Unsere **Mitarbeiter** beziehen wir aktiv ein – zum Beispiel durch unsere mittlerweile gut etablierte Mitarbeiterbefragung, die die Möglichkeit bietet, Meinungen, Wünsche und Ideen an das Management heranzutragen und somit das Unternehmen mit zu gestalten (S. 50). Darüber hinaus arbeiten wir eng mit den Arbeitnehmervertretern zusammen (S. 57).

• Mit unseren **Lieferanten** stehen wir in regelmäßigem Kontakt. 2006 haben wir verantwortungsvolles Handeln verstärkt in unserem Einkauf verankert – zum einen durch die Erarbeitung von Ethikleitlinien, zum anderen durch unseren neuen Standard für nachhaltige Beschaffung (S. 39).

• Eine transparente Berichterstattung gegenüber den **Medien** ist für uns selbstverständlich. Mit Nachrichtenagenturen, der Fachpresse und Wirtschaftsredaktionen der Tagespresse sowie allen wichtigen elektronischen Medien stehen wir regelmäßig im Kontakt – sei es durch Pressemeldungen, bei Pressegesprächen oder im persönlichen Gespräch. Wir versorgen die Medien aktiv mit Informationen, die im Zusammenhang mit unserer unternehmerischen Verantwortung stehen.

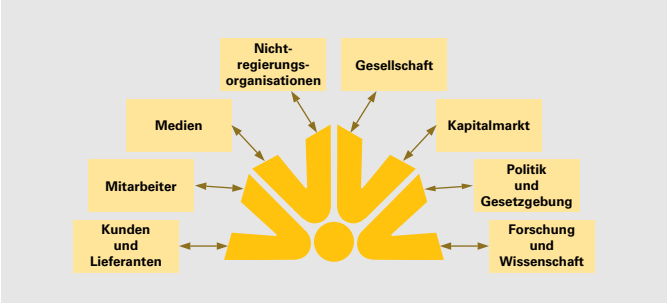
• Der Austausch mit **Nichtregierungsorganisationen** ist uns wichtig. Im Mittelpunkt steht der Dialog über die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt. Ein Beispiel dafür ist die Veranstaltung „Banken und Zellstoff/Wald", im Rahmen derer wir uns mit Umweltorganisationen und anderen Banken ausgetauscht haben. Diese Diskussion wird in Form einer Dialogreihe fortgesetzt (S. 29).

• Wir engagieren uns zum Wohle der **Gesellschaft** in unserem Umfeld. Zu diesem Zweck arbeiten wir mit verschiedenen gemeinnützigen Organisationen in definierten Handlungsfeldern zusammen (S. 64). Mit unseren Kooperationspartnern streben wir eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit an. Ihre Ideen und Anregungen fließen in die Ausgestaltung unserer unternehmerischen Verantwortung ein.

• Zu den Akteuren des **Kapitalmarkts** gehören insbesondere unsere institutionellen Investoren und Privataktionäre, aber auch Analysten und Rating-Agenturen. Fragen zur verantwortungsvollen Ausrichtung unserer Geschäftstätigkeit beantworten wir offen und ausführlich. Auch in den vergangenen Jahren haben wieder zahlreiche Rating-Agenturen unsere Aktivitäten im Bereich unserer unternehmerischen Verantwortung bewertet (S. 14).

• Der Dialog mit **Politik und Gesetzgebung** wird immer wichtiger und ist von wechselseitigem Nutzen. Dabei streben wir an, über wichtige politische Entscheidungen auf dem Laufenden zu sein, deren Auswirkungen zu verstehen und unsere Geschäftsfelder frühzeitig auf regulatorische Veränderungen einzustellen. Zu diesem Zweck unterhält die Commerzbank eigene Verbindungsbüros in Berlin und Brüssel. Vor dem Hintergrund der europäischen Ratspräsidentschaft tagte der Vorstand der Commerzbank im Juni 2007 in der „EU-Hauptstadt" Brüssel.

• **Forschung und Wissenschaft** liefern uns Impulse für die zukünftige Ausrichtung unseres Geschäftsbetriebs. Mit Universitäten und Forschungsinstituten arbeiten wir daher eng zusammen. Ein Beispiel hierfür ist der stetige Austausch unseres Kompetenzzentrums Erneuerbare Energien mit Vertretern der Wissenschaft (S. 22).



CORPORATE RESPONSIBILITY-RATINGS UND -INDIZES

DER BANKENSEKTOR IST EINE WESENTLICHE BRANCHE AM AKTIENMARKT. NICHT ZULETZT AUS DIESEM GRUND WIRD ER VON ANALYSTEN UND INVESTOREN GENAU BEOBACHTET. VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN GEGENÜBER MITARBEITERN, UMWELT, GESELLSCHAFT UND WIRTSCHAFTLICHEM UMFELD – DIE SO GENANNTE CORPORATE RESPONSIBILITY-PERFORMANCE – FLIESST DABEI ZUNEHMEND IN UNTERNEHMENSBEWERTUNGEN MIT EIN.

Seit Erscheinen unseres letzten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung 2005 hat das Interesse von spezialisierten Rating-Agenturen deutlich zugenommen: Die Anzahl der Bewertungen hat sich erhöht. Dementsprechend hat unser Team Reputations- und Nachhaltigkeitsmanagement den Dialog mit den Agenturen intensiviert.

Die Bewertungen der Rating-Agenturen sind teilweise Basis für die Aufnahme in spezielle Nachhaltigkeitsindizes. Untersucht wird vor allem die Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und ethischer Kriterien innerhalb des operativen Bankgeschäfts, aber ebenso bei den innerbetrieblichen Abläufen. Ergänzend spielen auch Themen wie Unternehmensführung, Risiko-Controlling und Compliance – also die Einhaltung von Gesetzen und Regeln im Unternehmen – eine Rolle.

Erfreulicherweise haben sich die Bewertungsergebnisse nahezu aller wichtigen Corporate Responsibility-Rating-Agenturen für die Commerzbank verbessert, beispielsweise bei SAM, dessen Bewertung Grundlage für den Dow Jones Sustainability Index ist. Dies bestätigt uns darin, auf dem richtigen Weg zu sein, wenn wir Nachhaltigkeitsaspekte verstärkt in unser tägliches Handeln einbeziehen. Zugleich sind uns die in den Analysen aufgezeigten Verbesserungspotenziale eine gute Richtschnur für die Weiterentwicklung unserer unternehmerischen Verantwortung.

Corporate Responsibility-Ratings		**Internet-Adresse**
Bank Sarasin	Bewertet	www.sarasin.ch
E.Capital Partners	Bewertet	www.e-cpartners.com
imug (EIRIS)	Bewertet	www.imug.de
Equinet Institutional Services	Bewertet	www.equinet-ag.de
Innovest	Bewertet	www.innovestgroup.com
oekom research	Bewertet	www.oekom-research.de
SAM	Bewertet	www.sam-group.com
scoris (SiRi Company)	Bewertet	www.scoris.de
Vigeo	Bewertet	www.vigeo.com

Indizes		**Internet-Adresse**
Dow Jones Sustainability Indexes (DJSI)	Nicht gelistet	www.sustainability-indexes.com
Ethibel Sustainability Index (ESI)	Gelistet	www.ethibel.org
Ethical Index EURO	Gelistet	www.e-cpartners.com

Stand: September 2007

FORTSCHRITTE IM BERICHTSZEITRAUM

VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN SICHERZUSTELLEN ERFORDERT KONTINUIERLICHE ANSTRENGUNG. SO HABEN WIR SEIT DER VERÖFFENTLICHUNG UNSERES LETZTEN BERICHTS ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG ENDE 2005 ZAHLREICHE AKTIVITÄTEN UNTERNOMMEN, UM UNSERE ZIELE ZU ERREICHEN. MIT DEN ERGEBNISSEN KÖNNEN WIR ZUNÄCHST ZUFRIEDEN SEIN. GLEICHZEITIG WERDEN WIR MIT VOLLEM ENGAGEMENT DARAN ARBEITEN, UNS STETIG ZU VERBESSERN.

2005 hatten wir uns vorgenommen, ...	Um dieses Ziel zu erreichen, ...	Wir werden ...
dem UN Global Compact beizutreten.	... haben wir Ende 2006 unseren Beitritt erklärt und uns somit den zehn Prinzipien des UN Global Compact verpflichtet. Wir erfüllen schon heute einen Großteil seiner Anforderungen (S. 10).	... weiterhin transparent über unsere Fortschritte bezüglich der Umsetzung der Prinzipien berichten.
... eine bereichsübergreifende Strategie für unsere unternehmerische Verantwortung zu entwickeln.	... haben wir Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung erarbeitet und uns neue Ziele gesetzt (S. 11).	... bis Ende 2008 auf Basis unserer Leitlinien eine Strategie entwickeln.
... einen Verhaltenskodex für unsere Mitarbeiter zu entwickeln und umzusetzen.	... haben wir im Februar 2007 unsere Verhaltensrichtlinie verabschiedet und verbindlich für alle Mitarbeiter der Commerzbank AG eingeführt (S. 33).	... unsere Mitarbeiter weiterhin zu den Inhalten der Verhaltensrichtlinie informieren und schulen, um auf diese Weise ihre Einhaltung sicherzustellen.
... den Stakeholder-Dialog zu systematisieren und Ergebnisse in unsere Entscheidungsprozesse einfließen zu lassen. Zudem wollten wir uns verstärkt in verschiedenen Gremien engagieren.	... haben wir analysiert, mit welchen Stakeholder-Gruppen wir zu welchen Themen kommunizieren. Zudem standen wir mit zahlreichen Organisationen im Austausch (S. 13). Außerdem sind wir dem Verein für Umweltmanagement in Banken, Versicherungen und Sparkassen (VfU) beigetreten (S. 12).	... unseren Stakeholder-Dialog aufrechterhalten, unter anderem durch die regelmäßige Teilnahme am Bankendialog-Programm von Urgewald (S. 29). Generell werden wir unsere Gremienarbeit weiter verstärken, zum Beispiel im VfU.
... das Internet verstärkt für die Kommunikation von Themen unternehmerischer Verantwortung zu nutzen und die Webseiten regelmäßig zu überarbeiten.	... haben wir die Inhalte unseres Berichts zur unternehmerischen Verantwortung ins Internet gestellt. Darüber hinaus haben wir unsere Webseite bei wichtigen Ereignissen ergänzt und eine Rubrik mit „Aktuelles" eingerichtet (www.commerzbank.de ▸ über uns ▸ nachhaltigkeit).	... unseren Webauftritt Anfang 2008 erneut grundlegend aktualisieren.
... Nachhaltigkeitskriterien verstärkt ins Kerngeschäft zu integrieren und hierzu auch unser Risikomanagement im Bereich Reputationsrisiken zu verfeinern.	... haben wir im Produktbereich vermehrt nachhaltige Geldanlagen auf den Markt gebracht (S. 27) sowie einen Standard für nachhaltige Beschaffung im Konzerneinkauf eingeführt (S. 39). Zudem haben wir ein Konzept für ein systematisches Reputationsrisiko-Management erarbeitet. Darüber hinaus werden insbesondere Finanzierungen, bei denen Nachhaltigkeits- und Reputationsaspekte eine wesentliche Rolle spielen, einzeln votiert.	... unser Kerngeschäft weiter verstärkt nachhaltig ausrichten. Die Umsetzung des Reputationsrisiko-Managementkonzepts beginnt Anfang 2008.
... den freiwilligen Verhaltenskodex für Schuldnerländer und Investoren kontinuierlich weiterzuentwickeln.	... haben wir gemeinsam mit unseren Kooperationspartnern den Prinzipien zu immer breiterer Zustimmung verholfen (S. 30).	... durch unsere Mitarbeit in der Beratergruppe (so genannte Group of Trustees) des Institute of International Finance einen Beitrag zur weiteren Verbreitung der Prinzipien leisten (S. 30).
... die Zufriedenheit unserer Kunden zu steigern, unter anderem durch stetige Verbesserung des Beschwerdemanagements.	... haben wir 2006 und 2007 erste bundesweite Mittelstandsbefragungen durchgeführt. Die befragten Mittelständler sind überdurchschnittlich zufrieden mit der Commerzbank (S. 24). Bei den Privatkunden zeigte sich die Kundenzufriedenheit in den letzten Jahren insgesamt stabil mit leicht positiver Tendenz (S. 26).	... weiterhin aus den Ergebnissen unserer Kundenbefragungen konkrete Maßnahmen ableiten, um die Zufriedenheit unserer Kunden zu erhöhen.
... ein internes Umweltmanagementsystem einzuführen.	... haben wir zunächst einen Umweltmanagement-Beauftragten ernannt (S. 38).	... bis Ende 2008 ein Umweltmanagementsystem aufbauen und zertifizieren.
... das Thema Diversity insbesondere im Bereich „Generationen" und „kulturelle Vielfalt" auszubauen.	... haben wir im Bereich Diversity zahlreiche Aktivitäten verfolgt, für die wir extern ausgezeichnet wurden (S. 60). Zur Vermittlung interkultureller Kompetenzen im Bankalltag und der generationsübergreifenden Zusammenarbeit haben wir ein Workshopangebot aufgesetzt.	... eine Veranstaltungsreihe zum Thema „kulturelle Vielfalt" einführen und planen derzeit weitere Maßnahmen, um die Stereotypisierung von Alt und Jung zu vermeiden.
... ein betriebliches Gesundheitsmanagement aufzubauen.	... haben wir im April 2006 eine zusätzliche Vollzeitstelle im Bereich Gesundheitsmanagement geschaffen (S. 58).	... unser Gesundheitsmanagementsystem bis Ende 2008 aufgebaut haben.
... die Ausrichtung unseres gesellschaftlichen Engagements zu überprüfen.	... haben wir unsere Aktivitäten stärker konzentriert und uns insbesondere mit weiteren Akteuren vernetzt, die die gleichen Ziele verfolgen wie wir (S. 67). Auch bei der Commerzbank-Stiftung haben wir drei Schwerpunkte der Förderpolitik herausgearbeitet (S. 68).	... uns noch stärker auf unsere Themenfelder konzentrieren, um unser Engagement in diesen Bereichen noch wirkungsvoller zu gestalten.

2006 – 2007 RÜCKBLICK

2006

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05
JAN	FEB	MRZ	APR	MAI	JUN	JUL	AUG	SEP	OKT	NOV	DEZ	JAN	FEB	MRZ	APR	MAI

| dezember 2006 |
BEITRITT ZUM UN GLOBAL COMPACT
SEITE 10

| juni 2007 |
START DER COMWERTE-WORKSHOPS FÜR EINE WERTEORIENTIERTE UNTERNEHMENSKULTUR
SEITE 8

| september 2006 |
DEUTLICH VERBESSERTES RANKING DER COMMERZBANK IM DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX SEITE 14

DIALOG „BANKEN UND ZELLSTOFF|WALD“, VERANSTALTET VON URGEWALD, MIT NICHTREGIERUNGSORGANISATIONEN UND ANDEREN BANKEN SEITE 29

| januar 2006 |
ERNEUTE BESTÄTIGUNG DER HOHEN QUALITÄTSSTANDARDS DER COMMERZBANK BEIM FONDSAUSWAHLPROZESS DURCH DEN TÜV SÜD SEITE 26

| februar 2006 |
GRÜNDUNG DER INITIATIVE UNTERNEHMERPERSPEKTIVEN FÜR DEN DEUTSCHEN MITTELSTAND SEITE 25

| februar 2007 |
PLATZ 1 FÜR DIE COMMERZBANK FÜR IHRE KREDITBERATUNG BEI PRIVATKUNDEN IN DER BEWERTUNG DES MAGAZINS FINANZTEST SEITE 26

EINFÜHRUNG DER NEUEN VERHALTENSRICHTLINIE FÜR ALLE MITARBEITER DER COMMERZBANK AG SEITE 33

| dezember 2006 |
COMMERZBANK IST BESTE GROSSBANK IN DER BANKENBEWERTUNG DER ARBEITSGEMEINSCHAFT SELBSTSTÄNDIGER UNTERNEHMER (ASU) SEITE 24

| april 2006 |
RUND 50 STUDENTEN BEGINNEN IHR „PRAKTIKUM FÜR DIE UMWELT“ IN EINEM DEUTSCHEN GROSSSCHUTZGEBIET SEITE 45

| april 2007 |
RUND 50 STUDENTEN BEGINNEN IHR „PRAKTIKUM FÜR DIE UMWELT“ IN EINEM DEUTSCHEN GROSSSCHUTZGEBIET SEITE 45

| september 2006 |
STANDARD FÜR NACHHALTIGE BESCHAFFUNG WIRD FESTER BESTANDTEIL BEI DER AUSSCHREIBUNG EINZUKAUFENDER WAREN ODER DIENSTLEISTUNGEN SEITE 39

| mai 2007 |
SCHAFFUNG DER STELLE EINES UMWELTMANAGEMENT-BEAUFTRAGTEN SEITE 38

| oktober bis november 2006 |
JÄHRLICHE MITARBEITERBEFRAGUNG ZUR MESSUNG DER ZUFRIEDENHEIT SEITE 50

| märz 2007 |
UNTERZEICHNUNG DER „CHARTA DER VIELFALT“ ALS ZEICHEN DER ANERKENNUNG UND WERTSCHÄTZUNG FÜR DIE VIELFALT DER COMMERZBANK-MITARBEITER, -KUNDEN UND -GESCHÄFTSPARTNER SEITE 62

| april 2006 |
SCHAFFUNG EINER ZUSÄTZLICHEN VOLLZEITSTELLE IM BETRIEBLICHEN GESUNDHEITSMANAGEMENT SEITE 58

| mai 2007 |
BESCHLUSS EINES AKTIONSPLANS ZUR SUCHTPRÄVENTION MIT DEM GESAMTBETRIEBSRAT SEITE 59

INITIATIVE CAMPUS OF EXCELLENCE 2007, BESTEHEND AUS EINER „SUMMER SCHOOL“

| märz 2007 |
IM RAHMEN EINES GEMEINSAM MIT DEM LANDESINSTITUT FÜR SCHULENTWICKLUNG BADEN-WÜRTTEMBERG DURCHGEFÜHRTEN PILOTPROJEKTS WERDEN PRAXISNAHE UNTERRICHTSMATERIALIEN ZU FINANZTHEMEN ERARBEITET SEITE 72

| august 2007 |
DIE MITARBEITER UNSERER PERSONALABTEILUNG RENOVIEREN DIE AUGUST-JASPERT-GRUNDSCHULE IN FRANKFURT-BONAMES SEITE 71

| dezember 2005 |
VERÖFFENTLICHUNG UNSERES ERSTEN BERICHTS ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG

2008 AUSBLICK

2007 ◀▶ 2008

| 06 | JUN | 07 | JUL | 08 | AUG | 09 | SEP | 10 | OKT | 11 | NOV | 12 | DEZ | 01 | JAN | 02 | FEB | 03 | MRZ | 04 | APR | 05 | MAI | 06 | JUN | 07 | JUL | 08 | AUG | 09 | SEP |

| anfang 2008 |
GRUNDLEGENDE AKTUALISIERUNG DES INTERNETAUFTRITTS FÜR DEN BEREICH UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

| september 2007 |
ERNEUT DEUTLICH VERBESSERTES RANKING DER COMMERZBANK IM DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX SEITE 14

| mitte 2008 |
START DES ERARBEITUNGSPROZESSES UNSERER STRATEGIE FÜR UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

| anfang 2008 |
BEGINN DER UMSETZUNG DES KONZEPTS REPUTATIONSRISIKO-MANAGEMENT

| november 2007 |
VERABSCHIEDUNG EINER KONZERNWEITEN RICHTLINIE ZUM UMGANG MIT INTERESSENKONFLIKTEN

| juni 2008 |
ABSCHLUSS DER KONZERNWEITEN OPTIMIERUNG DER PROZESSE ZUR GELDWÄSCHEPRÄVENTION

| januar 2008 |
VERSORGUNG UNSERES HOCHHAUSES IN FRANKFURT AUSSCHLIESSLICH MIT ÖKOSTROM

| april 2008 |
RUND 50 STUDENTEN BEGINNEN IHR „PRAKTIKUM FÜR DIE UMWELT“ IN EINEM DEUTSCHEN GROSSSCHUTZGEBIET SEITE 45

| im laufe des jahres 2008 |
EINFÜHRUNG EINES UMWELTMANAGEMENTSYSTEMS

| herbst 2007 |
VERÖFFENTLICHUNG DER ERGEBNISSE DER BISLANG DEUTSCHLANDWEIT EINMALIGEN COMMERZBANK-VÄTERSTUDIE

| im laufe des jahres 2008 |
AUFSETZEN VON WEITEREN VERANSTALTUNGSREIHEN FÜR DIE DIVERSITY-BEREICHE „KULTURELLE VIELFALT“ UND „GENERATIONEN“

| mitte 2008 |
DURCHFÜHRUNG UNSERER ZWEITEN „GROSSEN“ MITARBEITERBEFRAGUNG

| august bis september 2007 |
JÄHRLICHE MITARBEITERBEFRAGUNG ZUR MESSUNG DER ZUFRIEDENHEIT SEITE 50

| ende 2008 |
EINFÜHRUNG DES GESUNDHEITS-MANAGEMENTSYSTEMS

| juli-september 2007 |
UND EINER „PRAXIS ACADEMY“ SEITE 75

| september 2007 |
UNTERSTÜTZUNG DER „WOCHE DES BÜRGERSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS“ ALS NEUER KOOPERATIONSPARTNER DES BBE SEITE 71

1. FAMILIENTAG IN DER COMMERZBANK-ARENA MIT KUNDEN, GESCHÄFTSFREUNDEN UND DIENSTLEISTERN SOWIE IHREN FAMILIEN SEITE 74

| ende 2007 |
ERSTE ERGEBNISSE ZU DEN THEMEN „FINANZWISSEN VERBRAUCHER“ UND „PRIVATINSOLVENZ“ IM RAHMEN EINES ARBEITSKREISES MIT DER INITIATIVE FINANZSTANDORT DEUTSCHLAND (IFD)

| november 2007 |
VERÖFFENTLICHUNG UNSERES ZWEITEN BERICHTS ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG

| herbst 2009 |
VERÖFFENTLICHUNG UNSERES DRITTEN BERICHTS ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG

ökonomie

zukunftschancen nutzen

| andalusien, 3 uhr nachmittags | DEUTSCHE TECHNOLOGIE UNTER SPANISCHER SONNE

Im südspanischen Andalusien inspiziert ein Ingenieur das Solarfeld des derzeit im Bau befindlichen Parabolrinnen-Kraftwerks Andasol 1. Die Sonne scheint intensiv um 15 Uhr. Im zwei Quadratkilometer großen Solarfeld wird die Sonnenstrahlung mit Hilfe von Parabolspiegeln gebündelt. Die so gewonnene Hitze wird in Dampfturbinen genutzt, um Generatoren anzutreiben und Strom zu erzeugen. Auf diese Weise werden von 2008 an bis zu 200 000 Menschen mit umweltfreundlichem Strom versorgt.

Andasol 1 ist das erste Kraftwerk dieser Art in Europa und zugleich das weltweit größte Solarkraftwerk – entwickelt durch die in Erlangen ansässige Solar Millennium AG. 1998 gegründet, gehört sie heute zu den weltweit führenden Know-how-Trägern im Bereich solarthermischer Stromerzeugung. Diese Technologie bietet langfristig das Potenzial, insbesondere in den sonnenreichen Regionen der Erde einen Großteil des Energiebedarfs zu decken, so im Süden Europas oder im Südwesten der USA. Die Commerzbank begleitet die Solar Millennium AG als Hausbank auf diesem spannenden Weg.

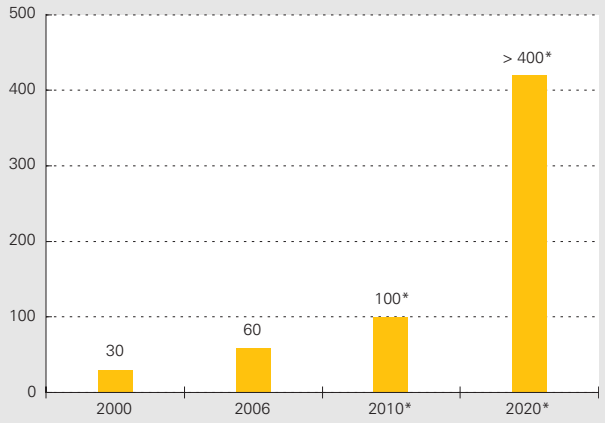
www.solarmillennium.de

ökonomie

zukunftschancen nutzen

Weltweite Investitionen in erneuerbare Energien

in Milliarden Euro pro Jahr



* Prognose; Quelle: BEE, Branchenangaben, Stand Februar 2007

Die Commerzbank hat bereits in den achtziger Jahren erste mittelständische Projekte im Bereich erneuerbarer Energien finanziert und ihr Engagement seither kontinuierlich ausgeweitet. Heute sind die erneuerbaren Energien wesentlicher Faktor einer zukunftsorientierten und fortschrittlichen Energiepolitik geworden – mit einer entsprechend hohen Wachstumsdynamik, die auch für die nächsten Jahre zu erwarten ist. Mit unserem Kompetenzzentrum für erneuerbare Energien sind wir gut gerüstet, um an dieser Entwicklung teilzuhaben und sie mit zu prägen (S. 22).

Ökonomische Verantwortung

Das Kerngeschäft der Commerzbank – also Dienstleistungen im Bereich des Zahlungs- und Kreditverkehrs sowie der Geldanlage – scheint auf den ersten Blick wenig Beeinträchtigungen für das Umfeld mit sich zu bringen: Die Branche ist wenig rohstoffintensiv, und durch den immateriellen Charakter der Dienstleistungen sind die Effekte auf die Umwelt nicht direkt ersichtlich.

Bei näherer Betrachtung jedoch offenbaren sich die indirekten Auswirkungen des Bankgeschäfts: Mit jeder Entscheidung für oder gegen die Finanzierung eines Projekts, für oder gegen die Vergabe eines Kredits geht Verantwortung einher für Wirtschaft, Umwelt und Menschen. Uns ist bewusst, dass wir hier besonders gefordert sind. Daher ist es unser Ziel, verantwortungsbewusstes Handeln im Hinblick auf ökonomische, ökologische und soziale Konsequenzen immer stärker ins Kerngeschäft zu integrieren.

Damit verbunden sind enorme Chancen für die Commerzbank – besonders dann, wenn die Erschließung neuer Geschäftsfelder und die Förderung einer nachhaltigen Entwicklung Hand in Hand gehen, wie es bei unserem Engagement im Bereich der erneuerbaren Energien der Fall ist. Insofern sind wir überzeugt, dass verantwortungsvolles Handeln einen wesentlichen Beitrag zur Wertsteigerung und Zukunftssicherung der Bank leistet.

WIR SIND ÜBERZEUGT: VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN UND WIRTSCHAFTLICHER ERFOLG BEDINGEN EINANDER.

UNSER GESAMTES GESCHÄFTSMODELL BASIERT AUF DEM VERTRAUEN UNSERER KUNDEN. UNSERE AKTIVITÄTEN IM BEREICH CORPORATE RESPONSIBILITY HELFEN, DIESES VERTRAUEN ZU STÄRKEN UND AUSZUBAUEN. ZENTRAL JEDOCH IST UNSER VERSTÄNDNIS, DASS VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN EIN BEDEUTSAMER BESTANDTEIL UNSERER UNTERNEHMENSKULTUR, DES OPERATIVEN BANKGESCHÄFTS SOWIE DER INTERNEN ARBEITSPROZESSE IST.

Rückblick: Fokus auf das Kerngeschäft

Auf dem Gebiet unserer Verantwortung im täglichen Bankgeschäft haben wir seit Veröffentlichung unseres ersten Berichts Ende 2005 wichtige Meilensteine erreicht.

So verdeutlicht die im Februar 2007 in Kraft getretene Verhaltensrichtlinie unseren Mitarbeitern, was verantwortliches Handeln im Berufsalltag konkret bedeutet (S. 33).

Unser Verantwortungsbewusstsein zeigt sich auch in Produkten und Dienstleistungen, die nicht nur uns neue Chancen erschließen, sondern auch unseren Kunden einen Mehrwert bieten. Von der Qualität unserer Produkte und Leistungen zeugen zahlreiche Preise und Auszeichnungen (S. 24, 26).

Auf dem Weg zur besten Mittelstandsbank haben wir wichtige Schritte unternommen. Mit unserer 2006 ins Leben gerufenen Initiative „UnternehmerPerspektiven" zum Beispiel möchten wir mittelständischen Unternehmen im Dialog Lösungsmöglichkeiten für ihre drängenden Herausforderungen aufzeigen, ihnen neue Perspektiven eröffnen und somit unserer Verantwortung gerecht werden (S. 25).

Unser Gespür für die Dynamik im Bereich der erneuerbaren Energien hat sich bestätigt: So konnten wir an der starken Expansion der Branche teilhaben (S. 22).

Ausblick: Verantwortung weiterentwickeln

Wir werden weiterhin an der systematischen Integration verantwortungsvollen Handelns in unserem Kerngeschäft arbeiten.

Unseren erfolgreichen Kurs im Bereich der erneuerbaren Energien werden wir fortsetzen: Auch in Zukunft möchten wir vom enormen Wachstum dieser Branche – auch im Ausland – profitieren und dabei gleichzeitig die positiven Auswirkungen auf Umwelt und Wirtschaft begünstigen.

Von unseren Kunden möchten wir als verantwortungsvolles Unternehmen wahrgenommen werden. Dabei helfen uns unser Beschwerdemanagement ebenso wie die regelmäßigen Umfragen bei unseren Kunden: Auf Basis der Ergebnisse werden wir Maßnahmen ergreifen, um auch in Zukunft stets maßgeschneiderte Produktlösungen und Dienstleistungen anbieten zu können. Flankierend werden wir den Austausch von Wirtschaft mit Wissenschaft und Politik vorantreiben – zum Beispiel über unsere Dialogplattform UnternehmerPerspektiven für Mittelständler.

Im Bereich Compliance passen wir unsere Systeme und Instrumente ständig an aktuelle Anforderungen und Entwicklungen an.

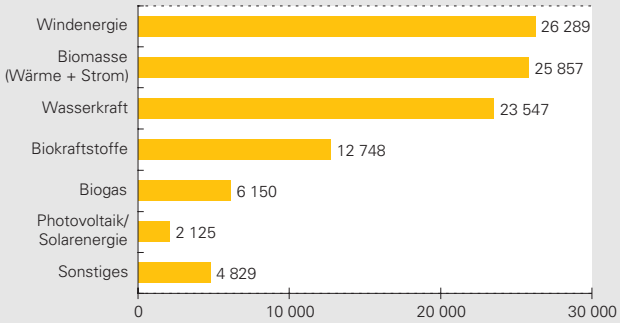
ERNEUERBARE ENERGIEN

ERNEUERBARE ENERGIEN BERGEN CHANCEN: FÜR UMWELT, WIRTSCHAFT, GESELLSCHAFT – UND FÜR DIE COMMERZBANK. IN UNSEREM KOMPETENZZENTRUM HABEN WIR UMFASSENDES KNOW-HOW RUND UM DIE FINANZIERUNG ERNEUERBARER ENERGIEN AUFGEBAUT. MIT IHREM BREITEN ANGEBOT AN PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN IST DIE COMMERZBANK EINE DER FÜHRENDEN BANKEN EUROPAS IN DIESEM BEREICH.

Als unerschöpfliche Energiequellen sind erneuerbare Energien maßgeblich für eine nachhaltige Entwicklung. Ob aus Sonne, Wind, Wasserkraft oder Biomasse gewonnen, wirken sie sich positiv auf Umwelt und Wirtschaft aus: Sie leisten einen wesentlichen Beitrag zum Klimaschutz, indem sie CO_2-intensive Energieträger ersetzen. Eine dauerhafte Versorgung mit Energie ist ohne erneuerbare Energien nicht mehr denkbar – vor allem nicht vor dem Hintergrund knapper werdender fossiler Ressourcen. Auch die größere Unabhängigkeit von Energieimporten aus anderen Ländern spielt hier eine Rolle. Zudem sind erneuerbare Energien ein Markt mit hoher Wachstumsdynamik. Als typisch deutsches Mittelstandsgeschäft stärkt die Branche somit unsere Wirtschaft.

Erneuerbare Energien vermeiden in Deutschland bereits rund 13% der CO_2-Emissionen

Einheit: 1 000 t CO_2-Einsparung



Insgesamt wurde in Deutschland durch die Nutzung erneuerbarer Energien im Jahr 2006 die Entstehung von circa 102 Mio t CO_2 vermieden.

Quelle: eigene Darstellung nach Erneuerbare Energie in Zahlen, BMU, 2007

Geballte Kompetenz bei der Commerzbank

Die Commerzbank ist Trendsetter bei der Finanzierung erneuerbarer Energien: Bereits in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre haben wir erste mittelständische Projekte im Bereich der Windkraft begleitet. Gemeinsam mit der Branche ist die Commerzbank in den darauf folgenden Jahren aus einem Nischen- in einen Multimilliardenmarkt hineingewachsen. In dieser Phase hat sie für die Finanzierung erneuerbarer Energien Standards gesetzt. Heute ist die Commerzbank in Deutschland mit führend auf diesem Gebiet. Europaweit verfügen wir mit 3,5 Mrd Euro Kreditvolumen über eines der größten Portfolien im Bereich erneuerbarer Energien.

