

Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2009



Über diesen Bericht

Der vorliegende Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2009 soll darlegen, wie die Commerzbank das Prinzip der unternehmerischen Verantwortung versteht und wie sie dieses Verständnis in ihren Geschäftsprozessen, ihrem Geschäftsmodell, gegenüber ihren Mitarbeitern sowie im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements umsetzt. Der Bericht richtet sich an alle Stakeholder der Commerzbank (s. dazu im Bericht S. 59). Er bezieht sich auf die Commerzbank AG im Inland und umfasst alle Aktivitäten der Jahre 2007 und 2008. Darüber hinaus wurden relevante Ereignisse noch bis zum Redaktionsschluss am 30. Juni 2009 aufgenommen. Auch die Kennzahlen bilden, mit einigen entsprechend ausgewiesenen Ausnahmen, grundsätzlich den Zeitraum der Jahre 2007 und 2008 ab. Ausgewählte Konzerngesellschaften wie die BRE Bank, die comdirect bank und die Eurohypo werden exemplarisch vorgestellt. In den kommenden Jahren soll die Berichterstattung schrittweise intensiviert werden.

Transparente und vergleichbare Berichterstattung

Um eine bessere Vergleichbarkeit und damit höhere Transparenz zu erreichen, wurde auch der dritte Bericht nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) G3 erstellt. Als erster Bericht zur unternehmerischen Verantwortung der Commerzbank wurde er von der GRI überprüft und erfüllt die Anforderungen der höchsten Kategorie „Application Level A“. Gleichzeitig entsprechen die dargestellten Indikatoren den Anforderungen eines Fortschrittsberichts („Communication on Progress“) über den Stand der Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact. In der tabellarischen Übersicht der behandelten GRI-Indikatoren sind die UNGC-Indikatoren integriert (s. dazu im Bericht S. 91).



Qualitative und quantitative Berichtsinhalte: Auswahl und Aufbereitung

Bei der Auswahl der Inhalte ist die Commerzbank dem Grundsatz der Wesentlichkeit gefolgt und berichtet insbesondere über Themen, die für die Beurteilung ihrer Nachhaltigkeitsleistung von Bedeutung sind. Die Kennzahlen im Bericht sind – sofern nicht anders angegeben – für die Commerzbank AG in Deutschland dargestellt. Sie werden dezentral in den einzelnen Fachabteilungen erhoben beziehungsweise die Umweltkennzahlen durch das Umweltmanagement-System erfasst und von der Abteilung Reputations- und Nachhaltigkeits-Management zusammengefasst.

Formale Aspekte

Im Interesse der Lesefreundlichkeit verzichten wir im Text auf geschlechtsbezogene Doppelungen. Auch auf die Benennung der Rechtsformen der Konzernunternehmen beziehungsweise gemeinnützigen Einrichtungen wurde zugunsten der Lesefreundlichkeit verzichtet. Fremdwährungen sind zum Stichtag 31. Dezember des jeweiligen Jahres in Euro umgerechnet. Der Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2009 liegt in deutscher und englischer Sprache vor und steht auch im Internet unter www.commerzbank.de zum Download bereit. Er wird im zweijährigen Turnus veröffentlicht, der nächste Bericht erscheint 2011.

Inhalt

2-4	Editorial
5-7	Die neue Commerzbank
8-19	Markt & Kunden
9	Interview mit Dr. Achim Kassow
11	Konzentration auf die Kundenbedürfnisse
12	Kundenbeirat
14	Commerzbank im Dialog
16	Verlässlicher Partner des Mittelstands
20-31	Ökologie
21	Interview mit Prof. Dr. Hans Joachim Schellnhuber
23	Unsere Klimastrategie
25	Integrierte Finanz- und Klimaberatung der klima:coach
26	Finanzierung Erneuerbarer Energien
29	Emissionshandel
30	„Green Building“ Commerzbank-Zentrale
32-39	Mitarbeiter
33	Interview mit Ulrich Sieber
35	Diversity – Vielfältig wie das Leben selbst
37	Karriere für Querdenker: Aus- und Weiterbildung
39	Volunteering
40-48	Gesellschaft
41	Interview mit Klaus-Peter Müller
43	Von der Stiftungsprofessur bis zum Kammermusikpreis
44	CAMPUS OF EXCELLENCE
46	Erlebnisse verbinden
49-51	Unternehmerische Verantwortung bei wesentlichen Konzerngesellschaften
53-87	Nachhaltigkeitsleistung der Commerzbank
54	Governance
61	Ökonomie
67	Ökologie
76	Mitarbeiter
84	Gesellschaft
88-90	CR-Programm der Commerzbank
91-93	GRI-Index
94-95	Glossar



Editorial



MARTIN BLESSING Vorsitzender des Vorstands

Sehr geehrte Damen und Herren,

unternehmerische Verantwortung ist bei der Commerzbank seit vielen Jahren – und nicht erst seit der Finanzmarktkrise – eine Richtschnur für unser tägliches Handeln. Regelmäßig überprüfen wir die Fortschritte in diesem Bereich und gleichen sie mit unseren eigenen Ansprüchen und denen unserer Stakeholder ab. Die Ergebnisse dokumentieren wir seit 2005 alle zwei Jahre im „Bericht zur unternehmerischen Verantwortung der Commerzbank“. Ich freue mich, Ihnen hiermit die nunmehr dritte Ausgabe vorstellen zu können.

Wir – und das gilt für die gesamte Führungsmannschaft der neuen, durch die Übernahme der Dresdner Bank gewachsenen Commerzbank – sind uns der großen Verantwortung bewusst, die wir als Teil und Partner der Wirtschaft sowie als Mitglied der Gesellschaft tragen. Dabei geht es nicht nur darum, die größte Bankenzusammenführung der deutschen Geschichte für unsere Kunden, unsere Anteilseigner und insbesondere auch für unsere Mitarbeiter zum Erfolg zu führen. Es gilt vor allem, dem großen Vertrauensvorschuss, den unsere Kunden uns auch in der Krise einräumen, durch eine faire, an ihrem tatsächlichen Bedarf orientierte Beratung sowie durch transparente Produkte weiterhin gerecht zu werden. Auch die Kreditversorgung mittelständischer Unternehmen, und damit des größten Teils der

Volkswirtschaft, hat für uns als führende deutsche Mittelstandsbank herausragende Bedeutung. Nicht zuletzt sehen wir uns als Vorreiter bei der Finanzierung Erneuerbarer Energien in der Verantwortung, unser Engagement für den Klimaschutz zu intensivieren: Wir üben mit unserer Finanzierungstätigkeit bereits heute eine wichtige „Hebelfunktion“ für Investitionen in nachhaltige Projekte und klimaschonende Technologien aus. Diese Einflussmöglichkeit wollen wir im Rahmen unserer Klimastrategie in Zukunft weiter ausbauen.

Für mich als Vorstandsvorsitzender der Commerzbank ist – wie auch für meine Vorgänger – verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln bei Unternehmensentscheidungen selbstverständlich. Dabei ist es nicht immer leicht, Antworten zu finden, die die Interessen aller betroffenen Stakeholder angemessen berücksichtigen und gleichzeitig unsere Zukunftsfähigkeit als Bank sicherstellen. So ist mir und meinen Vorstandskollegen der mit der Integration der Dresdner Bank verbundene Stellenabbau nicht leichtgefallen. Allerdings wird die notwendige Reduzierung von Arbeitsplätzen so sozialverträglich wie möglich gestaltet. So verzichten wir im Rahmen des mit den Arbeitnehmervertretern vereinbarten Interessenausgleichs bis 2011 auf betriebsbedingte Kündigungen.

» Unternehmerische Verantwortung ist eine Führungsaufgabe. Sie muss immer wieder angestoßen und vorgelebt werden. «

Auch das gesellschaftliche Engagement der Commerzbank ist – über das Kerngeschäft hinaus – Teil unseres Verständnisses von unternehmerischer Verantwortung. Denn dieses Engagement gewinnt, vor allem im Zuge der Globalisierung, für den Erfolg vieler nachhaltiger Initiativen an Bedeutung: Darum beschlossen wir zum Beispiel im September 2009, uns mit 750 Mio US Dollar am Global Trade Liquidity Program der Weltbank zu beteiligen. Die Initiative soll die Handelsfinanzierung in Entwicklungsländern unterstützen und wird insbesondere afrikanischen Ländern südlich der Sahara zugutekommen.

Lassen Sie mich Ihnen weitere konkrete Beispiele unseres gesellschaftlichen Engagements kurz vorstellen:

Mit unserer Exzellenz-Initiative, dem CAMPUS OF EXCELLENCE, wollen wir Talente fördern und junge Menschen in Deutschland ermutigen, ihre Visionen und Zukunftsfragen mit verschiedenen gesellschaftspolitischen Akteuren zu erörtern. Persönlich engagiere ich mich seit 2005 dort als Sprecher des Kuratoriums.

Mit der Zusammenführung der Stiftungen von Dresdner Bank und Commerzbank mit einem Gesamtdotationskapital von rund 100 Mio Euro unter einem gemeinsamen Dach werden wir unser gesellschaftliches Engagement weiter ausbauen. In Zukunft wollen wir die Stiftungsaktivitäten noch stärker auf den Bereich Bildung fokussieren.

Zu unserer unternehmerischen Verantwortung zählen wir auch den offenen Dialog, wie etwa bei unserer im März 2009 gestarteten Veranstaltungsreihe „Commerzbank im Dialog“. Dabei stellten wir uns in vielen Regionen Deutschlands den kritischen Fragen unserer Kunden. Gemeinsam mit namhaften Experten informierten wir zu Finanzmarktfragen und diskutierten über aktuelle Finanzthemen sowie den richtigen Umgang mit Bankprodukten.

Unternehmerische Verantwortung ist eine Führungsaufgabe. Sie muss immer wieder angestoßen und vorgelebt werden. Nicht zuletzt deshalb will ich an dieser Stelle ausdrücklich das Bekenntnis der Commerzbank zu den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen bekräftigen. Der vorliegende Bericht versteht sich daher wie seine Vorgänger als UN-Global-Compact-Fortschrittsbericht. Die Einzelheiten über den Stand unserer Bestrebungen zur Umsetzung der Prinzipien des UN Global Compact können Sie der Tabelle auf S. 91 entnehmen.

Beim Lesen dieses Berichts werden Sie vielleicht überrascht sein, in wie vielen Bereichen wir bereits heute an der nachhaltigen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft mitwirken. Die Commerzbank setzte 2008 mehr als 38 Mio Euro für Spenden, CSR-Sponsoring und andere gesellschaftliche Aktivitäten ein. Dies ist, wie ich meine, nachhaltig investiertes Geld.

Für die Zukunft haben wir uns noch mehr vorgenommen. Es würde mich freuen, wenn Sie uns auf diesem Weg begleiten.

Zunächst wünsche ich Ihnen jedoch eine anregende Lektüre.



Martin Blessing
Vorsitzender des Vorstands

Die neue Commerzbank

Mit der Übernahme der Dresdner Bank im Januar 2009 wurde die Commerzbank zur führenden deutschen Privat- und Firmenkundenbank. Sie ist das zweitgrößte Kreditinstitut Deutschlands und mit insgesamt knapp 15 Millionen Kunden eine der bedeutendsten Banken Europas.

Integrierte Großbank

Die Commerzbank versteht sich traditionell als kompetenter Dienstleister für Privat- und Geschäftskunden sowie für den Mittelstand, betreut aber zugleich zahlreiche große und multinationale Firmenkunden. Die „neue“ Commerzbank will die „beste Bank“ für alle ihre Kernkundengruppen sein – insbesondere für den deutschen Mittelstand, bei dem sie diese Position in den vergangenen Jahren wiederholt erreicht hat (s. dazu im Bericht S. 16). Um dieses Ziel zu verwirklichen, wird die begonnene Integration der Dresdner Bank weiterhin konsequent umgesetzt und die Bank wird sich dabei noch intensiver auf die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden konzentrieren.

Verantwortung für Deutschland mit konsequenter Kundenorientierung

Mit ihrem klaren Bekenntnis zum deutschen Markt ist die neue Commerzbank sowohl für den exportorientierten Mittelstand als auch die großen Firmenkunden ein noch attraktiverer Partner. Aber auch für den Wirtschafts- und Finanzstandort Deutschland hat die Übernahme der Dresdner Bank große Bedeutung.

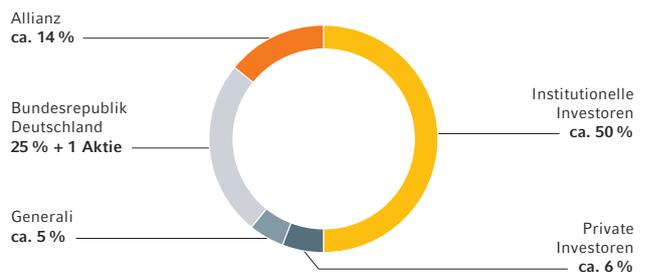
Mit rund 1 200 Filialen verfügt die neue Commerzbank künftig über das dichteste Filialnetz aller deutschen Banken. Ihre Kunden profitieren zudem von einem noch breiteren und attraktiveren Produkt- und Beratungsangebot, denn die neue Commerzbank richtet Produkte und Dienstleistungen noch stärker am Bedarf des Kunden aus. Jede Beratung stellt dabei die persönliche Finanzsituation und die Anlageziele des Kunden in den Mittelpunkt.

Die Aktionärsstruktur der neuen Commerzbank

Etwa 50 % der Aktien der Commerzbank werden von institutionellen Investoren gehalten. Die Bundesrepublik Deutschland verfügt über eine Minderheitsbeteiligung (25 % plus eine Aktie), die im Rahmen der mit dem Sonderfonds Finanzmarktstabilisierung (SoFFin) getroffenen Vereinbarungen verabredet wurde. Hinzu kommen weitere große Einzelaktionäre.

Aktionärsstruktur

Stand: 30. Juni 2009



Auslöser und Verlauf der Finanzmarktkrise

Unmittelbar nach der Entscheidung für die Übernahme der Dresdner Bank verschärfte sich im Herbst 2008 die Subprime-Krise auf dem US-Hypothekenmarkt zur globalen Finanzmarktkrise. Die Subprime-Krise, vor allem ausgelöst durch intransparente Verbriefung amerikanischer Hypothekenkredite niedriger Bonität, die weltweite Verteilung der zugrunde liegenden Risiken und eine Phase anhaltend niedriger Zinsen, schien im März 2008 durch Stützungen

Ausgewählte Kennzahlen des Commerzbank-Konzerns

	1.1.–30.6.2009	1.1.–30.6.2008
Operatives Ergebnis (in Mio €)	-792	919
Aufwandsquote im operativen Geschäft (in %)	80,6	64,1
Eigenkapitalrendite auf den Konzernüberschuss ^{1, 2, 3} (in %)	-13,2	16,4

	30.6.2009	30.6.2008
Bilanzsumme (in Mrd €)	911,8	625,2
Börsenkapitalisierung (in Mrd €)	5,2	12,4
Mitarbeiterzahl	66 464	41 622

¹ Soweit den Commerzbank-Aktionären zurechenbar.

² Auf das Jahr hochgerechnet.

³ Die Eigenkapitalbasis bildet das den Commerzbank-Aktionären zurechenbare durchschnittliche Konzernkapital ohne Berücksichtigung der durchschnittlichen Neubewertungsrücklage und der Rücklage aus Cash Flow Hedges sowie abzüglich des laufenden Konzernüberschusses.

der US-Notenbank ausgestanden. Wenige Wochen nach der Übernahme der Dresdner Bank weitete sich die Krise dann jedoch im Nachgang der Insolvenz der Lehman Bank zu einer Krise auf den internationalen Finanzmärkten aus. Banken verloren über Nacht wichtige Refinanzierungsquellen, gleichzeitig erhöhten sich die Eigenkapitalanforderungen weltweit schlagartig. Durch international koordinierte Maßnahmenpakete zahlreicher Regierungen konnte die Lage stabilisiert werden. Der folgende schwere Einbruch der Weltkonjunktur, der auch schon in den Ursachen der Finanzmarktkrise angelegt war, war jedoch nicht mehr aufzuhalten.

Lernprozess in Gang gesetzt

Die Fehler der Finanzmarktkrise haben auch in der Commerzbank einen Lernprozess ausgelöst. Auch hier werden die nötigen Lehren gezogen. So erhöhte die Bank etwa die Vorgaben an Verhaltensregeln und stärkte die internen Kontrollprozesse zusätzlich. Diese Entscheidungen tragen dazu bei, verlorengegangenes Vertrauen zurückzugewinnen. Außerdem wurden Maßnahmen zur weiteren Verbesserung der Beratungsqualität getroffen und die Transparenz der Produkte noch erhöht. Die Commerzbank will einen aktiven Beitrag zur Weiterentwicklung der international verbindlichen Normen und zur Vermeidung künftiger Krisen leisten. Sie sucht deshalb den Dialog mit anderen Finanzinstituten und den Regulierungs- und Aufsichtsbehörden.

Staatliche Stabilisierungspakete

Die Commerzbank hat sich in einem turbulenten Umfeld wetterfest gemacht, um ihrer Verantwortung für die Kreditversorgung der deutschen Wirtschaft gerecht zu werden und ein verlässlicher Partner ihrer Kunden zu sein. Damit das neue Institut angesichts der verschärften Finanzkrise die erheblich gestiegenen Anforderungen an die Kapitalausstattung von Banken erfüllt, vereinbarte die Bank mit dem SoFFin stille Einlagen im Umfang von insgesamt 16,4 Mrd Euro. Außerdem beteiligte sich der SoFFin am Grundkapital der Bank.

Zügige Integration der Dresdner Bank

Ungeachtet der Finanzmarktkrise setzt die Commerzbank die Integration der Dresdner Bank um. Seit dem 12. Januar 2009 ist die Commerzbank alleinige Aktionärin der Dresdner Bank und nach der Verschmelzung der beiden Banken geht die Integration weiter mit großen Schritten voran.

Sozialverträgliche Restrukturierung

Seit Ende Januar 2009 steht die neue Commerzbank unter einer einheitlichen Führung. Schon im April einigte sich die Bank mit den Arbeitnehmervertretern über die Integration der Zentralen von Commerzbank, Dresdner Bank und Dresdner Kleinwort am Standort Frankfurt. Im Zuge der Integration sollen insgesamt 9 000 Vollzeitstellen möglichst sozialverträglich abgebaut werden. In Verhandlungen mit den Arbeitnehmergremien wurde vereinbart, den zunächst bis Ende 2011 befristeten Ausschluss betriebsbedingter Beendigungskündigungen – unter bestimmten Voraussetzungen – bis Ende 2013 zu verlängern (s. dazu im Bericht S. 83). Im vierten Quartal 2009 wurde schließlich begonnen, unternehmensweit die Organisationsstruktur aller Einheiten der neuen Commerzbank zusammenzuführen.

Bis Ende 2010 soll die Integration auf operativer Ebene abgeschlossen sein. Die Zahl der Filialen soll im Zuge der Zusammenführung von 1 540 auf circa 1 200 zurückgeführt werden. Damit verfügt die neue Commerzbank über das dichteste Filialnetz aller privaten Banken in Deutschland. Alle Managementsysteme werden vereinheitlicht. Wichtige Meilensteine sind die Zusammenführung der IT-Systeme als Voraussetzung für die technische Integration beider Häuser sowie die rasche Umsetzung der sich für die Kunden ergebenden Vorteile.



Übernahme trotz hoher Belastungen von Vorteil

Allein für 2009 erwartet die Commerzbank Aufwendungen für die Integration von rund 2 Mrd Euro. Dennoch überwiegen die strategischen Vorteile der Übernahme deutlich: Mit dem dichtesten Filialnetz in Deutschland und zusammen knapp 15 Millionen Kunden sowie dank der herausragenden Produkt- und Beratungskompetenz der Mitarbeiter beider Häuser hat die neue Commerzbank beste Voraussetzungen, um die erreichte starke Marktposition weiter auszubauen.

Die Strategie der neuen Commerzbank

Die Finanzmarktkrise hat gezeigt, dass der Finanzmarkt bessere Regeln braucht, um Vertrauen nachhaltig zurückzugewinnen. Das allein reicht aber nicht aus. Es kommt genauso darauf an, dass die Banken ihre Geschäftsmodelle unter anderem auf Nachhaltigkeit prüfen. Die Position der neuen Commerzbank ist eindeutig: Sie verfolgt auf ihrem Weg zur führenden Universal- und Kundenbank in Deutschland eine alle Segmente übergreifende, nachhaltig ausgerichtete Strategie.

Drei-Punkte-Programm „Roadmap 2012“

Im Mai 2009 verabschiedete die Commerzbank ihr strategisches Drei-Punkte-Programm, die Roadmap 2012. Mit Hilfe der Eckpfeiler „Fokussierung“, „Optimierung“ und „Reduzierung“ will sie mehr Transparenz, Kundenorientierung und noch nachhaltigere Geschäftsprozesse erreichen. Zentrales Ziel der Roadmap 2012 ist es, die neue Commerzbank spätestens 2011 wieder in die Gewinnzone zu führen und bis 2012 die volle Profitabilität herzustellen.

Der Kunde im Fokus

Ein wesentliches Merkmal der strategischen Fokussierung der Commerzbank auf ihre Kernaktivitäten ist der offene, transparente und vor allem faire Umgang mit ihren Kunden.

Die Commerzbank sieht in einer aktiven Stellungnahme zu kritischen Fragen und in einer nachhaltigen Verbesserung der Beratung ihre Chance, die Vertrauensbasis gegenüber dem Kunden zu stärken. Das entspricht auch ihrer Positionierung als Kundenbank, mit der sie sich von anderen Wettbewerbern differenziert.

Mit ihrer gewachsenen Kunden- und Filialzahl verfügt die neue Commerzbank über optimale Voraussetzungen, um künftig flächendeckend einen nachhaltigen Beitrag zu höheren Leistungsstandards zu realisieren und vertrauensvolle Kundenbeziehungen aufzubauen und zu erhalten.

Nachhaltigkeit sichert Zukunft

Die Kernsegmente der Commerzbank sind unverändert profitabel. Erste Kostensynergien aus der Übernahme der Dresdner Bank werden bereits gehoben. Beides bietet eine solide Basis, um aus der Finanzmarktkrise nachhaltig gestärkt hervorzugehen.

Mit der fortschreitenden Integration der Dresdner Bank werden die Vorteile der nachhaltig verstärkten Marktposition der neuen Commerzbank immer sichtbarer. So entstehen noch stärkere operative Einheiten für nachhaltige Technologien und Lösungen. Diese sollen bei der Finanzierung Erneuerbarer Energien oder der Gestaltung des CO₂-Emissionsrechtehandels in Zukunft eine international bedeutendere Rolle spielen. Die mit Klimaschutz und Klimaanpassung verbundenen Veränderungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen erfordern vor allem im Firmenkundengeschäft innovative Lösungen und eine intensive Beratung, für die die neue Commerzbank bestens gerüstet ist.



» Ein Beratungsgespräch ist erst dann gut, wenn Kunde und Berater ein übereinstimmendes Produkt- und Risikoverständnis haben. « DR. ACHIM KASSOW

Maßstäbe setzen – Vertrauen sichern

Bei der Bewältigung der Finanzmarktkrise und der Integration der Dresdner Bank setzt die Commerzbank vor allem auf Qualität in der Beratung. Privatkundenvorstand Dr. Achim Kassow zu den Herausforderungen und der Strategie der Bank.

Zur Person Dr. Achim Kassow

Achim Kassow ist seit dem 10. November 2004 Mitglied des Vorstands der Commerzbank und zuständig für die Segmente Privatkunden und Central & Eastern Europe. Er wurde am 6. Juli 1966 in Hannover geboren, ist verheiratet und hat drei Kinder. Nach Banklehre und Studium der Betriebs- und Volkswirtschaft begann er seine Laufbahn 1993 bei der Deutschen Bank. 1999 wechselte er zur Geschäftsleitung der Deutsche Bank 24 AG und gehörte ab 2001 zu deren Vorstand. Von 2002 bis 2004 war er Vorstandsvorsitzender der comdirect bank AG.

Im Zuge der Finanzmarktkrise ist viel Vertrauen auf Seiten der Kunden verloren gegangen. Was müssen Banken zukünftig leisten, um dieses Vertrauen zurückzugewinnen?

Das Ansehen der gesamten Finanzwirtschaft hat erheblich gelitten. Zugleich ist das Vertrauen in die eigene Hausbank, den eigenen Berater aber weitestgehend intakt. So hat die Commerzbank sehr gute Werte bei der Kundenzufriedenheit. Als Finanzdienstleister stehen wir damit vor einer doppelten Herausforderung: Wir müssen das Vertrauen in das System zurückgewinnen und gleichzeitig verhindern, dass der Vertrauensverlust auf die eigene Bank übergreift. Wichtig ist, dass wir nicht bei öffentlichen Willensbekundungen stehen bleiben. Wir müssen kurz- und mittelfristig auf der Qualitätsseite liefern. Das erwarten die Kunden von uns. Sie wollen, dass sich die Banken bewegen.

Nicht nur die Kunden, sondern auch die Banken sind bei der Einschätzung der zukünftigen Entwicklung unsicher. Es wurden Fehler gemacht, und diese lassen sich angesichts der Volatilität der Märkte auch für die Zukunft nicht grundsätzlich ausschließen. Wie wollen Sie Ihren Kunden künftig die nötige Transparenz und Sicherheit bieten?

Mit Qualität. Und dass ist deutlich mehr als die Dokumentation von Beratungsgesprächen. Die Commerzbank hat deshalb eigene Vorschläge für verständlichere Produkte und Produktinformationen, bessere Transparenz bei den Preisen und zur Qualifikation der Finanzberater erarbeitet. Unser Ziel ist, dass der Kunde anhand von klaren, verbindlichen Qualitätskriterien Produkte und Beratungsleistung vergleichen kann. Eine gute Anlageberatung hat zudem immer die individuelle Kundensituation im Blick. Jedem Kunden muss aber bewusst sein, dass Kapital immer einer gewissen Volatilität unterliegt. Es bleibt ein Risiko. Ein Beratungsgespräch ist deshalb erst dann gut, wenn Kunde und Berater ein übereinstimmendes Produkt- und Risikoverständnis haben.

Was tun Sie, damit der Kunde, der nach guter Beratung sucht, auf Ihr Know-how zurückgreift und sich nicht anders orientiert? Wie erkennen Sie Veränderungen der Kundenerwartungen zeitnah, um sie bei Ihrer Produktgestaltung zu berücksichtigen? Und welche Rolle spielt dabei Ihr neuer Kundenbeirat?

Die Finanzkrise hat uns neu gelehrt, dass es einen absoluten, finalen Qualitätszustand nicht gibt. Die Anforderungen der Kunden und die Rahmenbedingungen verändern sich ständig. Qualitätsverbesserung ist ein Prozess der vielen

großen und kleinen Schritte. Unsere aktuellen Maßnahmen sind deshalb nicht immer spektakulär. Es geht uns auch nicht um den schnellen Effekt. Wir machen unsere Hausaufgaben und damit das, was unsere Kunden erwarten. So zentralisieren wir in der gesamten Bank unser Qualitätsmanagement und können damit schneller Probleme erkennen und diese bundesweit abstellen. Durch unseren Kundenbeirat stehen wir in einem direkten Dialog mit unseren Kunden und haben kontinuierlich unsere Fühler im Markt.

Die Finanzinstitute sind mit dem Vorwurf konfrontiert, nichts aus der Krise zu lernen und sich wieder vor allem um die eigene Rendite zu kümmern. Was sagen Sie dazu?

Dass ein verbaler Schlagabtausch die Kunden nicht weiterbringt. Wir Banken haben eine anspruchsvolle Agenda, die es abzuarbeiten gilt. Das erwarten unsere Kunden von uns. Wir müssen aber zugleich auch langfristig denken. Wie verändern sich die Qualitätsansprüche von Kunden in den kommenden zehn bis zwanzig Jahren? Zu gegenwärtigen Kundenbedürfnissen haben wir Erkenntnisse. Wollen wir aber die Erwartungen der Kunden in Zukunft treffen, dürfen wir nicht stehen bleiben.

EU-weit einheitliche Regeln zum Vorteil des Kunden

Die Commerzbank hält sich bei ihrer Kundenberatung an die EU-Finanzmarktrichtlinie MiFID (Markets in Financial Instruments Directive) sowie deren nationale Umsetzungen zum Beispiel im Wertpapierhandelsgesetz. Die Richtlinie hat unter anderem zum Ziel, den Anlegerschutz durch Verhaltens- und Transparenzpflichten zu verbessern und den Wettbewerb zwischen Handelsplattformen zu erleichtern. Die Commerzbank unterstützt diese Ziele. Sie verbindet damit die Chance, ihre Kundenzufriedenheit zu verbessern, entwickelt neue Instrumente und Lösungen sowie anspruchsvolle Standards für die Kundenberatung. Durch regelmäßige Testkäufe überprüft sie außerdem, inwieweit diese in der Praxis eingehalten werden. Weiterhin hat sie umfangreiche Mitarbeiterqualifizierungen durchgeführt und setzt diese regelmäßig fort. Für die lebendige Aufbereitung der detailreichen Richtlinie in ihrem Lernprogramm „Geheimnis um MiFID“ erhielt die Commerzbank 2008 das „Comenius EduMedia Siegel“. Die Auszeichnung wird jährlich von der Gesellschaft für Pädagogik und Information für pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch hervorragende Bildungsmedien vergeben.

Transparenz in Beratungsinstrumenten realisiert

Seit Januar 2009 unterstützt die Commerzbank ihre Privatkundenberater mit dem „Beratungs- und Informations-Tool“ (BIT), einer interaktiven Plattform zur Anlageberatung von Depot- und Neukunden. Für das vierte Quartal 2009 plant sie außerdem die Einführung einer „systemgestützten Bedarfsanalyse für Privat- und Geschäftskunden“. Dieser neue Beratungsstandard rückt die persönliche Situation des Kunden, seine finanziellen Ziele und den sich daraus ergebenden Handlungsbedarf noch stärker in den Mittelpunkt des Gesprächs. Der Mehrwert liegt beim Kunden, der aus dem Gespräch eine Aufstellung über seinen aktuellen Finanzstatus und individuelle Handlungsempfehlungen mit nach Hause nimmt.

»Standards werden den Kunden helfen, die Qualität der Beratungsleistungen zu vergleichen.«

Welche Strategie verfolgen Sie, um den Erfolg im Privatkundengeschäft dauerhaft zu sichern?

Das Privatkundengeschäft ist eine stabile Größe der neuen Bank. Durch die Integration der Dresdner Bank betreuen wir über elf Millionen Privatkunden. Das sind fünf Millionen mehr als in der alten Commerzbank. Wenn Sie ihren Kundenbestand mit einem Schlag fast verdoppeln, ist das für jede Organisation eine große Herausforderung. Wir dürfen deshalb zu keinem Zeitpunkt die Qualität vernachlässigen und werden den Kunden auch während der Integrationsphase eine Klasse Leistung bieten. Deshalb konzentrieren wir uns besonders intensiv auf unsere Kunden und die Stärkung der Kundenbindung. Wir wollen die Hausbank für unsere Kunden sein.

Was spricht eigentlich gegen Provisionsberatung oder gegebenenfalls auch Honorarberatung?

Wir testen die Akzeptanz für die Honorarberatung bei der comdirect und in der Betreuung der vermögenden Kunden. Die Kernfrage ist für mich, wie viele Kunden bereit sind, für eine isolierte Beratungsleistung zu zahlen. Außerdem würden Kunden, die zum Beispiel vier Institute zum Vergleich kontaktieren, auch viermal zahlen. Und woher weiß der Kunde dann, welche Beratung die beste war? Wir benötigen deshalb vor allem vergleichbare Qualitätskriterien. Ich vertrete die Meinung, dass beide Varianten ihre Berechtigung haben. Der Kunde sollte sich zwischen ihnen individuell entscheiden können.

Konzentration auf die Kundenbedürfnisse

Das Vertrauen der Kunden in die Kreditwirtschaft wurde durch die Finanzmarktkrise auf eine schwere Probe gestellt. Commerzbank-Kunden hingegen halten ihre Hausbank weiterhin für vertrauenswürdig und sind mit ihren Dienstleistungen zufrieden. Die Bank sieht diesen Vertrauensvorschuss als Ansporn, die Qualität ihrer Beratung und Produkte permanent zu verbessern.

Befragungen bestätigen Kundennähe

Um in Erfahrung zu bringen, wie die Kunden über die Auswirkungen der Krise denken, führte die Commerzbank im August und September 2009 eine Befragung durch. Insgesamt 200 Privat- und Geschäftskunden sowie rund 1 000 weitere nach dem Zufallsprinzip ausgewählte Personen nahmen daran teil.

Die Ergebnisse sprechen für den eingeschlagenen Weg konsequenter Kundenorientierung und umfassender Aufklärung: Kunden, für die die Commerzbank der einzige beziehungsweise wichtigste Finanzdienstleister ist, zeigen mehr Vertrauen in ihre Hausbank als die Kunden anderer Großbanken. Über ein Drittel dieser sogenannten Hauptbankkunden der Commerzbank gibt an, mit der Betreuung durch ihre Bank sehr beziehungsweise äußerst zufrieden zu sein. Die Mehrzahl aller Commerzbank-Kunden will ihre bestehende Geschäftsbeziehung unverändert beibehalten. Die Kunden verlangen von ihrer Bank in Zeiten der Finanzmarktkrise allerdings eine proaktive Ansprache und einen ehrlichen Austausch mit ihrem Berater. Die Commerzbank hat die Anforderungen erkannt und handelt entsprechend – wie aktuelle Ergebnisse der regelmäßigen Commerzbank-Untersuchungen zur Kundenzufriedenheit zeigen.

Kontinuierliche Qualitätsverbesserung

Die Entwicklungen an den Finanzmärkten und auch die Erwartungen der Kunden unterliegen einem raschen Wandel. Um hierauf frühzeitig reagieren zu können, hat die

Commerzbank zahlreiche Maßnahmen eingeleitet. Dabei geht es ihr nicht um schnelle Effekte, sondern im Kern um eine schrittweise, beharrliche Arbeit am Detail. Neben den regelmäßigen Kundenbefragungen setzt sie darum mit ihrem neuen Kundenbeirat auch auf einen intensiveren Kundendialog.

Ihre – trotz der Finanzmarktkrise – hohe Kundenzufriedenheit führt die Commerzbank auf die Qualität ihrer Produkte, die fachliche Kompetenz ihrer Berater sowie auf ihre Erfolge bei der Umsetzung eines stärker am Bedarf orientierten Beratungskonzepts zurück. Um hierbei noch besser zu werden, entwickelt die Commerzbank derzeit eine neue Dienstleistung, die sogenannte systemgestützte Bedarfsanalyse (s. dazu im Bericht S. 10) für Privat- und Geschäftskunden.

Deren Kernbestandteil ist ein an den individuellen Kundenbedürfnissen anknüpfendes Informationsgespräch, das anstelle der Produktberatung im Mittelpunkt des Beratungsgesprächs steht. Diese Akzentuierung soll künftig für die gesamte Beratungspraxis der Commerzbank gelten. Schließlich wünschen sich zwei Drittel der Bankkunden Beratungsangebote, die auf ihre persönliche Lebenssituation zugeschnitten sind. Seit April 2009 stellt die Bank ihren Privatkunden darum ergänzend zur Beratung auch umfangreiche Ratgeberbroschüren zu den Themen Lebenspartnerschaft, Elternschaft, Ruhestand oder Erbfall zur Verfügung.

» Zwei Drittel der Bankkunden wünschen sich individuellere Beratungsangebote. «

DR. DETLEV DIETZ Bereichsvorstand Privat- und Geschäftskunden

Lebendiger Ausdruck einer verantwortungsvollen Unternehmenskultur

Knapp 15 Millionen Kunden haben viele unterschiedliche Erwartungen. Um diese erfüllen zu können, setzt die Commerzbank auf den offenen und direkten Austausch mit ihren Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden. Seit Herbst 2008 erprobt die Bank neue Dialogmodelle. Sie will so noch mehr Kundennähe herstellen und ihre Vertrauenswürdigkeit unterstreichen.

Kundenbeirat: Innovatives Dialogmodell für mehr Qualität

Wenn es um die Bedürfnisse des Kunden geht, ist er selbst der beste Experte. Darum hat die Commerzbank das übliche Beraterverhältnis einmal umgekehrt. Mit ihrem neuen, 40-köpfigen Kundenbeirat schuf die Bank eine dem Vorstand nahe, unabhängige Interessenvertretung für Privat-, Wealth Management- und Geschäftskunden, um bei der Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen ihren Rat einzuholen. Sie übernimmt damit die Rolle des Vorreiters unter den deutschen privaten Banken.

Teil eines unternehmensweiten Lernprozesses

Im Oktober 2008 lud die Commerzbank mit einer bundesweiten Anzeigenkampagne Kunden der Commerzbank und der Dresdner Bank ein, sich als ehrenamtliche Beiratsmitglieder zu bewerben. Über 5 400 Interessenten folgten dem Aufruf und nahmen an dem von neutraler Seite begleiteten Auswahlverfahren teil. Beginnend mit der schriftlichen Bewerbung über eine telefonische Befragung bis zur persönlichen Vorstellung wurde der Kreis zunehmend eingegrenzt. Am Ende wurden je 20 Kunden von Commerzbank und Dresdner Bank zur konstituierenden Sitzung eingeladen.

Gemeinsam auf dem Weg zu einer besseren Bank

Das erste Treffen des Kundenbeirats fand am 11. März 2009 in Frankfurt statt. Die Beiräte tauschten sich umfassend mit Dr. Achim Kassow, Mitglied des Vorstands der Commerzbank und hier unter anderem zuständig für das Segment Privatkunden, über den Verlauf der Integration, die Lage an den Finanzmärkten und über erste Verbesserungsvorschläge aus. Außerdem bildeten sie acht, verschiedenen Kundensegmenten zugeordnete Arbeitsgruppen und bestimmten deren Sprecher. Der Kundenbeirat wird sich zweimal jährlich treffen. Für die acht Beiratssprecher sind zwei weitere Zusammenkünfte als „Kundenbeiratsgremium“ vorgesehen. Dort sollen die im Beirat gesammelten Themen gebündelt und die Sitzungen vorbereitet werden.

Begleitend zur Arbeit des Kundenbeirats schuf die Commerzbank am 1. April 2009 eine Dialogplattform im Internet und lud die übrigen Bewerber ein, auf dem Portal als Kundenbeiratskreis aktiv zu werden. Rund 3 300 Besucher verzeichnete das Portal innerhalb der ersten viereinhalb Monate. Es wurden Themenvorschläge eingereicht, die Arbeit des Kundenbeirats diskutiert und ein ungefiltertes Kundenfeedback gegeben.

Zuhören, mitreden, verbessern

Seit Spätsommer 2009 ist die Arbeit des Kundenbeirats in vollem Gange. Bereits auf dem ersten Beiratstreffen wurden einige kritische Punkte angesprochen und Anforderungen für mehr Beratungsqualität formuliert. Inzwischen wurden auf Anregung des Kundenbeirats das Online-Banking der Commerzbank anwenderfreundlicher gestaltet, Informationsmaterialien zur Integration von Commerzbank und Dresdner Bank entwickelt und eine Broschüre zur Finanzmarktkrise herausgegeben. Darüber hinaus initiierte der Beirat die Veranstaltungsreihe „Commerzbank im Dialog“ zur Vertiefung des finanzwirtschaftlichen Wissens innerhalb der Kundschaft.

Stimmen aus dem Kundenbeirat

„Wir haben uns gleich untereinander vernetzt“

Martin Haug, Leiter des Rechtsbereichs eines Finanzinformationsdienstleisters. Er ist seit 30 Jahren Kunde der Dresdner Bank und „möchte unbedingt etwas bewegen“: „Vom ersten Treffen war noch keine richtig tiefe inhaltliche Arbeit zu erwarten. Aber gleich im Anschluss haben wir damit begonnen und uns untereinander vernetzt. Ich denke, dass wir wirklich Einfluss nehmen können. Von unseren Anmerkungen wurden schon einige umgesetzt, und die Informationen, die wir erhalten, werden inzwischen wesentlich zielgerichteter.“



Martin Haug

„Wir haben sehr offene Antworten bekommen“

Simone Bock, Prokuristin einer Unternehmensberatung im Bereich Projektierung und IT für Versicherungsunternehmen. Sie ist seit 15 Jahren Kundin der Commerzbank und wünscht mehr Einflussmöglichkeiten auf die Entscheidungen des Bankmanagements: „Mit der Integration der Dresdner Bank sah ich große Herausforderungen auf das neue Haus zukommen. Da habe ich mich gefragt: Wieso nicht mal in der Zentrale Rückmeldung geben, wie die Entscheidungen ankommen? Meine Erwartungen an das erste Treffen wurden erfüllt: Der Privatkundenvorstand hat sich mehrere Stunden mit uns an einen Tisch gesetzt und zahlreiche Fragen sehr offen beantwortet.“



Simone Bock

Qualitätsmanagement: Beschwerdemanagement und Ombudsmannverfahren

Zur nachhaltigen Qualitätssicherung betreibt die Commerzbank seit über zehn Jahren ein aktives Beschwerdemanagement und beteiligt sich am Ombudsmannverfahren des Bundesverbandes deutscher Banken.

Lernfähigkeit zahlt sich aus

Kritik hilft dem Unternehmen, besser zu werden – vorausgesetzt, es hat ein offenes Ohr dafür. Unter dem Motto „Ihre Kritik, unsere Chance“ stellt die Commerzbank ihren Kunden darum eine Reihe verschiedener Wege für die Platzierung von Anliegen zur Verfügung. Privat- und Firmenkunden können sich mit ihrer Reklamation persönlich an einen Berater in ihrer Filiale, telefonisch an die Kundenhotline oder schriftlich per Brief, Fax oder E-Mail an die Kundenzufriedenheitsinitiative wenden. Um den Kunden die Äußerung von Kritik und Anliegen zu erleichtern, unterstützt die Commerzbank dies mit einem Formular, der sogenannten gelben Zitrone. Er erhält innerhalb von 48 Stunden entweder eine Antwort oder einen Zwischenbescheid.

Konsequente Bearbeitung

2008 nahm die Commerzbank insgesamt 15 732 Anliegen entgegen. Häufig kritisiert wurde zum Beispiel eine zu langsame Auszahlung des Startguthabens bei Neukunden. Durch einen elektronischen Hinweis an die zuständigen Berater wurde diese daraufhin beschleunigt, somit blieben weitere Klagen über eine verzögerte Auszahlung aus. Seitens der Mittelstandskunden wurde etwa die Bearbeitungsdauer der Beschwerden kritisiert. Die Mittelstandsbank nahm diese Kritik zum Anlass für eine Reorganisation des Beschwerdemanagements. Im Rahmen der Integration der Dresdner Bank wird der Beschwerdeprozess in ein neues Customer Relationship Management (CRM) integriert, das bis Ende 2010 für Abhilfe sorgen soll.

Schlichtung bestätigt Qualität

Streitfälle können dem Ombudsmann des Bankenverbands zur Schlichtung vorgelegt werden. 2008 gab es 457 die Commerzbank betreffende Fälle. Die überdurchschnittlich hohe Zahl der zugunsten der Bank ausfallenden Entscheidungen der Schlichter – 2007 waren es 88,7 % und 2008 92,2 % – spricht für die hohe Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Commerzbank im Dialog

Das erste Projekt des Kundenbeirats der Commerzbank ist bereits umgesetzt: Der Beirat initiierte auf seinem Gründungstreffen im März 2009 die Veranstaltungsreihe „Commerzbank im Dialog“ und schuf damit ein weiteres Instrument zur Vertrauensbildung zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden.

Transparenz und Information im Vordergrund

Aktiv auf aktuelle Themen zugehen und Aufklärung leisten ohne konkrete Vertriebsabsicht – dies ist die Zielsetzung von „Commerzbank im Dialog“. Im Fokus der Dialogveranstaltungen standen die Vermittlung von Hintergrundwissen zum aktuellen Finanzmarktgeschehen durch unabhängige Experten und die offene Diskussion unter Beteiligung der anwesenden Kunden und Berater. An den Veranstaltungen nahm jeweils ein Mitglied des Vorstands als Referent und Diskussionspartner teil. Im Wechsel übernahmen Markus Beumer, Vorstandsmitglied und zuständig für das Segment Mittelstandsbank, und Dr. Achim Kassow, Vorstandsmitglied und unter anderem zuständig für das Segment Privatkunden, diese Aufgabe. Markus Beumer zu den Erwartungen der Commerzbank: „Wir versprechen uns eine größere Nähe zu unseren Kunden. Wir wollen als ehrlich und vertrauenswürdig wahrgenommen werden und zeigen, dass wir uns auch vor kritischen Themen nicht drücken. Die Kunden sollen wissen, dass wir ihnen in schwierigen Phasen zur Seite stehen.“



Dr. Achim Kassow auf der Veranstaltung „Commerzbank im Dialog“

Bunte Mischung quer durch alle Kundengruppen

Zur Auftaktveranstaltung am 25. Mai 2009 empfing Markus Beumer 350 Kunden in Wiesbaden. Neun weitere Informationsabende folgten bis Ende Juli in unterschiedlichen deutschen Metropolen. Bisher fanden zehn Veranstaltungen mit jeweils bis zu 500 Kunden statt. Eingeladen waren über ihre jeweiligen Berater Kunden aus den Segmenten Privatkunden und Mittelstandsbank. Die banken- und segmentübergreifende Mischung der Kunden war bewusst gewählt, um den unternehmensweiten Integrationsprozess zu unterstützen.

»Die Kunden sollen wissen, dass wir ihnen in schwierigen Phasen zur Seite stehen.«

MARKUS BEUMER

Die Veranstaltungen folgen einem einheitlichen Ablauf: Einer Kurzvorstellung der neuen Commerzbank schließen sich drei Expertenvorträge an. Zunächst werden darin die Beziehungen zwischen Finanz- und Realwirtschaft sowie die systemische Bedeutung von Banken wissenschaftlich beleuchtet. Es folgen Überlegungen zu mittel- bis langfristigen Maßnahmen zur Überwindung der Finanzmarktkrise sowie abschließend einige grundlegende Empfehlungen zur nachhaltigen Anlagestrategie aus Sicht des Verbraucherschutzes. In der anschließenden Diskussion stellen sich die Podiumsteilnehmer den Fragen aus dem Auditorium.

Positive Resonanz und echte Diskussionen

Über 90 % der Teilnehmer bewerteten die Veranstaltungen positiv. Besonders gewürdigt wurden die aktive Dialogbereitschaft, die Präsenz von Vorstandsmitgliedern und die hohe Relevanz der präsentierten Informationen. Mittelstandsbankvorstand Beumer resümiert: „Das Feedback war durchweg positiv. Es gab zwar nicht immer eine sachlich positive Auseinandersetzung mit den Themen; vielmehr ging es durchaus auch emotional zu – was aber gut ist, weil wir uns ja dem Dialog ernsthaft stellen wollen.“



Markus Beumer, Mitglied des Vorstands und zuständig für das Segment Mittelstandsbank

Erfolgreichen Dialog fortsetzen

Die überaus positive Resonanz auf diese Veranstaltungsreihe hat uns bestärkt, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen. Wir werden auch im nächsten Jahr den regelmäßigen Dialog fortsetzen. Leicht modifiziert, steht die Veranstaltungsreihe für den Diskurs der Bank mit der Gesellschaft und in der Gesellschaft. Die Gesprächsreihe wird aktuelle, gesellschaftlich relevante Themen aufgreifen und in einem Kreis kompetenter und renommierter Experten aus Wissenschaft, Politik und Medien kontrovers diskutieren. Dabei wollen wir immer auch die Kunden- und Banksicht auf diese Themen im Gespräch reflektieren.

Verlässlicher Partner des Mittelstands

Die Mittelstandsbank ist eine der tragenden Säulen der Commerzbank. Sie konnte trotz eines schwierigen Umfelds 2008 ein gutes operatives Ergebnis erreichen und hat das Ziel, ihren Marktanteil im Mittelstand weiter auszubauen sowie ihre Position als beste Bank zu festigen.

Verstärkte Aufmerksamkeit für kleinere Unternehmen

Das Segment Mittelstandsbank ist ein verlässlicher Werttreiber und Wachstumsmotor der Commerzbank. Seine Zielgruppe, der Mittelstand, ist zugleich auch erklärtes Kerngeschäftsfeld der Commerzbank, die als einzige große Bank in Deutschland eine Mittelstandsbank als eigenes operatives Segment führt. Mit etwa 100 000 Kunden und Marktanteilen von 6 % bis 20 % je nach Kundensegment (im Mittel rund 13 %) ist das Institut die führende Mittelstandsbank Deutschlands. Markus Beumer, Mitglied des Vorstands und zuständig für das Segment Mittelstandsbank, zu den Perspektiven der Bank: „Trotz des konjunkturbedingt schwierigen Umfelds verfolgen wir eine konsequente Wachstumsstrategie. Das gilt insbesondere für kleinere mittelständische Unternehmen, denen wir verstärkte Aufmerksamkeit widmen.“

Mit einer besonderen Auszeichnung bedachten die Mittelstandsbank auch die Leser des Fachmagazins „Markt & Mittelstand“. Sie wählten die Bank 2009 bereits zum zweiten Mal zur „Mittelstandsbank des Jahres“ in Deutschland. Außerdem erhielt die Bank selbst im Krisenjahr 2008 exzellente Werte in einer vom Marktforschungsinstitut Prof. Homburg & Partner unter 7 500 Firmenkunden durchgeführten Befragung zur Kundenzufriedenheit: Rund 91 % der Befragten zeigten sich mit der fachlichen Kompetenz und 93 % mit der Zuverlässigkeit sehr zufrieden oder zufrieden. Christine Wedeleit, Spezialistin im Vertriebsmanagement, sieht die Ergebnisse als deutlichen Vertrauensbeweis: „Die Werte sind in der Tat außergewöhnlich positiv.“

»Trotz des konjunkturbedingt schwierigen Umfelds verfolgen wir eine konsequente Wachstumsstrategie.«

Leistung und Verantwortung

Die Leistungen der Mittelstandsbank umfassen das gesamte Spektrum von der Unternehmensfinanzierung über Export-, Projekt- und strukturierte Finanzierungen bis hin zu ratingorientierter Beratung. Im Fokus steht dabei ein modernes Transaktionsmanagement, das weit über die Abwicklung des Zahlungsverkehrs hinausgeht. Informations-, Cash- und Liquiditätsmanagement gehören ebenso dazu wie das dokumentäre Auslandsgeschäft, das Risikomanagement von Zinsen und Währungen oder das an einer langfristigen Kundenverbinding ausgerichtete Zins- und Schuldenmanagement. Als weiteres Geschäftsfeld spielt in zunehmendem Maße auch die Nachfolgeberatung eine wichtige Rolle.

Verantwortung bei der Kreditvergabe

Kreditentscheidungen der Mittelstandsbank richten sich stets auch an den Zukunftsperspektiven der Kreditnehmer aus. Künftig werden diese über Planzahlen und Branchenspektiven im Rating der Kunden noch stärker berücksichtigt. Maßgeblich ist immer der Gesichtspunkt einer gesicherten Kreditrückzahlung. Gegenstand der Kreditprüfung sind stets auch ökologische Risiken. Sind bei einer Finanzierung beziehungsweise einem Unternehmen Umweltaspekte von besonderer Bedeutung, werden externe Experten hinzugezogen, um das Risiko fachgerecht abzuschätzen.

Exportfinanzierung

Im Rahmen der Exportfinanzierung begleitet die Mittelstandsbank ihre überwiegend deutschen und europäischen Kunden beim Export langlebiger Investitionsgüter mit lie-

Auszeichnungen der Mittelstandsbank

- „Mittelstandsbank des Jahres 2008“ und „Mittelstandsbank des Jahres 2009“
Die Auszeichnung wird jährlich mittels einer Leserbefragung durch das Fachmagazin „Markt & Mittelstand“ vergeben.
- Nummer 1 im „ASU Bankenrating 2008“
Bereits zum zweiten Mal in Folge wurde die Commerzbank 2008 vom Verband „Die Familienunternehmer ASU e.V.“ zur führenden Mittelstandsbank gekürt.
- „Award for Excellence“ als „Beste Bank in Deutschland 2008“
Auszeichnung der Commerzbank durch die Fachzeitschrift Euro-money für die nachhaltig positive Entwicklung der Mittelstandsbank.

fergebundenen Krediten. Diese sind überwiegend durch Garantien der Exportländer abgesichert. Bei der Beurteilung der Umweltrelevanz der Geschäfte stützt sie sich 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 einheitlicher Kriterien (Common Approaches) der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) zur Gewährung staatlicher Kreditversicherungen für Export- und Projektfinanzierungen. Diese kategorisieren die Geschäfte hinsichtlich ihrer ökologischen und sozialen Auswirkungen als hoch, mittel oder gering relevant. Hoch und mittel relevante Geschäfte werden von den Kreditversicherern nach den Gesetzen des Ziellandes sowie internationalen Kriterien – in der Regel denjenigen der Weltbank – geprüft. Für besonders sensible Geschäfte sind detaillierte Umweltverträglichkeitsstudien vorzulegen. In anderen Fällen werden Auflagen gemacht, deren Einhaltung regelmäßig während der Realisierung zu kontrollieren ist.