Alle Aktivitäten der Commerzbank im Bereich erneuerbarer Energien sind in einem eigenen Kompetenzzentrum gebündelt, dem „Center of Competence Renewable Energies" (CoC). Das CoC gehört zu unserem Unternehmensbereich Corporate und Investment Banking und ist in allen Fragen rund um das Thema erneuerbare Energien eng vernetzt mit anderen Fachabteilungen unseres Hauses.

Über das CoC bieten wir unseren Kunden ein breites Spektrum an Produkten und Dienstleistungen an, vor allem Unternehmens- und Projektfinanzierungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette erneuerbarer Energien.

Das CoC ist geprägt durch das breite Kompetenzspektrum seiner Mitarbeiter. Neben der reinen Finanzierung deckt deren Know-how auch die technischen Möglichkeiten, rechtlichen Rahmenbedingungen oder die Wirtschaftlichkeitsberechnung im Bereich erneuerbarer Energien ab. Dies ermöglicht es uns, unsere Kunden umfassend und fundiert zu beraten.

Das Center of Competence Renewable Energies in Kürze

– Expertise seit 1986; 60 Mitarbeiter; 1 800 realisierte Einzelfinanzierungen
– Portfolio von 3,5 Mrd Euro Kreditvolumen

Aktuelle Aktivitäten:

August 2007: **Windenergie, Indien** **€ 90 000 000** Mandated Lead Arranger	Juni 2007: **Windenergie, Dänemark** **€ 20 900 000** Participant	Juni 2007: **Biomasse, Deutschland** **€ 24 400 000** Mandated Lead Arranger
März 2007: **Windenergie, Spanien** **€ 10 000 000** Participant	März 2007: **Windenergie, Türkei** **€ 83 000 000** Export Finance	Februar 2007: **Windenergie, USA** **$ 25 500 000** Senior Managing Agent

„Institutionelle Investoren sind immer auf der Suche nach neuen Anlagemöglichkeiten, durch die sie ihre alternativen Investmentstrategien erweitern können – besonders nach solchen, die laufende Einnahmen und langfristig attraktive, risikogerechte Renditen bieten. Wir glauben, dass diese Ziele mit erneuerbaren Energien erreicht werden können, und dass dieser Sektor sowohl kurz- als auch langfristig solide Wachstumsaussichten hat. Wir schätzen die Commerzbank als einen verlässlichen Geschäftspartner mit großer internationaler und technischer Expertise auf diesem Gebiet, der uns hilft, Werte für unsere Investoren und die Unternehmen zu schaffen, in die wir investieren. Durch unser gemeinsames Engagement können wir etwas bewirken: Erneuerbare Energien tragen einerseits zum Erreichen umweltpolitischer Ziele bei, und sie reduzieren andererseits die Abhängigkeit von ausländischen Gas- und Öllieferungen, während unsere eigenen Ressourcen knapper werden."

Emma Tinker, Direktorin bei HgCapital, über die Relevanz von erneuerbaren Energien für Investoren

Starke Internationalisierung

Die hohe Wachstumsgeschwindigkeit der Branche – bis zu 30% jährlich –, verbunden mit der Internationalisierung des Geschäfts, fordert uns heraus. In diesem Umfeld möchte das CoC auch in den nächsten Jahren zweistellig wachsen. Die Hälfte dieses Wachstums soll im Ausland realisiert werden.

Bereits 2006 haben wir mit dem CoC mehr als 60% unseres Finanzierungsvolumens außerhalb Deutschlands realisiert. In den nächsten Jahren werden wir die Präsenz des CoC in den Kernmärkten vor Ort ausbauen, wie bereits in Singapur und New York geschehen.

Rund 7,5 Millionen Tonnen CO_2-Einsparung jährlich allein durch Windenergie

Die Commerzbank hat in den letzten 20 Jahren rund 5 000 MW an installierter Leistung Windenergie finanziert, die sich noch in Betrieb befindet. Dies entspräche rund einem Viertel des deutschen Marktes, ausgehend von einer Leistung von 20 621 MW in Deutschland. Daraus resultiert eine jährliche CO_2-Reduktion von rund 7,5 Mio t durch Finanzierungen der Commerzbank.

Diese Zahl lässt sich wie folgt herleiten: Die durch die Commerzbank finanzierten 5 000 MW lieferten im Jahr 2006 im Schnitt 1 750 Volllaststunden. Unter diesen Voraussetzungen erwirtschaftet 1 MW installierte Leistung Windkraft 1 750 000 kWh Strom jährlich. Bei einem CO_2-Einsparungsfaktor von 0,862 kg/kWh spart 1 MW Windenergie somit rund 1 500 t CO_2 jährlich.

Das CoC – ein geschätzter Dialogpartner

Die Commerzbank gestaltet die Entwicklung im Bereich erneuerbarer Energien aktiv mit. Nicht nur von Kunden, auch von anderen Gruppen wird das Know-how des CoC geschätzt: Es steht im ständigen Austausch mit Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

- **Politik:** Das CoC ist in Gesetzgebungsprozessen ein geschätzter Berater, so zum Beispiel als es 2004 unter Federführung des Bundesumweltministeriums um die Novellierung des Erneuerbare-Energien-Gesetzes ging.
- **Wissenschaft:** Das CoC engagiert sich als Referent in Universitäten oder als Partner in Forschungsprojekten. Außerdem unterstützt es universitäre Abschlussarbeiten.
- **Verbände:** Durch ihre Mitgliedschaft in zahlreichen Organisationen gestaltet die Commerzbank die öffentliche Diskussion zum Thema erneuerbare Energien mit. Auf Bundesebene ist sie über das CoC unter anderem in der Stiftung Offshore-Windenergie oder in den Bundesverbänden der Wind- oder Solarenergie vertreten. In Europa ist die Commerzbank zum Beispiel als einzige Bank Mitglied im Advisory Board der European Photovoltaic Industry Association (EPIA).
- **Praxis:** Auf Messen zu erneuerbaren Energien ist die Commerzbank mit ihrer Expertise gefragter Aussteller. Ebenso stellt sie geschätzte Redner auf Fachkongressen.

FIRMENKUNDEN

MIT EINER KONSEQUENTEN ORIENTIERUNG AM BEDARF MITTELSTÄNDISCHER UNTERNEHMEN, MASSGESCHNEIDERTEN PRODUKTEN UND INDIVIDUELLER BERATUNG GEHT DIE COMMERZBANK AUF DIE BEDÜRFNISSE DES DEUTSCHEN MITTELSTANDS EIN. AUF DIESE WEISE MÖCHTEN WIR ZUR STÄRKUNG UNSERER WIRTSCHAFT BEITRAGEN.

Der Mittelstand ist eine tragende Säule unserer Wirtschaft. Bereits Anfang 2005 hat die Commerzbank dem Mittelstand ein eigenes Vorstandsressort eingeräumt, um sich noch besser auf die Bedürfnisse und Erwartungen der mittelständischen Kunden auszurichten.

Zufriedener Mittelstand

Die Bewertung durch unsere Kunden ist für uns die Maßeinheit für den Erfolg unserer Aktivitäten. Im Herbst 2006 und Frühjahr 2007 haben wir erste bundesweite Mittelstandsbefragungen durchgeführt. Die befragten Kunden sind überdurchschnittlich zufrieden mit der Commerzbank. Mehr als 80% gaben uns gute oder sehr gute Noten. Die entscheidende Rolle spielen für mittelständische Unternehmer dabei die Unternehmensfinanzierung, die Kundenbetreuung und die Beratungsqualität.

Spitze bei Mittelstandsfinanzierung

2006 hat der Arbeitskreis Selbstständiger Unternehmer (ASU) die Commerzbank in seiner seit 2003 jährlich stattfindenden Umfrage zum Sieger gekürt:

Aus der ASU-Unternehmerumfrage „Mittelstandsfinanzierung durch Banken" ging die Commerzbank als beste Großbank hervor, deutlich vor Sparkassen, Genossenschafts- und anderen Großbanken.

In der Erhebung wurden die Banken anhand der Qualitätskriterien Mittelstandsorientierung, Betreuungsqualität und wettbewerbsfähige Konditionen bewertet.

Dieses Ergebnis bestätigt uns, dass wir auf dem Weg zur „besten Mittelstandsbank" ein gutes Stück vorangekommen sind.

www.companyworld.de

Die Ergebnisse haben wir im Juli 2007 an alle angeschriebenen Kunden zurückgespiegelt. Aus den Befragungen werden wir konkrete Maßnahmen ableiten, um uns weiter zu verbessern. Derzeit wird eine weitere Befragung durchgeführt, erste Ergebnisse liegen Anfang 2008 vor. Unser Ziel regelmäßiger Befragungen ist es, auf einer Punkteskala bis 100 langfristig einen durchschnittlichen Kundenzufriedenheitswert von mindestens 80 Punkten im Mittelstand zu erreichen. Zudem haben wir unsere Kunden auf unser Beschwerdemanagement aufmerksam gemacht – denn aus Kritik wollen wir lernen!

Gut beraten zum Erfolg

Die Commerzbank bietet ihren Kunden umfassende Leistungsangebote, die bedarfsgerecht aufgebaut, individuell ausgerichtet und kompetent umgesetzt werden. Unsere Beratung hat zum Ziel, den deutschen Mittelstand noch erfolgreicher zu machen.

- **Nachfolgeberatung:** Mittelständische Unternehmen sind überwiegend Familienunternehmen. Bei Unternehmensnachfolgen werden sie jedoch nur noch zu einem Drittel innerhalb der Familie übertragen, viele werden sogar mangels Nachfolger stillgelegt. Mit unserem Beratungsangebot wollen wir die vielfältigen Möglichkeiten der Unternehmensnachfolge darstellen, um Auswege aufzuzeigen und damit zur Stärkung des deutschen Mittelstands beizutragen. Unsere seit März 2006 bestehende Nachfolgeberatung richtet sich daher gezielt an mittelständische Unternehmer, die an dem langfristigen Fortbestand ihres Unternehmens interessiert sind und dazu ihr Unternehmen innerhalb der Familie übertragen oder an einen strategisch motivierten Interessenten verkaufen wollen.

- **Ratingorientierte Beratung:** Wir beraten unsere Kunden dabei, wie sie ihre Bonität verbessern können. Im ersten Schritt haben wir uns deshalb als eine der ersten Banken in Deutschland verpflichtet, das Ratingergebnis gegenüber unseren Kunden offenzulegen. Im zweiten Schritt haben wir unser Ratingverfahren weiter verfeinert, um auf dieser Basis unsere ratingorientierte Beratung anzubieten: Mit ihr machen wir den Ratingprozess transparent, nachvollziehbar und plausibel. Dies hat einen entscheidenden Vorteil für unsere Kunden: Wer die Kriterien und Stellschrauben der Bonitätsbewertung kennt, kann gezielt Maßnahmen ergreifen, um das Unternehmen im Wettbewerb zu stärken und auf Dauer erfolgreich zu sein. Auf unserer Webseite besteht auch die Möglichkeit, selbst unverbindlich das eigene Bonitätsrating zu erstellen.

Zugang zu Kapital erleichtern

Die Commerzbank bietet Lösungen, um den Mittelstand für die Veränderungen des Kapitalmarkts und die Herausforderungen des Wettbewerbs zu stärken.

• **Mezzanine-Kapital:** Bei der Mezzanine-Finanzierung ist der Kapitalgeber eine Art „unsichtbarer Investor", der im Hintergrund als zuverlässiger Partner agiert. Was in der Vergangenheit vorwiegend Großunternehmen vorbehalten war, verbessert nun die Rahmenbedingungen der Mittelstandsfinanzierung: Durch die stille Beteiligung der CBG Commerz Gruppe behält das Unternehmen seine unternehmerische Freiheit. Die Commerzbank bietet Mezzanine-Kapital bereits seit 2004 an. Durch eine in der Regel bessere Bonitätsbewertung erhält das Unternehmen leichter und zu meist besseren Konditionen Zugang zum Kapitalmarkt.

• **Schuldscheindarlehen der 2. Generation:** Mit unseren neuen Schuldscheindarlehen bieten wir seit März 2007 eine flexible Finanzierungsalternative im Vergleich zum klassischen Bankkredit. Mit ihrer kleinen Stückelung und hohen Standardisierung bezüglich Dokumentation, Laufzeit, Termin etc. sind diese Darlehen ganz auf den Bedarf des Mittelstands ausgerichtet. Sie ermöglichen Mittelständlern den Zugang zum Kapitalmarkt und erweitern hierdurch ihre Finanzierungspalette.

• **500 Millionen Euro Globaldarlehen:** Im Juni 2007 hat die Commerzbank zum vierten Mal in Folge in Zusammenarbeit mit der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) ein Globaldarlehen für mittelständische Unternehmen unterzeichnet. Es steht für alle betrieblichen Investitionsmaßnahmen zur Verfügung, die mittel- bis langfristig finanziert werden müssen, und zeichnet sich durch eine flexible Laufzeitfestlegung, risikogerechte Preisgestaltung und auf Wunsch variable Verzinsung aus.

Online-Banking: besser, einfacher und sicher

Mobilität ist zu einem unternehmerischen Erfolgsfaktor geworden. Um dem Rechnung zu tragen, bietet die Commerzbank ihren Firmenkunden seit Mai 2007 einen mobilen Zugang zu ihrem Firmenkundenportal zur Abwicklung von Bankgeschäften an – per USB-Stick können nun Aufträge auf der ganzen Welt sicher bearbeitet und per elektronischer Unterschrift autorisiert werden.

Durch die Funktion der „verteilten Unterschrift" können Zahlungen von der Buchhaltung vorbereitet und vom Geschäftsführer von unterwegs aus freigegeben werden. Die Commerzbank ist die erste Bank, die ihren Kunden diesen neuartigen Zugang bietet.

Austausch und Vernetzung – Plattform UnternehmerPerspektiven

Das Abwägen der Vor- und Nachteile des Standorts Deutschland, die notwendige Entwicklung von Innovationen, um im Weltmarkt weiterhin zur Spitze zu gehören, die Überwindung von bürokratischen Hürden, um flexibel wirtschaften zu können – dies sind nur einige Herausforderungen, denen sich Unternehmen in Deutschland täglich stellen müssen.

Mit der 2006 gegründeten Commerzbank-Initiative „UnternehmerPerspektiven" möchten wir mittelständischen Unternehmen im Dialog Lösungsmöglichkeiten für ihre drängenden Herausforderungen aufzeigen und somit neue Perspektiven eröffnen.

Mit diesem Ziel greift die Initiative die Themen in Studien auf, die den Mittelstand aktuell bewegen. Jedes identifizierte Thema wird durch repräsentative Fakten erhärtet. Dazu befragt das Meinungsforschungsinstitut TNS Infratest im Auftrag der Initiative jeweils bis zu 4 000 Unternehmen – eine der größten Unternehmensumfragen in Deutschland. Die Ergebnisse werden durch Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik sowie von Verbänden und Institutionen bewertet. So können Diskussionspunkte in die öffentliche Wahrnehmung rücken, die vielleicht in dieser thematischen Schärfe noch nicht erfasst wurden. Jährlich veröffentlicht die Initiative auf diese Weise zwei Studien. Die vier bisherigen befassen sich mit den Themen „Wirtschaft in Bewegung", „Schlüsselressource qualifiziertes Personal", „Innovation als Erfolgsfaktor" und „Wachstum durch Internationalisierung". Einzusehen sind die Studien auf der Webseite der UnternehmerPerspektiven.

Im Dialog mit Experten werden anschließend Lösungsansätze diskutiert sowie Erfahrungen und Best-Practice-Beispiele mit anderen Unternehmen ausgetauscht. Allein im Jahr 2006 fanden zu diesem Zwecke 16 Veranstaltungen mit rund 3 500 Kunden statt – verteilt über ganz Deutschland. Genauso viele Veranstaltungen sind auch für 2007 geplant, bei denen wir mit insgesamt circa 4 000 Teilnehmern rechnen.

www.unternehmerperspektiven.de

PRIVATKUNDEN

DAS PRIVATKUNDENGESCHÄFT DER COMMERZBANK WÄCHST: SEIT HERBST 2006 HAT DIE COMMERZBANK CIRCA 300 000 NEUE KUNDEN GEWONNEN (INKLUSIVE COMDIRECT BANK). JEDEM EINZELNEN MÖCHTEN WIR ALS VERLÄSSLICHER UND KOMPETENTER PARTNER ZUR SEITE STEHEN – IN JEDEM LEBENSABSCHNITT. DENN DER KUNDE MIT SEINEN BEDÜRFNISSEN STEHT BEI UNS IM MITTELPUNKT, UND AUF IHN RICHTEN WIR ALLE AKTIVITÄTEN UNSERES NACHHALTIGEN WACHSTUMSPROGRAMMS AUS.

Kundenbetreuung bedeutet für uns, auf jeden Kunden individuell einzugehen. Dazu gehört, dass wir unseren Kunden auf vielfältige und zeitgemäße Weise Zugang zu unseren Produkten und Dienstleistungen bieten – ob per Telefon, Internet oder in einer unserer rund 800 Filialen in Deutschland.

Stabile Umfragewerte

Seit 1993 lassen wir uns jährlich durch das Marktforschungsinstitut TNS Infratest widerspiegeln, wie zufrieden unsere Kunden mit unseren Leistungen sind. Zusätzlich werden alle zwei Jahre Veränderungen der Kundenerwartungen ermittelt. So können wir frühzeitig auf neue Entwicklungen reagieren. Die Kundenzufriedenheit zeigt sich in den letzten Jahren insgesamt stabil mit leicht positiver Tendenz.

Beschwerden als Chance

Beschwerden bieten uns die Möglichkeit, uns zu verbessern. Über unser 1997 eingeführtes „aktives Beschwerdemanagement" können unsere Kunden ihre Beschwerde direkt an uns richten: in der Filiale, telefonisch, per E-Mail oder mit „Gelben Karten", die in den Filialen ausliegen. Einige Kunden möchten ihre Beschwerde an einer neutralen Stelle vortragen; diese können sich an den Ombudsmann beim Bundesverband deutscher Banken e. V. wenden.

Die Kunden der Commerzbank hatten 2006 in nur 15,2% der Schiedssprüche berechtigten Grund zur Beschwerde. Im Bankendurchschnitt war dies dagegen in über 60% der Beschwerden der Fall.

Die Beschwerden werden durch die betreuende Filiale geprüft. Jede einzelne ist Anlass für ein persönliches Kundengespräch. 2006 erreichten uns 7 159 Beschwerden – das sind 16,79% weniger als im Vorjahr: 2005 erhielten wir 8 604 Beschwerden.

Gut beraten mit der Commerzbank

Wenn es um finanzielle Belange geht, sind Privatkunden nicht immer Experten. Umso wichtiger ist es für sie, kompetente Berater an ihrer Seite zu haben. Wir entwickeln jeweils Produkte und Dienstleistungen, die auf die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten sind und die ihnen das Leben erleichtern.

Ausgezeichnete Beratung

Individuell und objektiv – die folgenden Auszeichnungen belegen die hohe Qualität der Beratung:

- **TÜV Süd-Zertifikat: Hohe Qualitätsstandards bei Fondsauswahlprozess (Januar 2006)**
  Damit bestätigen die Gutachter, dass die Fondsauswahl der Commerzbank objektiv erfolgt: Nur Fonds mit den besten Ergebnissen erhalten eine „Best-of-" beziehungsweise eine Kauf-Empfehlung. Das Gütesiegel wurde uns erstmals im September 2004 verliehen.

- **FINANZtest: Deutschlands beste Kreditberatung (Februar 2007)**
  Bei der Commerzbank ist man bestens aufgehoben, wenn es um Kreditberatung geht. Zu diesem Urteil kam das Magazin Finanztest und kürte die Commerzbank zum Testsieger. Unter 13 durch die Zeitschrift getesteten Banken führt die Commerzbank das Klassement mit der Note 1,6 deutlich an.

- **Online-Banking noch sicherer:** Durch die im März 2006 eingeführte iTAN, einer Transaktionsnummer, deren Auswahl bei jeder Transaktion vorgegeben wird, und BEN, einem Bestätigungscode zur Überprüfung der korrekten Übertragung, sowie einem neuartigen, zusätzlich auf jeder Transaktionsmaske integrierten Wasserzeichen, bieten wir unseren Kunden ein Online-Banking an, das höchsten Sicherheitsanforderungen entspricht.

- **Unkompliziert durchs Studium:** Seit November 2006 ist die Commerzbank Vertriebspartner für KfW-Studienkredite. Die Beratung erfolgt durch die Commerzbank, während die KfW Kreditentscheidung und Darlehensausgabe übernimmt.

www.commerzbank.de ▸ privatkunden

NACHHALTIGE PRODUKTE

ETHISCHE, SOZIALE UND ÖKOLOGISCHE KRITERIEN SPIELEN BEI DER AUSWAHL DES PASSENDEN ANLAGEPRODUKTS EINE IMMER GRÖSSERE ROLLE. DIE COMMERZBANK BIETET PRIVATEN WIE INSTITUTIONELLEN ANLEGERN VERSCHIEDENE ARTEN VON INVESTMENTS AN, DIE GEZIELT NACHHALTIG WIRTSCHAFTENDEN UNTERNEHMEN KAPITAL BEREITSTELLEN.

Gute Renditechancen mit nachhaltigen Aktienfonds und Basket-Zertifikaten

Rendite sowie gesellschaftlicher und ökologischer Mehrwert gehen bei den folgenden Produktkonzepten Hand in Hand. Bei den vorgestellten Basket-Zertifikaten handelt es sich um Aktienkörbe. Diese unterscheiden sich von Aktienfonds in erster Linie dadurch, dass sich ihre Zusammensetzung während der gesamten Laufzeit in der Regel nicht mehr ändert.

• **„cominvest Klima-Aktien":** Bei diesem global investierenden Aktienfonds liegt der Schwerpunkt auf Investitionen in saubere und effiziente Technologien zur Energieerzeugung, auf erneuerbaren Energien und Treibstoffen der Zukunft. Wir bieten damit seit Juli 2007 interessierten Anlegern die Möglichkeit, gezielt in Unternehmen zu investieren, die sich für die Milderung des Klimawandels engagieren.

• **„cominvest Fund NewPower":** Bereits seit Januar 2001 bietet die Commerzbank diesen global investierenden Aktienfonds an, dessen Schwerpunkt auf modernen Energieformen und den entsprechenden Anlagen- und Systemtechnologien liegt. Er investiert in Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette. Zum 31. Oktober 2007 wurde der Fonds mit dem „cominvest Klima-Aktien"-Fonds zusammengelegt. Damit wurde der Anlagefokus auf zukunftsträchtige Technologien weiter geschärft.

• **„Global Sustainability Basket":** Zusammen mit Innovest Strategic Value Advisors, einem führenden amerikanischen Research-Unternehmen, hat die Commerzbank im März 2007 einen Global Sustainability-Basket mit 20 im Bereich Nachhaltigkeit führenden Unternehmen zusammengestellt, die möglichst repräsentativ bezüglich Branche und Region sind.

• **„New Energy Basket":** Die Commerzbank hat im September 2006 den New Energy-Basket aufgelegt. Darin enthalten sind Unternehmen, die im Bereich alternativer, erneuerbarer und CO_2-neutraler Energien tätig sind. So enthält der New Energy Basket einen Mix aus kleineren, jungen Unternehmen, die sich im Bereich alternativer Energien engagieren, und größeren, etablierten Energie- und Maschinenbauunternehmen, die ebenfalls auf diesem Gebiet aktiv sind.

Beste Aussichten bei vollständiger Wertsicherung

Im Jahr 2007 hat die Commerzbank außerdem Fonds aus dem Bereich Wasser und Green Energy mit 100%-iger Kapitalsicherung auf den Markt gebracht. Das Besondere an diesen Fonds ist, dass sie dem Sicherheitsbedürfnis ihrer Anleger Rechnung tragen: Der Anleger partizipiert an der durchschnittlichen positiven Wertentwicklung des zugrunde liegenden Aktienkorbes. Bei Kursrückgängen bekommt er jedoch zum Laufzeitende mindestens den Fondsanteilswert des Auflagetags zurück. Die Commerzbank ist deutschlandweit einer der führenden Anbieter derartiger Wertsicherungsfonds.

• **Wertsicherungsfonds „cominvest Wasser Aktien Protect":** Dieser Fonds partizipiert von der durchschnittlichen positiven Wertentwicklung eines Baskets, der sich aus Aktien von Unternehmen der Wasserversorgung und Trinkwassererzeugung sowie der Energieerzeugung aus Wasserkraft zusammensetzt. So wird gezielt solchen Unternehmen Kapital bereitgestellt, die für den wertvollen Rohstoff Wasser sorgen.

• **Wertsicherungsfonds „cominvest Green Energy Protect":** Die ausgewählten Titel des dem Fonds zugrunde liegenden Commerzbank Green Energy Basket zählen zu den führenden Unternehmen der Sonnen- und Windenergie, Wasserkraft und Bioenergie. Somit wird in die zukunftsfähigen Sektoren Umwelttechnologie und alternative Energien investiert.

Eigenes Nachhaltigkeits-Fondsindex-Zertifikat

Das Nachhaltigkeits-Fondsindex-Zertifikat der Commerzbank besteht aus fünf Fonds, die durchgängig in besonders ethisch und nachhaltig agierende Unternehmen investieren. Die Fonds-Auswahl beruht auf einer Einschätzung von Standard & Poor's, einem weltweit führenden Rating- und Research-Unternehmen und wird jährlich überprüft. Das seit Februar 2007 gerechnete Zertifikat enthält neben allgemeinen Nachhaltigkeitsfonds auch Wasserfonds.

Zusammensetzung

	ISIN	S&P Star Ranking*
KBC Eco – Water C	BE0175479063	✪✪✪✪✪
Pictet F (LUX) Water PC	LU0104884860	✪✪✪✪✪
MEAG Nachhaltigkeit A	DE0001619997	✪✪✪✪
SAM Sustainable Water F	LU0133061175	✪✪✪✪
ING (L) Inv Sustainable	LU0119216553	✪✪✪

Es wurden nur Fonds ausgewählt, die mindestens drei Sterne in der von Standard & Poor's durchgeführten Bewertung im Sektor „Equity Ethical/Social Responsible Investment Global" erreicht haben.

* Stand: 13. Februar 2007

ALLEIN VERBINDLICHE GRUNDLAGE FÜR DEN KAUF VON ANTEILEN VON COMMERZBANK- UND COMINVEST-ANLAGEPRODUKTEN IST DER ZURZEIT GÜLTIGE VERKAUFSPROSPEKT MIT RISIKOHINWEISEN.

Förderung von Investitionen im Umwelt- und Sozialbereich

Mit der aktiven Vermittlung von Förderprogrammen der KfW-Bankengruppe und Refinanzierungsmitteln der Europäischen Investitionsbank (EIB) unterstützt die Commerzbank eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft. Auf diesem Wege können zudem Zinsbelastungen für private und öffentliche Haushalte deutlich reduziert werden.

Privat- und Geschäftskunden

Zu den Angeboten für Privatkunden gehören Zuschüsse der KfW für die energetische Sanierung von Wohnraum, Investitionskredite für Photovoltaik-Anlagen oder die Finanzierung von Energiesparhäusern.

Im Kreditgeschäft mit mittelständischen Kunden forcieren wir insbesondere Investitionsmaßnahmen im Bereich Innovation, Umwelt und Arbeitsplätze, ebenfalls in Verbindung mit Förderprogrammen der KfW.

Öffentlicher Sektor

Darüber hinaus setzen wir regelmäßig externe Refinanzierungsmittel zur Kreditvergabe an unsere Kunden im öffentlichen Sektor ein. Der wichtigste Baustein sind hier die Refinanzierungsmittel der Europäischen Investitionsbank (EIB) für den Aufbau infrastrukturschwacher Gebiete und die Förderung von Umweltprojekten. Insgesamt haben wir bereits 19 EIB-Globaldarlehen abgeschlossen. Im Jahr 2007 haben wir zum Beispiel ein separates Globaldarlehen über 100 Mio Euro zur Förderung von Umweltmaßnahmen im kommunalen Investitionsbereich platziert.

Investitionen in die kommunale Infrastruktur – zum Beispiel für umweltrelevante Maßnahmen im Bereich der Gebäudesanierung – können außerdem mit Mitteln aus dem KfW-Förderprogramm „Kommunal Investieren" gefördert werden.

www.kfw.de

www.eib.org

VERANTWORTUNG BEI DER KREDITVERGABE

DIE BEREITSTELLUNG VON KREDITEN SETZT EINE EINGEHENDE PRÜFUNG DES KREDITNEHMERS VORAUS. DIE COMMERZBANK LEGT BEI DIESER PRÜFUNG DEN SCHWERPUNKT AUF DIE BONITÄTSBEURTEILUNG. ES WERDEN JEDOCH AUCH NACHHALTIGKEITSKRITERIEN MIT EINBEZOGEN, WENN ENTSPRECHENDE HAFTUNGSRISIKEN BONITÄTSBEEINFLUSSEND SIND.

Kredite für Firmenkunden

Bei der Kreditvergabe an Firmenkunden überprüfen wir auch ökologische Risiken. Jedes Umweltrisiko erhöht das Kreditausfallrisiko, beispielsweise wenn es zu Schadensersatzforderungen oder auch nur zu Rufschädigung eines Kunden kommt. Sind bei einem Unternehmen Berührungspunkte mit der Umwelt offensichtlich, werden erfahrene, externe Experten hinzugezogen, um das Risiko fachgerecht abzuschätzen.

Exportfinanzierung

Im Rahmen der Exportfinanzierung begleiten wir unsere Kunden – sie stammen überwiegend aus Europa und insbesondere aus Deutschland – beim Export langlebiger Investitionsgüter mit liefergebundenen Krediten. Dabei sind unsere Kredite überwiegend durch Garantien der Exportländer abgesichert. Bei der Prüfung der Geschäfte auf Umweltrelevanz stützen wir uns auf die Prüfungen, die die staatlichen Kreditversicherer im Rahmen des Garantievergabeprozesses in allen Fällen durchführen. In Deutschland erfolgen sie durch ein Konsortium aus Euler Hermes Kreditversicherungs-AG und PricewaterhouseCoopers AG.

Die Prüfungen erfolgen auf Basis der in den OECD-einheitlichen „Common Approaches" niedergelegten Kriterien, die Vorgaben für die Überprüfung von Umwelt- und Sozialaspekten bei der Gewährung von staatlichen Kreditversicherungen für Export- und Projektfinanzierungen beinhalten. Nach diesen erfolgt eine Klassifizierung der Geschäfte nach sozialen und umweltpolitischen Gesichtspunkten in drei Kategorien (hoch-, mittel- und niedrig umwelt- und/oder sozialrelevant). Die hoch- und mittel-relevanten Geschäfte werden von den Kreditversicherern zum einen nach lokalen Umweltgesetzen des Zielland es geprüft und zum anderen nach internationalen Kriterien – in der Regel nach denen der Weltbank. Für besonders relevante Geschäfte sind detaillierte Umweltverträglichkeitsstudien vorzulegen. In anderen Fällen werden Auflagen gemacht, deren Einhaltung regelmäßig während der Realisierung zu kontrollieren ist.

Projektfinanzierung

Im Bereich Projektfinanzierung werden rund 85% der finanzierten Projekte in Europa realisiert. Dabei wird die Einhaltung der nationalen Umweltrichtlinien standardmäßig im Rahmen der Projektprüfung (Due Diligence) überwacht. In der Vergangenheit hat sich die Commerzbank nur in Ausnahmefällen an Projekten in Entwicklungsländern beteiligt. Bei diesen Projektfinanzierungen war und ist es das Ziel der Bank, entweder mit supranationalen Institutionen (zum Beispiel International Finance Corporation, IFC) oder nationalen Exportkreditversicherungen zusammenzuarbeiten. Somit gelten automatisch die Standards der supranationalen Institutionen oder der nationalen Exportkreditversicherungen (Common Approaches) der OECD.

Besondere Prüfung der Reputations- und Nachhaltigkeitsauswirkungen

Alle Finanzierungen, bei denen ökologische oder soziale Aspekte eine wesentliche Rolle spielen, werden inzwischen von unserem Team Reputations- und Nachhaltigkeitsmanagement intensiv geprüft und beurteilt. Seit Erscheinen des letzten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung 2005 wurden insgesamt sieben Finanzierungen aufgrund negativer Bewertungen von der Commerzbank nicht realisiert.

Diskussion über umwelt- und sozialverträgliche Investments

Am 18. Juni 2007 fand in den Räumen der Commerzbank-Zentrale ein Dialoggespräch „Banken und Zellstoff/Wald" statt. Eingeladen hatte die Organisation Urgewald, die sich seit über zehn Jahren für Umwelt- und Sozialstandards in der Finanzwelt einsetzt. Nichtregierungsorganisationen – darunter auch WWF und Greenpeace – diskutierten gemeinsam mit Vertretern weiterer Banken über Möglichkeiten, die Investments von Banken im Zellstoffbereich umwelt- und sozialverträglich zu gestalten. Eine Fortsetzung des Dialogs ist geplant.

ENGAGEMENT FÜR SCHWELLENLÄNDER

AKTIVITÄTEN, DIE WENIGER FINANZSTARKEN LÄNDERN ZUGUTEKOMMEN, SIEHT DIE COMMERZBANK ALS TEIL IHRER VERANTWORTUNG IN DER GLOBALISIERTEN WELT.

Kodex für Schuldnerländer und Investoren

In Zusammenarbeit zwischen wichtigen Emittentenländern, dem Institute of International Finance (IIF) und weiteren Adressen des Privatsektors wurden die „Principles for Stable Capital Flows and Fair Debt Restructuring in Emerging Markets" entwickelt. Die Commerzbank war an der Erarbeitung der Prinzipien maßgeblich beteiligt.

Die Grundsätze für den Umgang zwischen privaten Gläubigern und Schwellenländer-Schuldnern sollen helfen, auf einer freiwilligen Basis Finanzkrisen in der Weltwirtschaft zu vermeiden, möglichst früh abzuwenden oder rasch zu bewältigen. Der Ausbruch von Krisen soll durch frühzeitigen gegenseitigen Informationsaustausch und Konsultationen vermieden werden. Kommt es trotzdem zu Leistungsstörungen, sollen über die Grundsätze die erforderlichen Schritte koordiniert werden, um den Marktzugang eines Landes nach einer Umschuldung schnell wiederherzustellen.

Die Prinzipien finden durch die kontinuierliche Arbeit des IIF immer breitere Zustimmung. Inzwischen wurde die erste Umschuldung auf Basis der „Principles" im mittelamerikanischen Belize vorgenommen. Zudem hat 2006 eine Beratergruppe (so genannte Group of Trustees) ihre Arbeit aufgenommen. Sie soll die weitere Verbreitung der Principles begleiten und unterstützen. Die Commerzbank ist darin durch ihren Vorstandssprecher Klaus-Peter Müller vertreten.

www.iif.com

Public Private Partnership: ProCredit-Banken (Mikrofinanzbanken)

Bereits im Jahr 2000 hat sich die Commerzbank an Mikrofinanzbanken beteiligt oder diese mitbegründet. Begonnen haben wir mit einer Bank im Kosovo. Danach wurde das Engagement auf sechs weitere Länder Südosteuropas ausgeweitet. An den ProCredit-Banken waren die Aktionäre zu gleichen Teilen beteiligt – die Commerzbank hält heute bis zu 20% an den Banken. Waren anfangs neben der Commerzbank als einzigem kommerziellen Partner Förderinstitute wie KfW, EBRD und IFC beteiligt (Public Private Partnership), so haben diese inzwischen ihre Anteile in die ProCredit Holding (dort sind sie Aktionär) eingebracht, die nunmehr die Mehrheit an der ganz überwiegenden Zahl dieser Mikrofinanzbanken hält. Die Commerzbank ist bis heute die einzige kommerzielle deutsche Bank mit einer Beteiligung an Mikrofinanzbanken.

• **Gezielter Aufbau kleiner und mittlerer Unternehmen:** Die neuen Banken bieten neben Mikrokrediten für kleine und mittlere Unternehmen auch Unterstützung im Auslands- sowie beim Einlagengeschäft und nunmehr auch Produkte für Privatkunden an. Kredite werden zunächst vorwiegend an kleine und mittlere Unternehmen zum Aufbau eines Mittelstands mit anfangs geringen Darlehenssummen und auch kurzer Laufzeit vergeben. Dies führt die Kreditnehmer schrittweise an das verantwortungsvolle Wirtschaften mit Fremdkapital heran – Geld kostet Geld. Erst nach vollständiger Rückzahlung besteht die Möglichkeit, einen länger laufenden und größeren Kredit zu beantragen. Diese Art der Kreditrückführung führt zu sehr geringen Ausfallquoten von unter einem Prozent. Auf diese Weise wird die ökonomische Entwicklung des Mittelstands gefördert und ein Schritt in Richtung Kommerzialisierung der Entwicklungshilfe im Finanzsektor getan.

• **Berücksichtigung von Nachhaltigkeit:** Das Thema Nachhaltigkeit wurde von Anfang an in der Geschäftsstrategie der ProCredit-Banken verankert, ebenso wie in den zwischen den Aktionären niedergelegten Grundsätzen. Zudem ist eine „Environmental Exclusion List" mit klar definierten Nachhaltigkeitskriterien für die Bankverträge bestimmend. Kinderarbeit, Waffenproduktion oder nicht nachhaltige Holzwirtschaft sind darin beispielsweise ausgeschlossen. Großer Wert wird auch darauf gelegt, Unternehmensstandards einzuführen und gleichzeitig das stetig wachsende landesweite Filialnetz mit gut geschulten, lokalen Mitarbeitern zu besetzen. Neuen Mitarbeitern wird ein Verhaltenskodex überreicht, dessen Ziele und Inhalte anschließend erklärt werden. So bekommen die Mitarbeiter die Ziele der Bank sowie die ethischen Grundsätze für verantwortliches und vorbildliches Verhalten gegenüber Kunden und Mitarbeitern vermittelt. Gerade der Umgang mit und zwischen Kollegen ist in Ländern mit ethnischer Vielfalt von besonderer Bedeutung. Jeder Mitarbeiter akzeptiert den Kodex jährlich durch seine Unterschrift. Die Einhaltung wird permanent durch eine interne Stelle überprüft. Die gute Arbeitsatmosphäre zeigt die nachhaltige Umsetzung dieses Leitbilds. Ein nicht zu unterschätzender Aspekt ist, dass junge Menschen durch diese Banken eine persönliche und berufliche Perspektive in ihrem Heimatland finden.

RISIKOMANAGEMENT

DIE IDENTIFIZIERUNG, ÜBERWACHUNG UND STEUERUNG VON RISIKEN IST TEIL DES KERNGESCHÄFTS DER COMMERZBANK. EIN EIGENER VORSTANDSBEREICH BEFASST SICH MIT DEM MANAGEMENT UND CONTROLLING MESSBARER RISIKEN. ABER AUCH NICHT-MESSBARE RISIKEN, DARUNTER DAS REPUTATIONSRISIKO, SOLLEN IN DER COMMERZBANK SYSTEMATISCH BEARBEITET WERDEN.

Als Risiko bezeichnet die Commerzbank die Gefahr möglicher Verluste oder entgangener Gewinne. Diese Gefahr kann durch interne oder externe Faktoren ausgelöst werden. Die Risikosteuerung der Commerzbank unterscheidet grundsätzlich zwischen quantifizierbaren – also messbaren – und nicht-quantifizierbaren Risikoarten. Detaillierte Informationen zum Risikomanagement der Commerzbank finden sich im Risikobericht des Geschäftsberichts und seit Juni 2007 auch im Zwischenbericht.

Risiken im Bereich unternehmerischer Verantwortung

Unternehmerische Verantwortung bezieht sich nach unserem Verständnis zunächst auf alle Risikoarten. In besonderem Maß ist jedoch das Reputationsrisiko von Bedeutung. Darunter verstehen wir die Gefahr von Verlusten, sinkenden Erträgen oder einem verringerten Unternehmenswert aufgrund von Geschäftsvorfällen, die das Vertrauen in die Bank in der Öffentlichkeit und bei Kunden, bei Rating-Agenturen, Investoren oder Geschäftspartnern mindern. Die operativen Unternehmensbereiche, Filialen und Tochtergesellschaften tragen im Rahmen ihrer Geschäftsaktivitäten unmittelbare Verantwortung für Reputationsrisiken, die aus ihrer jeweiligen Geschäftstätigkeit hervorgehen. Reputationsrisiken können aus anderen Risikoarten – zum Beispiel Umwelt-, Steuer- und Rechtsrisiken – resultieren oder ergänzend zu diesen auftreten. Reputationsrisiken werden über einen qualitativen Ansatz gesteuert.

In der Konzernkommunikation erfolgt das zentrale Management von Reputationsrisiken der Commerzbank. Reputationsrelevante Risiken werden hier zukünftig noch systematischer identifiziert, beobachtet und gemeinsam mit den relevanten Unternehmenseinheiten bearbeitet. Darüber hinaus werden bereits heute einzelne Geschäfte – insbesondere Finanzierungen –, bei denen ethische, ökologische oder soziale Aspekte eine wesentliche Rolle spielen, intensiv beurteilt und mit einer Stellungnahme versehen, die bis zur Ablehnung des entsprechenden Geschäfts führen kann.

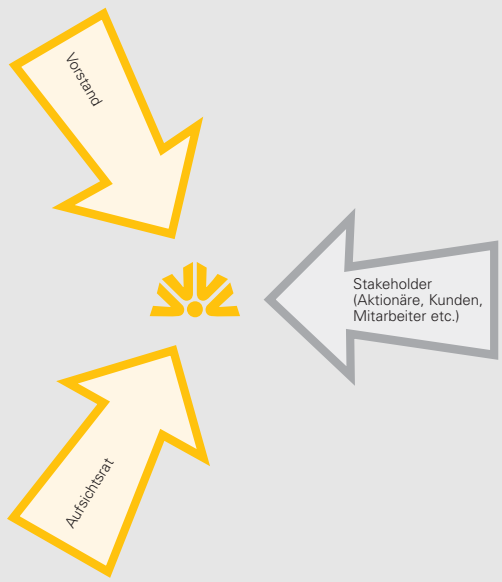
CORPORATE GOVERNANCE

VERANTWORTUNGSVOLLE CORPORATE GOVERNANCE HAT IN DER COMMERZBANK SEIT JEHER EINEN HOHEN STELLENWERT. DAHER UNTERSTÜTZEN WIR DEN DEUTSCHEN CORPORATE GOVERNANCE KODEX UND DIE DAMIT VERFOLGTEN ZIELE UND ZWECKE AUSDRÜCKLICH.

Die Commerzbank erfüllt die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex nahezu vollständig. Über Abweichungen berichten wir transparent in unserem Geschäftsbericht.

Durch die sorgfältige Auswahl von Kandidaten für den Vorstand sowie den Aufsichtsrat – anhand von Kriterien wie Ausbildung, einschlägigen Fachkenntnissen, Karriereweg und persönlicher Integrität – gewährleistet die Commerzbank die notwendige Expertise für die strategische Steuerung und Ausrichtung des Unternehmens.

www.commerzbank.de ▸ investor relations ▸ unternehmensberichterstattung



Wir fühlen uns zu offener und transparenter Kommunikation mit unseren Aktionären und allen anderen Stakeholdern verpflichtet. Dabei stehen wir mit den unterschiedlichen Stakeholdergruppen auf vielfältige Weise in Kontakt (S. 13).

COMPLIANCE

VERSTÖSSE GEGEN COMPLIANCE-RICHTLINIEN STELLEN FÜR DIE COMMERZBANK EIN RISIKO DAR. NICHT NUR WEGEN DROHENDER RECHTLICHER, REGULATORISCHER SANKTIONEN ODER FINANZIELLER VERLUSTE, SONDERN AUCH AUFGRUND DES DAMIT EINHERGEHENDEN VERTRAUENSVERLUSTES UNSERER STAKEHOLDER. COMPLIANCE IST DAHER FESTER BESTANDTEIL DES RISIKOMANAGEMENTS DES COMMERZBANK-KONZERNS.

Compliance – die Einhaltung geltender Gesetze, Richtlinien und Marktstandards – ist die Grundlage unternehmerischer Verantwortung. Für Banken geht es hierbei zum einen um die Verhinderung von Insiderhandel oder Geldwäsche. Zum anderen aber auch um den Schutz von Insiderinformationen, sonstigen vertraulichen Informationen über unsere Kunden und ihre Geschäfte sowie den Anlegerschutz.

Vor dem Hintergrund sich ständig wandelnder Geschäftsprozesse und neuer gesetzlicher Vorgaben arbeiten wir kontinuierlich an der Optimierung der Organisation unseres Compliance-Bereichs und der compliance-relevanten Prozesse auf Basis eines risikoorientierten Ansatzes.

Organisatorische Verankerung

Die Überwachung der aufsichts- und kapitalmarktrechtlichen Vorgaben sowie der internen Regelungen erfolgt durch den Zentralen Stab Group Compliance, der zur Wahrung seiner Unabhängigkeit direkt dem Finanzvorstand untersteht. Zudem ist der Stab mit umfangreichen Weisungs- und Eskalationsrechten sowie Informations- und Untersuchungsrechten ausgestattet.

Aufgabe ist die Überwachung des alltäglichen Geschäftsbetriebs und die Beratung der Geschäftsbereiche bei der Weiterentwicklung von Produkten, Prozessen und Kundenansprachen wie auch bei der Beurteilung von Einzeltransaktionen.

Zu diesem Zweck ist der Stab Compliance Mittelpunkt eines unabhängigen Netzwerks von Compliance-Abteilungen und -Mitarbeitern in den relevanten Einheiten des Konzerns. Es bestehen feste Vereinbarungen im Hinblick auf Kommunikationswege und Ansprechpartner für alle entscheidenden Prozesse. Der Austausch mit den einzelnen Konzerneinheiten findet sowohl ereignisgetrieben – also aufgrund bestimmter Auffälligkeiten oder Vorkommnisse – als auch regelmäßig-formell statt.

Grundsätzlich werden alle Konzerneinheiten einem standardisierten Compliance-Assessment unterzogen, um das jeweilige Compliance-Risiko einzuschätzen und anhand der Ergebnisse die Intensität der Zusammenarbeit sowie den individuellen Bedarf an vorbeugenden Maßnahmen festzulegen.

Unsere Compliance-Abteilung verfügt für die Überwachung des Wertpapierhandels über ein hoch entwickeltes Monitoringsystem, das sowohl die Eigenhandelsgeschäfte der Bank als auch die Mitarbeitergeschäfte einbezieht. Die Überwachung der Geschäftsaktivitäten im Hinblick auf Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung wird ebenfalls technisch durch spezialisierte Anwendungen unterstützt.

Die IT-Systeme sind zu diesem Zweck weitreichend verzahnt, so dass zur Überprüfung der Transaktionen auf eine Vielzahl von Daten zugegriffen werden kann.

Um stets auf dem neuesten Stand bezüglich gesetzlicher Vorgaben zu sein, steht der Stab Compliance mit den Compliance-Einheiten vor Ort im regelmäßigen Kontakt zu Verbänden und Behörden.

Compliance aktuell

Wir passen unsere Systeme und Instrumente ständig an aktuelle Anforderungen und Entwicklungen an. Hierbei spielen sowohl interne Erfordernisse als auch gesetzliche Änderungen eine Rolle.

• **Verhaltensrichtlinie:** Im Jahr 2007 haben wir in der Commerzbank AG eine verbindliche Verhaltensrichtlinie für unsere Mitarbeiter eingeführt, um integres Verhalten in allen Situationen des Berufsalltags sicherzustellen (s. Infokasten).

• **Interessenkonflikt-Management:** Kunden wollen sicher sein, dass wir im Sinne ihrer Geschäftsinteressen handeln. Im Zuge der Umsetzung von MiFID (Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente) wurde zum 1. November 2007 eine konzernweite Richtlinie zum Umgang mit Interessenkonflikten eingeführt.

• **Vertraulicher Umgang mit Insiderinformationen:** Der vertrauliche Umgang mit Insiderinformationen wird von der Commerzbank nach strengsten Anforderungen kontrolliert. Ungesetzliches Verhalten wird nicht toleriert. Nur bestimmte Mitarbeiter erhalten Zugang zu gesonderten Vertraulichkeitsbereichen. Mitarbeiter in den betroffenen Abteilungen werden

umfassend geschult und somit sensibilisiert. Die Anforderungen des Gesetzgebers werden in Form von Compliance-Handbüchern und Anweisungen vermittelt.

• **Kurs- und Marktmanipulation:** Hierunter versteht man Täuschungshandlungen, die geeignet sind, auf den Börsen- oder Marktpreis eines Finanzinstruments einzuwirken. Im Mai 2007 hat der EuGH das Verbot von Insidergeschäften gegenüber der Marktmanipulation abgegrenzt. Im Rahmen der Umsetzung von MiFID, die auch die Marktmanipulation zum Gegenstand hat, werden wir das Thema fortan als ein eigenständiges Compliance-Risiko behandeln. Die Risiken wurden unabhängig von der aktuellen Umorganisation jedoch in der Vergangenheit bereits aktiv überwacht.

• **Geldwäscheprävention:** Bei den Maßnahmen zur Geldwäscheprävention werden internationale Vorgaben und Empfehlungen berücksichtigt, zum Beispiel der Wolfsberg Group of Banks und der Financial Action Task Force on Money Laundering. Auf die 3. EU-Geldwäscherichtlinie, für die bisher noch kein deutsches Umsetzungsgesetz vorgelegt wurde, hat die Commerzbank in mehreren Bereichen bereits reagiert: Die globale Umsetzung von zentral definierten Prozessen zur Geldwäscheprävention ist im Gang; in diesem Zusammenhang werden auch klare Risikomanagement-Grundsätze in die Geldwäscheprävention eingeführt. Der Prozess wird im Laufe des Jahres 2008 abgeschlossen sein.

www.wolfsberg-principles.com

www.fatf-gafi.org

• **Bekämpfung von Korruption und Betrug:** Um Betrug und Korruption zu verhindern, sind verschiedene, dezentral organisierte Kontrollen und Maßnahmen im Commerzbank-Konzern eingerichtet. Diese Prozesse und Systeme werden regelmäßig auf ihre Aktualität hin überprüft und bei Bedarf angepasst. Zur Erfüllung des Paragrafen 25a des Kreditwesengesetzes – hier geht es um angemessene Sicherungsmaßnahmen gegen betrügerische Handlungen zu Lasten der Bank – hat die Commerzbank eine Gruppe im Bereich Compliance installiert. Diese Gruppe analysiert zentral die Risikosituation der Commerzbank sowie die entsprechenden Maßnahmen zur Betrugsprävention, um risikoorientiert entscheiden zu können, an welchen Stellen weiterer Handlungsbedarf besteht. Hieraus werden fortlaufend konkrete Maßnahmen definiert und sukzessive umgesetzt.

Regeln für alle – die Verhaltensrichtlinie der Commerzbank AG

Seit Februar 2007 hat die Commerzbank AG eine neue Verhaltensrichtlinie für ihre Mitarbeiter. Mit ihr wollen wir – neben anderen Maßnahmen – sicherstellen, dass sich die Commerzbank AG durch ihre Angestellten stets im Einklang mit allen sie betreffenden Gesetzen und Vorschriften befindet.

Die Richtlinie wurde vom Zentralen Stab Group Compliance erarbeitet, basierend unter anderem auf Vorschriften des deutschen Kapitalmarkt-, Arbeits-, Straf- und Zivilrechts.

Darin behandelt werden zum Beispiel das grundsätzliche Verhalten am Arbeitsplatz, die Themen Diskretion, Insiderhandel und Interessenkonflikte sowie Bestechung, Korruption, Steuerhinterziehung und Geldwäscheprävention. Auch arbeits- und strafrechtliche Sanktionsmaßnahmen bei Verstößen gegen Gesetze und Regeln sowie die damit einhergehenden Pflichten der Führungskräfte werden darin angesprochen. Darüber hinaus enthält sie Hilfestellungen für das Verhalten im Ernstfall.

Die Richtlinie gilt ohne Ausnahme für alle Mitarbeiter der Commerzbank AG. Um mit den Regeln vertraut zu werden, hat jeder Mitarbeiter ein eigenes Exemplar bekommen. Die Regeln sind zudem jederzeit auf der Intranet-Seite verfügbar. Ständige Schulungen dienen der kontinuierlichen Sensibilisierung für die Regeln im täglichen Berufsleben.

www.commerzbank.de ▸ über uns ▸ konzerninformationen ▸ verhaltensrichtlinie

ökologie

verantwortung leben

| hamburger hallig, 11 uhr vormittags | PRAKTIKANTIN TINA RICKERT BETREUT EINE GRUPPE URLAUBER IM WATTENMEER

Jedes Jahr ermöglicht es die Commerzbank 50 Studenten, ein „Praktikum für die Umwelt" in einem deutschen Nationalpark, Naturpark oder Biosphärenreservat zwischen Nordsee und Alpen zu absolvieren. Tina Rickert hat den nördlichsten dieser Praktikumsplätze ergattert – im schleswig-holsteinischen Wattenmeer. Sie führt Touristen durch die Küstenlandschaft und zeigt ihnen, wie viele Tiere sich im Wattboden verbergen, die erst auf den zweiten Blick sichtbar werden: Algen, Muscheln, Schnecken und Würmer sind Teil dieses faszinierenden Lebensraums, für den das Wattenmeer bereits 1985 zum Nationalpark erklärt wurde. Für ihr Engagement für die Nationalen Naturlandschaften erhielt die Commerzbank 2007 eine UNESCO-Auszeichnung (S. 45).

www www www.praktikum-fuer-die-umwelt.de

ökologie

verantwortung leben

Ziele des betrieblichen Umweltschutzes

Mittelfristig (2008-2012) hat sich die Commerzbank im Umweltschutz die folgenden Ziele gesetzt:

- Förderung des energie- und umweltbewussten Verhaltens unserer Mitarbeiter durch gezielte Informations- und Schulungsmaßnahmen;
- Modernisierung der Gebäude und der Gebäudetechnik, insbesondere Austausch gebäudetechnischer Anlagen und Einrichtungen, Pilotierung erneuerbarer Energietechnik für die Betriebsstätten und neue Fenster- und Fassadendämmungen;
- Modernisierung der Heizungsanlagen in konzerneigenen Gebäuden;
- Verminderung von CO_2-Emissionen im Bereich Geschäftsreisen durch Vermeidung von Flugreisen, Auswahl emissionsarmer Dienst-PKWs und verstärkte Nutzung von virtuellen Konferenzen;
- Versorgung weiterer Betriebsstätten mit Strom aus erneuerbaren Energien;
- Erhöhung des Anteils von Recyclingpapier in allen Bereichen der Bank sowie Förderung elektronischer Lösungen mit dem Ziel der Papiereinsparung, unter anderem durch elektronische Akten.

Umweltschutz bei der Commerzbank

Im Finanzsektor entstehen direkte Umweltauswirkungen vor allem im Bereich Gebäudemanagement: durch den Verbrauch von Wasser, Energie und Wärme, aber auch durch die Nutzung von Hilfs- und Betriebsstoffen wie zum Beispiel Reinigungsmitteln.

Auch wenn die direkten Umweltauswirkungen einer Bank erheblich geringer sind als die eines Industriebetriebs, so schmälert dies keineswegs die Verantwortung, die wir auf diesem Gebiet haben.

Der betriebliche Umweltschutz hat daher bei der Commerzbank seit vielen Jahren einen hohen Stellenwert. In das 1990 formulierte „Leitbild für den Commerzbank-Konzern" nahm die Commerzbank bewusst ein Bekenntnis zum sozial- und umweltverträglichen Fortschritt auf. Außerdem gehörte die Commerzbank 1992 zu den Erstunterzeichnern der UN-Umweltdeklaration der Banken.

Heute stehen wir vor der Einführung eines Umweltmanagementsystems. Mit dessen Hilfe wollen wir einen Prozess der kontinuierlichen Verbesserung des betrieblichen Umweltschutzes einleiten.

DER SORGSAME UMGANG MIT DER NATUR UND IHREN RESSOURCEN IST UNS WICHTIG. DAVON ZEUGEN UNSERE ANSTRENGUNGEN IM BEREICH DES BETRIEBLICHEN UMWELTSCHUTZES.

BEI DER UMSETZUNG SIND WIR AUF DAS MITWIRKEN UNSERER MITARBEITER ANGEWIESEN. JEDER EINZELNE IST DAZU ANGEHALTEN, IN SEINEM TÄGLICHEN HANDELN DIE AUSWIRKUNGEN AUF DIE UMWELT IN BETRACHT ZU ZIEHEN. DAHER MOTIVIEREN UND SENSIBILISIEREN WIR UNSERE MITARBEITER, SICH MÖGLICHST UMWELTVERTRÄGLICH ZU VERHALTEN.

Rückblick: Grundlage für kontinuierliche Verbesserung

War der betriebliche Umweltschutz aufgrund der wirtschaftlich schwierigen Entwicklung der Bank einige Jahre lang ins Hintertreffen geraten, so haben wir hier inzwischen eine solide Grundlage für die systematische Bearbeitung dieses wichtigen Themenkomplexes gelegt und 2007 eine Stelle für das Umweltmanagement geschaffen (S. 38). Damit einher gingen zahlreiche Aktivitäten:

Vor dem Hintergrund des Klimawandels haben wir einen Schwerpunkt auf die Reduzierung klimarelevanter Emissionen gesetzt und die Haupthandlungsfelder definiert (S. 40). Gleichzeitig konnten wir die Transparenz bezüglich unseres Ressourcenverbrauchs erhöhen, zum Beispiel beim Wasserverbrauch (S. 42).

Ein weiterer Meilenstein ist unser Standard für nachhaltige Beschaffung: Seit September 2006 ist die Abfrage nachhaltigkeitsrelevanter Aspekte fester Bestandteil bei der Ausschreibung einzukaufender Waren oder Dienstleistungen (S. 39).

Kritisch sehen wir die Entwicklung im Bereich Papier: Recyclingpapier ist unter unseren Mitarbeitern auf weniger Akzeptanz gestoßen als in den Jahren zuvor. Zudem ist der Verbrauch an Drucker- und Kopierpapier gestiegen. Dies zeigt uns, dass wir nicht aufhören dürfen, unsere Mitarbeiter für den umweltbewussten Einsatz von Papier zu motivieren (S. 43).

Ausblick: Volle Kraft voraus

Die durch die neue Stelle im Umweltmanagement geschaffenen Ressourcen werden wir nutzen und mit der für 2008 geplanten Einführung eines Umweltmanagementsystems unsere Aktivitäten weiter systematisieren und ausbauen.

Im Bereich Energie können wir einen Beitrag zum Klimaschutz leisten: Allein durch die ausschließliche Nutzung von Ökostrom im Commerzbank-Hochhaus in Frankfurt werden wir von Anfang 2008 an unsere strombedingten CO_2-Emissionen um 6% reduzieren.

Darüber hinaus haben wir uns weitere Ziele gesetzt: So möchten wir sukzessive weitere Betriebsstätten mit Strom aus erneuerbaren Energien versorgen sowie das energie- und umweltbewusste Verhalten unserer Mitarbeiter fördern.

Weiterhin arbeiten wir daran, die Transparenz über unseren Ressourcenverbrauch zu erhöhen, so zum Beispiel im Bereich Papier oder unserer fuhrparkbedingten CO_2-Emissionen.

UMWELTMANAGEMENT

MIT DER ERNENNUNG DES ERSTEN UMWELTBEAUFTRAGTEN EINER DEUTSCHEN GROSSBANK STARTETEN WIR 1990 DIE AKTIVITÄTEN IM BETRIEBLICHEN UMWELTMANAGEMENT. UMWELTSCHUTZ IST HEUTE WEITGEHEND IN ALLE PROZESSE INTEGRIERT – IM GEBÄUDEBETRIEB, BEI BAULICHEN MASSNAHMEN, IM EINKAUF ODER IN DER LOGISTIK.

Wir legen Wert darauf, die Mitarbeiter in ihrem täglichen Handeln für Belange des Umweltschutzes zu sensibilisieren (S. 42). Deshalb ist eine gute Vernetzung der verantwortlichen Mitarbeiter innerhalb des Unternehmens unabdingbar für eine erfolgreiche Umsetzung umweltrelevanter Ziele.

Verankerung im gesamten Unternehmen

Der betriebliche Umweltschutz ist in der zentralen Organisationsabteilung und dort im Betriebsstättenmanagement angesiedelt. Der direkte Berichtsweg zum Konzernvorstand unterstreicht die Bedeutung umweltrelevanter Themen bei der Commerzbank.

Innerhalb der Commerzbank sind die Vertreter des betrieblichen Umweltschutzes systematisch mit allen Bereichen des Unternehmens vernetzt. Die Kommunikation mit den in diesem Zusammenhang wichtigsten Abteilungen – darunter Konzerneinkauf, Facility Management, Informationstechnologie und Immobilienmanagement – erfolgt auf einer strukturierten Arbeitsebene. Auf der Tagesordnung stehen die klassischen Themen des betrieblichen Umweltschutzes. Bei der Commerzbank sind dies unter anderem Abfallwirtschaft, Energie- und Wasserverbrauch, Papierverwendung, IT-Einrichtungen, Infrastruktur, Logistik und Dienstreisen.

Zu den Vertriebs- und Back-Office-Einheiten des Konzerns sowie zu den zentralen und regionalen Arbeitnehmer-Gremien bestehen ebenfalls klar definierte Kommunikationslinien. Hier ist es Ziel, ihre Vertreter kontinuierlich über Aktivitäten im Bereich des betrieblichen Umweltschutzes zu informieren und sie einzubinden.

Peter Heuer, Fachbereichsleiter in der Organisationsabteilung und Verantwortlicher für den betrieblichen Umweltschutz bei der Commerzbank, zur geplanten Einführung des Umweltmanagementsystems

„Ökologisches Handeln ist heute nicht zuletzt aus wirtschaftlichen Gründen zur Selbstverständlichkeit geworden: So haben beispielsweise Abfallentsorgung, Energieverbrauch und eventuelle Reputationsschäden durch unzulänglichen Umweltschutz immer auch eine ökonomische Wirkung. Überdies wird das ökologisch verantwortliche Handeln eines Unternehmens von den Stakeholdern beachtet, gefordert und honoriert.

Vor diesem Hintergrund nimmt die Commerzbank den Umweltschutz seit vielen Jahren ernst. Darüber hinaus haben wir für das betriebliche Umweltmanagement zum 1. Mai 2007 eigens eine Stelle geschaffen. Ein wesentliches Ziel in diesem Zusammenhang ist es, bis Ende 2008 ein Umweltmanagementsystem aufzubauen und zertifizieren zu lassen.

Das System wird uns erlauben, die Leitlinien, Ziele, Prozesse und Maßnahmen im Bereich Umweltschutz noch stärker zu bündeln sowie systematisch fortzuentwickeln. Mittels einer verbindlichen Umweltschutzstrategie wollen wir so einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess einleiten. Dies werden wir durch unabhängige Dritte regelmäßig überprüfen lassen."

NACHHALTIGKEIT BEI DER BESCHAFFUNG

ES IST UNS WICHTIG, DASS DIE FERTIGUNG DER PRODUKTE, DIE WIR VON UNSEREN LIEFERANTEN BEZIEHEN, UNTER BERÜCKSICHTIGUNG VON NACHHALTIGKEITSKRITERIEN ERFOLGT. DAHER HABEN WIR GRUNDLEGENDE SCHRITTE UNTERNOMMEN, UM UNSERE BESCHAFFUNGSPROZESSE VERANTWORTUNGSVOLL AUSZURICHTEN.

Alle Beschaffungsprozesse der Commerzbank werden über den Konzerneinkauf abgewickelt. Diese Bündelung ermöglicht es uns unter anderem, einheitliche Standards bei der Beschaffung zu gewährleisten. 2006 haben wir verantwortungsvolles Handeln verstärkt in unserem Einkauf verankert – zum einen durch die Erarbeitung von Ethikleitlinien, zum anderen durch unseren neuen Standard für nachhaltige Beschaffung.

Ethikleitlinien für den Einkauf

Unsere neu entwickelten Ethikleitlinien für den Einkauf bilden den übergeordneten Rahmen für unsere Beschaffungsprozesse. Sie klären, was verantwortungsvolles Handeln an der Schnittstelle zu Lieferanten bedeutet und wie ökonomisches Handeln mit moralischen Grundsätzen vereinbar ist. So beschreiben sie die Verantwortung der am Beschaffungsprozess beteiligten Mitarbeiter gegenüber dem eigenen Unternehmen, den Lieferanten und Kunden ebenso wie gegenüber der Umwelt und gesellschaftlichen Wertmaßstäben. Die Leitlinien sind verbindlich und wurden im Februar 2006 im Intranet veröffentlicht. Jährlich werden sie von den Mitarbeitern des Konzerneinkaufs erneut unterschrieben.

Standard für nachhaltige Beschaffung

Anfang 2006 wurde das Projekt nachhaltige Beschaffung im Einkauf gestartet. Ziel war es, unsere Einkaufsrichtlinien vollständig zu überarbeiten und dabei auch nachhaltigkeitsrelevante Kriterien zu berücksichtigen.

Für die Entwicklung eines belastbaren Standards wurde zunächst das Verständnis des Begriffs „Nachhaltigkeit" für die Beschaffungsprozesse festgelegt. Daraus leiteten wir ab, dass der Beschaffungsstandard sowohl eine ökologische, eine ökonomische als auch eine sozial-ethische Dimension enthalten muss. Bei der Definition der Nachhaltigkeitskriterien haben wir uns unter anderem an den Anforderungen des Kapitalmarkts orientiert – zum Beispiel an denen der einschlägigen Nachhaltigkeits-Indizes wie dem Dow Jones Sustainability Index. Als Anregung dienten uns außerdem die Anforderungen des Umweltmanagementsystems ISO 14 001.

Im nächsten Schritt prüfte die Einkaufsabteilung im Rahmen einer umfassenden Bestandsaufnahme das gesamte Produktsortiment auf Nachhaltigkeit. Zudem wurden glaubwürdige Nachhaltigkeitssiegel recherchiert, die im Rahmen des Standards empfohlen werden. Dies macht den Nachhaltigkeitsstandard für eine effektive Umsetzung in den Beschaffungsprozessen praktikabel.

Seit September 2006 ist die Abfrage nachhaltigkeitsrelevanter Aspekte fester Bestandteil bei der Ausschreibung einzukaufender Waren oder Dienstleistungen. Somit kauft die Commerzbank unter Berücksichtigung der Kosten nachhaltig ein. Für die konzernweite Umsetzung der Einkaufsrichtlinien ist der Konzerneinkauf verantwortlich. Alle Mitarbeiter haben über das Intranet Zugang zu den gesetzten Standards. Folgende Beispiele zeigen exemplarisch, wo die Standards für nachhaltige Beschaffung greifen:

- **Büromaterial:** Wir beziehen unsere Büromaterialien ausschließlich von Herstellern, die zum einen eine Nachhaltigkeitserklärung unterzeichnet haben und zum anderen nach der ISO Norm 9000ff zur Qualitätssicherung der Produktion zertifiziert sind. Datensicherheitsblätter informieren unsere Mitarbeiter über einen sicheren Umgang mit den einzelnen Produkten und Materialien.