Projektfinanzierung/Strukturierte Finanzierung

Rund 85 % der Projektfinanzierungen der Commerzbank werden in Europa realisiert. Dabei wird die Einhaltung der nationalen Umweltrichtlinien standardmäßig im Rahmen einer sorgfältigen Projektprüfung (Due Diligence) überwacht. An Projekten in Entwicklungsländern beteiligte sich die Commerzbank bisher nur in Ausnahmefällen. Bei deren Finanzierung war und ist es das Ziel der Bank, entweder mit supranationalen Institutionen, zum Beispiel der 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 Nachhaltigkeitsauswirkungen

Alle Finanzierungen, bei denen ökologische, ethische oder soziale Aspekte eine wesentliche Rolle spielen, werden seit 2005 in der Abteilung Reputations- und Nachhaltigkeits-Management der Commerzbank (s. im Bericht S. 58) intensiv geprüft und beurteilt. Die Ergebnisse dieser Prüfung können unter Umständen dazu führen, dass die betreffende Finanzierung abgelehnt wird.

Klassische Unternehmensfinanzierung – Unterstützung auch in schwierigen Phasen

Im deutschen Mittelstand ist die Commerzbank stark verankert. Die umfassende Beratungs- und Finanzierungstätigkeit ist von großem Produkt- und Branchen-Know-how gekennzeichnet. Dies zahlt sich insbesondere in der exportstarken Technologiebranche aus, wie etwa die umfangreiche Zusammenarbeit mit der Manz Automation AG zeigt. Die Commerzbank steht der Firma Manz mit Darlehen zur Verfügung. Sie vermittelte dem Unternehmen ein Schuldscheindarlehen und wirkte mit an einer 2008 vorgenommenen Kapitalerhöhung. Im Auslandsgeschäft avisiert sie Akkreditive und wickelt Devisengeschäfte für das Unternehmen ab. Außerdem tätigt die Commerzbank Anlagegeschäfte erheblichen Umfangs für Manz. Schließlich ist sie über ihre Tochter Commerz Real auch Leasingpartner für die Firmengebäude. Mithilfe der Commerzbank konnten in den vergangenen fünf Jahren vier Neubauten errichtet und mehrere Großprojekte realisiert werden, 2008 wurde mit Unterstützung der Bank ein Unternehmen in Taiwan akquiriert. Martin Hipp, Vorstand Finanzen,



Manz Automation AG liefert standardisierte Automatisierungssysteme für die Produktion von Solarzellen

Manz Automation AG, Reutlingen

Commerzbank-Kunde seit 2002

Kerngeschäft	Systemtechnologien für die Photovoltaik- und LCD-Industrie sowie OEM-Systeme zur Automation für die Life-Science-Industrie und andere Branchen
Produktionsstandorte in	Deutschland, der Slowakei, Ungarn, Taiwan und China
Jahresumsatz 2008	236,5 Mio Euro
Mitarbeiter	Mehr als 1 500
URL	www.manz-automation.com

Manz Automation AG, beschreibt die Zusammenarbeit als konstruktiv und vertrauensvoll: „Auch in schwierigen Phasen der Unternehmensentwicklung ist die Commerzbank mit Rat und finanziellen Mitteln bereitgestanden und hat somit die Entwicklung des Unternehmens unterstützt.“

Nachfolgeberatung – Hilfe beim Generationswechsel

Familienunternehmen sind das Rückgrat des Mittelstands. Ihre Förderung ist eine Aufgabe mit hoher gesellschaftlicher Bedeutung. Vielen steht heute jedoch ein Generationswechsel ins Haus. Lediglich zwei Drittel der Familienunternehmen überstehen diesen, ohne dass es schließlich zu Liquidierung oder Verkauf des Unternehmens kommt, so das Bonner Institut für Mittelstandsforschung. Außer-

»Familienunternehmen sind das Herzstück der Sozialen Marktwirtschaft.«

JOCHEN H. IHLER Bereichsvorstand Mittelstand

Maschinenbau Kitz GmbH, Troisdorf bei Bonn

Commerzbank-Kunde seit 1992

Kerngeschäft	Aluminiumprofilbasierte Komponenten und Module für den Maschinenbau Lösungen im Bereich Fördertechnik und Automation
Hauptabnehmer	Zulieferer und Endkunden aus der Lebensmittel-, Chemie- und Automobilindustrie
Jahresumsatz 2008	27,4 Mio Euro
Mitarbeiter	187, davon 19 Auszubildende
URL	www.mk-group.com

dem findet sich heute oft kein geeigneter beziehungsweise gewillter Nachfolger mehr innerhalb der Familie. Mit ihrer Erfahrung und profunden Unternehmenskenntnis kann die Mittelstandsbank häufig eine für alle Beteiligten vorteilhafte Lösung aufzeigen und helfen, die Fortführung des Unternehmens zu sichern. Darum hat die Mittelstandsbank die Nachfolgeberatung zu einem ihrer strategischen Geschäftsfelder entwickelt.



Gründerehepaar Doris und Hans Josef Kitz mit Nachfolger Stephan Kitz

Die Commerzbank ist seit vielen Jahren die Hausbank der Maschinenbau Kitz GmbH. Zu den Leistungen der Bank gehört neben der Finanzierung der laufenden Geschäftstätigkeit eine umfassende Beratung zur optimalen Finanzierungsstruktur. Ende September 2008 betraute der Kunde die Commerzbank mit der Aufgabe einer Nachfolgeberatung. Die Commerzbank führte nach einer Bestandsaufnahme zur finanzwirtschaftlichen und familiären Situation Interviews mit dem Gründerehepaar und den Nachkommen, um die Interessenlagen zu ermitteln, und analysierte geeignete Übertragungswege. Nach Berücksichtigung möglicher Gegenleistungen und Einbeziehung der jeweils zu erwartenden Steuerlasten präsentierte sie dem Kunden im Frühjahr 2009 ein Lösungskonzept, das eine teilentgeltliche Übertragung vorsah und die Fortführung des Unternehmens in Familienhand sicherte.

Perspektivwechsel initiiert

Die Weltwirtschaft verändert sich rapide und erfordert angesichts globaler Herausforderungen wie dem Klimawandel oder der Finanzmarktkrise von einer exportorientierten Wirtschaft ein hohes Maß an Flexibilität und Innovationsbereitschaft. Insbesondere der Mittelstand hat dieses Potenzial immer wieder unter Beweis gestellt. Markus Beumer, Vorstand Mittelstandsbank, sieht deutsche Unternehmen vor allem im Bereich der Zukunftstechnologien langfristig gut aufgestellt: „Deutsche Unternehmen verfü-

gen über das technologische Wissen, um mit hochwertigen Ingenieursleistungen einen bedeutenden Beitrag zur Bekämpfung der drängendsten Menschheitsprobleme zu leisten.“ Zu den Stärken des Mittelstands gehört seine weitverzweigte Vernetzung mit Partnern und Know-how-Trägern. Um diese auszubauen und die Unternehmen bei ihren vielfältigen Herausforderungen zu unterstützen, hat die Mittelstandsbank 2006 die Initiative „UnternehmerPerspektiven“ gegründet. Ziel der Initiative ist es, Themen, die den Mittelstand bewegen, stärker in den Fokus der Öffentlichkeit zu stellen, Diskussionen und Netzwerkbildung in Gang zu bringen und den für kreative Prozesse nötigen Perspektivwechsel anzuregen.

Produkte und Dienstleistungen mit nachhaltigem Nutzen

Die Mittelstandsbank bietet ihren Kunden eine Vielzahl an Produkten und Lösungen, die außer ihrem ökonomischen Nutzen auch ökologischen und sozialen beziehungsweise gesellschaftlichen Mehrwert bieten. Neben Finanzierungen für Erneuerbare Energien (s. dazu im Bericht S. 26) und dem klima:coach, (s. dazu im Bericht S. 25) einem Instrument zur Bewertung von Energieeffizienz und -intensität, gehören hierzu auch eine Reihe von Förderinstrumenten der öffentlichen Hand: Seit vielen Jahren vermittelt die Mittelstandsbank KfW-Förderprogramme für Investitionen in Umweltschutz und Energieeffizienz sowie Innovationsprogramme zur Förderung von Produktweiter- und -neuentwicklungen, die positive Beschäftigungseffekte erwarten lassen. Seit Dezember 2008 gehören auch sogenannte Sonderprogramme der KfW zum Angebot der Commerzbank. Diese richten sich mit unterschiedlichen Finanzierungsrahmen an Unternehmen verschiedener Größe und Projektträger in wirtschaftlich schwierigem Umfeld. So sollen die Auswirkungen der Finanzmarktkrise abgemildert und Arbeitsplätze gesichert werden. Das Volumen der Kreditzusagen bei Programmen der KfW lag 2008 bei insgesamt 630 Mio Euro. Darüber hinaus bietet die Mittelstandsbank langjährige Förderprogramme der Europäischen Investitionsbank (EIB) zur Finanzierung von Investitionsmaßnahmen in den Bereichen Bildung, Innovationen, Umwelt und Energie. Bisher konnten in diesem Rahmen insgesamt 27 Globaldarlehensverträge abgeschlossen werden.

Bilanz nach drei Jahren UnternehmerPerspektiven

Bis Mitte 2009 hat die Initiative sieben umfangreiche Studien zu zentralen unternehmerischen Herausforderungen unserer Zeit herausgegeben. Im Berichtszeitraum erschienen unter anderem Publikationen zu den Themenbereichen Klimaschutz, Wertewandel und demografische Entwicklung. Dazu fanden 170 Dialogveranstaltungen in vielen Städten Deutschlands statt, in deren Rahmen die Studienergebnisse den mittelständischen Unternehmern vor Ort präsentiert und mit Vertretern aus Unternehmenschaft, Politik und Wissenschaft diskutiert wurden. Dabei gelang es, teilweise überraschende Akzente zu setzen und Diskussionspunkte in die öffentliche Wahrnehmung zu rücken, die so bisher nicht gesehen wurden, wie etwa die großen Marktpotenziale im Bereich der Energieeffizienz oder die Chancen einer dritten industriellen Revolution für den Klimaschutz. Darüber hinaus präsentierten Unternehmer ihre vorbildlichen unternehmerischen Lösungen.



Jochen H. Ihler, Bereichsvorstand Mittelstand, mit Moderator Jan Hofer auf dem Podium der UnternehmerPerspektiven-Veranstaltung in München

Führende Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens übernehmen jeweils die Schirmherrschaft für einzelne Studien. Als Beiratsmitglieder tragen außerdem namhafte Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Verbänden dazu bei, die Komplexität der Ansätze und Beispiele zu interpretieren und zu einem branchenübergreifenden Know-how zu verdichten. Sieben Umfragen unter je 4 000 Unternehmensvertretern ergaben eine sehr positive Resonanz und bestätigten die Mittelstandsbank in ihrem Vorhaben, die UnternehmerPerspektiven auf dem bestehenden Qualitätsniveau fortzuführen.



» Der Übergang zur nachhaltigen Wirtschaftsweise erfordert kluge und mutige Investitionen. Die Banken leisten mit der Finanzierung innovativer Technologien und der Entwicklung neuer grüner Produkte entscheidende Beiträge. Mit dem Tool klima:coach bietet die Commerzbank zudem die sehr wichtige Dienstleistung an, die enorme Komplexität des Themas und der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Optionen zu reduzieren. « **PROF. DR. HANS JOACHIM SCHELLNHUBER**

„Innovations-Chancen nutzen“

Prof. Dr. Hans Joachim Schellnhuber, führender Klimaforscher und Politikberater, nimmt Stellung zu den Risiken, Chancen und Notwendigkeiten des Klimaschutzes.

Zur Person Prof. Dr. Hans Joachim Schellnhuber

Hans Joachim Schellnhuber ist seit 1991 Direktor des Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (PIK). Er lehrt Theoretische Physik an der Universität Potsdam, ist Visiting Professor an der Universität Oxford und „Distinguished Science Advisor“ am Tyndall Centre for Climate Change in Norwich. Schellnhuber wurde am 7. Juni 1950 in Ortenburg, Bayern, geboren, ist verheiratet und hat ein Kind. Sein Weg führte ihn von der Physik über die Chaostheorie zur Klimaforschung. Seit 1992 ist er in unterschiedlichen Funktionen als Politikberater tätig. Er ist Vorsitzender des Wissenschaftlichen Beirats der Bundesregierung „Globale Umweltveränderungen“ und Mitglied der Sachverständigengruppe „Energie und Klimawandel“ des Präsidenten der EU-Kommission José Manuel Barroso.

Der Klimawandel nimmt keine Rücksicht auf die Finanzkrise und geht unvermindert weiter. Können die ambitionierten europäischen Klimaschutzziele auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten erfüllt und der Industrie zusätzliche Belastungen zugemutet werden?

Die viel dringendere Frage lautet doch: Welche weiteren Belastungen können wir dem globalen Klimasystem zumuten? Der Klimawandel vollzieht sich schnell und unbittlich. Es wäre fahrlässig, tatenlos zuzusehen, und ein schwerwiegender Fehler, die Innovations- und Wachstumschancen nicht zu nutzen, die das Jahrhundertprojekt Dekarbonisierung, der Ausstieg aus der fossilen Wirtschaftsweise, bietet. Viele Unternehmen in Deutschland sind bestens dafür geeignet, bei dieser Transformation eine gewinnbringende Pionierrolle zu spielen. Klimaschutz ist kein Hindernis für nachhaltiges Wirtschaftswachstum, er ist dessen notwendige Voraussetzung!

Die Bundesregierung setzt mit ihrer „Hightech-Strategie zum Klimaschutz“ auf den technologischen Fortschritt und eine verbesserte Zusammenarbeit von Wissenschaft, Wirtschaft und Politik. Welche Erwartungen verbinden Sie mit dieser Strategie?

Es geht darum, Ziele zu vereinbaren, Risiken zu verteilen und Kompetenzen zusammenzuführen. Die Hightech-Strategie setzt hier Anreize durch die Förderung von Innovationsallianzen. Besonders freut mich natürlich, dass auch ein Exzellenzinstitut zur Nachhaltigkeitsforschung in Potsdam geschaffen wird. Dort werden Wissenschaftler aus aller Welt den entscheidenden Fragen zu den notwendigen großen Transformationen der heutigen Industriegesellschaft nachgehen. Davon können auch die deutsche Politik und unsere Wirtschaft nur profitieren.

Sie sind Schirmherr der Studie „Klimaschutz – Chancen und Herausforderungen für den Mittelstand“, herausgegeben durch die von der Commerzbank gegründete Initiative UnternehmerPerspektiven. Welchen Beitrag kann der Mittelstand in Deutschland leisten, um die Auswirkungen des Klimawandels zu begrenzen?

Wir brauchen eine globale Technologie-Revolution. Dabei kommt dem Mittelstand eine entscheidende Rolle zu, da viele der zugehörigen Unternehmen besonders begeisterungsfähig, risikobereit und flexibel sind. Flache Hierarchien und kurze Wege stärken ihre Entscheidungskraft.



Ich vertraue auf die Innovationskraft des Mittelstands, aber die Politik ist gefordert, Rahmenbedingungen zu setzen, die den Unternehmen Sicherheit geben.

Im Anschluss an die Mittelstandsstudie hat die Commerzbank mit dem klima:coach ein Tool zur Energieberatung mittelständischer Unternehmen entwickelt. Wie bewerten Sie diesen Service?

Der Übergang zur nachhaltigen Wirtschaftsweise erfordert kluge und mutige Investitionen. Die Banken leisten mit der Finanzierung innovativer Technologien und der Entwicklung neuer grüner Produkte entscheidende Beiträge. Mit dem Tool klima:coach bietet die Commerzbank zudem die sehr wichtige Dienstleistung an, die enorme Komplexität des Themas und der entsprechenden betriebswirtschaftlichen Optionen zu reduzieren. Unternehmer erhalten die Möglichkeit, die Energie-Effizienz und die CO₂-Intensität ihrer Produktion nachvollziehbar zu bewerten. So werden Klima- und Finanz-Know-how miteinander verbunden, und der Einstieg in eine nachhaltige Betriebsführung erleichtert.

Wie müssen die klimapolitischen Weichen gestellt werden, um den Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur auf 2°C zu beschränken?

Rund 130 Staaten – einschließlich der G8-Länder – haben mittlerweile erklärt, die 2°C-Leitplanke beachten zu wollen. Entscheidend wird sein, diese bei der Weltklimakonferenz in Kopenhagen für alle Staaten der Welt völkerrechtlich verbindlich zu vereinbaren. Anschließend folgen die klimapolitischen Notwendigkeiten mit zwingender Logik: Bis 2050 dürften weltweit nicht mehr als etwa 700 Mrd t CO₂

aus fossilen Brennstoffen freigesetzt werden. Dieses Globalbudget kann fair auf die Weltbevölkerung verteilt werden, sodass sich die Reduktionsverpflichtungen der einzelnen Länder unmittelbar daraus ergeben. „CO₂-insolvente“ Staaten müssten zusätzliche Emissionsrechte erwerben. Die hohe Nachfrage der Industrieländer könnte via Emissionshandel zu einem umfangreichen Finanz- und Technologietransfer von Nord nach Süd führen. Der skizzierte Budgetansatz ist einfach zu begreifen und kann als Blaupause für das Kyoto-Nachfolgeabkommen dienen.

Bisher gibt es den Emissionshandel nur in der EU – und er umfasst zurzeit nur einen Teil aller Treibhausgasemissionen und Verursacher. Wie muss der Emissionshandel in Zukunft ausgebaut werden, damit alle Klimaschutz-Ziele erreicht werden können?

Das ist nicht ganz richtig: In den USA haben zehn Bundesstaaten mit der „Regional Greenhouse Gas Initiative“ bereits ein Emissionshandelssystem eingeführt. Für ein optimales Ergebnis ist es aber unverzichtbar, den Handel global auszuweiten und sämtliche Sektoren einzubeziehen. So könnte man zum Beispiel den Erwerb fossiler Brennstoffe direkt an den Erwerb von Zertifikaten koppeln. Räumlich könnte der Handel durch die Verknüpfung regionaler Systeme ausgebaut werden. Oder es wird sogar im Rahmen eines neuen Weltklimavertrags ein globales Handelssystem etabliert. Für die neue Commerzbank mit ihrer großen Erfahrung im Emissionshandel und bei Erneuerbaren Energien würde sich damit ein vielversprechendes Geschäftsfeld auftun.

Die Szenarios der Klimaforscher sind überwiegend düster. Andererseits sprechen Sie davon, dass es möglich und sogar lukrativ sei, die westliche Welt bis 2050 weitgehend kohlenstofffrei zu machen. Was meinen Sie damit?

Wird in diesem Jahrhundert weiterhin „Business as usual“ betrieben, lassen die Projektionen nichts Gutes erwarten – um es vorsichtig auszudrücken. Mitteleuropa käme ökologisch selbst bei ungebremstem Klimawandel wahrscheinlich relativ glimpflich davon, aber der Zustrom von Umweltflüchtlingen würde längerfristig unsere soziopolitischen Systeme untergraben. Andererseits gehen die fossilen Brennstoffvorräte unweigerlich zu Ende, sodass eine neue Industriegesellschaft ohnehin erbaut werden muss. Warum sollten findige und agile Unternehmer nicht von einer möglichen weltweiten Gründerzeit profitieren können? Schwarz ist nicht die einzige Farbe zur Ausmalung unserer Zukunft.

Unsere Klimastrategie

Der Klimawandel erfordert entschlossenes Handeln – auch von Seiten der Finanzwirtschaft. Als Deutschlands zweitgrößtes Finanzinstitut nimmt die Commerzbank ihre unternehmerische Verantwortung für den Klimaschutz sehr ernst und engagiert sich gezielt für Erneuerbare Energien und zukunftsweisende klimafreundliche Produkte.

Klimaschutz als Chance

Der Klimawandel wird die Umwelt, das Leben in der Gesellschaft und die Rahmenbedingungen des wirtschaftlichen Handelns tiefgreifend verändern. Wenn die Entwicklung weitergeht wie bisher, ist Nicholas Stern zufolge – neben gravierenden soziopolitischen Folgen – mit ökonomischen Einbußen von jährlich 5 bis 20 % des weltweiten Bruttoinlandsprodukts (BIP) zu rechnen. Die notwendigen Kosten zur Vermeidung dieser Einbußen werden hingegen nur auf 1 bis 2 % des weltweiten BIP geschätzt. Ein global wirksamer Klimaschutz ist damit nicht nur ethisch gerechtfertigt, sondern auch wirtschaftlich sinnvoll. Im Bewusstsein

der großen Risiken für Natur und Gesellschaft, aber auch angesichts der großen Chancen beim Übergang zu einer neuen CO₂-armen Wirtschaft will die Commerzbank dem Klimawandel – gemeinsam mit anderen gesellschaftlichen Akteuren – konsequent im Rahmen einer umfassenden Klimastrategie entgegenreten.

Gute Gründe für eine eigene Klimastrategie

Wir sehen uns in der Verantwortung, an Lösungen für gesamtgesellschaftliche Herausforderungen wie dem Klimawandel mitzuwirken. Aus diesem Grund haben wir eine Klimastrategie erarbeitet, die unsere schon vorhandenen



Aktivitäten bündelt und an der sich weitere Schritte ausrichten. Schon seit geraumer Zeit engagiert sich die Commerzbank in unterschiedlichen Handlungsfeldern für den Klimaschutz: So nimmt sie als eines der weltweit führenden Institute im Handel mit Emissionsrechten und in der Finanzierung Erneuerbarer Energien eine Pionierrolle ein und engagiert sich aktiv in verschiedenen Initiativen. Außerdem beeinflussen die internationale Klimapolitik und das Kyoto-Nachfolgeprotokoll die Entwicklung unserer Geschäftsfelder Emissionshandel und Erneuerbare Energien. Nicht zuletzt verändern sich dadurch die Rahmenbedingungen für unsere Firmenkunden unter anderem mit der Verpflichtung zum Erwerb von CO₂-Emissionszertifikaten. Die Commerzbank hat sich aus diesen Gründen entschlossen, ihre Position als Impulsgeber im Klimaschutz weiter auszubauen.

Anspruchsvolle Ziele

Mit ihrer Klimastrategie verfolgt die Commerzbank drei übergeordnete, ambitionierte Ziele: Sie strebt danach, ihre Treibhausgasemissionen bis 2011 gegenüber dem Basisjahr 2007 um 30 % zu senken und das Unternehmen schrittweise klimaneutral zu stellen. Auch soll das Kerngeschäft noch stärker nachhaltig ausgerichtet und weitere innovative klimarelevante Produkte und Dienstleistungen entwickelt werden. Außerdem will die Bank einen Beitrag zur Sensibilisierung für das Thema Klimawandel leisten und bei ihren Mitarbeitern wie in der Öffentlichkeit, wo immer möglich, für aktiven Klimaschutz eintreten.

Konzentration auf wesentliche Handlungsfelder

Die Commerzbank sieht vier zentrale Handlungsfelder für die Umsetzung ihrer Klimastrategie:

1. Klimaschutz als Teil des betrieblichen Umweltmanagements

Für die Bewertung der Reduktionspotenziale und die Einleitung von wirksamen Maßnahmen ist eine systematische Analyse der Emissionsquellen und die Kenntnis des eigenen CO₂-Fußabdrucks grundlegend. Die Commerzbank geht hierfür den Schritt vom bewährten Öko-Controlling zum CO₂-Accounting (s. im Bericht S. 69). Auf dieser Basis werden CO₂-Substitutionsmaßnahmen wie die sukzessive Umstellung auf Ökostrom und CO₂-Reduktionsmaßnahmen eingeleitet.

2. Kompensation nicht vermeidbarer CO₂-Emissionen

Zentrale Publikationen wie Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht werden durch den Ankauf und die Stilllegung von Emissionsminderungszertifikaten aus anerkannten, ökologisch hochwertigen Klimaschutzprojekten klimaneutral gestellt. In Zukunft will die Commerzbank ihre nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen weiter schrittweise kompensieren. Geeignete Maßnahmen werden bereits in zentraler Verantwortung gemeinsam mit dem Center of Competence Renewable Energies (CoC RE) und dem neu hinzugekommenen Geschäftsfeld Emissionshandel erarbeitet.

3. Klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen im Kerngeschäft

Geschäftsfelder wie die Finanzierung Erneuerbarer Energien und innovative Emissionshandelsprodukte weisen großes Marktpotenzial auf und werden von der Commerzbank mit Nachdruck ausgebaut. Mit innovativen Produkten wie dem klima:coach (s. im Bericht S. 25) unterstützt die Commerzbank ihre mittelständischen Firmenkunden beim Klimaschutz, zum Beispiel bei der Verbesserung der Energieeffizienz beziehungsweise der Reduktion der CO₂-Intensität.

4. Kommunikation zum Klimaschutz

Die Commerzbank nutzt zahlreiche Wege, um die Öffentlichkeit für das Thema Klimawandel zu sensibilisieren. Dazu gehören eigene Initiativen, wie die UnternehmerPerspektiven (s. im Bericht S. 19), vielfältige Kunden- und Mitarbeiterinformationen sowie Mitgliedschaften in Klimaschutzinitiativen wie

- dem Carbon Disclosure Project,
- dem vom Bundesministerium für Forschung und Bildung (BMBF) initiierten „Finanz-Forum: Klimawandel“ oder
- der „Aktionswoche Klima und Finanzen“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU).

Die Commerzbank wirkt aktiv mit an der Gesprächsrunde „Klimawandel und Banken“ des Hessischen Ministeriums für Umwelt, Energie, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (HMULV) sowie dem Forum Klimawandel des Vereins für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen (VfU).

› www.cdproject.net

› www.cfi21.org

› www.klima-und-finanzen.de

› www.vfu.de

Integrierte Finanz- und Klimaberatung der klima:coach

Zur nachhaltigen Ausrichtung der Geschäftstätigkeit der Commerzbank gehört nicht nur die klimafreundlichere Gestaltung der eigenen Prozesse. Zentrale Aufgabe ist es vor allem auch, die Kunden mithilfe von Finanz- und Klimaberatung dabei zu unterstützen, ihre großen Einsparpotenziale auszuschöpfen und so den CO₂-Fußabdruck ihrer Prozesse und Produkte zu reduzieren.