- **Druckmedien:** Die Commerzbank hat sich im Rahmen des Standards verpflichtet, bei Ausschreibungen zur Beschaffung von Werbe- oder Druckmaterialien Behindertenwerkstätten explizit zu berücksichtigen. Zu diesem Zweck haben wir einen Rahmenvertrag mit der reha GmbH geschlossen. Die Behindertenwerkstatt aus Saarbrücken verfolgt seit bald 40 Jahren erfolgreich ihr Ziel, behinderte Menschen ins Arbeitsleben zu integrieren.

- **Thermopapier:** Thermopapier kommt bei der Commerzbank beim Druck von Kontoauszügen zum Einsatz. Bei der Produktion des Papiers werden die Normen zweier europäischer Verbände eingehalten – die der European Thermal Paper Association (ETPA) und die der Association of the European Manufacturers of Carbonless Copy Paper (AEMCP). Beide Verbände haben freiwillige Selbstverpflichtungserklärungen verabschiedet, die eine Kontrolle der spezifischen Inhaltsstoffe von Thermopapier vorschreiben und den Einsatz von Stoffen verbieten, die ein Risiko für Mensch und Umwelt darstellen.

Wir werden die genannten Maßnahmen fortführen, weitere Verbesserungspotenziale aufzeigen und diese ausschöpfen.

KLIMASCHUTZ

DIE BUNDESREGIERUNG HAT SICH ZUM ZIEL GESETZT, DEN CO_2-AUSSTOSS IN DEUTSCHLAND BIS 2020 UM 40% GEGENÜBER 1990 ZU VERRINGERN. AUCH DIE COMMERZBANK IST GEFORDERT, DAFÜR IHREN BEITRAG ZU LEISTEN. UMSO WICHTIGER IST ES UNS, DIE DURCH UNSERE GESCHÄFTSTÄTIGKEIT VERURSACHTEN CO_2-EMISSIONEN ZU REDUZIEREN UND WO MÖGLICH ZU VERMEIDEN.

Zum Schutz des Klimas haben wir zwei strategische Handlungsfelder identifiziert: die klimaschonende Energieversorgung unserer Standorte und die Berücksichtigung von Klimaauswirkungen bei Geschäftsreisen. Wichtige Beiträge leisten zugleich unsere Anstrengungen im Bereich der Energieeffizienz (S. 41) sowie die verstärkte Sensibilisierung unserer Mitarbeiter (S. 42).

Klimaschonende Energieversorgung

Die Energieversorgung an unseren Standorten möchten wir möglichst CO_2-arm gestalten. Deshalb wollen wir den Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen deutlich erhöhen. Ein erster Meilenstein in diese Richtung ist bereits beschlossen: Unser Hochhaus in Frankfurt wird ab dem 1. Januar 2008 ausschließlich mit Ökostrom versorgt werden. Allein mit dieser Maßnahme wird die Commerzbank in Deutschland ihren durch Stromverbrauch verursachten CO_2-Ausstoß um 6% reduzieren.

Ein weiteres wichtiges Ziel ist die Optimierung unseres Strom- und Wärmeverbrauchs. Hierzu forcieren wir CO_2-sparende Maßnahmen im Bereich des Betriebsstättenmanagements. So planen wir beispielsweise den Austausch gebäudetechnischer Anlagen und Einrichtungen sowie die Erneuerung von Heizungsanlagen unter anderem nach klimafreundlichen Gesichtspunkten. Auch im Rahmen der Gebäudesanierung werden stets umweltfreundliche Alternativen geprüft.

Im Bereich der Außenwerbung werden wir den Stromverbrauch bei Neuanlagen um bis zu 65% reduzieren, indem wir moderne LED-Technologie nutzen.

Drei Richtlinien für Geschäftsreisen

Neben dem Energieverbrauch verursacht die Commerzbank über Geschäftsreisen ihrer Mitarbeiter CO_2-Emissionen. Hier sehen wir den zweiten Hebel, um zum Schutz des Klimas beizutragen. Drei wesentliche Richtlinien halten unsere Mitarbeiter dazu an, die jeweils umweltfreundlichste und dabei oft auch kostengünstigste Variante zu wählen.

- **Virtuelle Konferenzen:** Seit März 2001 sind virtuelle Konferenzen mit Hilfe von Videoübertragungen einer Reise vorzuziehen. Reisebedingte Umweltbelastungen können auf diesem Wege komplett vermieden werden. Viele unserer Abteilungen nutzen Videokonferenzen bereits seit mehreren Jahren. Die Durchführung von Konferenzen per Webübertragung befindet sich derzeit in der Testphase.

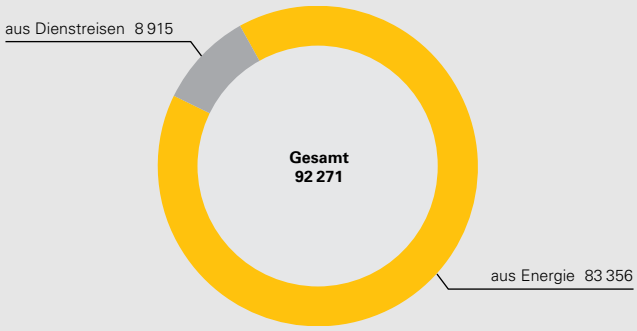
- **Umweltschonende Verkehrsmittel:** Wir fordern unsere Mitarbeiter seit März 2001 auf, umweltfreundliche Verkehrsmittel zu nutzen. Die CO_2-intensiven Flugreisen beispielsweise sind möglichst zu vermeiden.

- **Rußpartikelfilter im Fuhrpark:** Seit Januar 2005 ist die Ausstattung neu beschaffter Dieselmodelle mit Rußpartikelfiltern verpflichtend.

Darüber hinaus arbeiten wir bereits seit zehn Jahren bevorzugt mit Vertragshotels der Accor-Gruppe zusammen: Die Gruppe ist im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) gelistet und gehört damit zu den weltweit nachhaltigsten Unternehmen der Branche.

CO_2-Emissionen

in Tonnen, 2006



Commerzbank AG (Inland)
CO_2-Emissionen wurden auf Basis von Kennzahlen des VfU (Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen) errechnet. Eine Berücksichtigung der Bankwagen (personenbezogene Dienstwagen und Poolfahrzeuge) war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts noch nicht möglich. Die Erhebung verlässlicher Daten wird jedoch noch im Laufe des Jahres 2007 abgeschlossen sein.

ENERGIEVERBRAUCH

ES BESTEHT EIN DIREKTER ZUSAMMENHANG ZWISCHEN UNSEREM ENERGIEVERBRAUCH UND DEN DADURCH VERURSACHTEN CO_2-EMISSIONEN. IM SINNE DES KLIMASCHUTZES GEWINNT DIESES THEMA DAHER ZUNEHMEND AN RELEVANZ.

Informationen zum Stromverbrauch liegen uns für alle Standorte vor. Lediglich zum Verbrauch von Fernwärme und Gas war es uns bisher nicht möglich, Daten auch für die angemieteten Standorte zu beschaffen. Dabei handelt es sich um 58% der Standorte. Wir arbeiten daran, auch dort Transparenz herzustellen, indem wir im Rahmen des aufzubauenden Umweltmanagementsystems die noch fehlenden Daten erheben werden.

Strom

Der Stromverbrauch unserer deutschen Standorte war im Jahr 2006 um 3,5% höher als noch 2004. Wir führen diesen Anstieg auf klimatische Schwankungen und damit einhergehende Veränderungen im Anlagenbetrieb zurück. Im Rahmen der Entwicklung des bundesdeutschen Energiemixes hat sich der Anteil an erneuerbaren Energien in den letzten vier Jahren mehr als verdoppelt: Im Jahr 2006 wurden 22 GWh aus einem Mix aus Solarenergie, Windenergie und Wasserkraft gewonnen, gegenüber nur 10 GWh im Jahr 2003. Wir arbeiten daran, diesen Anteil in Zukunft auch aktiv zu erhöhen. So werden wir unsere Zentrale in Frankfurt ab 2008 nur noch mit Ökostrom versorgen (S. 44).

CO_2-Emissionen nach Energiequellen

in Tonnen, 2005-2006

	Verbrauch		CO_2	
Energiequelle	**2005**	**2006**	**2005**	**2006**
Strom	143 GWh	147 GWh	72 500,0 t	74 131,0 t
Fernwärme	70 GWh	74 GWh	67,3 t	70,9 t
Gas	41,66 GWh	38,06 GWh	9 497,0 t	8 677,0 t
Heizöl	135 000 l	135 000 l	478,0 t	478,0 t
Gesamt			**82 542,3 t**	**83 356,9 t**

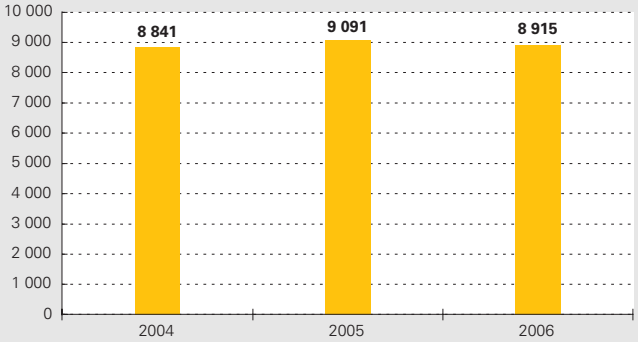
Commerzbank AG (Inland)
CO_2-Emissionen wurden auf Basis von Kennzahlen des VfU (Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e. V.) errechnet.

Fernwärme, Gas und Heizöl

Im Bereich der Heizenergien – darunter fallen Gas, Fernwärme und Heizöl – werden bundesweit 42% der Standorte direkt über die Verwaltung der Commerzbank abgerechnet. Dabei handelt es sich um die größten Standorte der Commerzbank, die für einen Großteil des Energieverbrauchs der Bank verantwortlich sind. Über diese insgesamt 412 Standorte liegen verlässliche Daten vor: 300 dieser Standorte werden mit Gas beheizt. Der Verbrauch konnte gegenüber 2005 um 3,6 GWh gesenkt werden und betrug 38,06 GWh im Jahr 2006. Bei den 97 mit Fernwärme versorgten Standorten belief sich der Verbrauch im Jahr 2006 auf 74 GWh (2005: 70 GWh). Auf die Versorgung mit Heizöl wird zunehmend verzichtet. Seit unserem letzten Bericht ist die Anzahl der mit Heizöl geheizten Standorte von 18 auf 15 gesunken. Der Verbrauch lag 2006 bei 135 000 l.

CO_2-Emissionen durch Dienstreisen

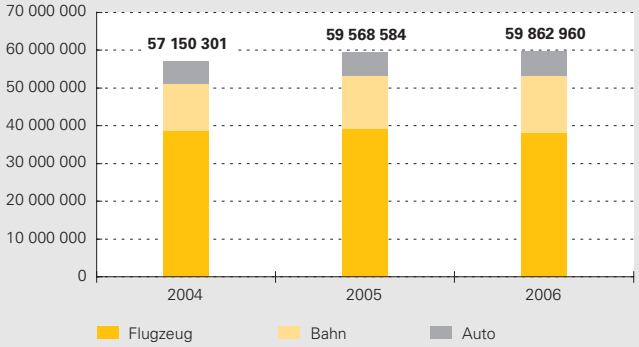
in Tonnen, 2004-2006



Commerzbank AG (Inland)
Die CO_2-Emissionen beziehen sich auf mit Flugzeug, Bahn und privaten Kraftfahrzeugen zurückgelegte Kilometer. Eine Berücksichtigung der Bankwagen (personenbezogene Dienstwagen und Poolfahrzeuge) war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts noch nicht möglich. Die Erhebung verlässlicher Daten wird jedoch noch im Laufe des Jahres 2007 abgeschlossen sein.

Dienstreisen nach Transportmitteln

in Kilometer, 2004-2006



Commerzbank AG (Inland)
Bei den mit dem Auto zurückgelegten Kilometern handelt es sich um in privaten Kraftfahrzeugen gefahrene Strecken. Eine Berücksichtigung der Bankwagen (personenbezogene Dienstwagen und Poolfahrzeuge) war zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts noch nicht möglich. Die Erhebung verlässlicher Daten wird jedoch noch im Laufe des Jahres 2007 abgeschlossen sein.

WASSERVERBRAUCH

BEI DER COMMERZBANK WIRD WASSER FÜR SANITÄRE ANLAGEN, IN DEN KÜCHEN UND FÜR DIE KLIMAANLAGEN BENÖTIGT. SEIT UNSEREM BERICHT ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG 2005 KONNTEN WIR DIE ANZAHL DER IN DIE DATENERFASSUNG EINBEZOGENEN STANDORTE ERHÖHEN. DIES BIETET EINE ZUNEHMEND SOLIDE GRUNDLAGE, UM EFFIZIENZPOTENZIAL ZU IDENTIFIZIEREN UND AUSZUSCHÖPFEN.

Was die Transparenz unseres Wasserverbrauchs angeht, können wir Fortschritte vorweisen: Heute erfassen wir den Wasserverbrauch für 200 unserer insgesamt 972 deutschen Standorte, während zum Zeitpunkt unseres letzten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung lediglich verlässliche Daten für die beiden größten Standorte in Frankfurt vorlagen – für das Commerzbank-Hochhaus und das Dienstleistungszentrum. Im Jahr 2005 betrug der Wasserverbrauch an den inzwischen erfassten 200 Standorten 267 800 m^3, 2006 waren es 262 000 m^3.

Mehr Effizienz

Um unseren Wasserverbrauch zu reduzieren, setzen wir umweltentlastende Technologien ein. So wird das im Commerzbank-Hochhaus für die Klimatechnik eingesetzte Frischwasser anschließend für die WC-Spülung weiterverwendet. In unserem Dienstleistungszentrum in Frankfurt wird das Regenwasser in einer Zisterne gesammelt und anschließend in der Kühltechnik oder in den Toiletten weiterverwendet. 2006 konnten wir im Vergleich zum Vorjahr eine Reduzierung unseres Wasserverbrauchs der erfassten inländischen Standorte um 2,2% erreichen.

ABFALLMANAGEMENT

UNSER ABFALLMANAGEMENT RICHTET SICH NACH DREI GRUNDLEGENDEN PRINZIPIEN: VERMEIDEN, VERWERTEN, BESEITIGEN – UND ZWAR IN DIESER REIHENFOLGE.

Wo möglich, versuchen wir

1. durch effizienten und sparsamen Umgang mit allen Ressourcen das Entstehen von Abfall zu vermeiden;
2. entstandene Abfälle der Wiederverwertung zuzuführen;
3. nicht wieder verwertbare Abfälle möglichst umweltschonend zu beseitigen.

Bisher erfassen wir unsere Gewerbe- sowie Papier- und Kartonageabfälle für unser Commerzbank-Hochhaus in Frankfurt (S. 44). Wir arbeiten im Rahmen der Einführung unseres Umweltmanagementsystems daran, in diesem Bereich eine zentrale Erfassung aller bundesweiten Standorte zu schaffen.

Bei einem Großteil des bei der Commerzbank anfallenden Abfalls handelt es sich um Papier und Kartonagen. Die Mitarbeiter der Commerzbank sammeln Altpapier getrennt vom Restmüll. Das Papier wird an Papierfabriken zum Recycling weitergeleitet.

Eine Besonderheit im Bankgeschäft stellen Datenträger wie CDs oder Magnetbänder dar, die sensible Kundendaten enthalten. Diese werden umweltschonend vernichtet und entsorgt – selbstverständlich unter Wahrung des Datenschutzes. Magnetbänder beispielsweise werden körperlich zerstört, danach wird das zerkleinerte Material der Wiederverwertung zugeführt. Vor diesem Hintergrund schreddern wir selbstverständlich auch das Altpapier, bevor es der sachgerechten Entsorgung zugeführt wird.

SENSIBILISIERUNG DER MITARBEITER

WIR SEHEN EINE WESENTLICHE AUFGABE DARIN, DAS UMWELTBEWUSSTSEIN UNSERER MITARBEITER ZU ERHÖHEN. ÜBER GEZIELTE AKTIONEN BRINGEN WIR IHNEN DIE RELEVANZ UMWELTBEWUSSTEN HANDELNS NAHE.

Über das Intranet und die Mitarbeiterzeitung informieren wir unsere Mitarbeiter über Belange des betrieblichen Umweltschutzes. Eines unserer Ziele im Rahmen des betrieblichen Umweltschutzes ist es, diese Aktivitäten zu verstärken (S. 36).

Unsere Teilnahme an der Energy Trophy zeigt, wie man Mitarbeiter für den Umweltschutz gewinnen kann. Dabei handelt es sich um einen EU-weiten Wettbewerb zum Energiesparen in Bürogebäuden. Zwei unserer Filialen vertreten dabei von September 2007 bis August 2008 die Commerzbank: unsere Filiale in Bremen und unsere Filiale in Ibbenbüren. In diesem Kontext erhalten die Mitarbeiter der beiden Filialen Plakate, Flyer und Mails mit Informationen zum Wettbewerb und zu Möglichkeiten, im Büroalltag Energie zu sparen.

PAPIERBEDARF

TROTZ DES TECHNISCHEN FORTSCHRITTS BLEIBT PAPIER EIN BEDEUTENDER INFORMATIONSTRÄGER. FÜR EIN DIENSTLEISTUNGSUNTERNEHMEN WIE DIE COMMERZBANK STELLT DAS MANAGEMENT DES PAPIERVERBRAUCHS EIN WESENTLICHES HANDLUNGSFELD IM RAHMEN DES BETRIEBLICHEN UMWELTSCHUTZES DAR.

An drei Stellschrauben können wir den Einsatz von nachhaltigem Papier beeinflussen: Erstens, indem wir verstärkt Papier aus nachhaltigen Quellen einkaufen. Zweitens durch die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter. Drittens, indem wir Papier bei der Kommunikation mit unseren Kunden einsparen.

Papierbeschaffung

Im Bereich des Papiereinkaufs ist die Erhöhung des Anteils zertifizierten Papiers die derzeit größte Herausforderung. Unser im September 2006 in Kraft getretener Standard für nachhaltige Beschaffung hat bereits erste Weichen gestellt (S. 39): Er fördert beispielsweise die stärkere Berücksichtigung von Siegeln wie FSC und PEFC, die nachhaltige Forstwirtschaft garantieren. Gleiches gilt für das Gütesiegel „Blauer Engel", dessen Zeichen schon heute unser gesamtes Recyclingpapier trägt.

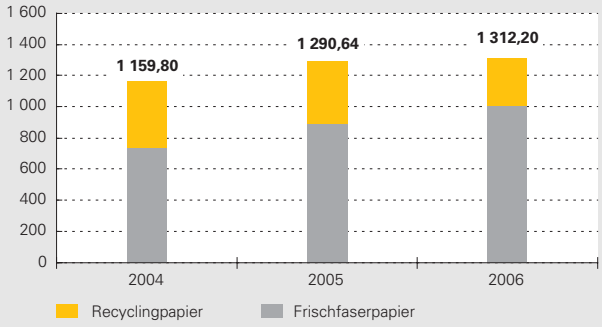
www.blauer-engel.de
www.fsc.org
www.pefc.org

Die Ergebnisse werden wir nach Abschluss des Wettbewerbs analysieren, um Energiesparpotenzial für die gesamte Commerzbank zu identifizieren. Die gewonnenen Erkenntnisse werden wir unter den Mitarbeitern kommunizieren und in unser Umweltprogramm einfließen lassen.

www.energytrophy.org

Papierbedarf

in Tonnen, 2004-2006



Commerzbank AG (Inland)
Das Recyclingpapier trägt das Siegel „Blauer Engel"; die Angaben beziehen sich ausschließlich auf den Bedarf an Drucker- und Kopierpapier.

Papierverbrauch bei der Commerzbank

Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts lagen uns verlässliche Zahlen ausschließlich für Drucker- und Kopierpapier vor. Dessen Verbrauch ist angestiegen (s. Grafik). Zudem ging seit 2003 der Anteil von Recyclingpapier am gesamten Papierverbrauch von rund 37% auf circa 23% zurück. Vor diesem Hintergrund werden wir unsere Mitarbeiter verstärkt dafür sensibilisieren, wie wichtig der sparsame und umweltbewusste Gebrauch von Papier ist (S. 42). Ganz konkret planen wir beispielsweise, die doppelseitige Bedruckung von Papier als Standard vorzugeben.

Durch die Umstellung auf ein elektronisches Archivierungssystem konnten wir seit 2001 rund 65 Mio Blatt Papier einsparen. Unser Ziel ist es, unseren Papierbedarf durch ähnliche Lösungen zukünftig noch weiter zu reduzieren.

Einsparung bei der Kundenkommunikation

Für die Kommunikation mit unseren Kunden verwenden wir hauptsächlich Frischfaserpapier. Die von uns genutzten Umschläge hingegen bestehen standardmäßig aus 100% Altpapier.

Seit Februar 2007 bieten wir unseren Kunden ein elektronisches Postfach im Rahmen des Internet-Banking an: Kontoauszüge, Kreditkarten- und Wertpapierabrechnungen stellen wir auf Wunsch elektronisch bereit. Inzwischen nutzen rund 100 000 Kunden das elektronische Postfach. Allein im Zeitraum vom Februar 2007 bis zum Juli 2007 konnten wir so gemeinsam mit unseren Kunden circa 1,5 Mio Blatt Papier einsparen.

UMWELTFREUNDLICHES GEBÄUDEMANAGEMENT AM BEISPIEL DES COMMERZBANK-HOCHHAUSES

DAS COMMERZBANK-HOCHHAUS STEHT IM HERZEN DER FRANKFURTER INNENSTADT UND SCHAFFT AUF SEINEN ÜBER 86 000 M² NUTZFLÄCHE EIN ANGENEHMES ARBEITSUMFELD FÜR RUND 2 500 MITARBEITER. DAS HOCHHAUS WURDE UNTER ANWENDUNG INNOVATIVER UND UMWELTFREUNDLICHER GEBÄUDETECHNIK ERBAUT.

Unser Beitrag zum Klimaschutz

Vom 1. Januar 2008 an wird das Commerzbank-Hochhaus ausschließlich mit Ökostrom aus erneuerbaren Energien versorgt. Diese Umstellung reduziert unsere strombedingten CO_2-Emissionen in Deutschland um 6%. Damit gehen wir mit unserem Hochhaus bei der Senkung der CO_2-Emissionen mit gutem Beispiel voran.

Natürliche Belüftung

Schon bei der Planung des 50-geschossigen Hochhauses wurde darauf geachtet, dass pro Jahr mindestens 60% natürliche Lüftung statt einer ständigen Nutzung der Lüftungsanlage möglich ist. Um dies zu gewährleisten, lassen sich die Fenster im Gebäude bis ins höchste Stockwerk öffnen. Durch die zweischalige Fassade des Hochhauses, deren äußere Schale mit Öffnungen versehen ist, kann durch die Fenster ausreichend Frischluft ins Gebäude strömen. Unsere Erfahrungswerte zeigen, dass auf diese Weise mehr als drei Viertel des Jahres die Büros natürlich belüftet werden können.

Umweltfreundliche Klimatechnik

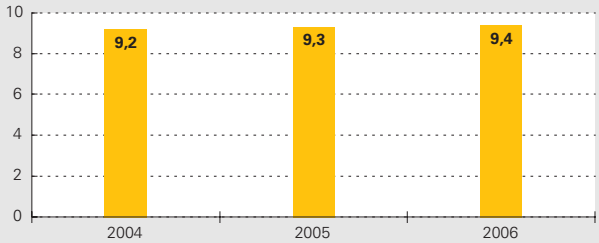
Ist eine natürliche Belüftung aufgrund extremer Witterungsbedingungen nicht möglich, wird die Lüftungsanlage aktiviert. Die integrierten Kühldecken werden umweltfreundlich aus Kraft-Wärme-Kopplung gespeist. Das für die Kühlung eingesetzte Frischwasser wird anschließend für die Toilettenspülung weiterverwendet.

Verträgliche Gebäudereinigung

Die Reinigung aller Commerzbank-Gebäude erfolgt ausschließlich mit biologisch abbaubaren Reinigungsmitteln – so auch im Commerzbank-Hochhaus. Die Nutzung solcher Reinigungsmittel ist in den Verträgen mit unseren externen Dienstleistern vorgegeben.

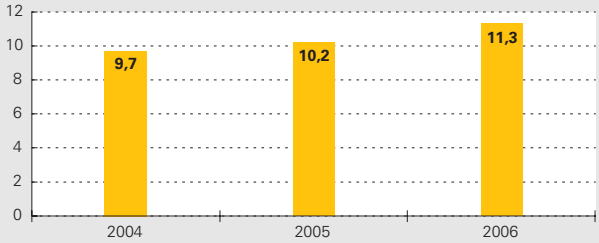
Stromverbrauch Commerzbank-Hochhaus

in Gigawattstunden, 2004-2006



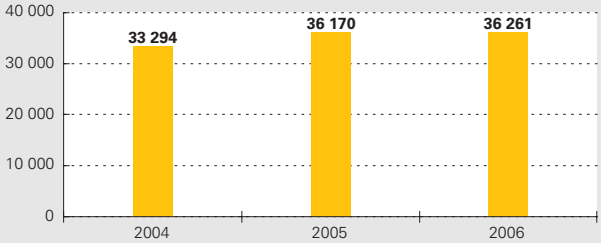
Fernwärmebedarf Commerzbank-Hochhaus

in Gigawattstunden, 2004-2006



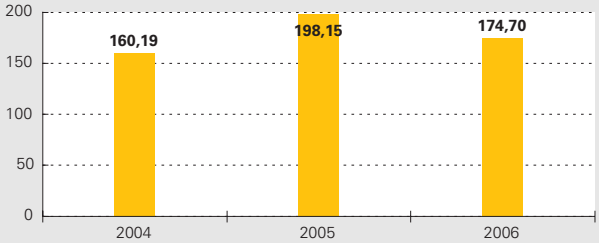
Wasserverbrauch Commerzbank-Hochhaus

in Kubikmeter, 2004-2006



Gewerbeabfälle Commerzbank-Hochhaus

in Tonnen, 2004-2006



Bei den Gewerbeabfällen handelt es sich um Abfall zur Verwertung, Abfall zur Beseitigung fällt im Hochhaus nicht mehr an.

PRAKTIKUM FÜR DIE UMWELT

JEDES JAHR ERMÖGLICHT DIE COMMERZBANK 50 STUDENTEN EIN „PRAKTIKUM FÜR DIE UMWELT" ZU ABSOLVIEREN. DABEI HANDELT ES SICH UM EIN DREI- BIS SECHSMONATIGES PRAKTIKUM IN EINEM DEUTSCHEN NATIONALPARK, NATURPARK ODER BIOSPHÄRENRESERVAT ZWISCHEN NORDSEE UND ALPEN. DIE COMMERZBANK SORGT DABEI FÜR DIE UNTERKUNFT UND EIN PRAKTIKANTENGEHALT, DIE STUDENTEN FÜR TATKRÄFTIGE UNTERSTÜTZUNG BEIM SCHUTZ DER LETZTEN WILDNIS DEUTSCHLANDS.

Seit nunmehr 18 Jahren besteht die Kooperation zwischen der Commerzbank und EUROPARC Deutschland, dem Dachverband der Nationalen Naturlandschaften. Vom Erfolg des Projekts zeugen dabei nicht nur die Auszeichnung mit dem Internationalen Sponsoring-Award, sondern vor allem die positiven Rückmeldungen der Praktikanten: „Das ‚Praktikum für die Umwelt' ist optimal organisiert, betreut und bezahlt", meint Ursula Leuthold, die für drei Monate im Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer eingesetzt war. „Ich hatte einen klasse Arbeitsplatz, an dem ich viel Zeit draußen verbracht habe, meine Ideen frei entfalten konnte und mit einem super Team von jungen Leuten zusammengearbeitet habe."

Ausweitung auf Tschechien

Zum ersten Mal wurde das „Praktikum für die Umwelt" in diesem Jahr auch in Tschechien angeboten: Eine deutsche Praktikantin unterstützte für sechs Monate die deutsch-tschechische Zusammenarbeit im Nationalpark Šumava/Böhmerwald. Im Gegenzug bekam ein tschechischer Student die Möglichkeit, ein „Praktikum für die Umwelt" im Nationalpark Bayerischer Wald zu absolvieren. Initiiert und unterstützt wurde der Praktikantenaustausch mit Tschechien von der Commerzbank Prag.

Auszeichnung durch die UNESCO

Im Frühjahr 2007 hat die deutsche UNESCO-Kommission das „Praktikum für die Umwelt" als offizielles „Dekade-Projekt" im Rahmen der von den Vereinten Nationen ausgerufenen Dekade der „Bildung für nachhaltige Entwicklung" ausgezeichnet. Seitdem die Dekade im Jahr 2005 offiziell begann besteht die Möglichkeit, Projekte und Initiativen, die im Kontext der nachhaltigen Entwicklung hervorragende Bildungsarbeit leisten, als offizielle „Dekade-Projekte" anerkennen zu lassen. Ziel ist es, das Engagement und die wertvolle Arbeit, die deutschlandweit für die Bildung für nachhaltige Entwicklung aufgebracht werden, zu honorieren und sichtbar zu machen. Im Laufe der Dekade soll ein dichtes und öffentlichkeitswirksames Netz von guten Praxisbeispielen entstehen. Die Commerzbank und EUROPARC Deutschland freuen sich, ein Teil dieses Netzwerks zu sein und mit ihrem Projekt einen Beitrag für die Ziele der Bildung für nachhaltige Entwicklung zu leisten.

Zukünftige Herausforderungen

Es gibt vielfältige Möglichkeiten und Ideen, das Projekt weiterzuentwickeln. Der in diesem Jahr erstmals durchgeführte Praktikantenaustausch mit Tschechien ist beispielsweise ein Ansatzpunkt: Das tschechische Pilotprojekt könnte Vorbild für weitere grenzüberschreitende Kooperationen mit anderen europäischen Ländern sein.

Darüber hinaus spornt uns die Auszeichnung des „Praktikum für die Umwelt" durch die UNESCO an, das Projekt im Sinne des Konzepts der „Bildung für nachhaltige Entwicklung" weiterzuentwickeln.

Teilnahmebedingungen

Bewerben für ein „Praktikum für die Umwelt" können sich Studenten aller Fachrichtungen, die ein Interesse an Umweltbildungsarbeit und Öffentlichkeitsarbeit mitbringen sowie Spaß am Umgang mit Menschen haben. Die Bewerbungsphase ist jedes Jahr von Anfang Oktober bis zum 7. Januar. Alle Informationen zum Projekt finden Interessierte unter

www.praktikum-fuer-die-umwelt.de

mitarbeiter

visionen raum geben

| frankfurt am main, 14 uhr im betriebskindergarten |

COMMERZBANK-KIDS TOBEN AUF DEM SPIELPLATZ

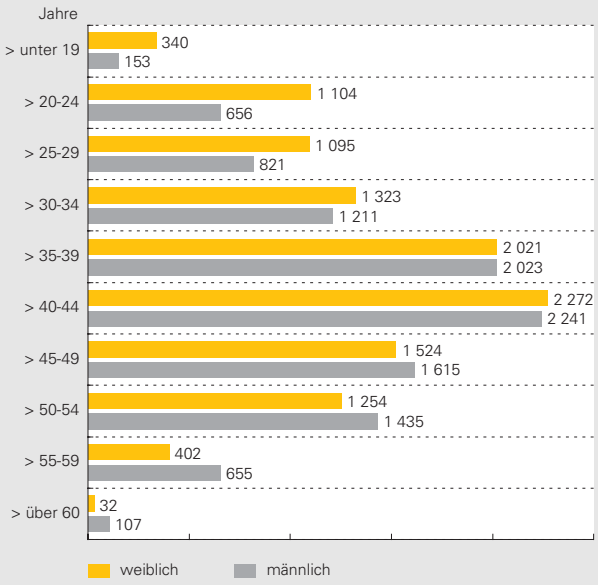
Bei Kids & Co., unserer betriebsnahen Kindertagesstätte in Frankfurt, ist allerhand los: 170 Kinder halten die Betreuer auf Trab. Wie meist am Nachmittag toben sie über den Spielplatz, fahren Karussell oder klettern. Zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf unterstützt die Commerzbank ihre Mitarbeiter durch vielfältige Maßnahmen und Angebote bei der Kinderbetreuung. Eine Notfallkinderbetreuung sichert zudem die kostenlose Betreuung für den kurzfristigen Bedarf. In vier Gruppen aufgeteilt – Enten, Delfine, Wale und Seesterne – erhalten Kinder im Alter von null bis sechs Jahren in der Regelbetreuung umfassende erzieherische Fürsorge, die neben einer musikalischen Früherziehung auch erste Kontakte mit der englischen Sprache vorsieht (S. 60).

mitarbeiter

visionen raum geben

Altersstruktur der Commerzbank-Mitarbeiter

2006



Commerzbank AG (Inland)
Rund 20% unserer Mitarbeiter sind über 50 Jahre alt. Ihr Erfahrungsschatz und Know-how sind für die Commerzbank sehr wertvoll (S. 61).

Unsere Mitarbeiter

Wir benötigen motivierte, gut ausgebildete Mitarbeiter, die unseren Kunden gegenüber Serviceorientierung, Kompetenz und Offenheit ausstrahlen. Voraussetzung dafür ist unter anderem ein Betriebsklima, in dem sich unsere Mitarbeiter wohl fühlen und in dem sie zugleich gefördert werden.

Daran arbeiten wir gemeinsam mit den Arbeitnehmervertretern der Commerzbank: Weitreichende Entwicklungschancen und eine attraktive, leistungsbezogene Bezahlung schaffen ein Umfeld, in dem sich unsere Mitarbeiter mit der Commerzbank und ihren Aufgaben identifizieren, sich geschätzt fühlen und motiviert sind. Auch unsere Unternehmenskultur – geprägt von Offenheit und Respekt gegenüber der Individualität der Kollegen – leistet hier einen wichtigen Beitrag.

Unser Engagement rechnet sich auch unter ökonomischen Aspekten: Ein Beispiel dafür ist unsere Notfall-Kinderbetreuung, die wir unseren Mitarbeitern an zahlreichen Standorten bundesweit anbieten. Sie stellt sicher, dass es bei akutem Betreuungsbedarf nicht zu Arbeitsausfällen kommt.

Um unseren Personalbedarf für die Zukunft zu sichern, machen wir uns für unseren Nachwuchs stark: Jungen Menschen bieten wir Einstiegsmöglichkeiten mit Perspektive.

ES SIND DIE MENSCHEN, DIE DIE ERFOLGREICHE ARBEIT DER COMMERZBANK SICHERSTELLEN. WIR BIETEN IHNEN DEN FREIRAUM, EIGENE IDEEN ZU ENTWICKELN UND UMZUSETZEN. WIR MOTIVIEREN SIE ZU ÜBERDURCHSCHNITTLICHEN LEISTUNGEN. UND BIETEN IHNEN PERSPEKTIVEN.

AUCH AN DIE MITARBEITER VON MORGEN DENKEN WIR. DENN GUT AUSGEBILDETE MENSCHEN SUCHEN SICH IHR UNTERNEHMEN MIT BEDACHT AUS. UM DEM GERECHT ZU WERDEN, WIRD AUCH VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN FÜR EIN ATTRAKTIVES ARBEITSUMFELD IMMER WICHTIGER – AUCH VOR DEM HINTERGRUND DES DEMOGRAFISCHEN WANDELS: QUALIFIZIERTER NACHWUCHS WIRD RAR.

Rückblick: Unsere Mitarbeiter im Wandel begleiten

Die Zeit seit Erscheinen unseres letzten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung war besonders von Veränderungen unserer internen Strukturen geprägt. Wir haben alles daran gesetzt, unseren Mitarbeitern in den notwendigen Veränderungsprozessen unterstützend zur Seite zu stehen. Eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern ermöglichte es, die Sozialverträglichkeit dieses Strukturwandels sicherzustellen (S. 52).

In der Wahrnehmung unserer Verantwortung als Arbeitgeber war die Einführung der Mitarbeiterbefragung als dauerhaftes Instrument ein wichtiger Meilenstein. Auf diese Weise binden wir alle Mitarbeiter aktiv in die Unternehmensgestaltung mit ein und können gezielt auf ihre Anregungen und Wünsche reagieren.

Im Bereich der Nachwuchsförderung freuen wir uns, dass wir die Zahl der Ausbildungsplätze erheblich erhöhen konnten (S. 54): Die Commerzbank hat 100 zusätzliche Auszubildende im Privatkundengeschäft eingestellt, die am 1. August 2007 ihre Ausbildung begonnen haben. Mit insgesamt 611 Neueinstellungen und einer überdurchschnittlichen Ausbildungsquote von 7,4% festigt die Commerzbank ihre Spitzenposition unter den Ausbildungsbetrieben in Deutschland.

Ausblick: Attraktivität als Arbeitgeber weiter stärken

Vor dem Hintergrund sich wandelnder ökonomischer und gesellschaftlicher Bedingungen liegt die wohl größte Herausforderung der Zukunft in der Gestaltung einer attraktiven Arbeitswelt für unsere Mitarbeiter.

Das Thema Strukturwandel wird dabei weiterhin von großer Bedeutung sein: Um im Wettbewerb bestehen zu können, müssen wir auch zukünftig unsere Strukturen auf Effizienz überprüfen. Eine entsprechend wichtige Rolle wird daher unserem Change Management zukommen, das unsere Mitarbeiter in Veränderungsprozessen unterstützt. Um der zunehmenden Dynamik und Komplexität im Arbeitsumfeld Rechnung zu tragen, wird sich unser betriebliches Gesundheitsmanagement zukünftig noch stärker mit arbeitspsychologischen Auswirkungen befassen.

Unsere heutige Wissensgesellschaft verlangt außerdem nach einem kontinuierlichen Ausbau unserer Aus- und Weiterbildungsprogramme. Wir müssen unseren Bedarf an qualifizierten Mitarbeitern langfristig sichern. Neben der Gewinnung talentierter Nachwuchskräfte werden wir daher zukünftig verstärkt auf den Erhalt und die Förderung der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter achten. Unser Ziel ist es, jedem Mitarbeiter eine attraktive Arbeitswelt zu bieten.

MITARBEITERBEFRAGUNG

MITARBEITER SIND WESENTLICHE STAKEHOLDER DER BANK. IHRE ZUFRIEDENHEIT UND VOR ALLEM DIE VERBUNDENHEIT MIT „IHRER" COMMERZBANK SIND EIN SCHLÜSSELFAKTOR FÜR DEN ERFOLG. DESHALB HAT DIE COMMERZBANK 2005 IN EINEM KONTINUIERLICHEN UND UMFASSENDEN BEFRAGUNGSPROZESS DAMIT BEGONNEN, DIE MITARBEITER AUF DIESEM WEGE AN DER UNTERNEHMENSGESTALTUNG ZU BETEILIGEN.

Die Mitarbeiterbefragung hilft uns, besser zu werden: Mit ihrer Hilfe können Einflussfaktoren identifiziert werden, die das Engagement der Mitarbeiter stärken und damit den Geschäftserfolg fördern. Erfolgshemmende Umstände lassen sich frühzeitig erkennen und notwendige Verbesserungsmaßnahmen einleiten. Gleichzeitig erhält das Management ein repräsentatives Bild über die aktuelle Stimmung und wertvolle Informationen für die Unternehmensführung. Die Mitarbeiterbefragung ist damit ein zentraler Baustein der Unternehmenskultur.

Mitarbeiterbefragung bei der Commerzbank

Das mit TNS Infratest entwickelte Mitarbeiterbefragungs-System arbeitet mit zwei unterschiedlichen, sich ergänzenden Komponenten. Bei beiden wird absolute Anonymität sichergestellt. Nur unter dieser Voraussetzung kann ein Unternehmen ein ehrliches Stimmungsbild erhalten.

• **„Kleine" Befragung:** Jährlich wird die Verbundenheit der Mitarbeiter mit der Commerzbank – das Commitment – erfragt und der so genannte Organizational Commitment Index (OCI) ermittelt. Die Informationen über die Entwicklung des Commitments geben unseren Führungskräften und Mitarbeitern einen Anstoß, um gemeinsam nach Verbesserungsmöglichkeiten zu suchen.

• **„Große" Befragung:** Alle drei Jahre wird die „kleine" Befragung um eine Stärken- und Schwächen-Analyse erweitert. Dabei wird in einem mehrstufigen System erfragt, welche subjektive Wichtigkeit einzelne Aspekte der Arbeitswelt haben, zum Beispiel das Arbeitsumfeld, die Vergütung oder die Work-Life-Balance. Anschließend wird erfragt, inwiefern die Commerzbank als Arbeitgeber die einzelnen Aspekte erfüllt. Insgesamt werden hier 44 Einzelfragen zu fünf Themenbereichen gestellt. Aus dem Abgleich beider Ergebnisse wird der Handlungsbedarf ermittelt – sei es für die ganze Bank, sei es für einzelne Abteilungen oder Arbeitsgruppen. Auf Basis dieser ausführlichen Analyse werden Verbesserungsmaßnahmen bankweit und in den einzelnen Einheiten erarbeitet und umgesetzt.

Hohe Beteiligung

Der Prozess wurde 2005 mit einer „großen" Befragung – also mit beiden Komponenten – gestartet. 2006 wurde eine „kleine" Befragung durchgeführt, die sich auf die Ermittlung des Organizational Commitment Index (OCI) konzentrierte.

Das Interesse der Beschäftigten an der Befragung war sehr groß: 72% der Mitarbeiter haben im Jahr 2005 und 71% bei der Folgebefragung 2006 die Chance genutzt, ihre Ansichten, Meinungen und Ideen mitzuteilen und sich damit aktiv in die Commerzbank einzubringen.

Ergebnisse der „großen" Befragung

Im Rahmen der „großen" Mitarbeiterbefragung mit ihrer Stärken- und Schwächenanalyse wurden drei Typen von Verbesserungsmaßnahmen identifiziert:

• **Individuelle Verbesserungsmaßnahmen:** Hier handelte es sich um regional oder lokal umzusetzende Maßnahmen wie die Einführung wöchentlicher Teambesprechungen oder standardisierter Feedback-Runden.

• **Ressortspezifische Verbesserungsmaßnahmen:** In dieses Cluster fielen Maßnahmen, die sich mit Schwächen auseinandersetzen, die konkret in das Aufgabengebiet eines Ressorts fallen. Ein anschauliches Beispiel hierfür ist die Forderung nach Überprüfung des Gehalts und der Zusatzleistungen: Hierbei unterstützt die Personalabteilung die Vorgesetzten.

• **Bankweite Handlungsfelder:** Dabei geht es um übergreifende Verbesserungsmaßnahmen, die sich auf die gesamte Bank beziehen, zum Beispiel auf die Unternehmenskultur oder die Unternehmensstrategie (s. Infokasten).

Ergebnisse der „kleinen" Befragung

Im Herbst 2006 wurde die Ermittlung des Organizational Commitment Index (OCI) erstmals wiederholt, so dass Vergleiche zum Vorjahr möglich wurden.

Wesentliche Ergebnisse der „großen" Befragung

Innerhalb der definierten Handlungsfelder wurden aus der „großen" Befragung insgesamt 274 ressortspezifische Verbesserungsmaßnahmen entwickelt.

Die bankweiten Handlungsfelder waren

- die **Strategie der Bank:** Hier soll zum Beispiel die Kommunikation der Strategie nach innen und außen verbessert werden.
- die **Themen Personalentwicklung und -führung:** So wird unter anderem das Thema Qualifizierung zukünftig im Privatkundenbereich eine noch größere Rolle spielen.
- die **Markt- und Kundenorientierung:** Prozesse sollen noch mehr in Hinblick auf die Kundenorientierung überprüft werden. Zudem soll im Privatkundenbereich die Kommunikation zwischen Zentrale und Filialen verbessert werden.

Neben diesen drei Handlungsfeldern wurden weitere Schwerpunktthemen genannt: Gehalt und Zusatzleistungen, Arbeitszeiten, Wissenstransfer sowie leistungsfähigere und anforderungsgerechtere Informationstechnologie. Auch in diesen Bereichen wurden zahlreiche Maßnahmen definiert.

Aus Sicht der Bank hätte sich der OCI von 2005 auf 2006 – so war die Erwartungshaltung – verbessern müssen, denn die externen und internen Rahmenbedingungen hatten sich deutlich verändert: Durch die Übernahme der Eurohypo hat sich die Marktstellung der Commerzbank erheblich verbessert: vom „ewigen" Übernahme-Kandidaten zur zweitgrößten börsennotierten Bank in Deutschland und zur Bank mit dem größten Deutschlandgeschäft. Die Umsetzung einer Vielzahl von lokalen Verbesserungsmaßnahmen und der 274 überregionalen Veränderungsvorschläge hätte zu einer größeren Zufriedenheit der Mitarbeiter mit ihrem Arbeitgeber führen sollen.

Die erwartete Besserung trat jedoch im Gesamtergebnis nicht ein. Der Commitment-Index, der bei der ersten Befragung unbefriedigend niedrig lag, hat sich im Durchschnitt der Gesamtbank innerhalb eines Jahres nicht verändert. Tatsächlich ändert sich der OCI großer Unternehmen oder Unternehmensbereiche erfahrungsgemäß nur langsam. Dagegen kann sich der OCI einer Abteilung innerhalb eines Jahres signifikant ändern.

Wesentliche, zum Teil gravierende Veränderungen zeigten sich in den einzelnen Unternehmenseinheiten. Hier gab es sowohl sprunghafte Verbesserungen als auch drastische Verschlechterungen, für die es jeweils nachvollziehbare Ursachen gibt. Eine Steigerung des Commitment-Index wurde überwiegend dort festgestellt, wo die Erkenntnisse der ersten Befragung intensiv bearbeitet wurden und keine neuen, negativen Einflüsse auftraten. Verschlechterungen schlugen vor allem dort zu Buche, wo Umstrukturierungen und damit verbundene Unsicherheiten, Arbeitsplatzängste und Unzufriedenheiten den Arbeitsalltag belastet hatten. Diesen Umständen wirken wir durch umfassende Maßnahmen entgegen, unter anderem im Rahmen unseres Change Management (S. 53).

Ausblick

Das Instrument der Mitarbeiterbefragung ist für eine transparente Stärken-Schwächen-Analyse unabdingbar. Die Mitarbeiter als wichtige Stakeholder an der Unternehmensgestaltung aktiv zu beteiligen, ist ein erheblicher Schritt zur Verbesserung der Unternehmenskultur und damit auch der Leistungsfähigkeit einer Organisation.

Neben der Maßnahmenentwicklung integriert die Bank das Instrument der Befragung in das tägliche Arbeitsleben und unterstreicht dadurch nachdrücklich die Ernsthaftigkeit des gesamten Verfahrens. So sind die OCI-Werte beispielsweise integrativer Bestandteil der ganzheitlichen Personalsteuerung der Commerzbank.

Im September 2007 hat die Commerzbank eine weitere „kleine" Befragung durchgeführt. Im Folgejahr 2008 wird dann erneut eine „große" konzernweite Befragung stattfinden mit einer anschließenden umfangreichen Stärken-Schwächen-Analyse. Erstmalig werden dann auch die inländischen Tochtergesellschaften der Bank bei der Befragung mit einbezogen.

STRUKTURWANDEL

DER STARKE WETTBEWERB IM BANKENUMFELD ERFORDERT EINEN FORTWÄHRENDEN STRUKTURWANDEL IN DER COMMERZBANK. NUR SO KÖNNEN WIR UNSERE MARKTFÄHIGKEIT LANGFRISTIG SICHERN. EINE DER WICHTIGSTEN AUFGABEN SEIT VERÖFFENTLICHUNG UNSERES LETZTEN BERICHTS ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG WAR DIE BEGLEITUNG UNSERER MITARBEITER IN DIESEM PROZESS DES UNTERNEHMENSWANDELS.

Strukturwandel bei den Arbeitsplätzen

Verschiedene Optimierungsprogramme stellen die Mitarbeiter vor neue Herausforderungen. Unsere Aufgabe dabei ist es, unsere Mitarbeiter wo immer möglich zu unterstützen.

• **Integration der Eurohypo:** Von besonderer Bedeutung bei diesem Prozess war die Bündelung der Kreditbearbeitung des Privatkundengeschäfts beider Häuser. Dieser Prozess wurde als gesondertes Projekt „Retail Kreditgeschäft" vorangetrieben. Der offizielle Betriebsübergang des Retail Kreditgeschäfts der Eurohypo auf die Commerzbank wurde am 1. Februar 2007 vollzogen. Damit trat die Commerzbank in die Verpflichtungen der Eurohypo als Arbeitgeber ein. Um den neuen Mitarbeitern einen möglichst reibungslosen Übergang zu ermöglichen, haben wir während des gesamten Prozesses größten Wert auf transparente Kommunikation gelegt. Die betroffenen Mitarbeiter wurden umfassend über die für sie aus dem Übergang resultierenden Auswirkungen in den Bereichen Gehalt, Zusatzleistungen und Altersvorsorge informiert. Circa 77% der Eurohypo-Mitarbeiter sind nicht auf Basis der gesetzlichen Regelung übergegangen, sondern haben das individuell zugeschnittene Vertragsangebot der Commerzbank angenommen.

• **„Service to Perform":** Dieses seit Ende 2005 laufende Projekt verfolgt das Ziel, die Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit unserer zentralen Service-Abteilungen, der IT und des Transaction Banking dauerhaft zu erhöhen. Konkret bedeutet das eine Reduzierung der Kosten um insgesamt rund 200 Mio Euro bis zum Abschluss des Projekts Ende 2007. „Service to Perform" ist jedoch kein reines Kostensenkungsprojekt. Ziel ist vielmehr die Steigerung von Effizienz und Leistungsfähigkeit der Service-Abteilungen.

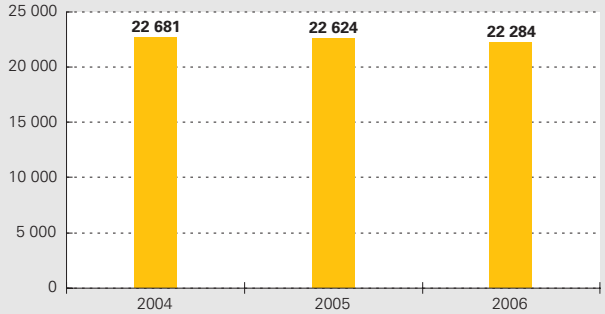
Dies geschieht zum Beispiel durch die Optimierung der Prozess- und Ablaufstrukturen, durch die Straffung von Arbeitsabläufen unter Aufrechterhaltung der erforderlichen Servicequalität sowie durch die Ausgliederung und Verlagerung von standardisierten Aufgaben. Darüber hinaus wurde ein Teil der Umstrukturierung dadurch vollzogen, dass Commerzbank-Mitarbeiter künftig Aufgaben übernehmen, die bisher von externen Dienstleistern ausgeführt wurden.

Vor diesem Hintergrund haben wir unter anderem auch auf die Qualifizierung unserer Mitarbeiter besonderen Wert gelegt. So bilden wir zum Beispiel betroffene Mitarbeiter aus den IT-Abteilungen zu Anwendungsentwicklern weiter. Auf diese Weise sind sie den veränderten Anforderungen bestens gewachsen. Die Sozialverträglichkeit dieser notwendigen Schritte haben wir in enger Zusammenarbeit mit dem Gesamtbetriebsrat sichergestellt. Nach der Umstrukturierung werden rund 450 Vollzeitkräfte weniger in den betroffenen Bereichen beschäftigt sein. Jedoch fanden 230 Mitarbeiter an anderer Stelle in der Commerzbank einen neuen Arbeitsplatz.

• **„end-to-end credit":** In dem überwiegend im Jahr 2006 abgeschlossenen Programm haben wir unsere weltweiten Kreditprozesse im Geschäft mit Firmenkunden überarbeitet und optimiert. Damit einher ging die Schließung von neun Kreditbearbeitungs-Standorten im Inland unter gleichzeitiger Bildung von Kompetenzzentren an ausgewählten Standorten. Mit dem Gesamtbetriebsrat wurden ein Sozialplan und ein Interessenausgleich ausgehandelt. So konnten wir ein soziales Netz und abfedernde Rahmenbedingungen schaffen, die den Mitarbeitern Chancen und Orientierungshilfe bieten. Beispielsweise wurden Stellen, die an den verbleibenden neun Standorten geschaffen wurden, vorzugsweise mit Mitarbeitern der ehemaligen Standorte besetzt. Um eine reibungslose Einführung der neuen Kreditvergabe-Prozesse zu gewährleisten, wurden umfassende Informations- und Schulungsmaßnahmen für alle betroffenen Mitarbeiter durchgeführt.

Gesamtbelegschaft

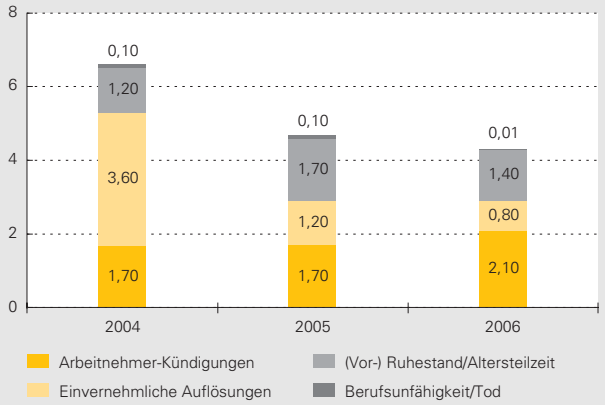
2004-2006



Commerzbank AG (Inland)

Mitarbeiterfluktuation nach Austrittsgründen

in Prozent, 2004-2006



Stammpersonal Commerzbank AG (Inland)
Als Stammpersonal bezeichnen wir alle Beschäftigten außer Auszubildende, Trainees, Aushilfen, Volontäre, Reinigungs- und Küchenpersonal, Mitarbeiterinnen in Mutterschutz und Dauerkranke.

Unterstützung durch das Change Management

Eine zentrale Rolle bei den zuvor beschriebenen Prozessen kommt unserer Personalabteilung zu. Im Rahmen des Change Management unterstützt sie von Veränderungen betroffene Bereiche und Mitarbeiter dabei auf vielfältige Weise, Veränderungsprozesse erfolgreich zu bewältigen und sich im veränderten Umfeld neu zu positionieren.

So klärt das Change Management in enger Zusammenarbeit mit den betroffenen Einheiten deren Selbstverständnis und strategische Ausrichtung, sorgt für Klarheit der Rollen und Aufgaben. Prozesse, Instrumente und Methoden werden grundsätzlich hinterfragt und optimiert. Auch die Kommunikation innerhalb der Einheit wird dabei analysiert und verbessert. Im Mittelpunkt steht dabei, ein Gemeinschaftsgefühl der Mitarbeiter in den neu strukturierten Abteilungen zu erzeugen.

Umstrukturierte oder neu geschaffene Einheiten werden durch umfassende Teambuilding-Maßnahmen unterstützt. Ein weiterer Faktor, der vor dem Hintergrund eines zunehmenden Strukturwandels an Bedeutung gewinnt, ist die Mobilität der Mitarbeiter. Wir unterstützen diese beispielsweise durch finanzielle Anreize. Der Erfolg unseres Change Management zeigt sich in der deutlich gestiegenen Veränderungsbereitschaft der unterstützten Bereiche.

Change Management am Beispiel des Projekts „Retail Kreditgeschäft"

Das Projekt „Retail Kreditgeschäft", das den offiziellen Betriebsübergang des Retail Kreditgeschäfts der Eurohypo auf die Commerzbank und eine grundlegende Neuorganisation des Privatkunden-Kreditgeschäfts vorantrieb, bedingte einen starken Wandel sowohl der Rolle als auch des Selbstverständnisses der beteiligten Abteilungen. Diese vielfältigen und herausfordernden Veränderungen waren für alle Mitarbeiter und insbesondere für die Führungskräfte mit besonderen Anforderungen verbunden. Ziel für die Commerzbank war es daher, geeignete Vorgehensweisen und Maßnahmen für eine erfolgreiche Veränderung bereitzustellen – ausgerichtet am spezifischen Bedarf der Abteilungen.

Im Zentrum stand hierbei die Entwicklung einer gemeinsam getragenen Kultur, die „neue" und „alte" Mitarbeiter miteinander verbindet. Zentrales Anliegen war es, das Zusammenspiel und Miteinander der einzelnen Einheiten und Gruppen herzustellen sowie Verantwortlichkeiten und Aufgaben klar zu verteilen.

Die Beratung und Begleitung durch das Change Management erfolgte dabei in mehreren Schritten: Um die individuellen Bedürfnisse der Abteilungen zu ermitteln, führte unser Change Management zunächst qualitative Interviews mit einzelnen Betroffenen durch. Anhand der Ergebnisse wurden Initialworkshops für die Führungskräfte entwickelt. Diese hatten insbesondere zum Ziel, eine gemeinsame Identität der Abteilungen zu gestalten und die Kommunikation und Kooperation innerhalb des Führungsteams zu fördern. Zudem sollten Handlungsfelder und Themen für den weiteren Prozess identifiziert werden. Dass die Workshops auf hohe Akzeptanz bei den Teilnehmern stießen, belegen positive Rückmeldungen im Rahmen der Evaluation und das große Engagement der Teilnehmer.

Auf Basis der Ergebnisse soll der Prozess nun auf Mitarbeiterebene fortgeführt werden. Ziel ist es dabei unter anderem, eine enge Einbindung und Verzahnung mit dem ComWerte-Prozess sicherzustellen (S. 8).

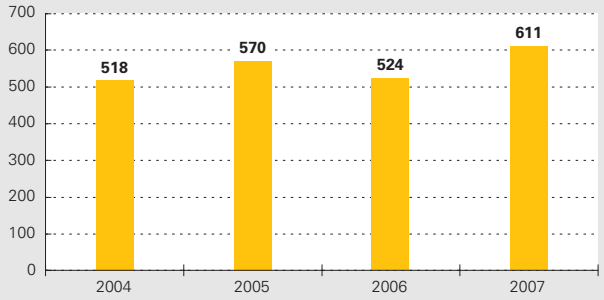
BERUFSEINSTIEG

DEM MANGEL AN AUSBILDUNGSPLÄTZEN IN DEUTSCHLAND MÖCHTEN WIR ENTGEGENSTEUERN: DIE COMMERZBANK BILDET ÜBER DEN EIGENEN BEDARF HINAUS AUS. UND AUCH HOCHSCHULABSOLVENTEN BIETEN WIR ATTRAKTIVE EINSTIEGSMÖGLICHKEITEN IN UNSER UNTERNEHMEN – MIT PERSPEKTIVE.

Unsere Ausbildungs- und Einstiegsprogramme sind flexibel und individuell, genauso wie die Menschen, die mit uns wachsen möchten. In den vergangenen Jahren haben wir unsere Programme im Bereich der Nachwuchsförderung noch attraktiver gestaltet.

Neu eingestellte Auszubildende

2004-2007



Commerzbank AG (Inland)

Ausbildung in der Commerzbank

Mit unserem großen Engagement im Bereich Ausbildung investieren wir in die Zukunft und nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung als einer der großen Arbeitgeber in Deutschland wahr. In den letzten Jahren haben wir die Zahl an Ausbildungsplätzen kontinuierlich erhöht: 2007 stellten wir für die Commerzbank AG 650 Ausbildungsplätze zur Verfügung – 100 mehr als im Vorjahr. Bei einer Gesamtzahl von 1 500 Azubis wird unsere Ausbildungsquote innerhalb der AG Ende 2007 somit bei 7,4% liegen. In Deutschland belegt die Commerzbank damit eine Spitzenposition unter den DAX-30-Unternehmen. Für 2008 ist eine weitere Erhöhung der Einstellung von Auszubildenden auf circa 800 und damit der Gesamtzahl der Auszubildenden auf 1 700 geplant.

Auszubildende erhalten bei uns eine hervorragende Grundlage für ihre langfristige berufliche Entwicklung: Während der zwei- bis dreijährigen Ausbildung machen sich die Azubis in unseren Filialen mit den wichtigsten Aspekten des Bankgeschehens vertraut. Zusätzlich zu den Theoriestunden in der Berufsschule stehen hausinterne Praxistrainings, Workshops und modernste Online-Lernmedien zu allen wichtigen Bankthemen zur Verfügung. Neben der Ausbildung zu Bankkaufleuten, Kaufleuten für Bürokommunikation oder Fachinformatikern bieten wir auch ein duales Studium in Zusammenarbeit mit einer Berufsakademie an: Abwechselnd mit der Praxisausbildung studieren die angehenden Banker dort und erwerben nach drei Jahren ihren Bachelor of Arts.

Mit neuen Berufsbildern und Ausbildungsgängen und durch Anpassung bestehender Berufsbilder reagieren wir frühzeitig auf gesellschaftlichen und technologischen Fortschritt ebenso wie auf Belange und Erfordernisse der Bank und unserer Kunden:

So planen wir beispielsweise, ab 2008 das Berufsbild „Kaufleute für Dialogmarketing" neu in unser Ausbildungsprogramm aufzunehmen und wollen ebenfalls ab 2008 Bankkaufleute zusätzlich in einer speziellen Variante für den Firmenkundenbereich ausbilden.

Auch unsere Ausbildungsmethoden passen wir kontinuierlich an: Derzeit arbeiten wir an einer systematischen Verknüpfung von E-Learning und Präsenzmethoden. Hierzu haben wir 2006 das Lernportal CLiCNET etabliert, das unseren Auszubildenden den Zugriff auf ergänzende Lern- und Kommunikationsmöglichkeiten ermöglicht.

Studenten und Hochschulabsolventen

Um unseren Bedarf an motivierten und qualifizierten Hochschulabsolventen für die Zukunft zu sichern, baut die Commerzbank ihre Attraktivität als Arbeitgeber nachhaltig aus. Noch während die Studierenden im Studium sind, verschaffen wir ihnen Perspektiven. Wir haben unterschiedliche Wege entwickelt, um sie an unsere Arbeitswelt heranzuführen.

Im Rahmen eines Praktikums können Studenten erste Berufserfahrungen bei uns sammeln. Dabei legen wir großen Wert auf eine angemessene Vergütung. Im Jahr 2006 beschäftigten wir 350 Praktikanten. Ausgewählten Praktikanten bieten wir außerdem die Möglichkeit, eine praxisnahe Diplomarbeit bei uns zu schreiben.

Besonders engagierte Studenten nehmen wir in unseren Studienkreis auf, in dem wir sie anhand eines individuellen Förderplans systematisch auf eine erste berufliche Aufgabe in unserer Bank vorbereiten. Der Studienkreis verkürzt die Traineezeit nach dem Studium deutlich oder bietet die Chance zu einem direkten Einstieg bei der Commerzbank. Auch ehemalige Commerzbank-Auszubildende betreuen wir dort in ihrem anschließenden Studium. Auf diese Weise wurden 2006 insgesamt 450 Studierende gefördert und an unser Unternehmen gebunden.

Berufseinsteigern bietet die Commerzbank schließlich vielfältige und vor allem maßgeschneiderte Traineeprogramme. Commerzbank-Trainees werden dabei praxisnah auf die Herausforderungen des modernen Banking vorbereitet. 2006 nahmen 200 Hochschulabsolventen an unseren Traineeprogrammen teil.

www.commerzbank.de ▸ karriere

Preisgekröntes Nachwuchsmarketing

„Human Resources im Internet 2006"

Für ihre „Karriereseiten" im Internet hat die Commerzbank eine Auszeichnung erhalten. Im Ranking „Human Resources im Internet 2006" der Fachhochschule Wiesbaden erreichte sie als bester Finanzdienstleister einen hervorragenden vierten Platz.

Nachwuchsmarketing

Das „Jahrbuch der Werbung", erschienen im Oktober 2006 im Econ-Verlag, würdigt das Nachwuchsmarketing der Commerzbank. Im Standardwerk der deutschen Werbung haben es die Azubi- und die Trainee-Kampagne des Unternehmens unter die Top 10 in der Rubrik „Recruiting und Mitarbeiterkommunikation" geschafft.

Neuausrichtung der Nachwuchsprogramme

Eine ambitionierte Bank mit ehrgeizigen Zielen braucht die besten Nachwuchskräfte. In Deutschland herrscht ein intensiver Wettbewerb um die besten Talente auf dem Arbeitsmarkt.

Vor diesem Hintergrund arbeitet seit März 2007 ein interdisziplinäres Team im Rahmen des Projekts „NewCom" an der Neuausrichtung unserer Nachwuchsprogramme: Ziel dabei ist es, die Commerzbank als Wunscharbeitgeber vor allem bei Hochschulabsolventen und Studierenden noch besser zu positionieren. Gleichzeitig sollen zum Beispiel die bestehenden Einstellungsprozesse schlanker gestaltet werden sowie eine bedarfsgerechte und ressortspezifische Nachwuchsentwicklung sichergestellt werden. So wurden Verantwortlichkeiten, Produkte und Prozesse auf den Prüfstand gestellt. Die Umsetzung der Projektergebnisse beginnt im Wesentlichen zum Jahresbeginn 2008:

So genannte „NewCom-Berater" werden dann unsere Nachwuchskräfte zentral betreuen und sind für die Rekrutierung und Einstellung zuständig. Die NewCom-Berater werden auch die Einsatzplanung und die Betreuung der Nachwuchstalente koordinieren und mitgestalten.

Auch darüber hinaus sollen unsere Praktikanten, Mitglieder des Studienkreises, Studenten der Frankfurt School of Finance & Management und Trainees zukünftig noch intensiver betreut werden. So wird beispielsweise ein Buddy-Konzept eingeführt: Erfahrene Trainees stehen dabei den jüngeren Kollegen vom ersten Tag an beratend zur Seite. Außerdem werden die einzelnen Programme – Praktikum, Studienkreis und Traineeprogramm – stärker miteinander verzahnt und aufeinander abgestimmt.

Bei unseren vielfältigen Aktivitäten ist uns der direkte Kontakt mit unseren Bewerberzielgruppen sehr wichtig. So sind wir auf allen relevanten Azubimessen vertreten und gehen Schulpartnerschaften ein. Mit „management meets campus" haben wir außerdem ein neues Programm aufgesetzt, im Rahmen dessen Vertreter des Top-Managements Kontakte zu unseren Zielhochschulen knüpfen.