Der klima:coach wurde als neue innovative Dienstleistung im ersten Quartal 2009 am Markt eingeführt. Sie ergänzt die Palette nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen der Commerzbank und verbindet die Finanz- und Klimaexpertise zugunsten des Mittelstands.

Unterstützung von Innovations- und CO₂-Management im Mittelstand

Bei vielen mittelständischen Unternehmen ist der Beratungsbedarf erheblich – und das nicht nur wegen der steigenden Energiepreise. Es gilt, die Mengen- und Preisstruktur des eigenen Energieverbrauchs im Blick zu behalten, mit gezielten Maßnahmen den eigenen Energiemix und CO₂-Ausstoß günstiger als branchenüblich zu gestalten sowie Einsparmöglichkeiten zu identifizieren. Wichtig sind auch die langfristige Kalkulierbarkeit der Energieversorgung und eine erfolgreiche Vermarktung klimaschonender Lösungen und Produkte. Zahlreiche energieintensive Unternehmen werden seit 2008 darüber hinaus in den Emissionshandel einbezogen und müssen Emissionsrechte hinzukaufen, wenn es ihnen nicht gelingt, ihre Energieeffizienz genügend zu steigern oder in ausreichendem Maße Erneuerbare Energien zu nutzen.

Für mittelständische Kunden hat die Commerzbank in ihrem Segment Mittelstandsbank darum ein spezielles Beratungsinstrument entwickelt, das sowohl Klima- als auch Finanzexpertise für den Kunden bereitstellt: den klima:coach. Er analysiert die Energieeffizienz und CO₂-Intensität der Unternehmensprozesse und vergleicht diese anhand von Benchmarks mit branchenähnlichen Unternehmen. Auf dieser Datenbasis zeigt er Einsparpotenziale auf und liefert individuell auf das Unternehmen zugeschnittene Handlungsempfehlungen. Auch von der Kreditanstalt

für Wiederaufbau (KfW) geförderte Energieeffizienzberatungen sowie Leistungen externer technischer Dienstleister – je nach Unternehmensgröße stehen hierfür verschiedene Anbieter zur Auswahl – gehören zu dem Angebot. Insbesondere die inhaltliche Verzahnung der Finanzierungs- und Klimaschutzberatung findet große Anerkennung bei den Kunden.

Forschung und Dialog für den Klimaschutz

Führende Finanzdienstleister, darunter als Gründungsmitglied die Commerzbank, riefen im Oktober 2007 das „Finanz-Forum: Klimawandel“ ins Leben. Die Finanzwirtschaft will mit dieser Initiative ihren Beitrag zur effektiven Umsetzung der „Hightech-Strategie zum Klimaschutz“ der Bundesregierung leisten. Als zentrale Forschungs- und Dialogplattform dient das Forum der Entwicklung einer für den Standort Deutschland förderlichen Klimaschutz- und Klimaanpassungsstrategie. Es soll in Kooperation mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) Prozesse zur besseren wissenschaftlichen, technischen und wirtschaftlichen Vernetzung zwischen Innovatoren und Finanzdienstleistern anstoßen. Außerdem sollen naturwissenschaftliche wie ökonomische Analysen und Informationssysteme weiterentwickelt und Forschungsinitiativen umgesetzt werden. Die Mitglieder des Forums haben eine Beiratsfunktion in dem vom BMBF geförderten Vorhaben „Climate Change, Financial Markets and Innovation“ (CFI), das darauf zielt, den forschungspolitischen Dialog zwischen der Finanzwirtschaft und dem Ministerium weiterzuentwickeln und zu koordinieren. Im Juli 2009 wurde mit Unterstützung des Forums und unter aktiver Mitwirkung der Commerzbank außerdem das „Climate Service Center“ (CSC) in Hamburg gegründet. Das CSC soll als nationales Dienstleistungszentrum Entscheidungsträgern aktuelle Ergebnisse der Klimaforschung zugänglich und nutzbar machen.

Finanzierung Erneuerbarer Energien

Erneuerbare Energien sind ein Wachstumsmarkt, und sie werden es bleiben. Für eine klimaschonende und langfristig sichere Energieversorgung sind sie letztlich ohne Alternative. Die Commerzbank gehört mit ihrem Center of Competence Renewable Energies (CoC RE) zu den weltweit größten Finanzierern Erneuerbarer Energien.

Zukunftsmarkt mit großem Potenzial

2008 gelangten weltweit 31,5 Mrd t des Treibhausgases Kohlendioxid (CO₂) in die Atmosphäre. Dies ist der zehnte Rekordwert in Folge, so das Internationale Wirtschaftsforum Regenerative Energien in Münster. Der Gesamtenergiebedarf der Weltbevölkerung wird sich bis 2050 voraussichtlich verdoppeln. Diesen ansteigenden Energiebedarf gilt es abzudecken. Hierfür kommen fossile Ener-

gieträger schon aufgrund begrenzter Verfügbarkeit lediglich sehr eingeschränkt in Betracht. Zudem gilt die Nutzung fossiler Energieträger, wie Kohle, Öl oder Gas, aufgrund ihrer hohen CO₂-Emissionen als eine der größten Ursachen des Klimawandels mit gravierenden Folgen für die Menschheit. Darum ist der weitere Ausbau der Erneuerbaren Energien mit großen Erwartungen verbunden.

Über die Notwendigkeit des Klimaschutzes und der Förderung Erneuerbarer Energien besteht unter den Regierungen weltweit Konsens. Die deutsche Bundesregierung zum Beispiel hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2020 den Anteil Erneuerbarer Energien an der Energieerzeugung auf 30 % zu erhöhen. Dies wird erhebliche Effekte für das Wachstum dieser Branche haben, die bereits 2008 in Deutschland einen Umsatz von 28,7 Mrd Euro erzielt hat – beinahe 4 Mrd Euro mehr als noch 2007. Für die deutsche Industrie spielen die Anlagen zur Erzeugung von Erneuerbaren Energien außerdem als Exportgüter eine wichtige Rolle. Nicht zuletzt werden in diesem Bereich neue Arbeitsplätze geschaffen: 2008 zählte die vom deutschen Umweltministerium gegründete Arbeitsgruppe „Erneuerbare Energien-Statistik“ annähernd 280 000 Arbeitsplätze in der jungen Branche. Torsten Hinsche, Leiter des Center of Competence Renewable Energies (CoC RE) der Commerzbank, sieht Deutschland nicht nur als weltweit führende Nation bei den Technologien und deren Export im Bereich Erneuerbare Energien. Führend sei auch die dazugehörige Gesetzgebung. In den Schwellen- und Entwicklungsländern bestehe insoweit erheblicher Bedarf: „Viele Staaten haben ein großes Interesse, Know-how und Produktionsstandorte ins Land zu holen, und mehr als 60 % dieser Technologien stammt von Unternehmen aus Deutschland.“



Komplexes Leistungsspektrum

Das CoC RE verbindet tiefes Branchenverständnis mit der Kompetenz einer internationalen Großbank und kann damit allen Branchenangehörigen umfassende Lösungen anbieten. Diese erstrecken sich über die gesamte Wertschöpfungskette, decken sämtliche relevanten Segmente von der Wind-, Solar- und Bioenergie über die Wasserkraft bis zur Geothermie ab und schließen alle Sektoren des Finanzmanagements ein. Hierzu gehören Unternehmens- und Projektfinanzierungen sowie Kapitalmarkttransaktionen als maßgeschneiderte individuelle Lösungen.

Das Kredit-Portfolio des CoC RE umfasste 2008 rund 4 Mrd Euro. Es stellt damit eines der größten Portfolios auf dem Gebiet der Finanzierung von Erneuerbaren Energien dar. Rund 70 % davon entfielen auf Windenergie, circa 20 % auf Solarenergie und die restlichen 10 % verteilten sich unter anderem auf Bioenergie und Wasserkraft. Die installierte Leistung der von der Commerzbank bis heute in Deutschland finanzierten Windenergieprojekte umfasst mehr als 5 000 MW (das entspricht einem Anteil von über 20 %). Legt man die Anlagenleistung des Jahres 2008 zugrunde, wurden innerhalb eines Jahres durch den Betrieb der von der Commerzbank finanzierten

Windenergieanlagen Emissionen in Höhe von 8,6 Mio t CO₂ eingespart. Dies entspricht etwa 10 % der gesamten Reduktion von CO₂-Emissionen durch Erneuerbare Energien in Deutschland.

Neben dem historisch gewachsenen Schwerpunkt der Finanzierungen im Windenergiebereich stehen die Solar- und Solarthermie-Technologien mit im Fokus des CoC RE. In Jahr 2009 entfallen rund 45 % der Projektfinanzierungen auf den Solarbereich. Auch Windparks im Meer (Offshore-Windenergie) sowie Solarthermische Kraftwerke und neue Technologien wie Wellen- und Gezeitenkraftwerke haben Wachstumspotenzial und werden vom CoC RE mit großer Aufmerksamkeit verfolgt.

Verstärkt international aktiv

Erneuerbare Energien haben ein nahezu unbegrenztes Marktpotenzial: Die Wachstumsmärkte liegen derzeit vor allem in Westeuropa, Nordamerika und Asien. Darum stellt die Internationalisierung einen Schwerpunkt in der Strategie des CoC RE dar.

Solar- und Windenergie weltweit

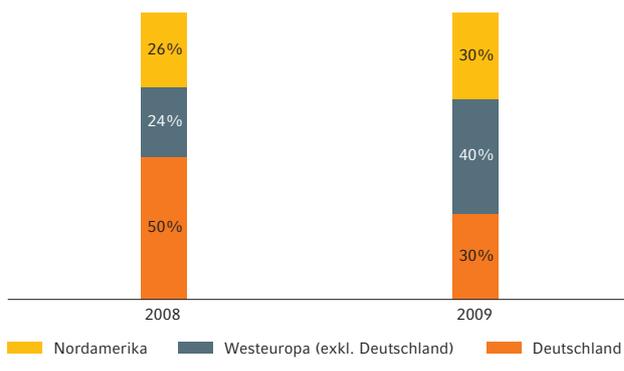
Das CoC RE der Commerzbank ist international tätig und finanziert den Bau und den Betrieb von Anlagen zur Nutzung Erneuerbarer Energien an den weltweit attraktivsten Standorten.

In führender Rolle arrangierte das CoC RE, gemeinsam mit anderen, zum Beispiel jüngst die Finanzierung des ersten Windparks in der Republik Zypern. Bis Ende 2010 sollen hier 41 Turbinen mit einer Gesamtkapazität von 82 MW aufgestellt werden. Sie werden etwa 8 % des Energiebedarfs des Landes decken können. Wichtig für die Finanzierung des rund 170 Mio Euro teuren Energie-

Vom norddeutschen „Gewächs“ zum weltweiten Komplettanbieter

Bereits Mitte der 80er Jahre finanzierten einige Filialen der Commerzbank Erneuerbare Energien. Zunächst handelte es sich ausschließlich um Windenergie. Im Jahr 2000 kamen Solar- und 2005 Biomasse-Technologien hinzu. Mit dem Stromeinspeisungsgesetz von 1991, dem Vorläufer des Erneuerbare-Energien-Gesetzes (EEG), erlebt die Branche seit Mitte der 90er Jahre eine starke Wachstumsperiode, die bis heute anhält. Der Marktanteil der Commerzbank in Deutschland liegt derzeit bei rund 20 %. Weltweit gehört die Commerzbank zu den zwölf größten Finanzierern von Erneuerbaren Energien. Seit rund sechs Jahren ist das Erneuerbare Energien-Know-how der Commerzbank im CoC RE als Einheit der Mittelstandsbank in Hamburg gebündelt. Das interdisziplinär zusammengesetzte Team besteht aus 80 Mitarbeitern. Die ursprüngliche Vision, mit dem gesamten Know-how der Branche dem Kunden maßgeschneiderte Lösungen anzubieten, ist längst Realität.

Neugeschäft CoC RE 2008 und 2009 nach Märkten





projekts auf Zypern war, dass die dortige Regierung dem zukünftigen Betreiber einen auf 20 Jahre ausgelegten Festtarif für die Einspeisung der Windenergie zusagen konnte.

Zur Finanzierung von Solarenergie in Andalusien und auf Mallorca stellte die Commerzbank im Jahr 2007 Kredite in Höhe von insgesamt 70 Mio Euro zur Verfügung. Auf einer Fläche von 20 ha entstehen allein auf der Insel Mallorca Solaranlagen mit rund 50 000 Photovoltaikmodulen und

mit einer Leistung von 14 Mio Kilowattstunden pro Jahr. Damit können 3 600 Haushalte versorgt und etwa 12 400 t CO₂-Emissionen eingespart werden.

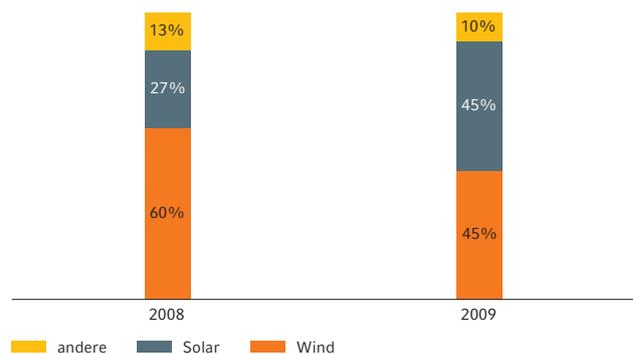
Marktführer wurde die Commerzbank als Finanzierer von Windenergiekapazitäten in der Türkei im Jahr 2008. Hier wurden Windenergieanlagen mit einer Kapazität von 167 MW in der Gesamthöhe von rund 190 Mio Euro finanziert.

Auch in Zukunft wird die Commerzbank durch ihr CoC RE das Wachstum der Erneuerbaren Energien aktiv unterstützen, auch im Ausland. Dabei wird der bewährte Pfad der Zusammenarbeit mit kompetenten und erfahrenen Partnern aus der Industrie fortgesetzt.

Vernetzt mit Forschung, Politik und Wirtschaft

Das CoC RE ist geschätzter Dialogpartner von Wissenschaft, Politik und Wirtschaft. Mit seinem Know-how und seinen umfangreichen Netzwerkaktivitäten übernimmt es die Rolle eines „Motors“ für die Entwicklung Erneuerbarer Energien. Das CoC RE ist Mitglied der Stiftung Offshore-Windenergie und in den Bundesverbänden der Wind- und Solarenergie vertreten. Im Technologiebereich ist es eng mit führenden wissenschaftlichen Einrichtungen wie dem Fraunhofer-Institut verzahnt und unterstützt die Ausbildung und Entwicklung von Nachwuchskräften, zum Beispiel durch die Förderung des Studiengangs „Renewable Energy Finance“ an der Frankfurt School of Finance & Management. Außerdem ist das CoC RE mit Fachreferenten auf zahlreichen Konferenzen im In- und Ausland präsent, veranstaltet eigene Symposien und Tagungen. So konnten sich zum Beispiel im Juni 2009 Botschafter und Mitarbeiter von Wirtschafts- und Handelsministerien von rund 70 Staaten auf der von der Commerzbank in Berlin veranstalteten Konferenz „Erneuerbare Energien weltweit“ darüber informieren, wie sie ihr Land zu einem attraktiven Investitionsstandort für deutsche Unternehmen machen können.

Neugeschäft CoC RE 2008 und 2009 nach Technologien



Klimaschutz durch CO₂-Handel

Mit der Übernahme der Dresdner Bank integrierte die Commerzbank auch den zuvor bei der Investmentsparte Dresdner Kleinwort angesiedelten Emissionsrechtehandel. Die neue Commerzbank verfügt damit über Schlüsselkompetenzen in einem wichtigen Zukunftsmarkt und bietet der neu hinzugekommenen Einheit ihrerseits deutliche Synergieeffekte und Stabilität für Wachstum.

Chancen des Emissionsrechtehandels

Eines der zentralen Instrumente zur Begrenzung des Klimawandels ist der Handel mit CO₂-Emissionsrechten. Unmittelbar im Kyoto-Protokoll vorgesehen sind der Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung (Clean Development Mechanism – CDM), der zur Finanzierung von Maßnahmen zur Emissionsreduktion in Entwicklungsländern dient, sowie der Mechanismus zur gemeinsamen Umsetzung (Joint Implementation – JI), der den Transfer von Emissionsrechten zwischen den meisten Industrieländern regelt. Am weitesten geht das Emissionsrechtehandelssystem der EU (European Union Emission Trading Scheme – EU ETS), das den Mitgliedsstaaten konkrete Obergrenzen für die Treibhausgasemissionen ihrer Industrie zuweist. Werden diese Werte überschritten, müssen Emissionsrechte hinzugekauft werden. „Solange die Zertifikate durch die Obergrenzen, sogenannte „Caps“, knapp gehalten werden“, erklärt Ingo Ramming, Co-Head of Commodity Solutions der Commerzbank, „ergibt sich der Preis für Treibhausgasemissionen aus den Mindestkosten für deren Beseitigung. Die Unternehmen können dann entscheiden, was sich am meisten lohnt: kaufen oder reduzieren. So führt der Emissionshandel auf die kostengünstigste Weise zur Verringerung von Treibhausgasen.“



Ingo Ramming, Co-Head
of Commodity Solutions



Commerzbank-Zentrale: Das erste „Green Building“ der Welt

Besuchergruppen genießen regelmäßig den großartigen Blick über die Stadt, den Deutschlands höchstes Bürogebäude, das 1997 fertiggestellte Commerzbank-Hochhaus ihnen bietet. Für sie veranstaltet Architekt Kai Thiele seit acht Jahren regelmäßig Führungen bis hinauf in die Vorstandsetage im 49. Stock. Unterwegs kommt er nicht selten ins Schwärmen: „Das Gebäude ist nicht nur schön anzusehen, es funktioniert auch ganz hervorragend.“ Überzeugend sind vor allem die energiewirtschaftlichen Qualitäten des Entwurfs aus den frühen 90er Jahren, mit dem sein renommierter Berufskollege Lord Norman Foster den Begriff des „Green Building“ vorwegnahm. „Der Commerzbank-Turm in Frankfurt am Main“, so Foster in einer Publikation des Bundesumweltministeriums, „ist ein symbolhaft und funktional ‚grünes‘ Gebäude. Obwohl es über eine Klimasteuerung verfügt, nutzt es ein natürliches Lüftungssystem zur Reduktion des Energieverbrauchs, was es zum weltweit ersten ökologischen Hochhaus macht.“ Seine bauliche Besonderheit: Die Fassade besteht aus zwei Schalen, zwischen denen die Luft frei zirkulieren kann. Seit dem 1. Januar 2008 kommt eine weitere Besonderheit hinzu: Das Gebäude wird zu 100 % mit Ökostrom versorgt (s. dazu im Bericht S. 72).

Zusätzliche ökologische Akzente setzen die neun Gärten des Hochhauses: Jeweils drei von ihnen sind nach Osten, Süden und Westen orientiert und bieten damit ganz unterschiedlichen Pflanzen ideale klimatische Bedingungen. Bis unter die in 16 Meter Höhe angebrachten verglasten Lüftungskappen reichen Ahorn, Zypressen und ein Mammutbaum. Die „höchste Position“ im Haus – die Dachetage im 57. Stock – nimmt seit 2008 ein Brutpaar des seltenen und besonders geschützten Wanderfalken ein – rührend umsorgt von Gebäudemanager Peter Muschelknautz.

Pionier bei innovativen Emissionsprodukten und Klimaschutzlösungen

Das Emissions-Trading-Team konnte sich innerhalb der vergangenen fünf Jahre als einer der weltweit führenden Anbieter von Klimaschutzlösungen etablieren. Neben dem Emissionsrechtehandel hat sich das Team auf die aktive Vermarktung einer Reihe innovativer Emissionsprodukte spezialisiert. Das 2006 gegründete Joint Venture mit der Gazprombank, die Carbon Trade & Finance, legt zum Beispiel seinen Schwerpunkt auf die Realisierung von JI-Projekten in Russland beziehungsweise innerhalb der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS). Das Potenzial für CO₂-Reduktion durch Verbesserung der Energieeffizienz in der russischen Öl- und Gasbranche ist erheblich. Ingo Ramming sieht hier gute Perspektiven für die deutsche Wirtschaft: „Die nötigen Investitionen bieten nicht nur Chancen für den CO₂-Markt, sondern auch für deutsche Exportfirmen, die über die geeigneten Anlagen und Technologien verfügen.“

Neue Commerzbank stärkt Emissionshandel

Der Emissionshandel wurde 2009 vollständig in den Bereich des Rohstoffhandels im Bereich Corporates & Markets der Commerzbank eingebettet und eng mit den Energiehandelsaktivitäten der Bank verzahnt. So hat das Team Zugriff auf wertvolle Informationen und kann Synergieeffekte zum Beispiel im Risikomanagement nutzen. Darüber hinaus profitiert die Arbeit des Teams von der festen Verankerung der Commerzbank im deutschen Mittelstand, da das Management von CO₂-Risiken für viele Unternehmen in Deutschland seit der Einführung des EU-Emissionshandels im Jahr 2005 eine wichtige Rolle spielt.

»Es ist zu hoffen, dass die Politik die aktuelle Finanzmarktkrise als Chance nutzt, die Wiederbelebung der Volkswirtschaften im Sinne einer ‚Grünen Revolution‘ anzugehen.«

INGO RAMMING Co-Head of Commodity Solutions

Globaler Emissionshandel nötig

Der Klimawandel ist ein globales Problem, und deshalb ist eine globale, über das EU ETS hinausgehende Lösung notwendig. Ingo Ramming sieht großen Handlungsbedarf: „Es ist wichtig, dass alle Industriestaaten ernsthafte Verpflichtungen zur Reduktion der Treibhausgase eingehen und Entwicklungs- und Schwellenländer mit Investitionsmitteln versorgen, damit diese sich aktiv am Aufbau einer CO₂-reduzierten Wirtschaft beteiligen können.“ Zugleich seien erste Erfolge zu verzeichnen: „Der Emissionshandel trägt das Thema Klimawandel in die Öffentlichkeit, und die Emission von Treibhausgasen spielt in Unternehmensstrategien eine zunehmend zentrale Rolle. Die Unternehmen haben verstanden, dass wir in einer kohlenstoffabhängigen Welt leben.“

Der Handel mit Emissionsrechten ist inzwischen neben den Energiehandelsmärkten für Öl, Strom oder Kohle fest etabliert. Das EU ETS dominiert heute den stark wachsenden CO₂-Weltmarkt, der 2008 einen Gesamtumsatz von 120 Mrd USD verzeichnete. Für 2012 erwartet die Commerzbank ein starkes Wachstum, falls auch die USA ein landesweites Emissionshandelssystem einführen. Marktteilnehmer erwarten in diesem Fall einen Gesamtumsatz von 3000 Mrd USD bis 2020. Die Entwicklung hänge allerdings stark von politischen Vorgaben ab. Ingo Ramming sieht indes Grund zum Optimismus: „Die Entscheidungsträger sind sich heute weitgehend einig, dass schnelles Handeln nötig ist, um die schlimmsten Klimarisiken einzudämmen. Es ist außerdem zu hoffen, dass die Politik die aktuelle Finanzmarktkrise als Chance nutzt, die Wiederbelebung der Volkswirtschaften im Sinne einer ‚Grünen Revolution‘ anzugehen.“



» Aus geschäftlicher Sicht war die Integration der Dresdner Bank und der Commerzbank die richtige Entscheidung, um die Zukunftsfähigkeit und den Erfolg des Instituts nachhaltig zu sichern. Das Besondere ist, dass hier zwei Banken fusionieren, die sich bisher – unter anderem – über ihren direkten Wettbewerb definiert haben und die beide stolz auf ihre eigene Historie waren. « **ULRICH SIEBER**

„Zusammenwachsen“ – Der Weg zur neuen Commerzbank

Die Commerzbank stemmt mit der Übernahme der Dresdner Bank die größte Fusion ihrer Geschichte. Für alle Beteiligten ist diese Integration eine große Herausforderung. Im Interview mit Vorstandsmitglied Ulrich Sieber, zuständig für Group Human Resources und Group Integration, wird deutlich, wie wichtig Transparenz und Fairness in einem Integrationsprozess sind.

Fusionen sind Teil der Unternehmensgeschichte der Commerzbank. Was ist das Besondere an der Fusion mit der Dresdner Bank?

Aus geschäftlicher Sicht war die Integration von Commerzbank und Dresdner Bank die richtige Entscheidung, um die Zukunftsfähigkeit und den Erfolg des Instituts nachhaltig zu sichern. Das Besondere ist, dass hier zwei Banken fusionieren, die sich bisher – unter anderem – über ihren direkten Wettbewerb definiert haben und die beide stolz auf ihre eigene Historie waren. Das macht die kulturelle Zusammenführung der beiden Häuser zu einer Herausforderung. Ich glaube aber, dass wir nicht zuletzt wegen der vielen motivierten Mitarbeiter, die in beiden Häusern arbeiten, und dem gemeinsamen Willen zum Erfolg diese Herausforderung meistern.

Was denken die Mitarbeiter beider Häuser über die Integration zur neuen Commerzbank? Wie ist die allgemeine Stimmung?

Wir haben von Anfang an Wert darauf gelegt, die Stimmung der Mitarbeiter aufzunehmen. Der 3. „Pulse Check“, eine Abfrage der Mitarbeiterstimmung durch ein neutrales Institut, hat ergeben, dass 74 % aller Mitarbeiter daran glauben, dass die Integration ein Erfolg wird. Im Vergleich zu Benchmarks anderer Großfusionen ist das ein hervorragendes Ergebnis. Mit unserem verstärkten Fokus auf Change Management werden wir den Mitarbeitern den Wert der Integration und die Wahrnehmung des Prozesses noch intensiver vermitteln.

Welche Risiken und Hürden sehen Sie in diesem Integrationsprozess und wie geht die Commerzbank damit um?

Die Geschwindigkeit und das Ausschöpfen des Synergiepotenzials sind die Hauptziele der Integration. Deswegen haben wir von Anfang an auf ein zweiwöchentliches Monitoring des Prozessfortschritts und der Synergierrealisierung gesetzt. Trotz der Geschwindigkeit haben wir aber auch die Bedürfnisse unserer Kunden und Mitarbeiter nicht aus den Augen verloren und dort ebenso schnell bei negativen Veränderungen mit Maßnahmen gegengesteuert. Unsere Grundprinzipien Transparenz und Fairness und klar definierte Spielregeln ermöglichen das ambitionierte Tempo trotz der Komplexität und der Menge an Aufgaben.

Herr Sieber, Sie waren viele Jahre bei der Dresdner Bank tätig, sind seit 2006 bei der Commerzbank, seit Juni 2009 Mitglied des Vorstands und zuständig für Group Human Resources und Group Integration der neuen Commerzbank. Inwieweit ist Ihre Erfahrung in beiden Häusern für den Integrationsprozess von Vorteil?