Darüber hinaus gehen wir in der Personalkommunikation mit so genannten „Leuchtturmprojekten" neue Wege, um uns jenseits der üblichen Arbeitgeberwerbeflut die Aufmerksamkeit unserer Zielgruppen zu sichern. So hält die Commerzbank 2007 erstmals einen Rekrutierungstag auf einem Schiff ab. Ausgewählte High-Potentials werden dabei Gelegenheit haben, sich mit Vertretern von Vorstand und Top-Management auszutauschen.

WEITERBILDUNG UND PERSONALENTWICKLUNG

DER ERFOLG UNSERES UNTERNEHMENS HÄNGT GANZ MASSGEBLICH VON DER QUALIFIKATION UNSERER MITARBEITER AB. UM DEN BEDÜRFNISSEN UNSERER KUNDEN GERECHT ZU WERDEN UND UNSEREN MITARBEITERN PERSPEKTIVEN ZU BIETEN, RÄUMEN WIR DEN THEMEN WEITERBILDUNG UND PERSONALENTWICKLUNG EINEN BESONDERS HOHEN STELLENWERT EIN.

Wir unterstützen unsere Mitarbeiter darin, ihren persönlichen Weg erfolgreich zu gehen. Hierzu stellen wir ein vielfältiges Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebot bereit.

Systematische Entwicklungsplanung

Gemeinsam mit unseren Mitarbeitern planen wir ihre Entwicklung und bieten ihnen Möglichkeiten, sich systematisch weiterzuqualifizieren.

Mit dem Programm „ComSkill" ermöglichen wir Mitarbeitern und Führungskräften seit dem Jahr 2003, ihre fachlichen und persönlichen Kompetenzen anhand vorgegebener Kriterien einzuschätzen. Diese Kompetenzprofile können in einer Datenbank mit den etwa 800 unterschiedlichen Anforderungsprofilen der Commerzbank abgeglichen werden.

2006 haben wir ComSkill in einen stringenten Personalentwicklungsprozess integriert und um neue Instrumente ergänzt. Auf den Schritt der freiwilligen Selbsteinschätzung folgen nun verbindliche Potenzialgespräche für alle Mitarbeiter. In deren Verlauf können die Führungskräfte das Selbstbild ihrer Mitarbeiter mit den eigenen Beobachtungen strukturiert abgleichen. Anschließend wird gemeinsam über notwendige Qualifizierungsmaßnahmen oder den Weg zu einer neuen Aufgabe entschieden. Diese Erweiterung von ComSkill durch ComStep ermöglicht es unseren Mitarbeitern, sich innerhalb eines Bereiches Schritt für Schritt entlang vorgegebener Karrierepfade zu entwickeln. Dabei durchlaufen sie aufeinander aufbauende Aufgaben.

Verbesserte Teamarbeit durch systematisches Feedback

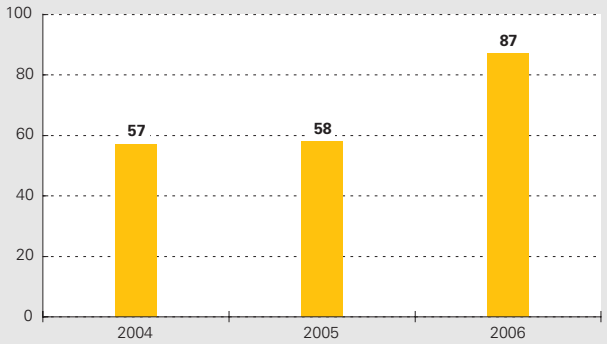
Seit Einführung unseres Commerzbank-Feedback-Systems im Januar 2002 haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, ihrer Führungskraft ein strukturiertes Feedback zu geben. In anschließenden Workshops können sie auf Basis der Ergebnisse daran arbeiten, die Kommunikation und Zusammenarbeit im Team noch besser zu gestalten. Seit erfolgreicher Einführung in in- und ausländischen Filialen wie auch in den zentralen Stäben wird das System rege nachgefragt und genutzt. Darauf aufbauend beginnen wir nun mit der Einführung eines 360°-Feedback-Systems auf der Konzernleiter- und Vorstandsebene. Ziele sind die persönliche Standortbestimmung und die Optimierung des eigenen Führungsverhaltens sowie die Einführung einer kontinuierlichen Feedback-Kultur.

Führungskräfte-Qualifizierung

Führungskräfte-Positionen besetzen wir vorrangig aus den eigenen Reihen. Im Rahmen von Führungskreisen fördern wir gezielt geeignete Mitarbeiter. Bei der Auswahl legen wir besonderen Wert auf Führungspotenzial, eine hohe Leistungsbereitschaft und Motivation. Die Teilnehmer der Führungskreise werden durch eine systematische Ausbildung in führungsrelevanten Themen auf ihre Aufgabe vorbereitet.

Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung

in Prozent, 2004-2006



Stammpersonal Commerzbank AG (Inland)
Als Stammpersonal bezeichnen wir alle Beschäftigten außer Auszubildende, Trainees, Aushilfen, Volontäre, Reinigungs- und Küchenpersonal, Mitarbeiterinnen in Mutterschutz und Dauerkranke. Entwicklungsplanung wurde 2006 erstmals erhoben und umfasst 43% der Mitarbeiter.

Desgleichen werden die aktuellen Herausforderungen unserer Führungskräfte aufgenommen: durch Seminare und Workshops zum Management von Veränderung, zur strategischen und unternehmerischen Orientierung sowie zu weiteren bankrelevanten Themen. Angebote zum persönlichen Austausch über individuelle Entwicklungsfelder bestehen beispielsweise in Form von Mentoringprogrammen, Coachings und Feedbacks innerhalb der Führungskreise.

2007 war die Qualifizierung des oberen Managements ein besonderer Schwerpunkt. Ein eigens für den Senior-Managementbereich konzipiertes Executive Development Program stellte die herausragende Bedeutung von Führung und Führungsverantwortung sowie strategischer Ausrichtung in den Mittelpunkt. Eine Mischung aus Fallstudien, Projektarbeit, Reflexion und persönlichen Feedbackgesprächen sowie einem daraus abgeleiteten individuellen Entwicklungsplan bietet unseren Führungskräften die Chance einer zielgerichteten Weiterentwicklung.

MITBESTIMMUNG

DER KONSTRUKTIVE UND VERANTWORTUNGSVOLLE DIALOG ZWISCHEN ARBEITNEHMERN UND DER UNTERNEHMENSLEITUNG STELLT EINEN WICHTIGEN ERFOLGSFAKTOR FÜR UNTERNEHMEN DAR. WIR LEGEN GROSSEN WERT DARAUF, UNSERE MITARBEITERVERTRETER BEI ALLEN WICHTIGEN ENTSCHEIDUNGEN EINZUBINDEN.

Wir nehmen die Beteiligungsrechte der Arbeitnehmervertretungen sehr ernst. Die Konsensfindung zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern ist ein ganz wesentlicher Aspekt der gemeinschaftlichen Gestaltung unseres Unternehmens. Dies betrifft neben den Betriebsräten auch die Zusammenarbeit mit dem Sprecherausschuss der Leitenden Angestellten, den Schwerbehindertenvertretungen sowie den Jugendvertretern.

Begleitung in Veränderungsprozessen

In Zeiten des strukturellen Wandels bei der Commerzbank gewinnt die enge Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretern zusätzlich an Bedeutung. Insbesondere der Gesamtbetriebsrat ist an allen im Rahmen von Veränderungen anstehenden Entscheidungsprozessen aktiv beteiligt. So erarbeiten wir im vertrauensvollen und konstruktiven Dialog Lösungen, um die notwendigen Veränderungen einerseits möglichst zeitnah und wirtschaftlich sinnvoll, andererseits mit möglichst geringen Belastungen für unsere Mitarbeiter umzusetzen (S. 52).

Zahlreiche Betriebsvereinbarungen

Es bestehen Betriebsvereinbarungen zu allen wichtigen Themenbereichen, die in Zusammenarbeit mit den jeweils zuständigen Betriebsräten erstellt und beschlossen wurden. Wesentliche Vereinbarungen sind beispielsweise die neuen Grundsätze zur Vergütung der außertariflichen Angestellten, die Vereinbarungen zur Erfolgsbeteiligung oder zur Potenzialeinschätzung von Mitarbeitern. Zur Betriebsvereinbarung „Rauchfrei in der Zentrale" stehen wir in Gesprächen.

Veranstaltungen und Seminare

Neben den gesetzlich vorgesehenen Veranstaltungen bieten wir intern arbeitsrechtliche Schulungen für Mitglieder des Betriebsrats und die Jugendvertreter an. Sie werden zusammen mit Vertretern des Gesamtbetriebsrats ausgerichtet und erfreuen sich großen Zuspruchs.

GESUNDHEIT UND ARBEITSSICHERHEIT

UNSEREN MITARBEITERN MÖCHTEN WIR EIN ARBEITSUMFELD BIETEN, DAS IHRE GESUNDHEIT UND LEISTUNGSFÄHIGKEIT BIS INS HOHE ALTER ERHÄLT. MIT ZAHLREICHEN MASSNAHMEN SENSIBILISIEREN WIR SIE DAHER FÜR SICHERES UND GESUNDES VERHALTEN AM ARBEITSPLATZ UND IN DER FREIZEIT. DABEI STELLEN WIR HOHE ANSPRÜCHE AN UNSERE AKTIVITÄTEN IN DIESEM BEREICH: ZIEL IST NACHWEISBARE EFFEKTIVITÄT UND NACHHALTIGKEIT.

Unsere gut ausgebildeten hauptamtlichen Fachkräfte für Arbeitssicherheit stellen seit vielen Jahren einen hohen Standard im klassischen Arbeits- und Gesundheitsschutz sicher. Bereits Ende der neunziger Jahre haben wir begonnen, uns intensiver mit der betrieblichen Gesundheitsförderung zu beschäftigen. Seit 2001 arbeiten wir zusätzlich flächendeckend mit der „dbgs GesundheitsService GmbH" zusammen, die sich als externer betriebsärztlicher Dienst bundesweit um die Gesundheit der Mitarbeiter kümmert.

Ausbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements

Die Commerzbank baut ihre Aktivitäten in den Bereichen Gesundheit und Arbeitssicherheit weiter systematisch aus.

So haben wir unsere Aktivitäten im Bereich Arbeitssicherheit stärker konzentriert: 2007 übernahm das zentral angesiedelte Facility Management den Vorsitz im Konzern-Arbeitsschutz-Ausschuss. Außerdem wird die fachliche Ausbildung der Sicherheitsbeauftragten, Etagenbeauftragten und Facility-Management-Spezialisten zentral koordiniert. Auf diese Weise können wir flächendeckend ein einheitliches, hohes Qualifikationsniveau gewährleisten.

Im Bereich Gesundheit haben wir uns zum Ziel gesetzt, alle Gesundheitsförderungsmaßnahmen in ein nachhaltiges Gesundheitsmanagement zu integrieren. Dieser Prozess soll im Jahr 2008 abgeschlossen werden. Im April 2006 haben wir eine zusätzliche Vollzeitstelle im betrieblichen Gesundheitsmanagement eingerichtet und somit die organisatorischen Strukturen geschaffen, um dieses Ziel zu erreichen.

Gesundheitsvorsorge

Gesundheit zu erhalten hat oberste Priorität. Im Hinblick auf Gesundheitsprävention bietet die Bank ihren Mitarbeitern an zahlreichen Standorten verschiedene Vorsorgeangebote an: Zum Beispiel Grippeschutzimpfungen, Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen oder Augenuntersuchungen. Mit vielerlei Initiativen möchte die Commerzbank ihre Mitarbeiter darüber hinaus für eine gesunde Lebensweise sensibilisieren. So startete am Standort Frankfurt Anfang 2007 das Projekt „5 am Tag", das Commerzbank-Mitarbeiter zu einer gesunden und ausgewogenen Ernährung anregen soll. 2006 beteiligte sich die Commerzbank außerdem zum dritten Mal an der Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit". Ziel der Kampagne ist es, die Gewohnheiten der Mitarbeiter zu ändern und Bewegungsmangel entgegenzuwirken. Darüber hinaus unterstützen wir seit über 50 Jahren den Betriebssport in unserer Bank. Heute sind rund 5 000 Mitarbeiter in über 130 Städten in mehr als 30 Sportarten aktiv.

Betriebsvereinbarungen

Bei den Themen Gesundheit und Sicherheit arbeiten wir eng und erfolgreich mit unseren Arbeitnehmervertretern zusammen (S. 57). Im Mai 2007 wurde zum Beispiel ein Aktionsplan zur Suchtprävention mit dem Gesamtbetriebsrat abgestimmt und beschlossen. Damit soll betroffenen Mitarbeitern möglichst frühzeitig Hilfe angeboten und Vorgesetzte und Kollegen befähigt werden, bei Suchtmittelmissbrauchs- und Suchtproblemen von Beschäftigten auf diese zuzugehen und sachgerecht zu reagieren. Zudem will die Commerzbank über eine Betriebsvereinbarung die „Rauchfreie Zentrale" einführen und damit auch eine Grundlage für regionale Verhandlungen legen. Begleitet wird die Maßnahme durch Aktionen zur Gesundheitsvorsorge wie „Frischer Wind statt blauer Dunst". So konnten unsere Mitarbeiter im Rahmen dieser Aktion unter anderem ihre Lungenfunktion oder Herz-Kreislauf-Werte kostenlos testen lassen.

Umgang mit Stress

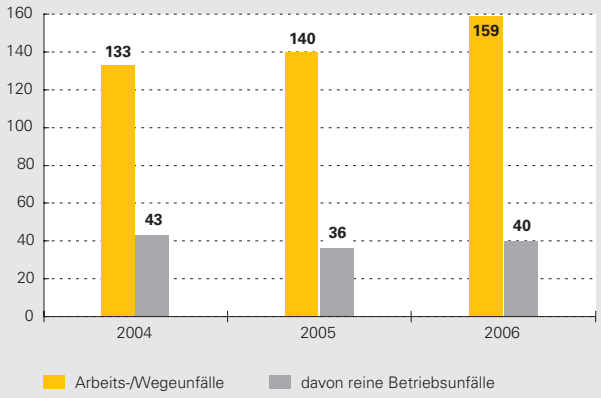
Die Anforderungen an unsere Mitarbeiter steigen: Das Arbeitsumfeld wird komplexer, Flexibilität und Mobilität werden immer wichtiger. Eine im Jahr 2003 durchgeführte Pilotstudie zum Thema Stressmanagement hat uns gezeigt, wie wichtig es ist, den Mitarbeitern zu einem produktiven Umgang mit Stress zu verhelfen. Deshalb finden die Auswirkungen des sich ständig wandelnden Arbeitsumfelds und arbeitspsychische Belange verstärkt Berücksichtigung. Wir haben ein flächendeckendes Angebot geschaffen, das alle Mitarbeiter, die ein Seminar zum professionellen Umgang mit Stress besuchen, finanziell unterstützt.

Sicherheit am Arbeitsplatz

Die Anzahl der reinen Betriebsunfälle bewegte sich in den vergangenen Jahren mit geringfügigen Schwankungen auf einem insgesamt niedrigen Niveau. Zugenommen haben die Unfälle auf dem Weg zwischen Wohnung und Arbeitsstätte und hier insbesondere die witterungsbedingten Sturzunfälle.

Arbeits- und Wegeunfälle

2004-2006



Commerzbank AG (Inland)
Erfasst sind Unfälle im Sinne des Sozialgesetzbuches, also alle Unfälle mit mehr als drei Tagen Arbeitsunfähigkeit.

Der erfolgreichen Prävention und Verhinderung von Arbeits- und Wegeunfällen ordnen wir weiterhin eine hohe Priorität zu. Wir systematisieren unsere Aktivitäten zum Thema Arbeits- und Gesundheitsschutz kontinuierlich: Die für 2008 vorgesehene Auditierung des internen Arbeitsschutz-Management-Systems (AMS) stellt einen wichtigen Meilenstein auf diesem Weg dar. Zudem wurden im Jahr 2007 die Regelungen zum Brandschutz- und Evakuierungsmanagement konzerneinheitlich optimiert.

Psychologische Betreuung nach Banküberfällen

Das Stufenmodell der Bank zur psychologischen Betreuung von Mitarbeitern und Kunden nach Banküberfällen hat sich in den letzten Jahren deutlich bewährt. Dabei setzt die Commerzbank auf eine zeitnahe fachkundige Betreuung durch speziell geschulte Personalberater und Psychologen. Den Führungskräften stehen Informationen für die Erstbetreuung ihrer Mitarbeiter nach Banküberfällen im Intranet zur Verfügung. Die Mitarbeiter in unseren Filialen werden halbjährlich über das Verhalten bei Raubüberfällen unterwiesen. Hierfür steht unter anderem ein spezieller Videofilm zur Verfügung.

DIVERSITY

DIVERSITY, AUF DEUTSCH VIELFALT, BEREICHERT DAS LEBEN UND DEN ARBEITSALLTAG. FÜR DIE COMMERZBANK BEDEUTET DIVERSITY, DIE VERSCHIEDENHEIT ALLER MITARBEITER ALS BESONDEREN WERT ZU BETRACHTEN. DIESE ERLAUBT UNS, HERAUSFORDERUNGEN AUS UNTERSCHIEDLICHSTEN PERSPEKTIVEN ZU BETRACHTEN, FLEXIBEL ZU REAGIEREN UND IN EINER VIELFÄLTIGEN WELT ERFOLG VERSPRECHENDE ANTWORTEN ZU FINDEN.

Seit mehr als 17 Jahren fördern wir durch zahlreiche, praxisbezogene Maßnahmen die Individualität der Mitarbeiter in unserem Unternehmen. Lag der Schwerpunkt zu Beginn auf der Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Frauen, engagieren wir uns heute für eine facettenreiche Unternehmenskultur und setzen uns für faires und aufgeschlossenes Verhalten gegenüber der Vielfalt und den unterschiedlichen Lebensstilen unserer Mitarbeiter ein. Hierzu entwickelte die Commerzbank ein umfassendes Diversity-Management, das attraktive Rahmenbedingungen schafft, Mitarbeiter eng in die Prozesse einbindet, einen offenen Dialog fördert sowie die Sensibilisierung von Führungskräften sicherstellt.

Familie und Beruf vereinbaren

Die Commerzbank bietet über die gesetzlichen und tarifvertraglichen Regelungen hinaus Programme zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf an. Dazu zählt unter anderem die Betriebsvereinbarung „Comeback plus", ein Wiedereinstiegsprogramm für Eltern nach der Geburt ihres Kindes.

Darüber hinaus unterstützt die Commerzbank ihre Mitarbeiter durch finanzielle Zuschüsse bei der Kinderbetreuung. Sie können sich ferner kostenfrei über unseren Kooperationspartner pme Familienservice bundesweit zu allen Formen der Kinderbetreuung sowie zum Thema „Pflege naher Angehöriger" beraten oder auch Betreuung vermitteln lassen.

Unsere 2005 gemeinsam mit dem Familienservice gegründete Kindertagesstätte „Kids & Co." haben wir 2006 um 20 Vollzeitplätze auf nunmehr 100 Plätze aufgestockt. Auf diesen 100 Vollzeitplätzen werden derzeit rund 170 Kinder im Platz-Sharing-Verfahren betreut. Commerzbank-Eltern können zudem an derzeit bundesweit 18 Standorten eine Notfallkinderbetreuung für den kurzfristigen Bedarf nutzen, die bis zu 30 Tage lang für die Mitarbeiter kostenfrei ist. Eine Vielzahl von flexiblen Arbeitsmöglichkeiten sowie Home-Office-Lösungen runden das Thema „Familie und Beruf" ab.

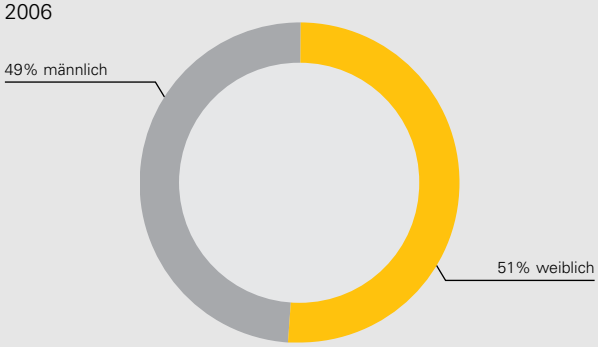
Einen wichtigen Beitrag leisten unsere Mitarbeiter-Initiativen. So setzen sich das interne Frauennetzwerk „Courage" und der Arbeitskreis „Fokus Väter" für eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf in der Commerzbank ein. Hier werden Projekte initiiert, Erfahrungen ausgetauscht und wichtige Impulse gegeben.

Zertifikat „Audit Beruf & Familie" der Hertie-Stiftung

Das Audit Beruf & Familie der gemeinnützigen Hertie-Stiftung Deutschland systematisiert und gewichtet mittels eines umfangreichen Kriterienkatalogs, welche familienbewussten Maßnahmen und Angebote ein Unternehmen bietet. Es werden Ziele für eine familienbewusste Personalpolitik definiert, deren Erreichen nach drei Jahren im Rahmen einer Re-Auditierung überprüft wird. Die Commerzbank AG erhielt das Hauptzertifikat im Mai 2006 zum zweiten Mal in Folge.

Mitarbeiter nach Geschlecht

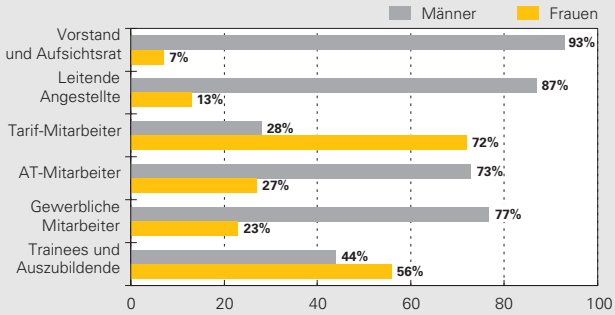
2006



Commerzbank AG (Inland)

Mitarbeiter nach Art der Anstellung und Geschlecht

in Prozent, 2006



Commerzbank AG (Inland)

„Mit Vielfalt zum Erfolg: Die Verschiedenheit unserer Mitarbeiter ist für uns von herausragender Bedeutung. Ein Klima der Offenheit und des gegenseitigen Respekts ist eine ganz entscheidende Voraussetzung unseres Geschäftserfolgs. Unsere Mitarbeiter honorieren die faire Unternehmenskultur der Commerzbank: Motiviert und leistungsstark bringen sie ihre unterschiedlichen Talente, Erfahrungen und Sichtweisen ins Unternehmen und in den Dialog mit den Kundinnen und Kunden ein. Denn auch unsere Kunden mit ihren unterschiedlichen Wünschen und Vorstellungen fordern ein Gegenüber, das ihrer eigenen Vielfalt gerecht wird. In unserem Team arbeiten wir täglich daran, die facettenreiche Unternehmenskultur der Commerzbank dauerhaft und nachhaltig zu fördern. So stärken wir das Unternehmen zusätzlich für den Wettbewerb."

Barbara David (links), Leiterin Diversity-Management bei der Commerzbank, mit Eva Prinz (Mitte) und Jutta Wolf (rechts)

Frauen in der Bank fördern

Obwohl Frauen heutzutage gleich gut ausgebildet wie Männer ins Berufsleben starten, erreichen sie aus vielfältigen Gründen oftmals nicht das Gleiche. Im Rahmen des Diversity-Managements fördern wir daher gezielt Frauenkarrieren.

Potenzialstarken Mitarbeiterinnen bieten wir zum Beispiel die Möglichkeit, an unternehmensübergreifenden Mentoring-Programmen teilzunehmen, bei denen weibliche Nachwuchskräfte jeweils ein Jahr lang von den Erfahrungen von Top-Managern aus anderen Unternehmen profitieren. Darüber hinaus bieten wir im Rahmen der Veranstaltungsreihe ***/ forum diversity /*** spezielle Vorträge und Workshops für unsere Mitarbeiterinnen an. Das seit 1998 etablierte interne Frauennetzwerk „Courage", das sich unter anderem auch für die berufliche und persönliche Weiterbildung von Frauen in der Bank einsetzt, wird von uns aktiv unterstützt.

Total E-Quality

Das Prädikat „Total E-Quality" zeichnet Unternehmen, Organisationen, Hochschulen und Forschungseinrichtungen aus, die eine an Chancengleichheit orientierte Personalpolitik verfolgen. Die Commerzbank erhielt es 2006 zum vierten Mal in Folge.

Generationenübergreifend zusammenarbeiten

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und unter Diversity-Gesichtspunkten spielt die Zusammenarbeit der Generationen eine wesentliche Rolle. Heute sind 20% unserer Mitarbeiter 50 Jahre und älter. Unser Ziel ist es, eine Kultur der gegenseitigen Wertschätzung zu schaffen und altersgemischte Teams zu fördern, in denen sich Jung und Alt hinsichtlich ihrer Erfahrungen, Eigenschaften und Kompetenzen ergänzen.

Im Rahmen von Workshops thematisieren wir, wie Mitarbeiter und Führungskräfte die Zusammenarbeit verschiedener Generationen erleben und das unterschiedliche Know-how gezielt genutzt werden kann. In Planung sind weitere Maßnahmen, um intern für dieses Thema zu sensibilisieren und Stereotypisierungen von Alt und Jung zu vermeiden.

Fairness am Arbeitsplatz sichern

In einer Unternehmenskultur der Offenheit, des gegenseitigen Respekts und Vertrauens ist kein Platz für Mobbing, sexuelle Belästigung und andere Diskriminierungen. Deshalb versuchen wir, durch gezielte Maßnahmen Fairness am Arbeitsplatz sicherzustellen.

In Kooperation von Personalabteilung und Gesamtbetriebsrat wurde hierfür eine Betriebsvereinbarung erarbeitet, in deren Rahmen Beschwerdewege definiert, Personalberater, Betriebsräte und Führungskräfte geschult sowie Informationen für alle Mitarbeiter im Intranet bereitgestellt wurden.

Im Rahmen der Einführung des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (AGG) im August 2006 führten wir zudem Schulungsmaßnahmen für alle Mitarbeiter und Führungskräfte durch, um über die Inhalte zu informieren.

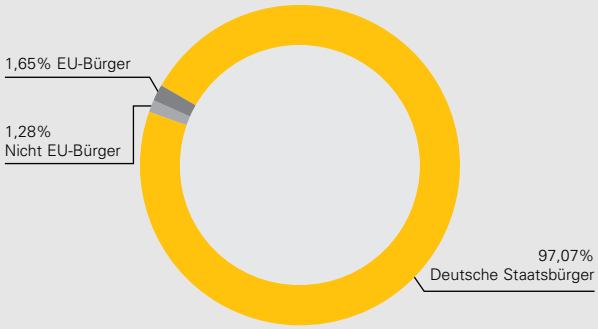
Des Weiteren unterstützen wir Mitarbeiter-Initiativen wie das bankinterne, mittlerweile seit fünf Jahren bestehende Schwulen- und Lesbennetzwerk **/ arco /**, in dem konzernweit etwa 300 Mitarbeiter organisiert sind.

Kulturelle Vielfalt managen

Der Finanzsektor ist in zunehmendem Maße international und damit interkulturell ausgerichtet. So ist auch die kulturelle Vielfalt der Mitarbeiter ein wesentlicher Aspekt unseres Diversity-Managements, den wir zukünftig noch stärker berücksichtigen werden, indem wir unseren Mitarbeitern in Workshops interkulturelle Kompetenzen im Bankalltag vermitteln. Einzelne Geschäftsbereiche werden gezielt unterstützt, wenn beispielsweise Mitarbeiter aus anderen Ländern in Deutschland arbeiten. Eine Veranstaltungsreihe zum Thema „Kulturelle Vielfalt" befindet sich in Planung.

Nationalitäten der Mitarbeiter

2006



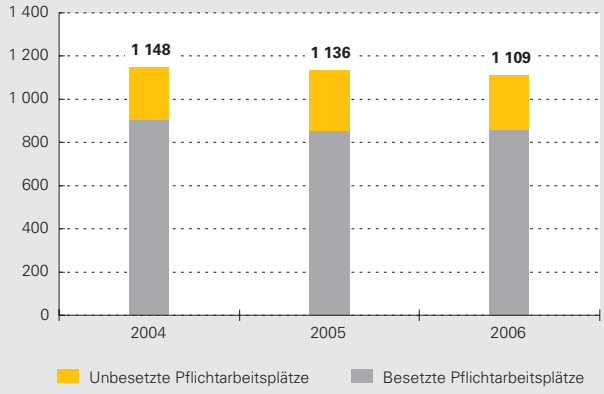
Commerzbank AG (Inland)

Schwerbehindertenarbeit

Auch die Beschäftigung von behinderten Menschen zählt zu unserem Alltag. Über 800 unserer Mitarbeiter gelten als schwerbehindert oder sind diesen gleichgestellt. 47% sind 50 Jahre und älter und etwas über die Hälfte sind Frauen.

Entwicklung der Pflichtarbeitsplätze für Schwerbehinderte

2004-2006



Commerzbank AG (Inland)

Mit einem Anteil der Schwerbehinderten und Gleichgestellten von knapp 4% verfehlt die Commerzbank die gesetzliche Quote von 5% und muss deshalb eine Ausgleichsabgabe zahlen.

Schwerbehinderte haben mit ganz unterschiedlichen Beeinträchtigungen zu tun. Manche davon sind sofort sichtbar, wie zum Beispiel bei Rollstuhlfahrern. Die meisten zeigen sich erst im persönlichen Umgang und andere bleiben völlig verborgen. „Den Schwerbehinderten" gibt es nicht und deshalb wollen wir unsere Mitarbeiter auch nicht auf ihre Behinderung reduzieren. Fairer Umgang ist gefragt – ganz gleich, ob eine Behinderung im Spiel ist oder nicht.

Zusammen mit den Schwerbehindertenvertretern werden wir durch eine Vielzahl von einzelnen Maßnahmen, durch Beratung und Begleitung der Mitarbeiter die Schwerbehindertenarbeit in der Commerzbank erfolgreich begleiten.

Ein klares Bekenntnis zu Diversity

Die Commerzbank ist einer der ersten Unterzeichner der „Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland", deren Schirmherrin die deutsche Bundeskanzlerin Angela Merkel ist. Im März 2007 unterschrieben, setzt die Commerzbank damit ein deutliches Zeichen der Anerkennung und Wertschätzung für die Vielfalt ihrer Beschäftigten, Kunden und Geschäftspartner.

www.commerzbank.de ▸ karriere ▸ berufserfahrene ▸ diversity

VERGÜTUNG

WIR SIND ÜBERZEUGT DAVON, DASS WIR UNSERE ZIELE ALS BANK AM BESTEN ERREICHEN, WENN WIR UNSERE MITARBEITER AN IHREM UND SOMIT UNSEREM ERFOLG BETEILIGEN. DESHALB HABEN WIR UNSER VERGÜTUNGSSYSTEM KONSEQUENT ERGEBNIS- UND LEISTUNGSORIENTIERT AUSGERICHTET.

Ergebnis- und Leistungsorientierung sind wichtige Bestandteile unseres unternehmerischen Handelns. Bereits für das Geschäftsjahr 2005 haben wir die Erfolgsbeteiligung für unsere Mitarbeiter eingeführt. Nun haben wir weitere Teile der Vergütung gemeinsam mit dem Betriebsrat neu geordnet und so ein ergebnis- und leistungsorientiertes Vergütungssystem geschaffen.

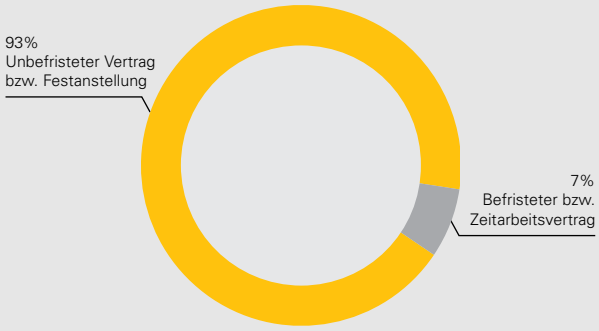
Beurteilung der Leistung

Die Beurteilung der Leistung eines jeden Mitarbeiters bildet die Grundlage unseres neuen Vergütungssystems. Sie wird durch den direkten Vorgesetzten vorgenommen. Detaillierte Leitlinien machen den Prozess transparent und nachprüfbar. Es werden mit den Mitarbeitern konkrete Zielvereinbarungen getroffen. Außerdem bewertet die Leistungsbeurteilung die Aufgabenerfüllung eines Mitarbeiters und berücksichtigt dabei spezifische Stellenanforderungen.

Für die Zukunft haben wir uns das Ziel gesetzt, unser System der Leistungsbeurteilung zu optimieren. Wir haben daher im Jahr 2007 eine Vorstudie zu diesem Thema durchgeführt, die das Zusammenspiel der verschiedenen Führungsinstrumente analysiert und das Gesamtprojekt näher definiert hat. Wir planen, ein integriertes Performance-Management-System einzuführen.

Belegschaft nach Vertragsart

2006



Commerzbank AG (Inland)

Neuausrichtung der Vergütung

Das neue Vergütungsprogramm „vario" führte ab dem Geschäftsjahr 2006 zu Änderungen beim Bonus und in der Grundgehaltssteuerung im außertariflichen Bereich. Außerdem wurde vom Geschäftsjahr 2007 an die Systematik der Erfolgsbeteiligung im außertariflichen Bereich dem Modell des Tarifbereichs angeglichen.

Das Vergütungsprogramm wird von vier Prinzipien geprägt: der strikten Ergebnisorientierung, dem stärkeren Gewicht von Leistung, der Erhöhung der Transparenz sowie der Schaffung größerer Freiräume für Führungskräfte bei der Ausgestaltung der individuellen Vergütung ihrer Mitarbeiter. Damit können wir die Leistungen unserer Mitarbeiter angemessener honorieren, als es früher der Fall war und sie am Erfolg der Bank beteiligen. Ein weiterer Vorteil ist die damit einhergehende maximale Finanzierungssicherheit für die Commerzbank.

www.commerzbank.de ▸ karriere ▸ berufserfahrene ▸ vergütung

Gewährung von Zusatzleistungen

Neben dem individuell vereinbarten Gehalt und dem Leistungsbonus verfügt das Vergütungssystem der Commerzbank über eine dritte Komponente: die betrieblichen Zusatzleistungen. Unser Ziel ist es, ein umfangreiches und attraktives Angebot an betrieblichen Zusatzleistungen sicherzustellen. Eine wesentliche Neuerung im Jahr 2007 war zum Beispiel die Ausdehnung der Leistungen der freiwilligen Unfallversicherung auf den privaten Bereich.

www.commerzbank.de ▸ karriere ▸ berufserfahrene ▸ zusatzleistungen

Betriebliche Leistungen

in Tausend Euro, 2004-2006

Commerzbank AG	2004	2005	2006
Aufwendungen für Pensionen	165 499,0	151 373,5	169 197,5
Arbeitgeberanteil zum BVV-Beitrag	38 484,2	37 561,8	37 138,7
Essenszuschüsse und Zuschüsse zu bankeigenen Kantinen	17 978,0	18 349,4	19 400,5
Jubiläumszahlungen (inkl. Rückstellungen)	15 853,0	19 663,4	5 985,6
Erstattung von Provisionen und Gebühren im Bankgeschäft	13 167,6	12 503,1	12 788,6
Belegschaftsaktien	2 098,1	2 288,6	1 107,4
Urlaubsbeihilfen (In- und Ausland)	207,4	498,7	660,8
Betriebsfeste und sonstige betriebliche Veranstaltungen	1 209,8	2 498,0	2 649,2
Sonstige	3 864,8	2 529,6	2 197,4
Summe	**258 361,9**	**247 266,1**	**251 125,7**

gesellschaft

ideale verwirklichen

| hamburg, 13 uhr 50 | LETZTE TIPPS FÜR DIE GROSSFLOTTBEKER HOCKEY-DAMEN

Ian Fischer, Trainer der Hockey-Damen des Großflottbeker THGC, schwört seine Mannschaft auf das Spiel ein: Morgen werden die elf Damen gegen den Hamburger Polo Club antreten. Ian Fischer ist an fünf Tagen in der Woche zwei Stunden lang für seine Hockey-Mannschaft im Einsatz – ehrenamtlich. Zusätzlich verbringt der Betriebswirt fast jedes Wochenende am Rande des Spielfelds, um sein Team anzufeuern. So spielen die Damen von Flottbek immerhin um den Aufstieg in die erste Bundesliga.

Menschen wie Ian Fischer sichern die Existenz der rund 90 000 Sportvereine in Deutschland: Ohne sie wäre das Vereinsleben mit all seinen positiven Auswirkungen auf die Gesellschaft nicht möglich. Deshalb macht sich die Commerzbank seit vielen Jahren für ehrenamtlich Tätige stark, zum Beispiel durch eine Kooperation mit dem Deutschen Olympischen Sportbund, aber auch in anderen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens (S. 70).

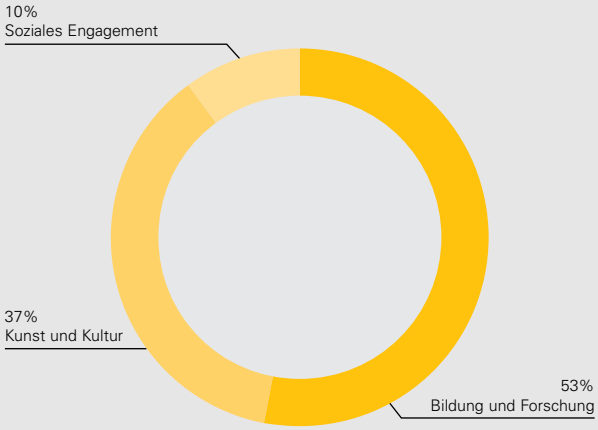
www **www.ehrenamt-im-sport.de**

MALIK
PHOENIX

gesellschaft

ideale verwirklichen

Verteilung der Fördermittel der Commerzbank-Stiftung
2006



Die 1970 gegründete Commerzbank-Stiftung fördert schwerpunktmäßig ausgewählte Einrichtungen und Initiativen in den Bereichen Bildung und Forschung, Kunst und Kultur sowie Soziales Engagement. Die Fördermittel für diese Bereiche betrugen 2006 insgesamt 1,4 Mio Euro.

Gesellschaftliches Engagement der Commerzbank

Unser Engagement für die Gesellschaft geht weit zurück: Einer der Gründer der Commerzbank zum Beispiel, der Kaufmann Theodor Wille (1818-1892), stiftete seiner Heimatstadt Kiel testamentarisch zwei Millionen Mark für gemeinnützige Zwecke. Zum hundertjährigen Bestehen der Commerzbank wurde 1970 die Commerzbank-Stiftung gegründet. Seither fördert diese eine Vielzahl von Projekten, heute in den drei Bereichen Bildung und Forschung, Kunst und Kultur sowie Soziales Engagement.

Nach wie vor sind wir auch als Unternehmen für die Gesellschaft aktiv. Hier kristallisieren sich einige Schwerpunkte heraus: In den letzten Jahren haben wir uns verstärkt der Förderung des Ehrenamts angenommen. Diesem Zweck dient unsere langfristig angelegte Kooperation mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB). Mit ihm zusammen würdigen wir das Engagement der ehrenamtlich Tätigen in den deutschen Sportvereinen. Ein weiterer Schwerpunkt steht unmittelbar mit unserer Geschäftstätigkeit in Zusammenhang: Als Bank fühlen wir uns mit verantwortlich für die finanzielle Allgemeinbildung der Bevölkerung. Hier sehen wir die Möglichkeit, an einen verantwortungsvollen Umgang mit Geld heranzuführen.

Verpflichtet fühlen wir uns auch unserem Unternehmenssitz Frankfurt. Unsere tiefe Verbundenheit mit der Rhein-Main-Region zeigen wir den Menschen durch unser Standort-Sponsoring.

DIE COMMERZBANK FÜHLT SICH SEIT JEHER IHREM GESELLSCHAFTLICHEN UMFELD VERPFLICHTET. MIT GROSSER ERNSTHAFTIGKEIT NEHMEN WIR UNSERE VERANTWORTUNG WAHR UND ENGAGIEREN UNS FÜR DAS GEMEINWOHL.

ÜBER UNSERE STIFTUNG EBENSO WIE ALS UNTERNEHMEN LEISTEN WIR DURCH AUSGEWÄHLTE PROJEKTE EINEN NACHHALTIGEN BEITRAG.

Rückblick: Stärkere Vertiefung

Geprägt war die Entwicklung der letzten beiden Jahre durch eine stärkere Vertiefung unserer Aktivitäten. Insbesondere durch die Vernetzung mit weiteren Akteuren, die die gleichen Ziele verfolgen wie wir, konnten wir Fortschritte erzielen:

Zum einen im Bereich der Förderung ehrenamtlich Tätiger: Das Bundesnetzwerk für Bürgerschaftliches Engagement (BBE) hat sich 2006 unserer Kooperation mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) angeschlossen. Gleichzeitig sind wir eine zusätzliche Kooperation mit dem BBE eingegangen, um bürgerschaftliches Engagement in allen Politik- und Gesellschaftsbereichen zu fördern (S. 71).

Zum anderen haben wir unseren Einsatz für die finanzielle Allgemeinbildung von Kindern und Jugendlichen in Deutschland vorangetrieben, so zum Beispiel durch unsere erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem Landesinstitut für Schulentwicklung Baden-Württemberg oder das Projekt zur Schuldenberatung von Jugendlichen in Berlin (S. 73).

Ausblick: Weitere Fokussierung des Engagements

Mit unserem Engagement wollen wir die Gesellschaft – als deren Teil wir uns selbst verstehen – auch in Zukunft unterstützen.

Dabei ist es unser Ziel, uns weiter auf die ausgewählten Themenfelder zu konzentrieren, um unser Engagement in diesen Bereichen noch wirkungsvoller zu gestalten.

Unsere Aktivitäten zur Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung wollen wir fortsetzen. So werden unsere Erfahrungen auf diesem Gebiet in die thematische Arbeit der Initiative Finanzstandort Deutschland (IFD) einfließen und damit noch mehr Menschen erreichen.

DIE COMMERZBANK-STIFTUNG

DIE COMMERZBANK-STIFTUNG WURDE 1970 AUS ANLASS DES HUNDERTJÄHRIGEN BESTEHENS DER COMMERZBANK AG IN HAMBURG GEGRÜNDET. SEITHER ENGAGIERT SICH DIE STIFTUNG KONTINUIERLICH FÜR DAS GEMEINWOHL. HEUTE IST SIE IM WESENTLICHEN IN DREI THEMENFELDERN AKTIV.

In der Tradition einer bürgerlichen Stiftung wurden die Förderzwecke in der Stiftungssatzung bewusst weit gefasst, so dass die Stiftung auf allen Gebieten der Gemeinnützigkeit tätig werden kann. Das Stiftungskapital wurde – entsprechend den wachsenden Aufgaben der Stiftung – im Laufe der Jahre auf nunmehr 50 Mio Euro erhöht. Die Fördermittel für das Jahr 2007 betragen circa 2 Mio Euro. Die Stiftungserträge kommen ohne Abzug der Förderung von Projekten zugute.

Drei Schwerpunkte

Die Commerzbank-Stiftung fördert ausgewählte Einrichtungen und Initiativen, die mit tatkräftigem Engagement Aufgaben in kulturellen, sozialen und wissenschaftlichen Bereichen übernehmen und dadurch einen nachhaltigen gesellschaftlichen Beitrag leisten. Dabei arbeitet die Stiftung grundsätzlich fördernd, das heißt, sie konzipiert die Förderthemen nicht selbst und setzt keine eigenen Projekte um. In der Regel werden überregionale, zentrale Einrichtungen unterstützt.

In den vergangenen Jahren haben sich drei Schwerpunkte der Förderpolitik herausgebildet: Bildung und Forschung, Kunst und Kultur sowie Soziales Engagement. Für diese Themenfelder hat die Stiftung im Jahr 2006 insgesamt 1,4 Mio Euro ausgeschüttet (s. Grafik S. 66).

Bildung und Forschung (Beispiele)

• **Stiftungsprofessur an der Frankfurt School of Finance & Management:** Diese Hochschule ist aus der Bankakademie und der ehemaligen Hochschule für Bankwirtschaft hervorgegangen. Die von der Commerzbank-Stiftung gestiftete Professur befasst sich mit der Finanzierung mittelständischer Unternehmen und verfolgt vor allem drei Ziele: die finanzwirtschaftliche Forschung hinsichtlich der Entwicklung einer strategischen Ausrichtung der Finanzierungsinstrumente im Mittelstand, die Erforschung innovativer Ansätze alternativer

Finanzierungsinstrumente für den Mittelstand sowie die Etablierung einer Kommunikationsplattform für die Finanzwirtschaft und den Mittelstand.

• **Stiftungslehrstuhl an der Bucerius Law School in Hamburg:** Die im Jahr 2000 von der ZEIT-Stiftung Ebelin und Gerd Bucerius gegründete Bucerius Law School (BLS) ist die einzige ausschließlich privat finanzierte rechtswissenschaftliche Hochschule Deutschlands. Sie zeichnet sich durch ihren starken Praxisbezug und zugleich hohen wissenschaftlichen Anspruch aus. Der von der Commerzbank-Stiftung geförderte Stiftungslehrstuhl „Grundlagen des Rechts" will die Bedeutung der Rechtswissenschaften für die Ordnung und Entwicklung moderner Gesellschaften klären.

Kunst und Kultur (Beispiele)

• **Stiftungsprofessur an der Musikhochschule Weimar:** Die Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar, 1872 gegründet, ist die einzige künstlerische Hochschule des Freistaats Thüringen. Sie spielt mit ihrem anerkannt hohen Niveau und der ausgedehnten Aufführungspraxis eine wichtige Rolle im Kulturleben Thüringens. Der Lehrstuhl für Orgel und Improvisation, bis dahin ein Markenzeichen der Hochschule in der Weimarer Bach-Tradition, hätte ohne die Hilfe der Commerzbank-Stiftung aufgegeben werden müssen. Im Jahr 2004 wurde daher von unserer Stiftung die erste Stiftungsprofessur an einer deutschen Musikhochschule geschaffen.

• **Deutsche Stiftung Musikleben:** Die vor mehr als 40 Jahren gegründete Deutsche Stiftung Musikleben fördert bundesweit den hochbegabten Nachwuchs in der klassischen Musik. Sie bietet ihren Stipendiaten Auftrittsmöglichkeiten und unterstützt sie auf ihrem Weg in die Konzertsäle der Welt. Schwerpunkt ist der 1993 eingerichtete Deutsche Musikinstrumentenfonds, ein gemeinsames Projekt mit dem Bund. In diesem Fonds betreut die Stiftung klangschöne alte Streichinstrumente, die über einen jährlich ausgetragenen Wettbewerb leihweise an herausragende junge Musiker vergeben werden. Die Commerzbank-Stiftung unterstützt die Stiftung Musikleben seit über 30 Jahren. Die Zuwendungen der letzten Jahre wurden als allgemeiner Förderbeitrag geleistet.

Soziales Engagement (Beispiele)

• **Aktionsgruppe Kinder in Not:** Die Aktionsgruppe „Kinder in Not e. V." wurde 1983 auf Initiative der Unternehmerin Gisela Wirtgen gegründet. Ihre Aufgabe besteht darin, Not leidende Kinder und Jugendliche in der Dritten Welt im Rahmen von Projekten, die stets „Hilfe zur Selbsthilfe" darstellen, zu unterstützen. Basis für diese Arbeit sind mehrere tausend Patenschaften für Kinder und Schüler sowie gezielte Einzelspenden für verschiedene Maßnahmen und Projekte. Die Commerzbank-Stiftung hatte zuletzt die Fertigstellung des Cebu-Hope-Center in Talamban auf den Philippinen gefördert. In dem Heim werden circa 120 hilfsbedürftige Mädchen im Alter von 4 bis 17 Jahren betreut. Die Franziskaner-Schwestern, die das Cebu-Hope-Center leiten, erhalten keine staatliche Hilfe. Mit der Unterstützung konnte die Innenausstattung des Heims abgeschlossen werden.

• **Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe:** Die Stiftung Deutsche Schlaganfall-Hilfe wurde 1993 unter der Schirmherrschaft von Liz Mohn gegründet. Die Stiftung tritt für die Gesundheitsförderung und die Verbesserung der Prävention, der Akutversorgung und der Rehabilitation von Schlaganfallpatienten ein. In den letzten Jahren hat sich die Stiftung verstärkt mit dem Thema „Junger Mensch und Schlaganfall" beschäftigt. Mit Hilfe der Commerzbank-Stiftung konnte 2003 eine Beratungsstelle für Eltern geschaffen werden, deren Kinder einen Schlaganfall erlitten haben. Dieses Projekt ist deutschlandweit einmalig. Die Beratung liefert wichtige Daten für die Ursachenforschung. Auf diesem Weg kann die Diagnostik von Schlaganfällen weiter verbessert werden, wodurch eine frühzeitigere Behandlung von Kindern mit Schlaganfall möglich wird.

www **www.commerzbank.de**

EHRENAMT

EHRENAMTLICH TÄTIGE HELFEN DORT, WO DER STAAT DIE ALLEINIGE VERANTWORTUNG NICHT TRAGEN KANN – SEI ES IM BILDUNGSBEREICH, BEIM SPORT ODER IN DER JUGENDARBEIT. BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT IST SOMIT EINE TRAGENDE SÄULE UNSERER GESELLSCHAFT. IN DER FÖRDERUNG DES GEMEINNÜTZIGEN ENGAGEMENTS VON FREIWILLIGEN SIEHT DIE COMMERZBANK EINE GUTE MÖGLICHKEIT, UM UNSERE GESELLSCHAFT ZU STÄRKEN.

Die Commerzbank unterstützt seit vielen Jahren ehrenamtliche Arbeit im Sport. Derzeit weitet sie ihr Engagement auf andere Bereiche des gesellschaftlichen Lebens aus.

Ehrenamt im Sport

Zur Unterstützung der vielen im Sport ehrenamtlich Aktiven dient die Initiative „Danke! Sport braucht dein Ehrenamt." vom Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) und der Commerzbank.

Die Initiative wurde im Jahr 2000 aus Anlass des 50-jährigen Bestehens des damaligen Deutschen Sportbunds gegründet.

Ziel dieses Engagements ist es, die Arbeit der Ehrenamtlichen zu würdigen und vor allem ins Bewusstsein der Öffentlichkeit zu bringen. Denn durch ihre Leistungen in rund 90 000 Sportvereinen ermöglichen sie ein facettenreiches Sport- und Freizeitangebot, das Interessierten aus allen Bevölkerungsschichten zur Verfügung steht – und das zum fairen Miteinander, zum Zusammenhalt und zur Integration in unserer Gesellschaft beiträgt.

• **Portal:** Gemeinsam betreiben DOSB und Commerzbank das Ehrenamtsportal im Internet mit seinen zahlreichen Arbeitshilfen für die Führungskräfte in Sportvereinen. Im Portal „ehrenamt-im-sport.de" finden Führungskräfte Anregungen und praktische Hinweise rund um die Entwicklung und Führung eines Vereins sowie Leitgedanken für eine zukunftsorientierte, ehrenamtliche Vorstandsarbeit. Checklisten zu diesen Themen stehen Interessierten zum Download zur Verfügung. Darüber hinaus kann ein kostenloser E-Newsletter abonniert werden, der regelmäßig über Neuigkeiten rund um die Vereinsarbeit informiert. Die große Zahl von durchschnittlich rund 65 000 Aufrufen pro Monat zeigt, dass das Portal auf lebhaftes Interesse der Zielgruppe stößt.

www.ehrenamt-im-sport.de

Dr. Thomas Bach, Präsident des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB), zur gemeinsamen Initiative „Danke! Sport braucht dein Ehrenamt."

„Der Sport im Verein ist von unschätzbarem Wert für unsere Gesellschaft: Er stärkt die sozialen Kompetenzen insbesondere von Jugendlichen, fördert die Integration über gesellschaftliche Schichten, Nationalitäten und Generationen hinweg und leistet einen wichtigen Beitrag zur Bewegungskultur und Gesundheit in unserer zunehmend älter werdenden Gesellschaft.

Seinen hohen gesellschaftspolitischen Rang und seine Unabhängigkeit verdankt der in Verbänden organisierte Sport den Ehrenamtlichen und freiwilligen Helfern: Über sieben Millionen Menschen leisten jährlich über 500 Millionen Stunden ehrenamtliche Arbeit für rund 27 Millionen Mitglieder in deutschen Sportvereinen. Dieses Engagement trägt maßgeblich zur Zukunftssicherung der Sportvereine bei.

Wir freuen uns, in der Commerzbank einen Partner an unserer Seite zu haben, mit dem wir seit inzwischen sieben Jahren unser gemeinsames Ziel verfolgen: den Leistungen der Ehrenamtlichen zu mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen und ihnen öffentlichkeitswirksam für ihr Engagement zu danken."

• **Preis „Pro Ehrenamt":** Mit diesem Preis werben DOSB und Commerzbank für die tatkräftige Unterstützung des Ehrenamts im Sport durch Politik, Wirtschaft und Medien. Der Förderpreis ist deshalb nicht nur eine Auszeichnung für vorbildliches Engagement, sondern auch ein Appell an andere Menschen, ebenfalls tatkräftige Hilfe zu leisten.

• **„Danke-Paket":** Jedes Jahr versenden DOSB und Commerzbank als Partner der Ehrenamtlichen das „Danke-Paket" an mehr als 25 000 ehrenamtliche Vereinsvorstände – eine Aussendung mit Praxishilfen zu unterschiedlichen Schwerpunktthemen, die für die Zukunftsfähigkeit der Sportvereine von besonderer Bedeutung sind.

Bundesnetzwerk für Bürgerschaftliches Engagement

Auf der Suche nach Kooperationspartnern zur Förderung des Ehrenamts ist die Commerzbank auf die Arbeit des Bundesnetzwerks für Bürgerschaftliches Engagement (BBE) aufmerksam geworden. 2006 hat sich das BBE unserer Kooperation mit dem DOSB „Danke! Sport braucht dein Ehrenamt." angeschlossen.

Seit 2007 arbeiten wir auf einem weiteren Gebiet mit dem BBE zusammen: Die Commerzbank unterstützt die Organisation bei der „Woche des bürgerschaftlichen Engagements". Die Aktionswoche steht unter dem Motto „Engagement macht stark!". Ziel der Veranstaltungsreihe ist unter anderem, bürgerschaftliches Engagement in seinen vielfältigen Formen öffentlich sichtbar und erfahrbar zu machen sowie Barrieren gegen persönliches Engagement zu benennen und abzubauen. Immer mehr Initiativen, Organisationen oder lokale Projekte nutzen den medialen Rahmen der Aktionswoche für die Präsentation ihrer Arbeit. Die diesjährige Auftaktveranstaltung fand am 14. September in Berlin statt. Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen erklärte in ihrer Eröffnungsansprache: „36 Prozent der Bevölkerung engagieren sich bereits ehrenamtlich. Davon profitiert unser ganzes Land". Schirmherr der Aktionswoche ist Bundespräsident Horst Köhler.

Diese Kooperation erlaubt es uns, die Ehrenamtsförderung über den sportlichen Bereich hinaus zu erweitern, um noch mehr Menschen zu erreichen.

www.engagement-macht-stark.de

Bei all diesen Projekten stellen wir nicht nur Geld zur Verfügung, sondern arbeiten teilweise sehr intensiv an der inhaltlichen Ausgestaltung und Umsetzung mit.

Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (BBE)

Das BBE wurde im Juni 2002 von den 31 Mitgliedern des Nationalen Beirats in Berlin im Rahmen des „Internationalen Jahrs der Freiwilligen 2001" gegründet. Es ist ein gemeinsames Netzwerk der drei großen gesellschaftlichen Bereiche – Bürgergesellschaft, Staat und Kommunen, sowie Wirtschaft/Arbeitsleben – zur Förderung von bürgerschaftlichem Engagement und Bürgergesellschaft in allen Gesellschafts- und Politikbereichen.

Aufgabe des BBE ist es, nachhaltige Impulse der Engagementförderung zu setzen: Freiwilligenarbeit, Selbsthilfe und Ehrenamt sollen durch die Arbeit des Netzwerks einen höheren Stellenwert in Staat und Gesellschaft bekommen.

Zahlreiche Arbeitsgruppen des BBE arbeiten an Themen, die im Zusammenhang mit bürgerschaftlichem Engagement von Relevanz sind. Dabei geht es zum Beispiel um rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen des bürgerschaftlichen Engagements oder gesellschaftliches Engagement von Unternehmen.

www.b-b-e.de

Engagement der Commerzbank-Mitarbeiter: „Teambuilding" mit gesellschaftlichem Nutzen

Auch unsere Mitarbeiter engagieren sich gemeinnützig. So renovierten die Mitarbeiter unserer Personalabteilung im August 2007 in insgesamt 2 240 Arbeitsstunden die August-Jaspert-Grundschule in Frankfurt-Bonames.

280 Mitarbeiter konstruierten unter fachkundiger Anleitung ein offenes Klassenzimmer auf dem Schulgelände, bauten Spielanlagen auf und renovierten Klassenzimmer. Das dafür erforderliche Material im Wert von 100 000 Euro finanzierte die Commerzbank.

Von vielen gelobt wurde der positive Beitrag dieser Aktion zum Betriebsklima: Mitarbeiter hatten die Möglichkeit, ihre Kollegen, die sie manchmal nur vom Telefon kannten, persönlich kennen zu lernen. Gleichzeitig trainierten die Beteiligten ihre sozialen Kompetenzen in der Zusammenarbeit mit den Kollegen.

Die Aktion hat nicht nur gesellschaftlichen Nutzen: Sie leistete auch einen Beitrag zur Motivation, Vertrauensbildung und Teamentwicklung.

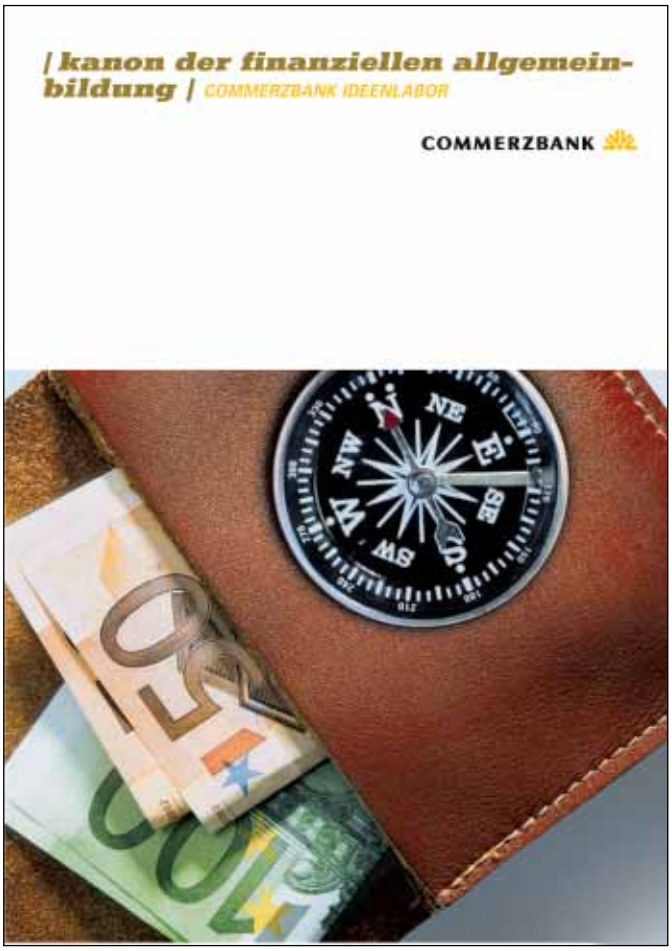
FINANZIELLE ALLGEMEINBILDUNG

REPRÄSENTATIVE STUDIEN BELEGEN, DASS DIE FINANZIELLE ALLGEMEINBILDUNG DER DEUTSCHEN BEVÖLKERUNG EHER AUF EINEM NIEDRIGEN NIVEAU IST. DIESER MISSSTAND HAT UNTER ANDEREM ZUR FOLGE, DASS SICH IMMER MEHR MENSCHEN IN JUNGEN JAHREN ÜBERSCHULDEN. DEM MÖCHTE DIE COMMERZBANK ENTGEGENWIRKEN.

Die Commerzbank engagiert sich bereits seit einigen Jahren für die finanzielle Bildung in Deutschland: In öffentlichen Diskussionen setzen wir uns dafür ein, an allgemeinbildenden Schulen das Unterrichtsfach „Wirtschaft" einzurichten. Darüber hinaus engagieren wir uns für die finanzielle Allgemeinbildung und Schuldenprävention von Jugendlichen.

Kanon der finanziellen Allgemeinbildung

Grundlage für die Beschäftigung mit der finanziellen Bildung in Deutschland ist der „Kanon der finanziellen Allgemeinbildung", der von Experten im Auftrag und unter Moderation der Commerzbank entwickelt wurde. Er legt erstmals die essenziellen Bausteine einer finanziellen Allgemeinbildung fest und schafft somit die Grundlage für eine breit angelegte Vermittlung finanziellen Wissens und entsprechender Handlungskompetenzen.



Ausgangspunkt dafür war eine von der Bank in Auftrag gegebene repräsentative Studie, in der den Deutschen „mangelndes Allgemeinwissen in Bezug auf private Finanzen" testiert wurde. Für die Bank und das Expertenteam ergaben sich daraus zwei Ziele: Entscheidungsträger aus Politik und Wirtschaft zum Handeln zu bewegen sowie die finanzielle Allgemeinbildung in Deutschland zu fördern.

Um diese Ziele zu erreichen und das Potenzial des „Kanons der finanziellen Allgemeinbildung" voll auszuschöpfen regte die Commerzbank bisher drei Folgeprojekte an und sicherte deren Finanzierung. Darüber hinaus bildet der Kanon die Grundlage für unsere weitere Kooperation mit der Initiative Finanzstandort Deutschland (IFD).

www.commerzbank.de

• **Public-Private-Partnership zur Entwicklung von Unterrichtsmaterialien:** Dieses Projekt baut das Angebot unseres Lehrer-Info-Clubs (siehe S. 73) auf regionaler Ebene aus. Gemeinsam mit dem Landesinstitut für Schulentwicklung Baden-Württemberg hat die Commerzbank in einem Pilotprojekt praxisnahe Unterrichtsmaterialien zu Finanzthemen erarbeitet, die im März 2007 der Öffentlichkeit präsentiert wurden. Basis war wiederum der „Kanon der finanziellen Allgemeinbildung".

Beide Institute brachten ihre Stärken ein. Das Landesinstitut stellte die Autoren: Lehrer, die aus der Praxis für die Praxis schreiben. Unterstützt wurden sie von jungen Bankern der Commerzbank in Stuttgart, die für das Wissen aus dem finanziellen Bereich verantwortlich waren. In gemischten Arbeitsgruppen wurden so die Inhalte des Lehrmaterials gemeinsam erarbeitet und passgenau in den Bildungslehrplan des Landes integriert. Erste Probeunterrichte haben gezeigt, dass die Bedürfnisse der Schulen genau getroffen wurden.

Die Commerzbank und das Landesinstitut für Schulentwicklung stellen das Material allen Interessierten zur Verfügung. Damit einher geht die Hoffnung, dass das Beispiel in anderen Bundesländern Nachahmer findet.

www.bildung-staerkt-menschen.de

• **Schuldenprävention bei Jugendlichen:** Ein zweiter Meilenstein, den wir 2006 auf dem Weg der zielgruppengerechten Umsetzung des Kanons der finanziellen Allgemeinbildung erreicht haben, ist die Unterstützung eines Projekts im Berliner Stadtteil Charlottenburg-Wilmersdorf. Schuldnerberater haben speziell für Jugendliche einen Workshop konzeptioniert: Das Spiel „Was was kostet" thematisiert den Umgang mit Finanzen. Auf diesem Weg konnten wir Jugendliche erreichen, die sonst keinen Zugang zur geleiteten Auseinandersetzung mit dem Thema finanzielle Bildung haben.

• **Finanzplaner für Jugendliche:** Mit dem Finanzplaner stellt die Commerzbank Pädagogen zielgruppengerecht aufbereitetes Grundlagenwissen sowie nützliche Tipps zum Thema Geldmanagement zur Verfügung. Der Finanzplaner ist über den Lehrer-Info-Club der Commerzbank im Internet abrufbar.

www.commerzbank.de

Ausblick: Kooperation mit dem IFD

Wir werden unser Engagement in diesem Bereich langfristig und nachhaltig weiterverfolgen. So werden unsere Erfahrungen in finanzieller Allgemeinbildung und Schuldenprävention in die thematische Arbeit der Initiative Finanzstandort Deutschland (IFD) einfließen. Es handelt sich dabei um einen Anfang 2007 gegründeten Arbeitskreis „Privatkunden", der sich unter Leitung der Commerzbank zukünftig mit den Themen „Finanzwissen Verbraucher" und „Privatinsolvenz" befassen wird.

Bereits seit seiner Gründung ist die Commerzbank im Arbeitskreis „Moderne Finanzausbildung" der IFD aktiv. Ein Projekt dieses Arbeitskreises ist das Themenportal „Kursraum Geld". Es verschafft einen Überblick über alle Angebote, die die Deutsche Bundesbank, Banken und Versicherungen sowie deren Verbände für die Behandlung des Themas Geld im Schulunterricht bereitstellen. Diese Informationen stellen eine optimale Ergänzung für die Unterrichtsmaterialien des Lehrer-Info-Clubs dar, wo wir einen Link zum „Kursraum Geld" eingerichtet haben. In einem erweiterten Arbeitskreis „Finanzwissen in der Schule" dient seit 2007 der „Kanon der finanziellen Allgemeinbildung" und dessen Umsetzung in Unterrichtsmaterialien als Grundstein für die weitere Beschäftigung der IFD mit dem Thema Finanzwissen.

www.kursraumgeld.de

Der Lehrer-Info-Club

Wir wollten frühzeitig einen Beitrag dazu leisten, dass das Verständnis von Wirtschaft und Finanzen bereits in der Schule verbessert wird. Deshalb haben wir schon in den achtziger Jahren den Lehrer-Info-Club ins Leben gerufen. Über ihn stellen wir kostenlos Lehrmaterial zu den Themen Wirtschaft, Geld, Bank und Börse zur Verfügung. Die Materialien sind für den Unterricht an Real- und Gesamtschulen, Gymnasien sowie Fachhochschulen im gesamten Bundesgebiet geeignet.