Meine persönliche Erfahrung hilft mir zunächst einmal, die Verhaltensweisen und Reaktionen der Dresdner Bank-Mitarbeiter durch eine Dresdner Bank-Brille zu verstehen. Durch meinen Werdegang kenne ich viele Menschen in beiden Häusern und kann so unmittelbar mit Mitarbeitern aus ganz unterschiedlichen Bereichen und Hierarchiestufen direkt Themen ansprechen, diskutieren und hinterfragen. Solche ungefilterten und ehrlichen Meinungen sind ungemein wertvoll und helfen, die Sorgen und Nöte im Integrationsprojekt an der Schnittstelle Commerzbank und Dresdner Bank zu verstehen sowie punktgenau zu unterstützen.

Wie stellen Sie sicher, dass der Integrationsprozess für alle Beteiligten möglichst fair gestaltet wird?

Ich setze mich persönlich für Transparenz und Fairness ein. Unser Ziel ist, den Mitarbeitern schnell Orientierung zu bieten. Das spiegelt sich in einem vertrauensvollen und konstruktiven Verhältnis mit dem Betriebsrat wider, der die Interessen der Mitarbeiter vertritt. Die Verhandlungen zum Interessenausgleich und Sozialplan sind dafür ein gutes Beispiel. Der vereinbarte Stellenbesetzungsprozess mit den segmentübergreifenden Bewerbungschancen und der Ausschreibung aller Führungspositionen ist fair und schnell. Allerdings muss ich auch ganz klar sagen: Wir können nur den Prozess fair gestalten, die Wahrnehmung



Zur Person Ulrich Sieber

Ulrich Sieber ist seit 1. Juni 2009 Mitglied des Vorstands der neuen Commerzbank und zuständig für Group Human Resources und Group Integration. Der Bankkaufmann ist verheiratet und hat drei Kinder. Zuvor war er in verschiedenen Banken, wie Bayerische Vereinsbank AG, Credit Suisse Deutschland AG, JP Morgan GmbH und Dresdner Bank AG, in unterschiedlichen Funktionen tätig.

jedes Einzelnen – besonders dann, wenn er persönlich betroffen ist – kann verständlicherweise abweichen. Hier ist wichtig, die richtige Balance zu finden.

Medien und Mitarbeiter sprechen aber oft von einem „Integrationsmarathon“. Impliziert das nicht, dass auch einige Läufer auf der Strecke bleiben?

Der geplante Personalabbau ist wichtig für die nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit der neuen Bank. Ohne ihn sind die Kostensynergien nicht zu realisieren. Ich weiß aus eigener Erfahrung, wie schmerzlich und schwierig das für jede Führungskraft ist, weil es auch die Familien und deren Lebensplanung trifft. Um das abzufedern und den Abbau so sozialverträglich wie möglich zu gestalten, haben wir faire Instrumente vereinbart. Lassen Sie uns nicht vergessen, dass wir insgesamt ein sehr hohes Niveau an Sozialstandards gewohnt sind. Wir müssen auch für die verbleibenden Mitarbeiter ein attraktiver Arbeitgeber und ein schlagkräftiges Team bleiben.

Ein Teil der Strecke ist geschafft, aber ein anspruchsvoller Weg liegt noch vor Ihnen. Herr Sieber, was macht Sie so zuversichtlich, dass auch die nächste Etappe der Integration erfolgreich bewältigt werden kann?

Lassen Sie es mich mit einem einfachen Bild erklären. Beim Bergsteigen gewinnt man zu Beginn sehr schnell viel Höhe. Entscheidend sind aber die letzten Schritte, die anstrengender und langsamer sind. Warum ich aber dennoch sehr zuversichtlich bin? Die Qualität unserer Mitarbeiter und die Leidenschaft, mit der wir für den Erfolg der Integration zusammenarbeiten, stimmen mich zuversichtlich. Die ComWerte, unsere Unternehmenskultur, fördern Offenheit und eine lösungsorientierte Eskalation von Themen, die es ermöglicht, schnell eine Entscheidung herbeizuführen. Einen besonderen Dank möchte ich an dieser Stelle an alle Projektmitarbeiter richten, die mit einem außergewöhnlichen Einsatz über eine lange Zeit die Integration zu einem Erfolg machen.

Diversity – Vielfältig wie das Leben selbst

Bei der Commerzbank arbeiten Mitarbeiter verschiedener ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, unterschiedlichen Geschlechts und Alters sowie Menschen mit und ohne Behinderung. Das internationale Finanzunternehmen betrachtet die Vielfalt seiner Mitarbeiter als einen besonderen Wert.

Ein Meeting im Bereich Accounting der Commerzbank: Die Deutsche Dr. Karin Mayer referiert auf Englisch, ihr Kollege Joseph Lim aus Singapur wirft eine Bemerkung auf Deutsch ein. Anschließend eine angeregte, aber erstaunlich leise verlaufende Diskussion: Allzu große Lautstärke – das hat das bunt gemischte Team gelernt – würde die asiatischen Kollegen irritieren. „Die unterschiedliche Zusammensetzung unseres Teams ist kein Zufall“, betont Bereichsleiter Hermann Rave. „Wir brauchen viel sprachliches und interkulturelles Know-how, um die Beziehungen zu unseren internationalen Niederlassungen effizient zu gestalten.“ Was für den Bereich Accounting im Besonderen gilt, lässt sich auch auf das gesamte Unternehmen übertragen: Die Commerzbank schätzt und fördert die Vielfalt (Diversity) ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als eine bedeutende Chance für Innovation und Kreativität. Je vielfältiger die Lebenserfahrungen, Vorlieben und Bedürfnisse der Mitarbeiter, desto besser können sie sich auf die verschiedenen Bedürfnisse der knapp 15 Millionen Kunden der Commerzbank einstellen. Daher fördert die Commerzbank im Rahmen ihres Diversity-Managements

ein offenes, wertschätzendes Unternehmensklima, in dem allein die persönliche Leistung zählt (s. dazu im Bericht S. 78).

Mit Courage nach vorn

Frauen sind gut ausgebildet, starten motiviert in den Beruf und dennoch schaffen es aus unterschiedlichen Gründen nur wenige bis ganz nach oben. Der Anteil weiblicher Top-Manager in größeren deutschen Unternehmen ist in jüngster Zeit sogar zurückgegangen. Anfang 2008 betrug der

» Als Teil der Corporate Identity hat Courage viel Positives für unser Image als Arbeitgeber geleistet. Die Ziele des Netzwerks sind heute noch aktuell und werden von mir mitgetragen. « MARTIN BLESSING Vorstandsvorsitzender

Anteil noch 5,5 %, während er Anfang 2007 noch bei 7,5 % gelegen hat. In den Jahren zuvor war der Anteil weiblicher Top-Manager kontinuierlich gestiegen. Auch bei der Commerzbank sind nur rund 15 % der leitenden Angestellten Frauen – obwohl die Hälfte der Gesamtbelegschaft weiblich ist. Das Frauennetzwerk Courage unterstützt Frauen auf ihrem Karriereweg über vielfältige Aktivitäten, um damit ihren Anteil in leitenden Positionen zu erhöhen.

Karriereförderndes Frauennetzwerk

Schon 1998 haben Frankfurter Commerzbankerinnen das Frauennetzwerk Courage als eines der ersten betrieblichen Frauennetzwerke in der deutschen Bankenwelt gegründet. Heute engagieren sich unternehmensweit mehr als 250

Faire Chancen, gutes Klima



Eine ausgeglichene Work-Life-Balance, eine gute Unternehmenskultur und faire Chancen für alle: Dies und mehr bietet die Commerzbank ihren Mitarbeitern auf hohem Niveau. Im Jahr 2009 konnte sie beim deutschlandweiten Ranking „TOP Arbeitgeber“

einen hervorragenden vierten Platz unter 105 von einem unabhängigen Institut bewerteten Unternehmen belegen. Im selben Jahr wurde sie bereits zum fünften Mal in Folge mit dem TOTAL E-QUALITY-Prädikat für Chancengleichheit ausgezeichnet.



Frauen in Frankfurt und acht weiteren regionalen Stützpunkten. Schirmherr ist seit 2008 Vorstandsmitglied Frank Annuscheit und auch regionale Manager fördern die Belange des Netzwerks. Die Netzwerkerinnen unterstützen sich gegenseitig dabei, ihre beruflichen Chancen aktiv wahrzunehmen und entscheidungsrelevante Positionen zu erreichen. Dafür organisieren sie einen breiten Erfahrungsaustausch ebenso wie karrierefördernde Veranstaltungen und Patenschaften. In Projekten treten sie außerdem für eine Verbesserung der Chancengleichheit im Unternehmen ein. „Die gemeinsame Arbeit aller an einer Unternehmenskultur, in der Frauen wie Männer die gleichen Chancen haben, ist für mich das Allerwichtigste“, begründet Carolin Schnabel, Client Relationship Manager in Frankfurt, ihr Engagement bei Courage.

Projekt „Im Lot“ leistet Pionierarbeit im Gesundheitsmanagement

Um die Gesundheit ihrer Mitarbeiter zu schützen und zu erhalten hat die Commerzbank in Kooperation mit dem Gesamtbetriebsrat das Projekt „Im Lot – Ausgeglichen bei der Arbeit“ ins Leben gerufen. Von April 2008 bis Mai 2009 wurden in einer umfangreichen Studie die Ursachen für die zunehmende psychische Belastung und Beanspruchung vor allem im Vertrieb und in der Marktfolge ermittelt und Maßnahmen entwickelt, die diese reduzieren sollen. Mit seinem innovativen Ansatz leistet das Projekt Pionierarbeit und setzt Maßstäbe im betrieblichen Gesundheitsmanagement.

Mit dem Projekt „Im Lot“ greifen Arbeitgeber und Arbeitnehmer gemeinsam ein aktuelles Thema auf, dessen Lösung allen Beteiligten Vorteile bringt. Wissenschaftlich begleitet vom „Institut für Autonomieforschung Cogito“ (PARGEMA) und dem „Institut für Arbeitspsychologie und

Arbeitsmedizin (IAPAM/Universität Herdecke)“ – beides ausgewiesene Experten auf dem Gebiet der Arbeitspsychologie und Arbeitsmedizin – wurden die ausschlaggebenden Faktoren professionell und umfassend ermittelt. In Workshops und Interviews gemeinsam mit rund 600 Führungskräften und Mitarbeitern wurde einerseits der Rahmen für ein ideales Arbeitsumfeld entworfen und auf der anderen Seite die Ursachen für die zunehmende psychische Belastung und Beanspruchung untersucht. Darüber hinaus wurden die Mitarbeiter im Zuge der Mitarbeiterbefragung ausführlich zum Thema Gesundheit befragt (s. dazu im Bericht S. 76).

Die Ergebnisse der Studie sind aufschlussreich: So hat die Entwicklung des Idealbildes einer gesundheitsförderlichen Commerzbank gezeigt, dass sich die Vorstellungen von Führungskräften und Mitarbeitern in vielen Punkten wie zum Beispiel Kundenberatung, Führung oder Zielvereinbarungen überschneiden. Ein weiteres Ergebnis: Die Bank verfügt bereits über geeignete Instrumente wie Arbeitszeitregelungen, Karriereentwicklungsmodelle und den Werteprozess ComWerte, die helfen, das Idealbild zur Realität werden zu lassen. Andererseits verdeutlichen die Ergebnisse der Studie, wo genau noch Handlungsbedarf besteht. Dazu zählen die Aspekte Ziele/Zielvereinbarungen, Kundenbetreuung, Arbeitsmenge, Führung und Controlling.

» Wir brauchen gesunde Mitarbeiter, die gern bei der Commerzbank arbeiten und mit vollem Engagement dabei sind, Mitarbeiter, die ausgeglichen – im Lot – sind. «

ULRICH SIEBER Mitglied des Vorstands und zuständig für Group Human Resources und Group Integration

Aus dem Abgleich von Idealbild und tatsächlicher Arbeitssituation wurden Maßnahmen entwickelt, die ab Herbst 2010 für alle Mitarbeiter umgesetzt werden sollen. Vorgeesehen sind beispielsweise Qualifizierungsmaßnahmen zur Erweiterung der individuellen Gesundheitskompetenz und die Einrichtung eines Mitarbeiterbeirats. Zusätzlich werden, basierend auf den Erkenntnissen aus dem Projekt, spezifische Ansätze mit den Vertriebseinheiten und den Einheiten der Marktfolge entwickelt. Immer mit dem Ziel, die Leistungsfähigkeit und Zufriedenheit der Mitarbeiter nachhaltig zu erhalten.

Karriere für Querdenker: Aus- und Weiterbildung

Individuelle Karriereplanung, umfassende Qualifizierungsangebote und ein transparentes, systematisches Talent Management: Die Commerzbank bietet ihren Beschäftigten vielfältige Möglichkeiten, ihre Talente und Interessen zu entfalten.

Markus Hujara studierte Allgemeine Rhetorik an der Universität Freiburg. Eine Bank, so dachte er, ist eher etwas für Wirtschaftswissenschaftler, die ein konservatives Arbeitsumfeld suchen. Bei einer Recruiting-Veranstaltung der Commerzbank war er beeindruckt: „Ich bin begeistert von der Atmosphäre“, schwärmt er. „Vor allem bin ich positiv überrascht, dass eine Bank so modern und progressiv ist.“ Mittlerweile ist Markus Hujara als Trainee bei der Commerzbank eingestiegen. Die Chancen, sich dabei weiterzuentwickeln, sind gut: Ein Schwerpunkt der Personalarbeit liegt auf der Bereitstellung umfangreicher Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote. Jeder Einzelne soll die Chance bekommen, seine individuellen Talente und Interessen zu entfalten – sei es bei einer fachlichen Weiterbildung, einem Auslandseinsatz oder einem der vielfältigen Angebote zur Förderung sozialer Kompetenzen.

Ihrer Verantwortung als Arbeitgeber wird die Commerzbank auch im Bereich der Ausbildung gerecht: Trotz der schwierigen Wirtschaftslage hält sie an ihrem Ziel fest, die Zahl der Auszubildenden kontinuierlich zu steigern: von zuletzt gut 600 im Jahr 2007 auf rund 700 im Jahr 2008. Mit der damit insgesamt realisierten Ausbildungsquote von 7,6 % nimmt sie eine Spitzenstellung unter den Dax-30-Unternehmen ein.

Wie erreiche ich meine angestrebte Position?

Potenziale finden, fördern und nutzen: Diese zentralen personalstrategischen Aufgaben werden bei der Commerzbank durch ein Online-Tool unterstützt. Mithilfe von ComSkill können Mitarbeiter ihre Qualifikationen und Kompetenzen transparent machen. Führungskräfte können mithilfe der Anwendung nach geeigneten Mitarbeitern suchen.

»Eigentlich dachte ich, dass für mich nur der Bereich Firmenkundengeschäft infrage kommt. ComSkill hat mich auf ganz neue Ideen gebracht: Jetzt habe ich eine sehr interessante Position im Reputationsmanagement der Konzernkommunikation.« RÜDIGER SENFT

Holger P. will sich fachlich weiterentwickeln. Der Diplom-Kaufmann möchte in den Bereich Konzernentwicklung wechseln und erstellt dafür zunächst ein detailliertes Profil seiner beruflichen Qualifikationen und persönlichen Kompetenzen in ComSkill. Mit einem

Ausgezeichnet: „ich geh' zur Bank“

Die Marketingkampagne der Commerzbank für Auszubildende „ich geh' zur Bank“ wurde im Jahr 2008 erneut ausgezeichnet. Durch die Kampagne ist es gelungen, die breite Palette verschiedener Ausbildungsmöglichkeiten bei Lehrern und Schülern bekannter zu machen und so eine größere Anzahl Jugendlicher für eine Ausbildung bei der Commerzbank zu gewinnen.

Mausklick werden ihm anschließend alle für ihn infrage kommenden Positionen und mögliche Entwicklungswege dorthin angezeigt. Er erfährt genau, welche Qualifikationen ihm noch fehlen und welche Fortbildungsangebote er nutzen kann.

Kernstück des im Jahr 2003 gestarteten und 2009 grundlegend überarbeiteten Online-Tools ComSkill ist ein detaillierter Soll-Ist-Vergleich der geforderten mit den vorhandenen Fähigkeiten des Mitarbeiters. In dem Managementsystem sind mehr als 800 Stellenbeschreibungen mit genauer Angabe der geforderten Qualifikationen hinterlegt. Die Mitarbeiter können diese gezielt anhand ihres persönlichen Profils durchsuchen. ComSkill trägt damit wesentlich zu größerer Transparenz im gesamten Unternehmen über mögliche Karrierewege und vorhandene Mitarbeiterpotenziale bei. Das Instrument dient gleichzeitig als Ausgangspunkt für die jährlich stattfindenden Potenzialeinschätzungen mit dem Vorgesetzten. Dort wird die Selbsteinschätzung des Mitarbeiters mit den Beobachtungen des Vorgesetzten abgeglichen und gemeinsam festgelegt, wie die nächsten Entwicklungsschritte aussehen beziehungsweise welche Qualifizierungsmaßnahmen angestoßen werden sollten.

Zur Probe im selben Boot sitzen: Das Career-Ship der Commerzbank

Die Zukunft der Commerzbank hängt zu einem großen Teil davon ab, gut ausgebildete, talentierte und leistungsbereite Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Mit ihrem neuen Nachwuchsprogramm NewCom konnte die Bank die Zahl der Trainee-Bewerber im Jahr 2008 verdreifachen.

Frühstück auf dem Rhein: Mehr als 50 Fach- und Führungskräfte von der Commerzbank und rund 80 ausgewählte Studenten sitzen entspannt auf der Terrasse des Career-Ship und diskutieren über Entwicklungsmöglichkeiten bei der Bank. Hinter ihnen liegt der Kennenlern-Abend, an dem sie sich zum Beispiel bei einem „Rhythm Coaching“ auf der

» Uns Studenten auf ein Schiff einzuladen, ist eine originelle Idee. Der Umgang hier ist ungezwungen, es ist leicht, mit Führungskräften ins Gespräch zu kommen. So erhalten wir zahlreiche Einblicke in das Tagesgeschäft. « STEFAN MEISSNER Student



Trommel ausprobieren durften, und vor ihnen ein anspruchsvolles Programm aus Workshops und Vorträgen, das den Studenten einen fundierten Einblick in das Unternehmen Commerzbank bietet. Ziel der zweieinhalbtägigen Veranstaltung: potenzielle Nachwuchskräfte für einen Einstieg bei der Commerzbank zu begeistern. Das Career-Ship ist ein Baustein des neuen Nachwuchsprogramms „NewCom“, mit dem die Commerzbank seit 2007 um exzellente Studenten und Hochschulabsolventen wirbt. Ein weiterer ist zum Beispiel „management meets campus“, bei dem Top-Manager als „Hochschulcaptains“ an ausgewählten Universitäten persönlich bei Rekrutierungsveranstaltungen aktiv sind. Die Nachwuchsinitiative hat Erfolg: Seit Mai 2007 hat sich die Zahl der Bewerbungen um eine Trainee-Stelle fast verdreifacht.

Zukunft Bankkarriere

Die Commerzbank will sich zukünftig noch intensiver um die Sicherung von qualifiziertem Nachwuchs kümmern. Im Jahr 2007 hat sie daher ihre Nachwuchsprogramme komplett neu ausgerichtet, um sich vor allem bei Studenten und Hochschulabsolventen als moderner, attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Denn dass die Commerzbank auch und gerade für unkonventionelle Menschen mit Ecken und Kanten zahlreiche interessante Karrieremöglichkeiten bietet, hat sich noch nicht genügend herumgesprochen. „Wir suchen kreative Menschen, die bei uns auch querdenken dürfen und sollen“, betont Jochen H. Ihler, Bereichsvorstand Mittelstand.

Seitenwechsel® für Führungskräfte

Wie leben obdachlose, behinderte oder psychisch kranke Menschen? Christof Maetze, Bereichsvorstand Financial Institutions der Commerzbank, hat sich als Teilnehmer des Seitenwechsels® intensiv mit dieser Frage beschäftigt und

» Menschen kennenzulernen, denen ich in meinem Alltag kaum begegnet wäre, habe ich als große Bereicherung empfunden. «

CHRISTOF MAETZE Bereichsvorstand Financial Institutions

fünf Tage lang in einer sozialen Einrichtung drogenabhängige, AIDS-erkrankte Männer und Frauen betreut. Ziel des Seitenwechsels® ist es, Führungskräften einen Einblick in ihnen fremde Lebenswelten zu geben und sie damit für einen differenzierten Umgang mit Menschen in schwierigen Lebenslagen zu sensibilisieren.

Corporate Volunteering

Ein weiteres Projekt ist als freiwilliger Baustein in die Führungskräfteentwicklung integriert. In den Jahren 2008 und 2009 nahmen Führungskräfte eine Einladung in das Sommerlager des hessischen Johanniter-Ordens für behinderte Jugendliche und junge Erwachsene an. In selbst geplanten, organisierten und durchgeführten Workshops verbrachten sie einen Tag mit geistig und körperlich behinderten Jugendlichen und erlebten, in welcher anderen Richtung das Leben verlaufen kann. Der Tag hat zum Innehalten



angeregt. „Wir wurden wie selbstverständlich sehr gastfreundlich aufgenommen. Diese Herzlichkeit und die tollen Gespräche machten jederzeit deutlich, dass alle wirklich Spaß hatten. Vor allem der Stolz in den Augen der Jugendlichen, wenn ihnen etwas gelungen ist, hinterlässt einen bleibenden Eindruck. Kurzum, ein sehr beeindruckender Tag, der einfach ein Muss ist. Ich würde es auch privat jederzeit wieder machen“, beschreibt Isa-Natascha Bosmann im Rückblick. Die Rückmeldungen auf beiden Seiten und die Erfahrungen waren so positiv, dass es diese Möglichkeit auch in Zukunft geben wird.



» In den vergangenen Jahren haben wir die Kommunikation mit den Fördereinrichtungen verstärkt, um eine gezielte und effektive Projektauswahl zu gewährleisten. Durch die Auswahl von sogenannten „Leuchtturmprojekten“ möchten wir unsere Förderthemen stärker konkretisieren und unsere Stiftungsarbeit sowohl für unsere Mitarbeiter als auch für die Öffentlichkeit transparenter gestalten. « KLAUS-PETER MÜLLER

Gemeinnützig aus Tradition

Seit mittlerweile 40 Jahren fördert die größte und traditionsreichste Stiftung der Commerzbank, die Commerzbank-Stiftung, ausgewählte Projekte aus verschiedenen gesellschaftlich relevanten Bereichen und deckt damit ein breites Spektrum an Aktivitäten ab. Aufsichtsratsvorsitzender Klaus-Peter Müller, der als Kuratoriumsvorsitzender maßgeblich an den Entscheidungen der Stiftung mitwirkt, im Gespräch über die Stiftungsaktivitäten und deren Bedeutung für das Unternehmen.

Herr Müller, welche zentralen Förderschwerpunkte hat die Commerzbank-Stiftung und welche Ziele verfolgt sie damit?

Seit ihrer Gründung 1970, anlässlich des hundertjährigen Bestehens der Commerzbank, ist die Commerzbank-Stiftung von großer Bedeutung für das gesellschaftliche Engagement der Bank. In den letzten Jahren haben sich drei zentrale Förderschwerpunkte herausgebildet: Bildung und Forschung, soziales Engagement sowie Kunst und Kultur. Die Förderzwecke wurden bewusst weit gefasst, damit die Stiftung auf allen Gebieten der Gemeinnützigkeit tätig werden kann. Ziel ist es, ausgewählte Einrichtungen und Initiativen zu fördern, die mit tatkräftigem Engagement Aufgaben in wissenschaftlichen, sozialen und kulturellen Bereichen übernehmen und dadurch einen nachhaltigen Beitrag für die Gesellschaft leisten.

Was waren die wesentlichen Entwicklungen der Commerzbank-Stiftung in den Jahren 2007 und 2008? Welche Highlights gab es?

In den vergangenen Jahren haben wir die Kommunikation mit den Fördereinrichtungen verstärkt, um eine gezielte und effektive Projektauswahl zu gewährleisten. Durch die Auswahl von sogenannten „Leuchtturmprojekten“ möchten wir unsere Förderthemen stärker konkretisieren und unsere Stiftungsarbeit sowohl für unsere Mitarbeiter als auch für die Öffentlichkeit transparenter gestalten. Zu unseren Glanzpunkten gehörte die Cranach-Ausstellung im Städel Museum Frankfurt am Main mit 205 000 Besuchern, die wir 2007 als Hauptförderer unterstützt haben. Außerdem hat die Commerzbank-Stiftung die Welthungerhilfe mit 75 000 Euro für den Wiederaufbau in der Provinz Banda Aceh nach der Tsunami-Katastrophe unterstützt. Aber auch im Bildungsbereich gibt es Neuerungen: Hier hat die Stiftung zum Beispiel die Finanzierung von zwei Stiftungslehrstühlen ermöglicht.

Im September 2010 wird zum zweiten Mal der Internationale Commerzbank-Kammermusikpreis verliehen. Warum betätigt sich die Stiftung gerade in diesem Bereich? Wie ist die Resonanz in der Öffentlichkeit?

Die Commerzbank-Stiftung ist seit über 30 Jahren in der Musikförderung tätig. Der 2008 neu ins Leben gerufene Internationale Commerzbank-Kammermusikpreis soll talentierten Nachwuchsmusikern gleichermaßen als Ansporn und Förderung dienen und herausragende Einzelleistungen, die in perfekter Abstimmung dem Gesamten dienen, würdigen. Uns ist durchaus bewusst, dass die Kammer-

musik heutzutage – gerade im Hinblick auf ihre Besucherzahlen – keinen leichten Stand hat. Aber gemessen an der Qualität der Musiker war die Konkurrenz selten so gut. Die Stiftung möchte die Bedeutung der Kammermusik in der klassischen Musik herausstellen und ambitionierte Künstler auf höchstem Niveau fördern. In unserem Bestreben fühlen wir uns auch durch die Fachpresse bestätigt, die laut FAZ der Überzeugung ist: „Qualität siegt!“.

Sie engagieren sich persönlich im Rahmen der Commerzbank-Stiftung auch an der Frankfurt School of Finance & Management. Warum gerade dieses Engagement?