Lehrer können sich von einer Online-Plattform aus Infopakete zu finanzwirtschaftlichen Themen herunterladen und für den Unterricht in den Sekundarstufen I oder II an den unterschiedlichsten Bildungseinrichtungen verwenden. Darüber hinaus gibt es spezielle Informationen zur finanziellen Allgemeinbildung von Jugendlichen. Die rund 4 000 registrierten Nutzer des Lehrer-Info-Clubs bestätigen den Bedarf an fundierten und praxisnahen Materialien zur finanziellen Allgemeinbildung Jugendlicher.

www.commerzbank.de

STANDORT-SPONSORING

WIR FÜHLEN UNS MIT UNSEREM HAUPTSITZ FRANKFURT UND DER RHEIN-MAIN-REGION SEHR VERBUNDEN. DIES WOLLEN WIR DEN MENSCHEN – DARUNTER VIELE UNSERER MITARBEITER UND IHRE FAMILIEN – ZEIGEN UND DAMIT ZUGLEICH DIE ATTRAKTIVITÄT DES FINANZPLATZES FRANKFURT ERHÖHEN.

Commerzbank-Arena

Seit Mai 2005 heißt das neue Frankfurter Stadion Commerzbank-Arena. Durch den Erwerb der Namensrechte bekennen wir uns langfristig zum Standort Frankfurt. Wir setzen somit ein Zeichen für unsere Verbundenheit mit den Bürgern und Sportfans dieser Stadt sowie für die Zukunftsfähigkeit Frankfurts als größtem kontinentaleuropäischen Finanzplatz.

Familientag in der Commerzbank-Arena

Am 9. September 2007 fand der erste Familientag in der Frankfurter Commerzbank-Arena statt. Eingeladen waren Mitarbeiter, Geschäftsfreunde und Dienstleister der Commerzbank, also alle, die mit ihrer Arbeit die Commerzbank in vielen Bereichen unterstützen – gemeinsam mit ihren Familien. Rund 3 000 Gäste der Filialen Frankfurt, Mainz und Mannheim waren der Einladung des Vorstands gefolgt, die Bank einmal ganz anders zu erleben: Tischkicker, Torwandschießen, „menschliches Tischfußball", Hüpfburg und Training mit aktuellen Fußball-Stars waren einige der zahlreichen Attraktionen an diesem Tag.

Sport-Sponsoring in der Rhein-Main-Region

Der Sport in der Rhein-Main-Region liegt uns sehr am Herzen, wir unterstützen namhafte Mannschaften aus der Region. So sind wir Sponsor von Eintracht Frankfurt, dem in der Commerzbank-Arena beheimateten Fußballverein. Bereits seit fünf Jahren fördern wir damit einen der großen Traditionsvereine im deutschen Fußball.

Seit Mai 2005 sind wir zudem Trikotsponsor der Damenfußballmannschaft des 1. FFC Frankfurt. Mit diesem Engagement würdigt die Commerzbank den erfolgreichen Frauenfußball in der Region. Die Frauen des 1. FFC Frankfurt wurden im Jahr 2007 zum sechsten Mal Deutscher Meister. 2006 holten sie sich zum zweiten Mal den Sieg im UEFA Women's Cup. Mit Birgit Prinz, die bereits dreimal zur Weltfußballerin des Jahres gekürt wurde, hat der FFC eine der besten deutschen Spielerinnen unter Vertrag. „Die Zielgruppe Frauen ist für uns sehr wichtig, da sie im Finanzdienstleistungsbereich als eigenständige Gruppe mit besonderem Bedarfsprofil auftritt und als solche auch angesprochen werden will", so Klaus-Peter Müller, Sprecher des Vorstands der Commerzbank.

Neben dem Fußball hat auch das Eishockey eine lange Tradition in Frankfurt und kann auf eine bald 50-jährige Geschichte zurückblicken. Deshalb freuen wir uns, eine so erfolgreiche Mannschaft wie die Frankfurt Lions, die 2004 erstmals Deutscher Meister wurde, als Sponsor zu unterstützen.

www.ffc-frankfurt.de; www.eintracht.de

www.frankfurt-lions.de

www.commerzbank-arena.de

Kultur-Sponsoring – Ausstellungen in der Plaza der Commerzbank-Zentrale

Unsere Plaza am Fuß des Commerzbank-Hochhauses in Frankfurt steht den Mitarbeitern und der Öffentlichkeit als Restaurant und zentraler Platz für Veranstaltungen und Ausstellungen zur Verfügung.

Viermal im Jahr nutzen wir das außergewöhnliche Ambiente der Plaza für Kunstausstellungen. Hier erhalten verstärkt unbekannte Künstler die Möglichkeit der Präsentation. Die räumlichen und technischen Bedingungen bieten Künstlern, die in ihrem Schaffen dreidimensionale Räume nutzen oder die Helligkeit und Transparenz des Raumes aufgreifen und in eine künstlerische Sprache umsetzen, eine geeignete Plattform. Auch für Künstler, die mit Performance-Darbietungen arbeiten oder größere, interaktive Installationen einsetzen, bietet sich die Plaza als ideale Räumlichkeit an.

Mit diesen Ausstellungen nutzen wir die Möglichkeit, über die Kunst Bestandteile unserer Unternehmensphilosophie wie Innovation, Transparenz und Impulsgebung für die Lebens- und Arbeitsqualität zu transportieren und die Attraktivität des öffentlichen Raumes zu erhöhen.

CAMPUS OF EXCELLENCE

DER CAMPUS OF EXCELLENCE WURDE 2005 VON DER COMMERZBANK INITIIERT. ZUSAMMEN MIT DEM FORUM ZUKUNFT OBERFRANKEN E. V. UND DER VEREINIGUNG DER BAYERISCHEN WIRTSCHAFT KOORDINIEREN WIR DAMIT EINE BISHER EINZIGARTIGE PLATTFORM ZUR VERNETZUNG EXZELLENTER TALENTE.

Die Initiative CAMPUS OF EXCELLENCE fördert die Vernetzung von exzellenten Studierenden, herausragenden Führungskräften und jungen Journalisten mit Hochschulen, Forschung, Verbänden und der Wirtschaft. Mehr als 60 Partner unterstützen mittlerweile die Exzellenzinitiative. Darunter finden sich namhafte Wirtschaftsunternehmen und Hochschulen, viele regional und bundesweit tätige Partner sowie Repräsentanten verschiedener europäischer Staaten. Die Exzellenzinitiative besteht aus einer jährlich stattfindenden *„summer school"* und einer *„praxis academy"*.

Ein einmaliges Konzept

Innovation, Kreativität und Nachhaltigkeit gehören zu den besonderen Merkmalen des CAMPUS OF EXCELLENCE. Das Format unterscheidet sich grundlegend von bereits bestehenden Initiativen:

- **Einbindung der Zukunftsgeneration:** Zukünftige Leistungsträger unserer Gesellschaft setzen sich aktiv mit Brennpunktthemen Deutschlands und Europas auseinander. Im Rahmen der *summer school* erarbeiten die Teilnehmer eigene Lösungsvorschläge und präsentieren sie vor einem fachkundigen Publikum.

- **Unternehmerischer Bezug:** Innerhalb der Leitthemen Arbeit, Wissen und Werte gewährleisten detaillierte Aufgabenstellungen einen klaren unternehmerischen Bezug. Darüber hinaus bietet die *praxis academy* Studierenden die Möglichkeit, Partnerunternehmen kennen zu lernen.

- **Vernetzung:** Der CAMPUS OF EXCELLENCE ermöglicht allen Teilnehmern, ein tragfähiges Netzwerk zu knüpfen. Dies ist vor allem für die Studierenden von Vorteil: Sie können ihr theoretisches Wissen um wertvolle Praxiserfahrungen ergänzen.

- **Personal-Instrument:** Durch die gemeinsame Arbeit mit den Studierenden haben Partnerunternehmen die Möglichkeit, junge Menschen mit hohem Potenzial kennen zu lernen und als Mitarbeiter für ihr Unternehmen zu gewinnen.

www.campus-of-excellence.com

summer school

Die *summer school* fand 2006 unter dem Motto „Die Kunst, Zukunft zu gestalten" statt. 18 junge Führungskräfte, 38 hochqualifizierte Studenten und zehn junge Journalisten suchten eine Woche lang nach Antworten auf die wichtigen Fragen für die Zukunft des Standorts Deutschland. In Foren in Berlin, Brüssel und Frankfurt diskutierten die Teilnehmer mit hochrangigen Vertretern aus Politik und Wirtschaft. Im September 2007 fand die dritte *summer school* in Hof und Frankfurt statt. Aufgrund des großen Erfolgs haben wir die Teilnehmerzahl auf 50 Studierende und je 20 Führungskräfte und Journalisten erhöht. Exkursionen nach Moskau, Warschau und Budapest unterstrichen den diesjährigen Fokus auf europäische Themenfelder und Probleme.

praxis academy

Die *praxis academy* ist auf die Bundesländer Baden-Württemberg, Bayern und Hessen ausgerichtet und schafft somit einen regionalen Bezug. Sie ermöglicht den Studierenden, Partnerunternehmen kennen zu lernen und sich im Rahmen anspruchsvoller Projektarbeit mit Herausforderungen des Berufslebens vertraut zu machen. Die *praxis academy* 2007 stand unter dem Motto „Students Meet Real Business". Im Zeitraum vom 30. Juli bis zum 19. September realisierten 50 ausgewählte Studierende Exzellenzprojekte in den Partnerunternehmen des CAMPUS OF EXCELLENCE.

virtual campus

Die *summer school* und die *praxis academy* werden durch eine virtuelle Plattform und Bibliothek unterstützt, den *virtual campus* im Internet. Er umfasst Diskussionsforen sowie aktuelle Studien, Aufsätze und weitere Unterlagen, die der Vorbereitung für die einzelnen Projekte dienen. Die Materialien spiegeln den aktuellen Stand gesellschaftlicher und wissenschaftlicher Diskurse zu den Leitthemen des CAMPUS OF EXCELLENCE wider.

GLOSSAR

Compliance
Compliance bezeichnet die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien in Unternehmen. Eigens dafür eingerichtete Abteilungen wachen beispielsweise darüber, dass die deutschen und internationalen Gesetze und Richtlinien für den Insiderhandel oder die Geldwäsche eingehalten werden.

Corporate Governance
Corporate Governance legt Richtlinien für eine transparente Leitung und Überwachung von Unternehmen fest. Die Empfehlungen des Corporate Governance Kodex schaffen Transparenz und stärken das Vertrauen in eine verantwortungsvolle Unternehmensführung; sie dienen im Besonderen dem Schutz der Aktionäre.

Corporate Responsibility
Corporate Responsibility, im Deutschen gleichbedeutend mit „unternehmerischer Verantwortung", beschreibt den Grad des Verantwortungsbewusstseins eines Unternehmens, wo immer seine Geschäftstätigkeit Auswirkungen auf die Gesellschaft, die Mitarbeiter, die Umwelt und das wirtschaftliche Umfeld hat. Corporate Responsibility steht dabei für eine Unternehmensphilosophie, in deren Mittelpunkt Transparenz, ethisches Verhalten und Respekt gegenüber den Stakeholdern steht. Der Begriff Corporate Responsibility umschließt die Themenbereiche Nachhaltigkeit, Corporate Governance und gesellschaftliches Engagement.

Corporate Responsibility-Rating
Beurteilungsverfahren zur Bewertung der Corporate Responsibility eines Unternehmens. Corporate Responsibility-Ratings bilden die Grundlage für Nachhaltigkeits-Indizes, in denen Unternehmen anhand sozialer, ökologischer und ökonomischer Kriterien in eine Rangfolge gebracht werden.

CO_2-Emissionen
CO_2-Emissionen entstehen zum Beispiel bei der Verbrennung fossiler Brennstoffe wie Kohle, Erdöl oder Erdgas. Das freigesetzte CO_2 trägt maßgeblich zu dem vom Menschen verursachten Treibhauseffekt bei.

Demografischer Wandel
Demografischer Wandel bezeichnet die durch Geburtenrückgang und steigende Lebenserwartung hervorgerufene Alterung der Bevölkerung eines Landes, die Auswirkungen auf sämtliche Bereiche einer Gesellschaft hat, zum Beispiel auf den Arbeitsmarkt und die Sozialversicherungen.

Diversity
Diversity, oder auch Vielfalt, steht für die Anerkennung und Wertschätzung der Unterschiedlichkeit der Menschen bezogen auf Geschlecht, ethnische Herkunft, Rasse, Sprache, religiöse und kulturelle Werte, Lebensalter, Familienstand, gesellschaftlichen Status, sexuelle Veranlagung oder Behinderung.

Exportfinanzierung
Bei der Exportfinanzierung handelt es sich um eine Finanzierungsform, die Unternehmen beim Export von Investitionsgütern liefergebundene Kredite zur Verfügung stellt. Die finanzielle Absicherung deutscher Exporte gegenüber besonderen Risiken wird durch die Hermes-Exportkreditgarantie gewährleistet.

Facility-Management
Facility-Management bezeichnet die Planung, Verwaltung und Bewirtschaftung von Gebäuden, Anlagen und Einrichtungen (Facilities). Nachhaltiges Facility-Management berücksichtigt insbesondere den sorgsamen Umgang mit Ressourcen wie Wasser und Energie.

Forest Stewardship Council (FSC)
Der FSC ist eine internationale gemeinnützige Organisation mit Sitz in Bonn zur Förderung einer „nachhaltigen Entwicklung" für Wälder und der Berücksichtigung von sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Aspekten bei der Nutzung von Naturgütern. Der FSC wird von Umweltorganisationen (unter anderem WWF, Greenpeace, NABU, Robin Wood), Sozialverbänden (unter anderem IG BAU, IG Metall) sowie zahlreichen Unternehmen unterstützt.

Global Reporting Initiative (GRI)
Die Global Reporting Initiative mit Sitz in Amsterdam ist ein weltweites, freiwilliges Netzwerk, das einen inzwischen international anerkannten Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt hat. Mittlerweile nutzen ihn mehr als 1 000 Organisationen in über 60 Ländern.

Insiderhandel
Insiderhandel bezeichnet die Nutzung von Insiderinformationen bei der Erteilung oder Auslösung einer Wertpapierorder. Ein Insider ist eine Person, die über kursrelevante Informationen über ein Wertpapier oder dessen Emittenten verfügt, bevor diese öffentlich bekannt sind. Insiderhandel stellt in Deutschland nach dem § 14 WpHG eine Straftat dar.

MiFID
MiFID steht für „Richtlinien über Märkte für Finanzinstrumente". Als Richtlinie der Europäischen Union soll sie die Finanzmärkte im europäischen Binnenmarkt harmonisieren. Sie berührt nahezu alle

Bereiche in Banken, von der Produktentwicklung, wie zum Beispiel der Konzeption von Strukturierten Wertpapieren, bis hin zum Umgang der Finanzinstitute mit ihren Kunden. Damit verfolgen die Gesetzgeber zwei Ziele: erhöhter Wettbewerb unter europäischen Finanzdienstleistern und mehr Anlegerschutz.

Nachhaltigkeit
Der Begriff Nachhaltigkeit steht für ein Gesamtkonzept, das eine Entwicklung zum Ziel hat, die ökologisch verträglich, sozial gerecht und wirtschaftlich leistungsfähig ist. Dies bedeutet mit Blick auf heutige und zukünftige Generationen, verantwortungsvoll, sorgfältig und effizient mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen.

Nichtregierungsorganisationen
Nichtregierungsorganisationen sind regierungsunabhängige Organisationen, die auf gemeinnütziger Basis aktiv sind. Beispiele hierfür sind Umweltorganisationen, Gewerkschaften oder Menschenrechtsorganisationen wie WWF, amnesty international oder Urgewald.

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
Die OECD ist eine internationale Organisation, der insgesamt 30 Industrienationen aus Nordamerika und Europa sowie Australien, Japan, Korea und Neuseeland angehören. Die Hauptaufgabe der OECD ist die Vertiefung der wirtschaftlichen Zusammenarbeit sowie die Koordination der Entwicklungszusammenarbeit und der Wirtschaftspolitik der Mitgliedsstaaten. Des Weiteren befasst sich die OECD mit Themen wie Bildung, Arbeit und Umweltschutz.

OECD Common Approaches
Die Common Approaches beinhalten Vorgaben für die Überprüfung von Umwelt- und Sozialaspekten bei der Vergabe von staatlichen Kreditversicherungen für Export- und Projektfinanzierungen. Sie gelten seit Anfang 2004 verbindlich für alle OECD-Mitgliedsstaaten und werden regelmäßig anhand der Erfahrungen in den Mitgliedsstaaten mit den bisher geltenden Regelungen aktualisiert.

Ökostrom
Ökostrom bezeichnet umgangssprachlich elektrische Energie, die aus 100% erneuerbaren Energiequellen wie Wind, Sonne, Wasser oder Biomasse gewonnen wird.

Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC)
PEFC ist eine internationale Initiative zur Gewährleistung und stetigen Verbesserung einer nachhaltigen Waldnutzung und -pflege unter Berücksichtigung ökologischer, sozialer und ökonomischer Standards.

Projektfinanzierung
Bei der Projektfinanzierung handelt es sich um eine Form der Kreditgewährung, bei der die Verzinsung und Rückzahlung der Mittel weitgehend oder auch ausschließlich aus den Erträgen des betreffenden Investitionsprojekts erfolgt. Projektfinanzierungen werden insbesondere zur Erschließung bedeutender Rohstoffvorkommen, zur Finanzierung von Verkehrsinfrastruktur- und Energieversorgungsprojekten oder zum Aufbau von Telekommunikationsnetzen eingesetzt.

Public Private Partnership (PPP)
Als Public Private Partnership (Abkürzung PPP) wird die Mobilisierung privaten Kapitals und Fachwissens zur Erfüllung staatlicher Aufgaben bezeichnet. Im weiteren Sinn steht der Begriff auch für andere Arten des kooperativen Zusammenwirkens von Hoheitsträgern mit privaten Wirtschaftssubjekten.

Reputation
Unter Reputation versteht man die Summe der Wahrnehmungen und Einschätzungen aller Stakeholder hinsichtlich der Leistungen, Produkte, Services und Personen zum Beispiel eines Unternehmens und der sich hieraus ergebenden Achtung vor diesem Unternehmen. Reputation wird daran gemessen, wie gut ein Unternehmen dem Zweck dient, für den es geschaffen wurde, und ob es dabei auch gesellschaftliche Normen und Werte berücksichtigt.

Stakeholder
Stakeholder – auch Anspruchs- bzw. Interessensgruppen genannt – sind all jene, die direkt oder indirekt mit einem Unternehmen in Beziehung stehen: zum Beispiel Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten, Medien, Nichtregierungsorganisationen, Gesellschaft, Kapitalmarkt, Politik und Gesetzgebung, Wissenschaft und Forschung.

UN Global Compact
Der UN Global Compact ist ein freiwilliger Pakt zwischen Unternehmen, Organisationen und der UNO, in dessen Rahmen sich teilnehmende Unternehmen und Organisationen dazu verpflichten, soziale und ökologische Standards in ihrer Geschäftstätigkeit auf- bzw. auszubauen. Dem größten Multistakeholder-Netzwerk im Bereich verantwortungsvollen Wirtschaftens gehören mittlerweile knapp 3 000 Unternehmen aus mehr als 100 Ländern an.

Verhaltenskodex (Code of Conduct)
Ein Verhaltenskodex enthält Regelungen, die Führungsgrundsätze und das gewünschte Verhalten der Mitarbeiter festlegen. Grundlage für den Verhaltenskodex sind Werte, Gesetze und Richtlinien, zu denen sich das Unternehmen bekennt und die in die Alltagsarbeit einfließen. Dadurch definiert der Kodex einen unternehmensweit gültigen Verhaltensstandard.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE UND UN GLOBAL COMPACT

TRANSPARENZ UND GLAUBWÜRDIGKEIT SIND UNS WICHTIG. DAHER ORIENTIEREN WIR UNS AUCH BEI UNSEREM ZWEITEN BERICHT ZUR UNTERNEHMERISCHEN VERANTWORTUNG AN DEN LEITLINIEN DER GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). UNSERE TABELLE ENTHÄLT REFERENZEN ZU DEN VON DER GRI GEFORDERTEN INFORMATIONEN SOWIE DEN THEMEN, DIE IN VERBINDUNG MIT DEN PRINZIPIEN DES UN GLOBAL COMPACT STEHEN.

Die GRI hat einen international anerkannten Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung entwickelt. Mittlerweile nutzen ihn mehr als 1 000 Organisationen in über 60 Ländern.

Derzeit arbeitet die GRI an einem Branchenzusatz für den Finanzsektor. Eine bereits existierende Pilotversion wird gegenwärtig überarbeitet. Die dort aufgeführten Aspekte verantwortungsvollen Wirtschaftens decken wir größtenteils in unserem Bericht ab.

www.globalreporting.org

Die GRI-Leitlinien ermöglichen es darüber hinaus, den jährlich im Rahmen einer Mitgliedschaft im UN Global Compact geforderten Fortschrittsbericht zu erstellen. Auf diese Weise informieren wir über die Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact: GRI-Indikatoren, die sich mit den Prinzipien des UN Global Compact überschneiden, haben wir gekennzeichnet.

www.unglobalcompact.org

Die in folgender Tabelle aufgeführten Formulierungen stellen die Kurzfassung der Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) dar. Die ausführliche Version kann unter www.globalreporting.org nachgelesen werden. Die Angaben dieser Tabelle verweisen auf die Quellen, in denen weitergehende Informationen zu den angesprochenen Themen gefunden werden können.

Organisations- und Berichtsprofil

1.	**Strategie und Analyse**	UN GC	Verweis
1.1	Erklärung des Vorstandsvorsitzenden zur Relevanz von nachhaltigem Handeln	x	6
1.2	Wichtigste Auswirkungen nachhaltigen Handelns, Risiken und Chancen	x	20-21, 31, 36-37, 48-49, 66-67

2.	**Organisationsprofil**	UN GC	Verweis
2.1	Name		3
2.2	Produkte und Dienstleistungen		3, GB, www
2.3	Struktur		GB, www
2.4	Hauptsitz		3
2.5	Länder der Geschäftstätigkeit		3, GB, www
2.6	Eigentumsstruktur und rechtliche Form		3, GB, www
2.7	Bediente Märkte		3, GB, www
2.8	Größe der Organisation		3, GB, www
2.9	Wesentliche Änderungen hinsichtlich Größe, Struktur und Eigentumsverhältnissen		52, GB, www
2.10	Auszeichnungen		24, 26, 45, 55, 60, 61

3.	**Berichtsparameter**	UN GC	Verweis
3.1	Berichtszeitraum		4
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts		4
3.3	Berichtszyklus		4
3.4	Ansprechpartner		81
3.5	Vorgehensweise bei Bestimmung der Berichtsinhalte		4
3.6	Geltungsbereich		4
3.7	Spezifische Beschränkungen des Geltungsbereichs		41, 43
3.8	In Berichterstattung einbezogene Organisationseinheiten		4
3.9	Methoden der Datenerhebung und Berechnungsgrundlagen		k. A.
3.10	Revidierte Aussagen		n. r.
3.11	Veränderte Berichtsparameter im Vergleich zu Vorjahren		42
3.12	GRI-Index		78-80
3.13	Externe Verifizierung des Berichts		k. A.

4.	Corporate Governance, Verpflichtungen und Engagement	UN GC	Verweis
4.1	Führungsstruktur	x	GB
4.2	Unabhängigkeit der Aufsichtsratsvorsitzenden	x	GB
4.3	Anzahl der unabhängigen Mitglieder im Aufsichtsrat	x	GB
4.4	Mitspracherecht der Mitarbeiter und Anteilseigner	x	57, GB
4.5	Zusammenhang zwischen Vergütung der Mitglieder des Vorstands und Leistung der Organisation im Bereich Nachhaltigkeit	x	k. A.
4.6	Vermeidung von Interessenkonflikten	x	GB
4.7	Expertise der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans im Bereich Wirtschaft, Umwelt und Soziales	x	k. A.
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien im Bereich Nachhaltigkeit	x	8, 10, 11, 33
4.9	Kontrolle der Nachhaltigkeitsleistung durch den Aufsichtsrat	x	k. A.
4.10	Bewertung der Leistung des höchsten Leitungsorgans im Bereich Nachhaltigkeit	x	k. A.
4.11	Ansätze für präventives Handeln	x	29, 31, GB
4.12	Unterstützung externer ökonomischer, ökologischer und gesellschaftlicher Aktivitäten	x	10, 12, 45, 68-75
4.13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensvertretungen	x	12
4.14	Stakeholder des Unternehmens	x	13
4.15	Identifikation der für das Unternehmen relevanten Stakeholder	x	13
4.16	Ansätze für den Stakeholderdialog	x	13
4.17	Themen der Stakeholder	x	13, 2005

Leistungsindikatoren

	Ökonomische Leistungsindikatoren	UN GC	Verweis
Managementansatz		x	3, 18-33, GB
EC 1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		GB
EC 2	Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	x	k. A.
EC 3	Betriebliche Zusatzleistungen		63
EC 4	Finanzielle Unterstützung durch öffentliche Hand		k. A.
EC 5	Verhältnis Einstiegsgehalt zu lokalem Mindestlohn	x	k. A.
EC 6	Ausgaben für lokale Lieferanten		k. A.
EC 7	Einstellung lokaler Arbeitnehmer	x	k. A.
EC 8	Öffentliches Interesse verfolgende Infrastrukturinvestitionen		28, 30
EC 9	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen		20-33

	Ökologische Leistungsindikatoren	UN GC	Verweis
Managementansatz		x	38
EN 1	Eingesetzte Materialen nach Gewicht und Volumen	x	43
EN 2	Anteil Recyclingmaterial	x	43
EN 3	Direkter Energieverbrauch	x	41, 44
EN 4	Indirekter Energieverbrauch	x	41, 44
EN 5	Energieeinsparungen	x	41, 44
EN 6	Energieeffiziente Produkte und Dienstleistungen	x	n. r.
EN 7	Reduktion des indirekten Energieverbrauchs	x	40, 44
EN 8	Wasserverbrauch	x	42
EN 9	Wasserquellen	x	k. A.
EN 10	Weiterverwendung von Brauchwasser	x	42, 44
EN 11	Geschäftstätigkeit in Schutzgebieten oder Gegenden mit hoher Biodiversität	x	n. r.
EN 12	Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Schutzgebiete oder Gegenden mit hoher Biodiversität	x	n. r.
EN 13	Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	x	n. r.
EN 14	Laufende Maßnahmen und Ausblick für Biodiversitätsmanagement	x	n. r.
EN 15	Gefährdete Arten an Orten der Geschäftstätigkeit	x	n. r.
EN 16	Direkte und indirekte Treibhausgas-Emissionen	x	40-41
EN 17	Andere relevante Treibhausgas-Emissionen	x	n. r.
EN 18	Reduktion von Treibhausgasen	x	40-41
EN 19	Emissionen ozonabbauender Stoffe	x	n. r.

Legende:

hellgrau	Hellgrau gekennzeichnete Indikatoren sind keine Kernindikatoren der GRI und sind optional (so genannte Zusatzindikatoren).
24, 38	Die Seitenzahlen verweisen auf Informationen innerhalb des vorliegenden Berichts zur unternehmerischen Verantwortung 2007.
GB	Weiterführende Informationen finden Sie im aktuellen Commerzbank-Geschäftsbericht.
www	Weiterführende Informationen finden Sie im Internet unter www.commerzbank.de.
n. r.	Dieser Indikator ist für die Commerzbank nicht relevant.
k. A.	Diesen Indikator haben wir im vorliegenden Bericht nicht behandelt.
2005	Weiterführende Informationen finden Sie im letzten Bericht zur unternehmerischen Verantwortung aus dem Jahr 2005.
UN GC	Diese Spalte gibt die Überschneidungen der Leitlinien der Global Reporting Initiative mit den Prinzipien des UN Global Compact an.

		UN GC	Verweis
EN 20	NOx, SOx und andere wesentliche Emissionen	x	n. r.
EN 21	Abwassermenge	x	k. A.
EN 22	Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	x	42, 44
EN 23	Wesentliche Freisetzungen von Schadstoffen	x	n. r.
EN 24	Transportierter, importierter, exportierter und behandelter Abfall	x	n. r.
EN 25	Durch Abwassereinleitungen oder Oberflächenabfluss belastete Gebiete	x	n. r.
EN 26	Umweltorientierte Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen	x	27-28
EN 27	Rücknahme von Verpackungsmaterialien zwecks Wiederverwertung und Recycling	x	n. r.
EN 28	Geldbußen und nicht-monetäre Strafen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften	x	k. A.
EN 29	Umweltauswirkungen durch Transportaktivitäten	x	40
EN 30	Gesamtausgaben für Umweltschutz	x	k. A.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken & menschenwürdige Beschäftigung		UN GC	Verweis
Managementansatz		x	48-63
LA 1	Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsverhältnis und Region		60
LA 2	Mitarbeiterfluktuation	x	53
LA 3	Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte		63
LA 4	Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen	x	k. A.
LA 5	Mitteilungsfristen bei betrieblichen Änderungen	x	k. A.
LA 6	Mitarbeiter in Arbeitsschutz-Ausschüssen	x	k. A.
LA 7	Verletzungen, Berufskrankheiten, Fehlzeiten	x	59
LA 8	Gesundheitsvorsorge und -beratung	x	58-59
LA 9	Arbeitssicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	x	k. A.
LA 10	Aus- und Weiterbildung		54-57
LA 11	Wissensmanagement und lebenslanges Lernen		56-57
LA 12	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung		56-57
LA 13	Diversität der Mitarbeiter und leitender Organe	x	60-62
LA 14	Verhältnis des Gehalts von Männern und Frauen	x	60

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte		UN GC	Verweis
Managementansatz		x	10
HR 1	Menschenrechtsaspekte bei Investitionsvereinbarungen	x	29
HR 2	Überprüfung der Lieferanten auf Einhaltung von Menschenrechten	x	k. A.
HR 3	Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechten	x	n. r.
HR 4	Anzahl der Diskriminierungsvorfälle in der Organisation und ergriffene Maßnahmen	x	k. A.
HR 5	Versammlungs- und Kollektivverhandlungsfreiheit	x	10, 57
HR 6	Kinderarbeit	x	10, 30
HR 7	Zwangsarbeit	x	10, 30
HR 8	Schulung des Sicherheitspersonals zu Menschenrechtsaspekten	x	k. A.
HR 9	Verletzung der Rechte der indigenen Bevölkerung	x	k. A.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft		UN GC	Verweis
Managementansatz		x	11, 66-67
SO 1	Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf die Gesellschaft		20-21
SO 2	Analyse von Korruptionsrisiken	x	32-33, GB
SO 3	Schulungen bezüglich Anti-Korruption	x	32-33
SO 4	Anti-Korruptionsmaßnahmen	x	29-30, 32-33
SO 5	Politische Meinungsbildung und Lobbying	x	13
SO 6	Zuwendungen an Politiker	x	k. A.
SO 7	Wettbewerbswidriges Verhalten		k. A.
SO 8	Geldbußen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften		k. A.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung		UN GC	Verweis
Managementansatz		x	20-21
PR 1	Produktsicherheit	x	n. r.
PR 2	Verstöße gegen Vorschriften bezüglich Produktsicherheit	x	n. r.
PR 3	Produkt- und Servicekennzeichnung	x	n. r.
PR 4	Verstöße gegen Vorschriften bzgl. Produkt- und Servicekennzeichnungen	x	n. r.
PR 5	Kundenzufriedenheit		24-26
PR 6	Marketingkommunikation		k. A.
PR 7	Verstöße gegen gesetzliche Vorschriften bezüglich Marketingkommunikation		k. A.
PR 8	Berechtigte Datenschutzbeschwerden	x	k. A.
PR 9	Geldbußen aufgrund des Verstoßes gegen Rechtsvorschriften		k. A.

Herausgeber:
Commerzbank AG
Kaiserplatz
Frankfurt am Main
Postanschrift: 60261 Frankfurt
Telefon: (069) 136-20
www.commerzbank.de

Verantwortlich:
Zentraler Stab Konzernkommunikation

Projektleitung und Ansprechpartner:
Uwe R. Prim
Volker Moege
Cornelia Metzger
Telefon: (069) 136-2 36 18
Telefax: (069) 136-2 20 08
nachhaltigkeit@commerzbank.com

Konzeption / Redaktion:
Schlange & Co. GmbH, Hamburg

Gestaltung:
domindesign, Hamburg

Bildnachweis:
Enercon GmbH (Titel);
Solar Millennium AG (S. 19);
Frankfurt School of Finance & Management (S. 68);
Aktionsgruppe Kinder in Not e.V. (S. 69);
Hochschule für Musik FRANZ LISZT Weimar,
Fotograf Guido Werner (S. 69);
Werner Bartsch (S. 6, 7);
Daniel Butowski (S. 35, 47, 65);
Markus Goetzke (S. 38, 61)

Papier:
Ikono matt

Druck:
Zarbock GmbH & Co. KG,
Frankfurt am Main

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichten wir auf geschlechtsspezifische Doppelnennungen.

Mix
Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften
www.fsc.org Zert.-Nr. SCS-COC-00929
© 1996 Forest Stewardship Council

klimaneutral
Der vorliegende Bericht wurde klimaneutral gestellt. Die durch Herstellung und Verteilung dieser Publikation verursachten Treibhausgasemissionen in Höhe von 21 t CO_2-Äquivalenten wurden durch zusätzliche hochwertige Klimaschutzmaßnahmen in Brasilien, das Wasserenergie Kleinprojekt Rio Grande do Sul, kompensiert.