Seit 2007 lehre ich an der Frankfurt School of Finance & Management nach dem Motto „Mehrwert durch Bildung“. Die Frankfurt School ist ein wichtiges Kompetenzzentrum für Bildung und Beratung im Bereich Banking und Finance und beschäftigt sich mit zukunftsweisenden Projekten. Ich lehre zu zwei Themen: „Ethik – Corporate Governance“ sowie zu einem strategischen Thema, das häufig erst durch die aktuellen Ereignisse kurz vor der Vorlesung bestimmt wird. Noch wichtiger aber ist, dass die Stiftung auf Initiative von Martin Blessing die Commerzbank Stiftungsprofessur für Mittelstandsfinanzierung ermöglicht hat. Ich freue mich, dies durch meine Tätigkeit an der Frankfurt School unterstreichen zu können.

Im Zuge des Integrationsprozesses wachsen auch die Stiftungen der Dresdner Bank und der Commerzbank zusammen. Welche strukturellen und inhaltlichen Veränderungen oder auch Herausforderungen ergeben sich dadurch? Welche Auswirkungen hat dies auf die Schwerpunkte der Commerzbank-Stiftung?

Nach dem Zusammenschluss der Dresdner Bank und der Commerzbank wird ein neues Stiftungszentrum in der Commerzbank gebildet. Unter dieser Dachorganisation agieren die einzelnen Stiftungen weiterhin eigenständig.

Zur Person Klaus-Peter Müller

Klaus-Peter Müller ist Aufsichtsratsvorsitzender der Commerzbank sowie Kuratoriumsvorsitzender der Commerzbank-Stiftung. Er kam bereits 1966 zur Commerzbank und gehörte von 1990 bis 2008 dem Vorstand an; von 2001 bis 2008 war Klaus-Peter Müller Vorstandssprecher der Bank. Darüber hinaus ist er Vorsitzender der vom Bundesjustizministerium eingesetzten Kommission für gute Unternehmensführung (Corporate Governance). Seit 2007 ist Klaus-Peter Müller zudem als Honorarprofessor an der Frankfurt School of Finance & Management tätig.



Auch die bisherigen Förderthemen bleiben unverändert. Das Stiftungszentrum profitiert jetzt von einer noch vielfältigeren Themenpalette. Natürlich nutzen wir aber auch die durch die Zusammenführung neu entstandenen Synergieeffekte in den jeweiligen Förderbereichen. Ich sehe im Stiftungszentrum der Commerzbank die Möglichkeit, Förderprojekte und das gesamte gesellschaftliche Engagement der Stiftungen in der Öffentlichkeit noch besser zu verankern.

Wie beurteilen Sie die künftige Bedeutung des Stiftungswesens in Deutschland im Rahmen der gesellschaftlichen Entwicklungen?

Die Vergabe von öffentlichen Fördermitteln wurde in den letzten Jahren stark eingeschränkt und leider wird auch in den Bereichen gespart, die dringend auf finanzielle Unterstützung angewiesen sind, wie zum Beispiel im Bildungssektor und bei sozialen und kulturellen Einrichtungen. Natürlich können private Stiftungen diese Lücke nicht schließen, aber gerade in schwierigen Zeiten sind Stiftungen eine stabile Säule für die Gesellschaft. Das weitreichende Engagement von über 16 000 Stiftungen in Deutschland leistet durch gemeinnützige Arbeit einen unverzichtbaren Beitrag. Wenn man das aktuelle Stiftungswesen in Deutschland betrachtet, stellt man fest, dass seit Jahren die Anzahl der Stiftungen wächst und damit auch das verfügbare Stiftungskapital. Ich bin davon überzeugt, dass dieser erfreuliche Trend anhalten wird. Die Stiftungsarbeit ist unabdingbar, sie sichert und belebt die Vielfalt in allen öffentlichen Bereichen Deutschlands.

Von der Stiftungsprofessur bis zum Kammermusikpreis

Ausgewählte Highlights des vielfältigen gesellschaftlichen Engagements der Commerzbank.

Internationaler Kammermusikpreis

Mit dem im Jahr 2008 erstmals verliehenen „Internationalen Commerzbank-Kammermusikpreis“ möchte die Commerzbank-Stiftung in Kooperation mit der Alten Oper Frankfurt und der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst Frankfurt dazu beitragen, die Kammermusik mehr ins öffentliche Bewusstsein zu rücken. Denn trotz des hohen künstlerischen Niveaus, das in diesem Bereich der klassischen Musik vorherrscht, erhält die Kammermusik oft nicht die Anerkennung, die sie verdient. Neben der Förderung der Kammermusik stellt der Preis der Commerzbank-Stiftung aber auch erste Weichen für die zukünftige Karriere ambitionierter Nachwuchskünstler. Das Interesse der internationalen Musiker am Wettbewerb war sehr groß: Insgesamt 26 Ensembles aus elf Ländern hatten sich für den Wettbewerb beworben. Elf von ihnen wurden schließlich von der hochkarätig besetzten Jury, unter dem Vorsitz von Julia Fischer, nach Frankfurt am Main eingeladen. Zwei Tage lang stellten die Semifinal-Teilnehmer ihren Eifer und ihr musikalisches Können in öffentlich und eintrittsfrei zugänglichen Konzerten in der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst unter Beweis. Aufgrund des hohen Niveaus der Darbietungen entschied sich die Jury, den mit 15 000 Euro dotierten ersten Preis gleich zweimal zu vergeben, neben einem zweiten Preis in Höhe von 6 000 Euro. In einem abschließenden Preisträgerkonzert im Mozart-Saal der Alten Oper bewiesen die drei erstplatzierten



Ensembles, warum sie für ihr musikalisches Talent mit dem 1. Internationalen Commerzbank-Kammermusikpreis ausgezeichnet wurden. Das harmonische Zusammenspiel gipfelte in einer „wilden Jagd nach den Klängen“ (Frankfurter Neue Presse) und vollendete den Elan jedes einzelnen Trios. Der Wettbewerb wird künftig alle zwei Jahre stattfinden. Die Organisation des Kammermusikpreises für 2010, der in der Kategorie Klaviertrio/Klavierquartett verliehen wird, ist bereits in vollem Gange.

Qualifizierungsoffensive mit der Frankfurt School of Finance & Management

Die Frankfurt School of Finance & Management ist ein international anerkanntes Institut, das Studiengänge auf höchstem Niveau, ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm, Spitzenforschung sowie umfangreiche Beratungsleistungen anbietet. Erfolgsentscheidend ist die enge Verzahnung von Theorie und Praxis. Die Commerzbank-Stiftung förderte in zahlreichen Projekten die wissenschaftliche Hochschule und hat im Jahr 2006 für zunächst drei Jahre die Stiftungsprofessur zum Thema Mittelstandsfinanzierung mit initiiert. Die Schwerpunkte liegen hierbei auf dem Finanzierungsbedarf des Mittelstands sowie der Entwicklung alternativer Finanzierungsmodelle. Die Entwicklung des bundesweit ersten Ausbildungsstudiengangs zum Compliance Officer war ein Kooperationsprojekt der Commerzbank (s. dazu im Bericht S. 62). Seit August 2008 werden auch die Auszubildenden der Commerzbank im Rahmen einer gemeinsamen Qualifizierungsoffensive von Dozenten der Frankfurt School unterrichtet. Commerzbank-Manager spielen ebenfalls eine wichtige Rolle an der Hochschule: So hat Aufsichtsratsvorsitzender Klaus-Peter Müller seit Januar 2007 eine Honorarprofessur inne und Vorstandsmitglied Ulrich Sieber ist im Kuratorium vertreten. Regelmäßige Gastvorträge bestärken die gute Kooperation. Mit Jochen Klösges und Ulrich Sieber wurden zudem im Jahr 2009 zwei ehemalige Absolventen der Frankfurt School in den Vorstand der Commerzbank berufen.

- › www.commerzbank-kammermusikpreis.de
- › www.frankfurt-school.de

Junge Talente fördern und fordern

Der CAMPUS OF EXCELLENCE (COE) wurde 2005 von der Commerzbank gegründet und hat sich seither erfolgreich weiterentwickelt. Er bietet eine einzigartige Plattform zur Vernetzung exzellenter Nachwuchstalente sowie zum Wissensaustausch und Diskurs über Brennpunkthemen zwischen Wirtschaftsunternehmen, Hochschulen, Schulen, Verbänden und Institutionen.

Vom regionalen Projekt zur europäischen Initiative

Mehr als 70 Partner – mit der Commerzbank als Hauptsponsor – unterstützen mittlerweile den COE, der als regionale Initiative in Franken begann und aus dem inzwischen ein Erfolgsprojekt mit Partnern und Förderern aus sechs europäischen Ländern sowie rund 40 internationalen Teilnehmern geworden ist. Seit 2005 wurden an rund 320 leistungsstarke Schüler und Studierende sowie junge Führungskräfte und Journalisten „Unternehmensstipendien“ vergeben.

» Der CAMPUS OF EXCELLENCE ist mir sehr wichtig. Hier geht es um junge Menschen, ihre Perspektiven, ihre Zukunft. «

MARTIN BLESSING Vorstandsvorsitzender der Commerzbank und Sprecher des Kuratoriums des CAMPUS OF EXCELLENCE

Förderung der „Generation Zukunft“

Innovation, Kreativität und Nachhaltigkeit gehören zu den besonderen Merkmalen des COE. Die Teilnehmer werden in ihrer Zeit am Campus dazu ermutigt, nicht nur bestehende Strukturen bei den Unternehmen in Frage zu stellen, in denen sie an herausfordernden Projekten arbeiten, sondern auch gemeinsam Handlungsnotwendigkeiten zu erkennen und mit klaren Wertvorstellungen Zukunftsvisionen zu entwickeln – darin unterscheidet sich das Projekt grundlegend von anderen Initiativen.

Wo will ich hin und was kann ich bewegen?

Das Programm des COE besteht aus drei Kernmodulen. In der „job factory“ erhalten die Schüler Einblick in verschiedene Berufsfelder, werden bei der Berufs- und Studienwahl unterstützt und können ihre Persönlichkeit weiterentwickeln. In der „praxis academy“ sind die Studenten als



Juniorberater in mehrwöchigen Projekten in Unternehmen unterwegs und lernen die Partnerunternehmen von innen kennen. Die „summer school“ ist eine Ideenwerkstatt: Die jungen Teilnehmer setzen sich mit Brennpunktthemen Deutschlands und Europas auseinander, wie zum Beispiel „Schule 2020 – Visionen für das Bildungssystem in Deutschland“, und diskutieren ihre Lösungsvorschläge mit einem fachkundigen Publikum. Als Sprecher des Kuratoriums nimmt auch Martin Blessing, Vorstandsvorsitzender der Commerzbank, seit 2005 aktiv an der Diskussion teil.

Das Alumni-Netzwerk bietet Austausch und Karrierechancen

Ehemalige Teilnehmer können sich im Alumni-Netzwerk engagieren und sich in regelmäßig stattfindenden Symposien, Vortragsreihen und Workshops weiterbilden

sowie untereinander austauschen. Außerdem können sie an einem Mentoring-Programm teilnehmen, bei dem sie von einem Mitarbeiter der Partnerunternehmen in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung unterstützt werden.

Eine Netzwerk-Plattform für Teilnehmer und Partnerunternehmen

Der COE ermöglicht den Teilnehmern ebenso wie den Partnerunternehmen, ein Netzwerk zu knüpfen und zu pflegen, das ihnen bei der Gestaltung ihrer beruflichen oder unternehmerischen Zukunft hilft. Von den ehemaligen Teilnehmern engagieren sich derzeit noch über 170 im Alumni-Netzwerk – eine Zahl, die dessen gute Resonanz und große Bedeutung, auch nach der Teilnahme am Campus, verdeutlicht.

Teamwork und Diskussion auf Augenhöhe



Die 26-jährige Wirtschaftsstudentin Eva-Maria Amrhein hat seit 2006 verschiedene Stationen der Initiative CAMPUS OF EXCELLENCE (COE) durchlaufen und absolvierte zudem ein Praktikum bei der Commerzbank im Bereich Human Resources, New York (USA). Als Mitglied des Studienkreises schrieb Eva-Maria Amrhein 2009 ihre Diplomarbeit bei der Commerzbank zum Thema „Beteiligungsführung und Transferpreise in einer Bankholding“. In einem Interview berichtet sie von ihrer Erfahrung als Stipendiatin des COE.

Frau Amrhein, was hat Sie motiviert, am COE teilzunehmen? Was zeichnet den COE im Vergleich zu anderen Initiativen aus?
Der COE bot genau das, woran es mir bei meiner universitären Ausbildung fehlte: Orientierung für die Berufsentscheidung, praktische Erfahrung in einem Projekt und Präsentation vor einem großen, renommierten Publikum. Dazu kam der Zugang zu einem Netzwerk mit entsprechendem Austausch, der nach wie vor äußerst lebendig ist. Meiner Kenntnis nach bietet das keine andere Initiative so gebündelt.

Der COE möchte die Verbindung von Theorie und Praxis fördern, also Studenten und Unternehmen in einem inspirierenden Umfeld zusammenbringen. Welche Erfahrungen waren dabei für Sie besonders wertvoll?

Als Studentin hatte ich einen eher idealistisch-theoretischen Blick auf die Dinge, Praktiker wiederum denken dagegen sehr problemlösungsorientiert. In der „summer school“ habe ich durch die Zusammenarbeit mit Journalisten gelernt, Zusammenhänge gezielt zu hinterfragen und Dinge genau auf den Punkt zu bringen. Die unterschiedlichen Charaktere und Erfahrungshintergründe im Team haben mich persönlich besonders bereichert und meine Sicht erweitert. Es ist schon etwas Außergewöhnliches, als Studentin die Chance zu bekommen, mit Vorstandsvorsitzenden wie Martin Blessing oder Armin Luczkowski

(Viessmann Kältetechnik AG) auf Augenhöhe Lösungen zu aktuellen Themen zu diskutieren.

Ein weiteres wichtiges Ziel dieser Initiative ist es, auch die soziale Kompetenz der Teilnehmer zu schulen. Welche Angebote haben Ihnen am meisten zugesagt und was haben Sie daraus gelernt?

Mir fällt es durch meine Erfahrungen in der „praxis academy“ und die vorbereitenden Seminare zu Projektmanagement, Teamwork und Präsentationstechniken viel leichter, in Teams zu arbeiten. Ich bin mir meiner Rolle bewusst und achte stärker darauf, alle Teammitglieder bei Diskussionen mitzunehmen und gleichzeitig das Ziel nicht außer Acht zu lassen.

Der COE versteht sich zudem als eine Plattform für den Erfahrungsaustausch und den Aufbau von Netzwerken zwischen Teilnehmern beziehungsweise Alumni und Unternehmen. Wie ist Ihre Erfahrung damit und inwiefern ist Ihnen dies bei Ihrer Karriereentwicklung von Nutzen?

Bei Fragen zur Berufspraxis und meiner weiteren Karriere nutze ich mein COE-Netzwerk – und das sicher auch in Zukunft. So half mir meine Mentorin zum Beispiel, einen Praxispartner für meine Diplomarbeit zu finden. Vor kurzem habe ich zudem für eine Kommilitonin ein Interview für ihre Diplomarbeit mit einem der Alumni-Führungskräfte arrangiert.

Was nehmen Sie für Ihren persönlichen Lebensweg aus der Zeit am COE mit?

Ganz bestimmt Selbstbewusstsein, das ich aus vielen Gesprächen mit den anderen Teilnehmern und Persönlichkeiten, die ich kennenlernen konnte, hinzugewonnen habe. Außerdem fand ich durch den COE den Einstieg in die Commerzbank, die mich förderte und mir zum Beispiel das Praktikum in New York ermöglichte. Vor allem aber konnte ich durch den COE jede Menge tolle Menschen kennenlernen, die mich als Bekannte, Ratgeber und Freunde im Netzwerk auch weiter begleiten werden.

Erlebnisse verbinden

Vielfältige Projekte aus den Bereichen Bildung und Sport bilden die Schwerpunkte unserer Sponsoringaktivitäten.

Forschen, fragen, fühlen – Natur mit allen Sinnen erleben

Antje Gerlach, Praktikantin im Nationalpark Bayerischer Wald, verteilt Becherlupen, Pinsel und Bestimmungskarten an eine Gruppe Viertklässler. Die Schüler sollen die Umgebung nach Tieren absuchen und beobachten, wie diese sich verhalten, wenn sie entdeckt werden. Bei der anschließenden Auswertung gibt es eine Menge Fragen: Warum fliehen manche Tiere und andere stellen sich tot? Bei welchen Arten von Tieren macht das Totstellen Sinn?

Der Naturerlebnistag ist seit zehn Jahren Teil des Veranstaltungskalenders des Nationalparks Bayerischer Wald. Entwickelt wurde das Konzept von einer ehemaligen Praktikantin im Rahmen des von der Commerzbank gesponserten und vom Dachverband deutscher Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservate – Europarc Deutschland – organisierten „Praktikums für die Umwelt“, das seit der Gründung 1990 bereits mehr als 1 100 Studenten absolviert haben.

Das von der Unesco ausgezeichnete Projekt ist Teil des Bildungsengagements der Commerzbank, die sich in ihren Leitlinien klar zu ökologischen und sozialen Prinzipien bekennt und das Thema Nachhaltigkeit auch über ihre Sponsoringaktivitäten in der Gesellschaft verankern möchte.



Bundeskanzlerin Angela Merkel besuchte die gemeinsame Ausstellung der UNESCO-Biosphärenreservate auf der Bundesgartenschau 2009 in Schwerin und informierte sich über das Nationalpark-Sponsoring der Commerzbank bei Heiner Herkenhoff, Leiter Public Affairs (li.)



Muschelsucher und Krabbenfänger

Auch Kindern bietet die Commerzbank die Chance, bei intensiven Naturerlebnissen viel über Naturschutz zu lernen. Einmal jährlich sponsert sie mit den Nationalpark-Ferien eine einwöchige Bildungsfreizeit. Im Jahr 2008 konnten 25 Kinder das Wattenmeer auf der Halbinsel Eiderstedt bei Wattwanderungen, einer Naturrallye und diversen Ausflügen erleben. Organisation und Durchführung lagen in den Händen von zwei Praktikanten aus dem Projekt „Praktikum für die Umwelt“. Die Commerzbank unterstützt diese Aktivitäten, um auch weniger finanzkräftigen Familien die Teilnahme zu ermöglichen.

Von der WM 2011 zur Qualifizierungsoffensive im Breitensport

Seit 2008 ist die Commerzbank Premiumpartner des DFB und hat den Fußball damit ins Zentrum ihrer Sponsoringaktivitäten gerückt. Mit dieser Wahl verbindet sie eine Stärkung ihrer Markenwerte Partnerschaftlichkeit und Leistungskraft und hat gleichzeitig eine Sportart gewählt, die auch abseits der großen Wettbewerbe Millionen von Menschen über alle gesellschaftlichen Schichten hinweg miteinander verbindet. Die Commerzbank unterstützt den DFB in allen Bereichen seiner Arbeit, von der Männer- und insbesondere der Frauen-Nationalmannschaft bis zur Nachwuchsförderung im Breitensport, die bei dem größten Einzelsportverband der Welt mit seinen rund 6,5 Millionen Mitgliedern höchste Priorität hat. So fördert sie unter anderem exklusiv die Qualifizierungsoffensive des DFB, in deren Rahmen bis Ende 2008 insgesamt 130 000 haupt- und ehrenamtliche Trainer, Betreuer und Jugendleiter eine Lizenz für das Training oder als Vereinsmanager erworben oder an einem der äußerst beliebten Kurzschulungsmodulen teilgenommen haben. Zusätzlich wurden 300 Teilzeitmitarbeiter als Betreuer für ein DFB-Mobil ausgebildet, mit dem



sie in den nächsten drei Jahren in die Vereine vor Ort fahren und dort rund 10 000 Schulungsveranstaltungen anbieten werden. Im Frauenfußball hat die Bank durch ihr langjähriges Engagement beim 1. FFC Frankfurt, der erfolgreichsten Frauenfußball-Mannschaft Europas, einen wichtigen Beitrag zum Aufbau und zur wachsenden Popularität dieses Sports in Deutschland geleistet und ist nun auch Nationaler Förderer der FIFA Frauenfußball-Weltmeisterschaft 2011™ in Deutschland.

Commerzbank bricht Teilnehmerrekord beim Firmenlauf

Die Frankfurter City an einem Juniabend 2009: Vollsperrung im Bankenviertel. DJ-Sounds und der Jubel von 70 000 Zuschauern begleiten rund 69 000 Freizeitläufer in bunten Firmentrikots auf ihrem 6 km langen Lauf durch die Hochhausschluchten. Beim größten Firmenlauf der Welt, dem „J.P. Morgan Corporate Challenge“, hat die neue Commerzbank einen Rekord aufgestellt: Zum ersten Mal konnte ein Firmenteam mehr als 2 000 Teilnehmer ins Rennen schicken. Genau 2 475 Commerzbanker und Dresdner Banker liefen in weißen T-Shirts mit der Aufschrift: „Zusammen wachsen“ für einen guten Zweck, unter ihnen auch Vorstandsvorsitzender Martin Blessing: „Man bewegt sich in einer so großen Menge, das ist ein tolles gemeinsames Erlebnis abseits der Meetingräume

»Heute beim ersten gemeinsamen Lauf – da muss ich mitlaufen. Ich finde es klasse, dass wir es geschafft haben, hier als größtes Team in Frankfurt anzutreten.«

MARTIN BLESSING Vorstandsvorsitzender



und ich glaube, das schweißt die neuen Kollegen beider Banken noch stärker zusammen.“ Die Commerzbank beteiligt sich traditionell an dem jährlichen Firmenlauf zugunsten der Stiftung Deutsche Sporthilfe. Ein Teil der Startgelder wird gespendet und der so erwirtschaftete Betrag vom Veranstalter noch einmal verdoppelt. Im Jahr 2009 gingen insgesamt 207 126 Euro an die Stiftung, die das Geld für Projekte im Bereich Behindertensport verwendet.

Das Einmaleins des Umgangs mit Geld

In Deutschland besteht Handlungsbedarf für eine Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung: Nur gut die Hälfte der Bevölkerung hat in Sachen Finanzen, Geldanlagen und Altersvorsorge einen guten bis sehr guten Kenntnisstand. Das zeigt eine aktuelle Studie im Auftrag der comdirect bank.

Die im Januar 2009 von der comdirect bank vorgestellte Studie „Kunden-Motive 2009 – Tabuthema Geld: Einstellungen, Verhalten und Wissen der Deutschen“ zeigt große Lücken beim Finanzwissen der Befragten. So konnte rund ein Viertel nichts mit wirtschaftlichen Grundbegriffen wie Rezession und Inflation anfangen. Auch die mit der Finanzkrise einhergehende Verunsicherung der Bevölkerung untermauert dies. Bereits 2003 regte die Commerzbank in ihrem Memorandum „Kanon der finanziellen Allgemeinbildung“ an, dieses Thema in Deutschland stärker in alle Bevölkerungsschichten zu tragen. Gleichzeitig sollte damit eine öffentliche Diskussion forciert werden. Die Commerzbank selber engagiert sich seit den neunziger Jahren für eine bessere finanzielle Allgemeinbildung breiter Bevölkerungsschichten. Sie ist der Überzeugung, dass nur gut informierte Kunden gute von schlechten Finanzprodukten und -dienstleistungen unterscheiden können. Mit entsprechendem Hintergrundwissen kann der Kunde komplexe Angebote qualitativ miteinander vergleichen und im Hinblick auf die eigene Situation angemessen bewerten.

Vielfältige Bildungsprojekte

Die Commerzbank hat sich in den letzten Jahren in zahlreichen Projekten und Initiativen, teilweise auch in Kooperation mit anderen Akteuren aus der Finanz- und Versicherungsbranche, für eine Verbesserung der finanziellen Allgemeinbildung eingesetzt. Insbesondere seit der Finanzmarktkrise analysieren die Kundenberater der Commerzbank die individuelle Lebenssituation und -planung sowie die Bedürfnisse ihrer Kunden noch detaillierter und erarbeiten gemeinsam mit ihnen die Anlagestrategie und -ziele. Um auch die Hintergründe der Krise sowie die aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen verständlicher zu machen, hat die Bank zum Beispiel im Mai 2009 die frei erhältliche Broschüre „Die Finanzmarktkrise – Wie es dazu kam und was nun zu tun ist“ veröffentlicht.

Gesellschaftspolitische Akteure einbinden

Auch in Zukunft wird die Commerzbank das Thema finanzielle Allgemeinbildung weiter vorantreiben. Allerdings kann die Commerzbank diese Herausforderung nicht alleine bewältigen. Um maßgebliche Verbesserungen zu erreichen, ist eine gemeinsame Initiative relevanter gesellschaftspolitischer Akteure wie Verbraucherschutz, Politik und Wissenschaft vonnöten.

Unternehmerische Verantwortung bei wesentlichen Konzerngesellschaften

comdirect bank AG

Modernes Banking mit großen Wachstumsraten

Die comdirect bank AG ist Marktführer unter den Online-Brokern und führende Direktbank Deutschlands. Die 1994 gegründete Bank hat ihr Geschäftsmodell seit 2003 neben dem traditionellen Brokerage um die Kompetenzfelder Banking und Beratung erweitert. Sie richtet sich mit zukunftsweisenden Produkten an moderne Anleger und stellt dabei die Bedürfnisse des Kunden in den Mittelpunkt.



Breit angelegte Wachstumsstrategie

Speziell im Hinblick auf anspruchsvolle, kritische Bankkunden – eine Zielgruppe, die seit der Finanzmarktkrise gewachsen ist – hat sich die comdirect bank mit dem Zukunftsprogramm „complus“ hohe Wachstumsziele gesteckt. Bis 2014 will sie so bei Kundenzahl und -vermögen auf das Doppelte anwachsen. Unabhängige Beratung soll das Kundenvertrauen künftig stärken: 2009 wurde hierzu mit ersten Praxistests für Honorarberatung begonnen. Im Mittelpunkt steht hierbei die performanceorientierte Beratung mit den Kernfacetten Transparenz, Unabhängigkeit, Individualität und Risikooptimierung. Um mehr Kundennähe zu erreichen, setzt die Bank außerdem auf Marktforschung, Kundenfeedbacks sowie Trend- und Motivforschung. Der Kundenservice wurde personell weiter verstärkt und mithilfe neuer IT effizienter gestaltet. Regelmäßige Befragungen zur Kundenzufriedenheit bestätigen den Erfolg der Maßnahmen: Drei Viertel der Kunden zeigten sich 2008 vollkommen oder sehr zufrieden, 85 % waren bereit, die Bank „bestimmt“ oder „wahrscheinlich“ weiterzuempfehlen. Um das Wachstum im Kundenbereich zu unterstützen, verfolgt die comdirect bank eine dynamische Personalstrategie.

Auch die Beschäftigten der Neuaquisition ebene, der Commerz Service Gesellschaft und des Dresdner Direkt-service gilt es auf diesem Wege zu integrieren. Mit dem Programm „Personalarbeit 2013 DB“ (Direct Banking) wird derzeit an strategischen Lösungen gearbeitet, um die Integration voranzutreiben sowie Wachstum und Effizienz zu sichern. Geplant ist darüber hinaus eine verstärkte Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Personalführung. Zur Personalentwicklung nutzte die comdirect bank im Berichtszeitraum 2007/2008 zahlreiche Aus- und Weiterbildungsprogramme. Dazu gehört zum einen comeahead, eine kontinuierliche, bedarfsorientierte Weiterbildung für alle Mitarbeiter im Bereich Service. Diese beinhaltet sowohl Fach- als auch System- und Kommunikationsschulungen. Zum anderen setzte die comdirect bank ihr Qualifizierungsprogramm für Führungskräfte namens „comfly“ fort. Zu den Lernzielen gehört eine Verbesserung der Kompetenzen in der Mitarbeiterführung sowie teaminterner und -übergreifender Abläufe. Speziell für Hochschulabsolventen startete comdirect im Februar und Oktober 2008 zweimonatige Fachtrainee-Programme. Hinzu kam mit „comfit“ ein erweitertes Gesundheitsprogramm. Auf die Sicherung der Zukunftsfähigkeit zielt auch das am Kerngeschäft orientierte gesellschaftliche Engagement der comdirect bank ab: So fördert die Bank beispielsweise die Verbreitung mathematischer Grundkompetenzen als eine der Grundqualifikationen für das Verständnis von Finanzprodukten und gründete die Stiftung Rechnen. 2008 wurden dafür bereits 100 000 Euro bereitgestellt. Bis 2013 soll es gelingen, ein Projektvolumen von jährlich mehr als 2 Mio Euro zu erreichen.

Ausgewählte Kennzahlen der comdirect bank AG

	2007	2008
Bilanzsumme (Mio €)	8 233	11 070
Eigenkapitalquote (%)	5,9	4,4
Anzahl der Kunden (Mio)	1,0	1,3
Anzahl der Mitarbeiter	824	906
Betreutes Kundenvermögen (Mio €)	20 373	20 342
Anzahl Tagesgeld PLUS-Konten	400 414	814 516

Die Commerzbank besitzt 80 % der Anteile der comdirect bank.

- > www.comdirect.de
- > www.stiftungrechnen.de

Eurohypo AG

Partner der Immobilienwirtschaft

Die Eurohypo AG gehört zu den führenden Banken für Immobilien- und Staatsfinanzierung. Sie steht professionellen Immobilieninvestoren und -entwicklern, die einen kontinuierlichen Finanzierungsbedarf haben, zur Verfügung. Die Eurohypo finanziert im In- und Ausland Büro-, Handels- und Logistikimmobilien ebenso wie Hotels. In der Staatsfinanzierung ist sie Partner der öffentlichen Hand, auch hier als eines der größten Institute mit langjährigem Know-how in Europa. Beide Geschäftssegmente – Immobilien- wie Staatsfinanzierung – sind geprägt vom „Relationship-Banking“, das seit Jahrzehnten schon von den Eurohypo-Vorgängerinstituten gepflegt und überliefert wurde. Stabile und langjährige Kundenbeziehungen haben daher einen herausragenden Stellenwert und prägen das hohe Ansehen der Eurohypo im Markt.

Aktiv für nachhaltige Stadtentwicklung

In ihrem Selbstverständnis sieht sich die Eurohypo als gestaltende gesellschaftliche Kraft im Sinne von Corporate Citizenship. Sie verbindet damit die Überzeugung, dass durch gesellschaftliche Verantwortung letztlich ebenso Werte geschaffen werden wie durch die Erträge des Bankgeschäfts. Die Eurohypo hat ihr gesellschaftliches Engagement im Rahmen eines umfassenden Corporate-Responsibility-Konzepts gebündelt und konsequent mit ihrem Kerngeschäft verknüpft. Akzente setzt die Bank zum Beispiel mit der Förderung von Initiativen zur nachhaltigen Stadtentwicklung, einem aus ihrer Sicht wichtigen Hebel, um den drohenden dramatischen Klimaveränderungen und den gravierenden sozialen Problemen ungebremst wachsender Metropolen wirksam zu begegnen. Sie ist Mitglied im Urban Land Institute (ULI), vergibt regelmäßig den „International Urban Landscape Award“ und hat 2008

Ausgewählte Kennzahlen der Eurohypo AG

	2007	2008
Bilanzsumme (Mio €)	214 215	291 600
Kernkapitalquote nach BIZ* (%) 2007, 2008 nach Basel II	7,4	7,8
Anzahl der Mitarbeiter	2 034	1 750
Neuzusagen gewerbliche Immobilienfinanzierung (Mrd €)	36,8	13,7
Public Finance (Mrd €)	20,2	4,1

* Die Eurohypo nimmt nicht am offiziellen Verfahren zur Durchführung der Baseler Eigenkapitalübereinkunft teil.

Die Commerzbank besitzt 100 % der Anteile der Eurohypo.



Parc Central de Nou Barris in Barcelona, Gewinner des International Urban Landscape Award 2007

den Ökologiekongress „Building Eco Value“ ausgerichtet. Hochkarätige Experten diskutierten dort die Chancen und Grenzen des Klimaschutzes bei der Realisierung von Immobilienprojekten. Eröffnungsvorträge hielten Bundesumweltminister Sigmar Gabriel und Prof. Hans Joachim Schellnhuber, Direktor des Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung (s. dazu im Bericht Interview S. 20).

Auch mit der Kunst- und Kulturförderung geht die Eurohypo städtebauliche Themen an, wie zum Beispiel bei dem Düsseldorfer Projekt „Kunst im Tunnel“. Bei ihren Sponsoringaktivitäten widmet sich die Bank unterdessen der Förderung und Verbreitung des Finanzwissens: So unterstützt die Eurohypo eine Reihe universitärer Einrichtungen und sichert sich auf diesem Wege unter anderem den steten Zufluss qualifizierter Nachwuchskräfte. Zu den geförderten Einrichtungen gehören das Institute for Law and Finance an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main und das Institut für Immobilienwirtschaft der Universität Regensburg. In letzterem wird neben der finanziellen Förderung seit fünf Jahren auch personelle Unterstützung geleistet: Mitarbeiter der Eurohypo halten Gastvorträge und übernehmen Lehraufträge. Unmittelbare Hilfe für gesellschaftlich hoch bewertete Maßnahmen im wissenschaftlichen, sozialen beziehungsweise karitativen und im kulturellen Bereich leistet die Bank mit der Stiftung Eurohypo. Diese verfügt über ein Vermögen von 5 Mio Euro und unterstützt mit den Zinsen herausragende Initiativen, wie zum Beispiel das Projekt „Schmetterling“ zur psychosozialen Betreuung von Krebspatienten an der Universitätsklinik Frankfurt.

BRE Bank SA

Universalbank mit Verantwortungsbewusstsein

Die 1986 in Polen unter dem Namen Bank Rozwoju Eksportu SA gegründete BRE Bank hat sich von einem Spezialisten für Firmenkunden zu einer breit aufgestellten Universalbank entwickelt. Heute ist sie die drittgrößte unter den polnischen Banken. Mit den Marken mBank und MultiBank bietet sie Privatkunden moderne Produkte und Dienstleistungen. Während sich die MultiBank in erster Linie auf gehobene Privatkunden und Unternehmer fokussiert, ist die mBank die größte Direct Banking-Plattform in Polen.

Breites gesellschaftliches Engagement

Die BRE Bank versteht sich als integralen Teil der Gesellschaft und dokumentiert ihre gesellschaftliche Verantwortung seit 2006 in jährlichen Corporate-Social-Responsibility-Berichten. Für ihre vorbildliche Corporate Governance erhielt die BRE Bank von einer Jury führender institutioneller Investoren unter Leitung des polnischen Institute of Directors 2007 die Auszeichnung „Trustworthy Company“. Im Januar 2007 wurde die BRE Bank außerdem durch die polnische Handelskammer und das Wirtschaftsministerium als „Unternehmensfreundliche Bank“ prämiert. Gewürdigt wurden die professionelle Beratung, der durchweg freundliche Kontakt mit institutionellen Kunden und die hohe Transparenz der Produkte und Dienstleistungen. Die BRE Bank wertet dies als Bestätigung für ihre Unternehmensstrategie, in der die Verantwortung gegenüber Privat-



Mariusz Grendowicz, CEO der BRE Bank, und Piotr Pawlowski, Präsident von Friends of Integration Association, geben ihre strategische Kooperation bekannt

Ausgewählte Kennzahlen der BRE Bank SA

	2007	2008
Bilanzsumme (Mio €)	15 568	19 888
Eigenkapitalquote (%)	10,2	10,0
Anzahl der Kunden (Mio)	2,1	2,8
Anzahl der Mitarbeiter	4 795	5 877
Firmenkunden-Filialen	23	24
MultiBank-Vertriebseinheiten	109	131
mBank-Vertriebseinheiten	103	161

Die Commerzbank besitzt 70 % der Anteile der BRE Bank

Geschäfts- und Firmenkunden eine hohe Priorität genießt. Hier engagiert sie sich insbesondere für die Verbesserung des Finanz-Know-hows auf Kundenseite durch Informationsveranstaltungen und Bildungsangebote zum alltäglichen Finanzgeschäft auf dem Internetportal „mBank Schools“. Zur Steigerung ihrer Servicequalität tritt die BRE Bank aktiv in den Dialog mit ihren Kunden, unter anderem durch das „mCouncil“, den Kundenbeirat der mBank.

Nachhaltige Personalpolitik ist ein weiterer Teil ihrer gesellschaftlichen Verantwortung – vielseitige Weiterbildungsprogramme spiegeln dies wider, wie zum Beispiel die „BRElanguage“-Sprachschulungen, die Beschäftigte fit für die Anforderungen von Internationalisierung und Wachstum machen. 255 Mitarbeiter nutzten dieses Angebot 2008 (2007: 416) zur Verbesserung ihrer Englischkenntnisse. Im Rahmen des BREmba-Programms erhalten außerdem besonders talentierte Mitarbeiter unter den BRE Bank-Mitarbeitern Stipendien für ein MBA-Universitätsstudium. Für ausgewählte Mitarbeiter besteht ferner das Angebot, an hausinternen MBA-Programmen teilzunehmen. Einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung der Gesellschaft leistete die BRE Bank durch die Organisation des Makroökonomischen Forums im April 2008 mit Vertretern der bedeutendsten polnischen Unternehmen sowie der polnischen Regierung. Die BRE Bank betätigt sich außerdem seit vielen Jahren als Förderer der polnischen Kultur und Künste und unterstützt soziale, Bildungs- und Forschungsprogramme. Wichtigster Träger der gesellschaftlichen Aktivitäten der Bank ist die BRE Bank-Stiftung. 2007 gab sie 644 564 Euro zur Förderung gesellschaftlich relevanter Projekte und Programme aus. 2008 betrug die Summe 773 083 Euro.

Nachhaltigkeitsleistung der Commerzbank

Der nachfolgende Performance-Teil des Berichts zur unternehmerischen Verantwortung 2009 stellt die Nachhaltigkeitsleistung der Commerzbank im Berichtszeitraum dar. In Form eines klassischen Rechenschaftsberichts werden die relevanten Themen und Kennzahlen aus den Bereichen Governance, Ökonomie, Ökologie, Mitarbeiter und Gesellschaft präsentiert. Damit möchten wir unseren Stakeholdern transparent und umfassend die Entwicklungen in diesen Bereichen vorstellen und gleichzeitig Perspektiven aufzeigen. Inhalte des Magazinteils werden erneut aufgegriffen und mit allen Details und Kennzahlen ausführlich dargestellt. Die Berichterstattung orientiert sich am Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI) G3 und gliedert sich entlang der folgenden Themen:

54 – 60 Governance

- 54 Die Unternehmenskultur der Commerzbank – ComWerte
- 54 Das 360°-Feedback – ein nachhaltiges Führungsinstrument
- 55 Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung
- 55 Umfassendes Management im Bereich Corporate Responsibility
- 56 CR-Roadmap
- 56 UN Global Compact
- 57 Menschenrechte
- 58 Reputationsrisiko-Management
- 59 Transparente Stakeholder-Dialoge
- 60 Public Affairs

61 – 66 Ökonomie

- 61 Corporate Governance
- 61 Risikomanagement
- 61 Compliance
- 64 Datenschutz
- 64 Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen
- 65 Objektive Fondsauswahl
- 66 Beteiligungen an Mikrofinanzbanken

67 – 75 Ökologie

- 67 Umweltschutz systematisch integriert
- 68 Der Einkauf als Hebel für eine nachhaltige Entwicklung
- 69 Vom Öko-Controlling zum CO₂-Accounting
- 71 CO₂-Accounting Energieverbrauch
- 72 CO₂-Accounting Materialverbrauch
- 74 CO₂-Accounting Mobilität

76 – 83 Mitarbeiter

- 76 Personalmanagement
- 76 Ein Weg zur Mitarbeiterzufriedenheit
- 77 Zukunftsaufgabe Nachwuchsförderung
- 78 Vielfalt wertschätzen: Diversity-Management
- 80 Gesund und sicher arbeiten
- 82 Marktgerecht und angemessen: Vergütung
- 83 Partnerschaftliche Zusammenarbeit auch bei Mitbestimmung

84 – 87 Gesellschaft

- 84 Engagement der Mitarbeiter für das Gemeinwohl
- 85 Stiftungsengagement
- 85 Sozialstiftungen
- 86 Langfristig und professionell: Sponsoring

Governance

Die Commerzbank hat als zweitgrößtes Kreditinstitut Deutschlands mit insgesamt knapp 15 Millionen Kunden im Rahmen ihrer Einflussmöglichkeiten eine wirtschafts- und gesellschaftspolitische Verantwortung. Sie respektiert die Ansprüche und Erwartungen ihrer verschiedenen Stakeholder sowie der Gesellschaft und prüft deren Einbindung in Unternehmensentscheidungen.

Die Unternehmenskultur der Commerzbank

Die Unternehmenswerte (ComWerte) und die historisch gewachsene Unternehmenskultur der Commerzbank bilden die Grundpfeiler unserer Verantwortung – sie beschreiben Geschichte und Gegenwart der Bank, formulieren aber auch einen Anspruch für die Zukunft. Wir sind überzeugt, dass gemeinsame Werte, die sowohl nach innen als auch nach außen gelebt werden, die beste Basis für unser verantwortliches Handeln sind.

ComWerte als Basis für nachhaltiges Handeln

„Integrität“, „Respekt/Partnerschaftlichkeit“, „Marktorientierung“, „Leistung“ und „Teamgeist“ sind die Werte der Commerzbank. Sie wurden auf Basis der Unternehmenshistorie und der Stakeholder-Anforderungen im Jahr 2007 von Vorstand und Führungskräften identifiziert und durch einen Arbeitskreis verifiziert, der aus Mitarbeitern aller Ebenen der Bank bestand. Auf eine Ausformulierung der einzelnen Werte hat man ebenso verzichtet wie auf die Produktion einer Hochglanzbroschüre. Vielmehr wurde als wichtiger Erfolgsfaktor eine breite Beteiligung der Mitarbeiter angestrebt – und erreicht.

In über 2 300 Workshops hatten alle Mitarbeiter im Inland die Gelegenheit, sich mit den Werten zu beschäftigen: Was bedeuten die Werte für mich beziehungsweise für unser Team? Was verbinden wir gemeinsam mit den Werten? Was können wir tun, um den Werten Ausdruck zu verleihen? Dieses Angebot nutzten von Juli 2007 bis Dezember 2008 rund 25 000 Mitarbeiter, was einer Beteiligungsquote von 95 % entspricht.

Durch das aktive Auseinandersetzen mit den Werten konnten diese tief im Unternehmen verwurzelt werden: Dies zeigte auch die Mitarbeiterbefragung in Zusammenarbeit mit TNS Infratest im September 2008. Rund 84 % der Mitarbeiter im Inland, die bis dahin an einem ComWerte-

Workshop teilgenommen hatten, fühlten sich „gut“ oder „sehr gut“ über den ComWerte-Prozess informiert.

Zu einer verbindenden und verbindlichen Unternehmenskultur werden die ComWerte jedoch erst dann, wenn sie im täglichen Umgang miteinander gelebt werden. Hierfür ist ausnahmslos jeder Mitarbeiter verantwortlich. Unternehmensleitung und Führungskräfte haben eine besondere Verantwortung für den Prozess – sie sind Vorreiter und Vorbilder. ComWerte betritt auch medial neue Wege: Den ComWerte-Film „Wofür wir stehen.“, der den ComWerte-Prozess seit 2007 dokumentierte, sahen 12 000 Mitarbeiter der Commerzbank, Dresdner Bank und Tochtergesellschaften in 26 Städten in ganz Deutschland.

Das Zusammenwachsen mit der Dresdner Bank stellt auch kulturell eine Herausforderung dar – ComWerte liefert die Basis. Im Mittelpunkt von ComWerte steht nach wie vor der persönliche Dialog. So wurde durch eine eigens für das Integrationsprojekt ins Leben gerufene Arbeitsgruppe eine Kulturanalyse durchgeführt. Die Unternehmenskulturen von Commerzbank und Dresdner Bank lassen eine hohe grundsätzliche Übereinstimmung erkennen. Basierend auf den ComWerten wurden zielgruppenspezifische Workshop-Formate entwickelt, die es den neu entstehenden Bereichen und Teams ermöglichen, im besten Sinne zusammen zu wachsen.

Das 360°-Feedback – ein nachhaltiges Führungsinstrument

Mit der Einführung des 360°-Feedbacks sind die ComWerte in der Personal- und Führungskräfteentwicklung integriert. Das Instrument ermöglicht den Führungskräften durch Selbst- und Fremdeinschätzung – das heißt aus allen „Blickrichtungen“ – eine Rückmeldung zum Gesamtbild ihres Verhaltens. Seit 2007 wird das 360°-Feedback als Führungsinstrument im gesamten Unternehmen bei Vorständen und Executives und seit 2008 auch auf Gebietsfilial- und Bereichsleiterenebene angewendet. Ab 2011 wird die Commerzbank dieses Tool auch auf die dritte Führungsebene ausweiten. Die Rücklaufquote lag im Jahr 2009 bei 94 %, was beweist, in welchem Maße die Commerzbank-Führungskräfte bereit sind, sich über Stärken, Entwicklungsfelder und die ComWerte konstruktiv auszutauschen.

Leitlinien geben Orientierung

Die Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung wurden 2007 erarbeitet und bilden neben den ComWerten die Grundlage für unternehmerisch verantwortungsvolles Handeln bei der Commerzbank.

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. **Bekanntnis 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.

Umfassendes Management im Bereich

Corporate Responsibility

Das Management der Commerzbank im Bereich Corporate Responsibility (CR) basiert auf klaren Strukturen und definierten Prozessen. Seit 2005 vom Vorstand der Commerzbank etabliert und angesiedelt in der Konzernkommunikation, wird in der Abteilung Reputations- und Nachhaltigkeits-Management (RNM) mit einer stark vernetzten Managementstruktur gearbeitet. Damit ist das Thema Reputations- und Nachhaltigkeits-Management auf oberster Ebene im Verantwortungsbereich des Vorstandsvorsitzenden verankert. CR- und Nachhaltigkeitsaspekte werden in die Analyse von Reputationsrisiken mit einbezogen und sind somit auch Bestandteil des vierteljährigen Berichts für den Risikoausschuss des Aufsichtsrats. Das RNM leitet ebenfalls das abteilungsübergreifende interne Gremium „Round-Table Klima“, in dem Strategien und konkrete Maßnahmen, zum Beispiel zur Sensibilisierung der Mitarbeiter zum übergreifenden Thema Klima und Klimawandel, erarbeitet werden (s. dazu im Bericht S. 23).

Impulsgeber für Corporate Responsibility

Als Impulsgeber und treibende Kraft agiert die Abteilung Reputations- und Nachhaltigkeits-Management gemäß den Unternehmenswerten und ist bestrebt, CR im Gesamtunternehmen voranzubringen. Sie ist ferner zuständig für die Kommunikation des Themas unternehmerische Verantwortung und erstellt auch den Nachhaltigkeitsbericht, der alle zwei Jahre in der Vollversion auf Deutsch und Englisch veröffentlicht wird. RNM unterstützt die Bereiche Presse, Investor Relations und Public Affairs bei der Aufbereitung und Platzierung von Nachhaltigkeitsthemen. Außerdem hat sie eine „Sensorfunktion“ nach außen: Die Mitarbeiter von RNM evaluieren und beobachten Themen und Diskurse wie etwa zum Klimawandel. Kontaktpflege zu Nichtregierungsorganisationen aus dem Nachhaltigkeitspektrum und die Beantwortung der Fragebögen von Nachhaltigkeits-Indizes und -Ratingagenturen gehören ebenfalls zu ihren Aufgaben. Intern fungiert das RNM als Schnittstelle zu anderen CR-relevanten Abteilungen, wie zum Beispiel dem Center of Competence Renewable Energies, Compliance, Personalabteilung, Umweltmanagement, Mittelstandsbank, Privatkundengeschäft und anderen (s. Grafik S. 58). Das Team begleitet in enger Zusammenarbeit mit den oben genannten Bereichen die Weiterentwicklung von Strategien, Richtlinien sowie nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen (s. dazu im Bericht S. 64).

CR-Roadmap

Die Commerzbank ist bestrebt, ihrer unternehmerischen Verantwortung in den kommenden Jahren noch mehr gerecht zu werden. Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen sollen erweitert, vorhandene Managementsysteme wie zum Beispiel das Gesundheits-Managementsystem ausgebaut werden. Die CR-Roadmap, die wesentliche Meilensteine für den Zeitraum von 1988 bis 2012 umfasst, bildet dafür den strategischen Rahmen. Die Ressourcen bindenden Integrationsanstrengungen sind der Grund, warum wir unser Ziel, eine übergreifende CR-Strategie zu erarbeiten, für diesen Berichtszeitraum leider nicht erreichen konnten. Wir haben dennoch viele Einzelstrategien und -maßnahmen auf die Agenda gesetzt, die die Richtung unseres nachhaltigen Handelns für die nächsten drei Jahre (2010–2012) bestimmen werden. Die Themen, die für die Ausgestaltung einer umfassenden CR-Strategie wesentlich sind, wurden in einem internen Workshop erarbeitet und mit einer Abfrage aller CR-relevanten Abteilungen abgeglichen und verabschiedet. Die vorliegende

CR-Roadmap macht die strategischen Ziele innerhalb dieser Handlungsschwerpunkte für den Zeitraum 2010 bis 2012 transparent. Über den Fortschritt dieser und anderer Projekte werden wir auch in Zukunft transparent nach innen und außen kommunizieren.

UN Global Compact

Der UN Global Compact appelliert an Unternehmen, zehn Prinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsstandards, Umwelt und Antikorruption zu befolgen und zu unterstützen. Mit der Unterzeichnung des UN Global Compact im Jahr 2006 hat sich die Commerzbank auch in diesem Rahmen zu ihrer unternehmerischen Verantwortung bekannt: Die Respektierung, Umsetzung und Förderung der Prinzipien ist die Grundlage des unternehmerischen Handelns in der Commerzbank. Die Prinzipien des UN Global Compact sind Teil unserer internen Regelwerke und des Arbeitsalltags der Mitarbeiter geworden. Wir haben dazu eine Reihe von Maßnahmen, Leitlinien und Betriebsvereinbarungen etabliert, über deren Fortschritt

CR-Roadmap/Meilensteine

1988 – 1993	1994 – 1999	2000 – 2005
Erste Initiative „Frauen im modernen Banking“ 1989	Veröffentlichung des ersten Ökobilanzberichts 1996	Beginn des Commerzbank-Engagements für Mikrofinanzbanken in Südosteuropa 2000
Verabschiedung eines Konzernleitbilds mit Bekenntnis zum sozial- und umweltverträglichen Fortschritt 1990	Cosmopolitan Award für familienfreundlichstes Unternehmen Deutschlands 1996	Gründung der Initiative zur Förderung des Ehrenamtes im Sport 2000
Ernennung des ersten Umweltbeauftragten einer deutschen Großbank 1990	Bezug des ersten „Öko-Hochhauses“ der Welt (nach einem Entwurf von Lord Norman Foster) 1997	Erstmalige Durchführung von Energiesparwochen in der neuen Zentrale 2000
Start des Umweltbildungsprojekts „Praktikum für die Umwelt“ als Partner der deutschen Nationalparks 1990	Einrichtung der Kindernotfallbetreuung „Kids & Co.“ für Mitarbeiter 1999	Gründung des Center of Competence Renewable Energies (CoC RE) 2001
Erstmalige Vergabe des jährlich verliehenen Umweltpreises „Mittelstand schützt Umwelt“ 1990		Teilnahme am ersten Berichtszyklus des „Carbon Disclosure Project“ 2002
Betriebsvereinbarung zur Wiedereingliederung von Eltern 1990		Verleihung des TÜV-Süd-Zertifikats für hohe Qualitätsstandards beim Fondsauswahlprozess 2004
Gründungsmitglied von UNEP Finance Initiative 1991		Beteiligung an der Entwicklung eines Verhaltenskodex für Schuldnerländer und Investoren 2004
		Einrichtung der Abteilung „Reputations- und Nachhaltigkeits-Management“ 2005
		Veröffentlichung des ersten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung 2005
		Eröffnung der Kindertagesstätte „Kids & Co.“ 2005

wir jährlich berichten (s. dazu im Bericht S. 88). Auch zukünftig wird uns die Mitgliedschaft im UN Global Compact helfen, neue Ziele für den Nachhaltigkeitsprozess in der Commerzbank aufzuzeigen und diese zu erreichen.

Menschenrechte

Auch den Umgang mit Mitarbeitern gestaltet und fördert die Commerzbank in Anlehnung an den UN Global Compact. Die daraus resultierenden Anforderungen werden selbstverständlich umgesetzt – zum Beispiel: das Recht auf Versammlungsfreiheit (Betriebsversammlungen), das Recht auf Erholung oder das Recht auf Bildung von Gewerkschaften.

Darüber hinaus hat die Commerzbank eine Reihe weiterer Regelungen verabschiedet: So beziehen wir uns auf den Artikel 7 des Grundgesetzes, indem wir eine Betriebsvereinbarung für faires und partnerschaftliches Verhalten sowie eine Integrationsvereinbarung beispielsweise für Schwerbehinderte etabliert haben. Zusätzlich wird das Recht auf Gedanken-, Gewissens- und Religionsfreiheit

in der Commerzbank im Rahmen der sogenannten „Charta der Vielfalt“ umgesetzt. Seit rund 20 Jahren fördern wir durch zahlreiche, praxisbezogene Maßnahmen die Individualität der Mitarbeiter in unserem Unternehmen. 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 (s. dazu im Bericht S. 78).

Die Richtlinie für integriertes Verhalten der Commerzbank gibt zudem verbindlich vor, dass nicht nur wir weltweit die Menschen- und Persönlichkeitsrechte als grundlegende Regeln der Gemeinschaft achten. Dies erwarten wir auch von unseren Kunden und Geschäftspartnern (s. dazu im Bericht S. 63). Im Rahmen des Reputationsrisiko-Managements prüft die Commerzbank Geschäfte und Geschäftsbeziehungen im Hinblick auf soziale und ethische Aspekte, zu denen auch die Menschenrechte zählen.

2006 – 2008	2009	2010 – 2012
Unterzeichnung des Global Compact der Vereinten Nationen 2006	Zertifizierung des Umweltmanagement-Systems nach ISO 14001	Erarbeitung einer übergreifenden CR-Strategie
Einführung der neuen Verhaltensrichtlinie (Code of Conduct) für Mitarbeiter der Commerzbank 2007	Verabschiedung einer Klimastrategie für die Commerzbank	Durchführung eines weiteren NRO-Bankendialogforums
Gründungsmitglied des BMBF Finanz-Forum Klimawandel 2007	Einführung des neuen Produkts „klima:coach“ für Mittelstandskunden	Entwicklung weiterer nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen
Durchführung des ersten Bankendialogforums mit Nichtregierungsorganisationen (NRO) (Thema: Zellstoff/Wald) 2007	Integration des Emissionsrechtehandels in das Angebots- und Leistungsspektrum der neuen Commerzbank	Weitere Internationalisierung des CoC RE
Versorgung der Commerzbank-Zentrale zu 100 % mit zertifiziertem Ökostrom aus der Region 2008	Einrichtung eines Kundenbeirats	Ausbau des Emissionsrechtehandels im Angebots- und Leistungsspektrum der neuen Commerzbank
Verabschiedung der Umweltleitlinien 2008	Start der Veranstaltungsreihe „Commerzbank im Dialog“	Flächendeckende Versorgung der Commerzbank AG Inland zu 100 % mit Ökostrom
Einführung eines Umweltmanagement-Systems 2008	Durchführung des vierten NRO-Bankendialogforums (Biokraftstoffe)	Ausweitung der Stakeholder-Dialoge
Durchführung des zweiten NRO-Bankendialogforums (Nachhaltige Finanzierungsentscheidungen) 2008	Gründung eines Konzern-Umweltausschusses	Anpassung und Implementierung der Verhaltensrichtlinie für die neue Commerzbank
Start des ersten internen „Round-Table Klima“ 2008		Sukzessive Ausweitung der CR-Berichterstattung auf wesentliche Konzerngesellschaften
Initiierung des Projekts „Im Lot – Ausgeglichen bei der Arbeit“ 2008		Organisatorische Zusammenführung der Commerzbank- und Dresdner-Bank-Stiftungen
Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“ 2008		Entwicklung weiterer sektorspezifischer Richtlinien und Positionspapiere (Atomenergie, Menschenrechte)
Entwicklung interner Sektor-Richtlinie für Rüstungsgeschäfte im Commerzbank-Konzern 2008		Schrittweise Klimaneutralstellung der neuen Commerzbank

Reputationsrisiko-Management

Neben der Steuerung von CR-relevanten Themen und Projekten geht es für die Commerzbank in ihrer unternehmerischen Verantwortung auch darum, ökologische, soziale oder ethische Risiken frühzeitig zu erkennen und entsprechend zu reagieren. Die Beurteilung dieser Risiken fließt im Rahmen des Reputationsrisiko-Managements in die Gesamtrisiko-Strategie und -Steuerung des Konzerns mit ein. Unter Reputationsrisiken verstehen wir die Gefahr von Verlusten, sinkenden Erträgen oder einem verringerten Unternehmenswert aufgrund von Geschäftsvorfällen, die das Vertrauen in die Bank in der Öffentlichkeit, bei Kunden und Mitarbeitern, bei Ratingagenturen, Investoren oder Geschäftspartnern, mindern. Reputationsrisiken können aus anderen Risikoarten – zum Beispiel Compliance-, Umwelt-, Steuer- und Rechtsrisiken – resultieren oder ergänzend zu ihnen auftreten (s. dazu im Bericht S. 81).

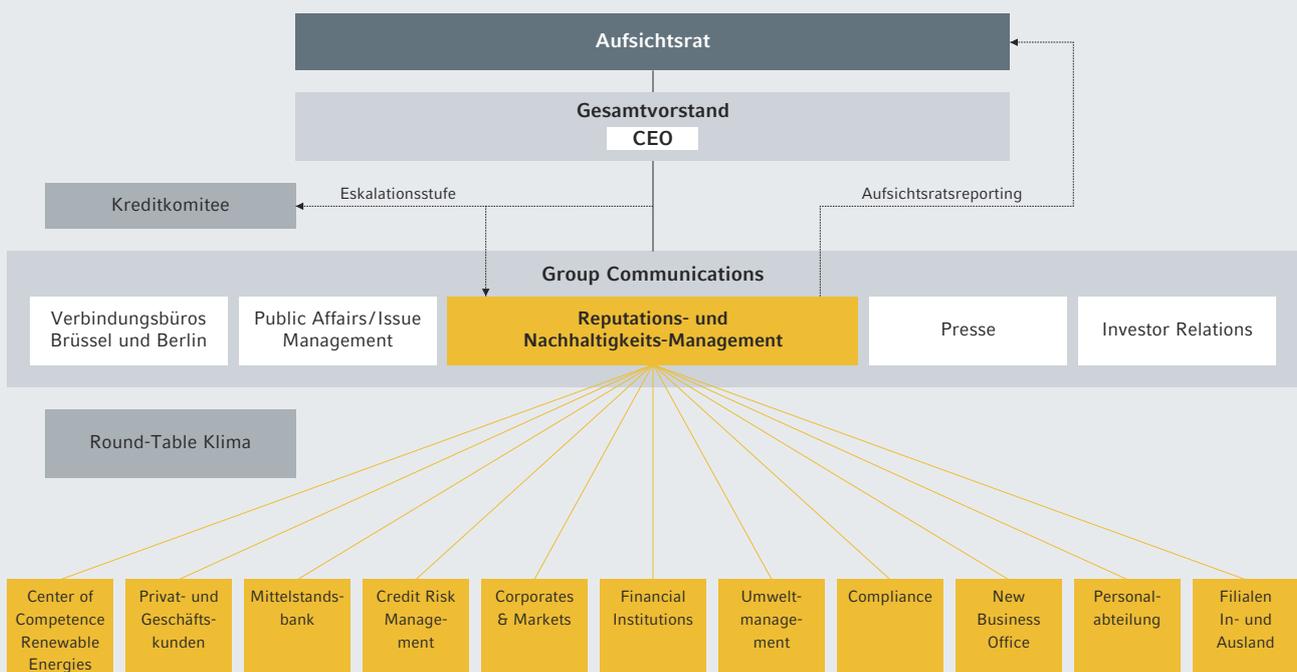
Das zentrale Management von Reputationsrisiken der Commerzbank erfolgt in der Konzernkommunikation. Die Abteilung Reputations- und Nachhaltigkeits-Management steuert Reputationsrisiken über einen qualitativen Ansatz und steht dabei im engen Kontakt mit den relevanten Abteilungen: Geschäfte und Geschäftsbeziehungen, bei denen Nachhaltigkeitsaspekte eine wesentliche Rolle spielen, werden intensiv recherchiert, analysiert und mit einer

differenzierten Bewertung versehen, die bis zur Ablehnung des entsprechenden Geschäfts beziehungsweise bis zur Beendigung der Geschäftsbeziehung führen kann. Tätigkeitsschwerpunkte sind derzeit das Firmenkunden- sowie Interbankengeschäft und hier besonders die Bereiche Rohstoffe (zum Beispiel Forstwirtschaft), Rüstungsgüter und unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten umstrittene Projekte. Für den Bereich Rüstungsgüter wurde im Jahr 2008 eine eigene, vom Vorstand beschlossene und unternehmensweit verbindliche „Richtlinie für Rüstungsgeschäfte im Commerzbank-Konzern“ implementiert. Weitere Richtlinien sind in Planung beziehungsweise bereits in der Umsetzung. In den Jahren 2007 und 2008 wurden insgesamt mehr als 375 Einzelgeschäfte beziehungsweise Geschäftsbeziehungen ausführlich geprüft. Davon wurden 45 vom Reputationsrisiko-Management negativ bewertet.

Vorstand und Aufsichtsrat werden über die wesentlichen Reputationsrisiken der Commerzbank regelmäßig durch ein vierteljährliches Reporting informiert.

Im Rahmen des „Forum Reputation Risk“ des VfU (Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen) tauschen sich die Verantwortlichen bei der Commerzbank mit Vertretern anderer Banken und Versicherungen zu Fragen des Reputationsrisiko-Managements aus.

Organisation des Reputations- und Nachhaltigkeits-Managements



Im Zuge der Integration von Commerzbank und Dresdner Bank wurde im September 2009 das Reputationsrisiko-Management beider Häuser zusammengeführt und vereinheitlicht.

Materiality-Prozess

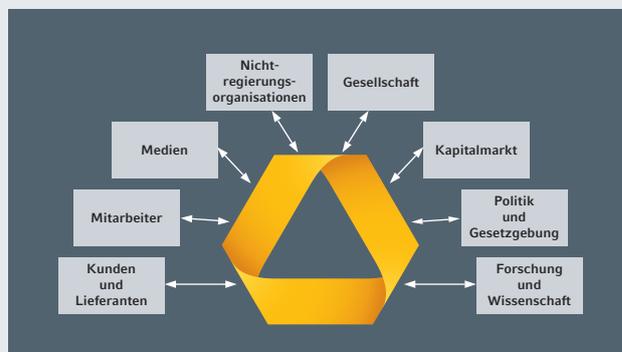
Die Commerzbank hat eine umfassende Bestandsaufnahme der strategisch wesentlichen Themen durchgeführt. Im Rahmen eines ganztägigen Workshops mit externer Beratung wurden die CR-relevanten Themen aus dem Unternehmensumfeld mit der Perspektive der Stakeholder gespiegelt. Die Priorisierung der wesentlichen Themen (Materiality-Matrix) diente zunächst als Grundlage für die Auswahl der Inhalte des vorliegenden CR-Berichts. Darüber hinaus werden diese Themen in die Weiterentwicklung unserer CR-Strategie und -Aktivitäten einfließen.

Transparente Stakeholder-Dialoge

Im aktiven und konstruktiven Dialog mit Stakeholdern nutzt die Commerzbank die Möglichkeit, die unterschiedlichen Erwartungen und Bedürfnisse ihrer Anspruchsgruppen kennenzulernen, sie gegebenenfalls als Entscheidungs- und Planungshilfe für die Unternehmensstrategie zu verwenden sowie die eigenen Sichtweisen darzulegen.

Für den systematischen Dialog mit unseren Stakeholdern ist das Reputations- und Nachhaltigkeits-Management (RNM) eng mit anderen Konzernbereichen vernetzt. Ein täglicher Austausch innerhalb der Konzernkommunikation zwischen Presse, Investor Relations, Interner Kommunikation, Markenmanagement und Public Affairs ermöglicht das Verknüpfen von Themen und die Planung von Dialogmaßnahmen. Das RNM steuert und koordiniert alle CR-relevanten Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen und gewährleistet in ihrer Schnittstellenfunktion so die Priorisierung der wesentlichen Themen. Das RNM tauscht sich dazu anlassbezogen mit den dezentralen CR-Verantwortlichen etwa aus dem Bereich Personal, dem Umweltmanagement, dem Einkauf oder der Produktentwicklung aus, gibt Impulse, fördert den Dialog und integriert die Stakeholder-Dialoge gegebenenfalls in die übergreifende Kommunikationsstrategie. Im Rahmen des VfU sind die Mitarbeiter des RNM außerdem im Dialog mit Vertretern anderer Banken und Versicherungen.

Unseren **Kunden** stehen wir auf vielseitigen Wegen zur Verfügung: So verfügt die neue Commerzbank mit rund 1 200 Filialen künftig über das dichteste Filialnetz aller deutschen Banken. Mit der Veranstaltungsreihe „Commerz-



bank im Dialog“ erreichen wir zahlreiche Commerzbank-Kunden, die mit Bankvorständen und Verbraucherschützern über die Finanz- und Wirtschaftskrise diskutieren (s. dazu im Bericht S. 14). Der etablierte Kundenbeirat (s. dazu im Bericht S. 12), unsere regelmäßigen Kundenbefragungen (s. dazu im Bericht S. 11) und unser aktives Beschwerdemanagement geben den Kunden darüber hinaus die Möglichkeit, uns Verbesserungspotenziale aufzuzeigen (s. dazu im Bericht S. 13).

Unsere **Mitarbeiter** beziehen wir aktiv ein – zum Beispiel durch unsere mittlerweile gut etablierten Mitarbeiterbefragungen, die einmal jährlich durchgeführt werden und die die Möglichkeit bieten, Meinungen, Wünsche und Ideen an das Management heranzutragen und somit das Unternehmen mit zu gestalten. Für den andauernden Integrationsprozess wurden zwei zusätzliche Befragungen etabliert. Das Marktforschungsinstitut TNS Infratest bittet regelmäßig Kollegen aus beiden Häusern per E-Mail zum „Pulse Check“, um ein Meinungs- und Stimmungsbild in der gesamten Bank zu erheben. Der „Integrationsmonitor“ richtete sich im Juni 2009 zum dritten Mal an 2 500 Mitarbeiter der Integrationsteams. Darüber hinaus wurde untersucht, ob das Versprechen von Fairness und Transparenz im Integrationsprozess als glaubwürdig wahrgenommen wird. Außerdem erfolgte eine Bewertung der bisher gesammelten Erfahrungen in den Integrationsteams.

Verantwortungsvolles Handeln ist auch in der Beschaffung der Commerzbank fest verankert: Der Standard für nachhaltige Beschaffung sowie die Ethikleitlinie geben unternehmensweit verbindliche Regeln für die Berücksichtigung ökologischer, sozialer und ethischer Aspekte beim Einkauf von Produkten und Dienstleistungen vor (s. dazu im Bericht S. 68). Im Jahr 2008 haben wir zusätzlich an unsere wichtigsten **Lieferanten** eine jeweils individuell angepasste Ethikleitlinie versandt.

Offene, transparente und proaktive Kommunikation mit allen unseren Stakeholdern, direkt beziehungsweise über die **Medien**, ist für uns selbstverständlich. Das gilt auch bei Themen, die im Zusammenhang mit unserer unternehmerischen Verantwortung stehen. Unser integrierter Kommunikationsansatz ermöglicht uns im Rahmen eines strukturierten Issue Managements die systematische Bearbeitung von Themen sowie den permanenten Dialog mit den Stakeholdern.

Der Austausch mit **Nichtregierungsorganisationen** (NRO) ist uns wichtig. Im Mittelpunkt steht der Dialog über die möglichen Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt. Ein Beispiel dafür ist die Veranstaltungsreihe NRO-Bankendialogforum in Kooperation mit urgewald, die seit dem letzten Bericht erfolgreich fortgesetzt wurde und regelmäßig in der Commerzbank-Zentrale stattfindet. Im Berichtszeitraum trafen sich zu drei Veranstaltungen Vertreter von Banken und Nichtregierungsorganisationen, um sich zu den Themen „Banken und Zellstoff/Wald“ (Juni 2007), „Nachhaltige Finanzierungsentscheidungen“ (April 2008) oder „Biokraftstoff“ (Juni 2009) auszutauschen.

Zu den Akteuren des **Kapitalmarkts** gehören insbesondere unsere institutionellen Investoren und Privataktionäre, aber auch Analysten und Ratingagenturen. Fragen zur verantwortungsvollen Ausrichtung unserer Geschäftstätigkeit beantworten wir offen und ausführlich. Auch in den vergangenen Jahren haben Ratingagenturen unsere Aktivitäten im Bereich unternehmerische Verantwortung bewertet. Weitere Dialoge führen wir bei Analystengesprächen, zum Investor's Day, bei Finanzkonferenzen und Roadshows.

Wir engagieren uns zum Wohle der **Gesellschaft**. Zu diesem Zweck arbeiten wir mit verschiedenen gemeinnützigen Organisationen in definierten Handlungsfeldern wie Bildung und Kultur zusammen (s. dazu im Bericht S. 41). Mit unseren Kooperationspartnern streben wir eine langfristige und erfolgreiche Zusammenarbeit an. Ihre Ideen und Anregungen fließen in die konkrete Ausgestaltung unserer unternehmerischen Verantwortung ein.

Forschung und Wissenschaft liefern uns Impulse für die Weiterentwicklung unserer Geschäftstätigkeit. Mit Forschungseinrichtungen und Hochschulen arbeiten wir daher eng zusammen. Ein Beispiel hierfür ist der stetige Austausch unseres Center of Competence Renewable Energies mit Wissenschaftsvertretern unterschiedlicher Disziplinen (s. dazu im Bericht S. 28).

Public Affairs

Die Neuaufstellung von Public Affairs als eigenständigem Bereich innerhalb der Konzernkommunikation entspricht der gewachsenen Bedeutung der neuen Commerzbank. Das größere Gewicht der Bank und die im Zuge der Finanzmarktkrise erforderliche, vorübergehende Inanspruchnahme staatlicher Garantien und Kapitalhilfen haben die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit wie die der Politik für die Bank weiter erhöht. Im Bereich Public Affairs wurden ganz bewusst diejenigen Abteilungen zusammengeführt, die in engem Zusammenhang mit der sozialen, ökologischen und politischen Verantwortung der Bank stehen.

Dem Bereich Public Affairs sind neben der Abteilung Issue Management mit angegliedertem historischen Archiv auch die Abteilung Reputations- und Nachhaltigkeits-Management (s. dazu im Bericht S. 58) sowie die Verbindungsbüros in Berlin und Brüssel zugeordnet. Geleitet wird der Bereich in Personalunion vom Leiter des Berliner Verbindungsbüros der Commerzbank, an den auch das Brüsseler Verbindungsbüro berichtet.

Aufgabe der beiden Verbindungsbüros ist das politische Lobbying. Hierzu zählt die laufende Pflege der Kontakte zu Abgeordneten, Ministerien, Medien wie auch zu den ansässigen Verbänden. Gleichzeitig übernehmen die Verbindungsbüros auch einen Teil des Issue-Management-Prozesses, das heißt sie filtern und priorisieren externe Informationen. Sie übernehmen damit eine Sensorfunktion für neue politische und gesellschaftliche Entwicklungen. Gleichzeitig sind sie ein „Sprachrohr“ der Bank, indem sie einerseits aktiv Commerzbank-Positionen gegenüber der Politik und den Medien vertreten und andererseits Ansprechpartner vor Ort sind. Ebenfalls im Verbindungsbüro Berlin angesiedelt ist der Bereich International Affairs, der sich um das Lobbying und die Kontaktpflege bei den Botschaften und internationalen Regierungseinheiten kümmert, um damit den Herausforderungen einer global operierenden Bank Rechnung zu tragen. Die Inhalte und Positionen für die Kommunikation liefert dabei das Issue Management. Zudem ist in dieser Abteilung das Redenmanagement für den Vorstand der Bank angesiedelt. Dazu gehört auch die Koordination der Auftritte, also die Zuständigkeit für Empfehlungen zu der Frage: „Wer spricht wo zu welchem Thema?“ Der Ansatz, Issue und Reden-Management gewissermaßen „aus einer Hand“ zu liefern, trägt zur Steigerung der Konsistenz und Effizienz der politischen und gesellschaftlichen Kommunikation der Commerzbank bei.

Ökonomie

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 Satzung der Commerzbank sowie die Geschäftsordnungen von Vorstand und Aufsichtsrat entsprachen schon bei Erlass des Kodex weitestgehend dessen Anforderungen. Soweit das noch nicht der Fall war, haben wir sie entsprechend angepasst. Satzung und Geschäftsordnungen sind im Internet verfügbar.

Die Bank erklärt jährlich, ob den Verhaltensempfehlungen des Kodex entsprochen wurde und wird oder erläutert, welche Empfehlungen nicht umgesetzt werden. Diese Erklärung wird ebenfalls im Internet veröffentlicht. Die Commerzbank erfüllt die Empfehlungen des Deutschen Corporate Governance Kodex nahezu vollständig.

Risikomanagement

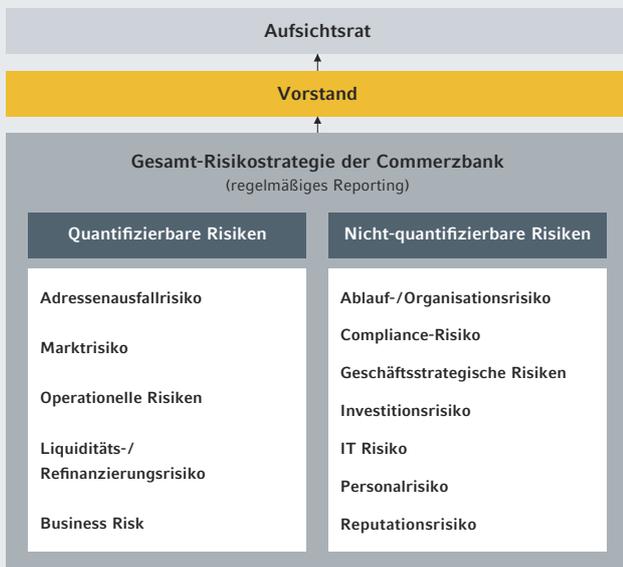
Entscheidend für ein erfolgreiches Risikomanagement sind die Identifikation aller wesentlichen Risiken und Risikotreiber, die unabhängige Messung und Bewertung dieser Risiken sowie eine hierauf aufbauende risiko- und ertragsorientierte Steuerung im Rahmen einer zukunftsorientierten Risikostrategie.

Als Risiko bezeichnet die Commerzbank die Gefahr möglicher Verluste oder entgangener Gewinne aufgrund interner oder externer Faktoren. Dabei unterscheiden wir grundsätzlich zwischen quantifizierbaren – also üblicherweise im Jahresabschluss oder in der Kapitalbindung bewertbaren – und nicht-quantifizierbaren Risikoarten wie zum Beispiel dem Reputationsrisiko.

Der Vorstand der Bank definiert risikopolitische Leitlinien im Rahmen der von ihm festgelegten, jährlich überprüften Konzernstrategie, die die Geschäfts- und Risikostrategie sowie die strategischen Rahmenbedingungen für den Konzern, die Segmente und die Geschäftsfelder darstellt. Detaillierte Informationen zum Risikomanagement der Commerzbank finden sich im Risikobericht des Geschäftsberichts.

Compliance

Die Basis unserer Geschäftstätigkeit ist das Vertrauen unserer Kunden, Aktionäre und Geschäftspartner in das ordnungsgemäße und gesetzestreue Handeln der Commerzbank. Vorrangiges Ziel ist es deshalb, jegliche Risiken zu vermeiden, die das Vertrauen in die Integrität des Konzerns gefährden. Als global agierender Finanzdienstleister ist die Einhaltung geltender Gesetze, Richtlinien und Marktstandards Grundlage unseres verantwortlichen Handelns und integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit. Denn Verstöße gegen einschlägige Gesetze und Vorschriften können nicht nur zu Rechtsstreitigkeiten und finanziellen Sanktionen führen, sie wirken sich darüber hinaus auch auf die Reputation und Stabilität des Konzerns aus. Im Fokus unserer Compliance-Aktivitäten stehen die Prävention und Bekämpfung von Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung, Insiderhandel, Betrug, Korruption und andere kriminelle Aktivitäten im Umfeld unserer Geschäftstätigkeit. Um der stetig wachsenden Komplexität der nationalen wie internationalen Gesetze und Regelungen gerecht zu werden, entwickeln wir unser Compliance-Management ständig weiter und passen es an aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen an.



Compliance-Organisation – Unabhängigkeit sichert Effektivität

Der Bereich Compliance ist mit der Überwachung der aufsichts- und kapitalmarktrechtlichen Vorgaben sowie interner Regelungen betraut. Um sicherzustellen, dass Compliance diese Aufgaben wirksam erfüllen kann, ist sie von den operativen Einheiten der Bank unabhängig. Sie berichtet direkt an den Finanzvorstand und arbeitet im Rahmen ihrer Zuständigkeiten weisungsungebunden.

Zu den Aufgaben von Compliance zählen die umfassende Beratung der Geschäftsbereiche, die jährliche Erarbeitung der konzernweiten Compliance-Risikostrategie sowie die Überwachung ihrer Umsetzung und Wirksamkeit im Tagesgeschäft. Ziel der Strategie ist es, Compliance-Risiken zu identifizieren und ihnen vorzubeugen. Die Commerzbank verfolgt dazu einen ganzheitlichen Ansatz, der spezifische geschäfts-, kunden-, produkt- und prozessbezogene Sicherungssysteme und Kontrollen umfasst. Die Ausrichtung der Compliance-Risiko-Sicherungssysteme erfolgt auf Grundlage einer konzernweiten Gefährdungsanalyse. Mit ihrer Hilfe werden Compliance-Risiken systematisch identifiziert, analysiert und bewertet. Hierbei arbeitet die zentrale Compliance-Abteilung eng mit dem weltweiten Netzwerk dezentraler Compliance-Abteilungen und -Beauftragter zusammen.

Umfassende Beratung und Schulung

Die Abteilung Compliance berät und betreut als Servicebereich sämtliche Unternehmensbereiche. Sogenannte Relationship Manager stehen den betreuten Einheiten als Hauptansprechpartner für Compliance-relevante Fragestellungen zur Verfügung. Der enge und regelmäßige Austausch stellt sicher, dass für mögliche Risiken und neue Herausforderungen bereits im Vorfeld Lösungsstrategien entwickelt werden können. Um noch schneller aktiv auf Veränderungen im rechtlichen und regulatorischen Umfeld der Commerzbank reagieren zu können, wurde 2008 das Regulatory Affairs Committee (RAC) ins Leben gerufen. Dieses interne Gremium hat die Aufgabe, regulatorische Entwicklungen, Themen aus der Verbandsarbeit sowie die laufenden Gesetzgebungsverfahren auf nationaler und supranationaler Ebene für das Senior Management aufzubereiten und hieraus resultierenden Umsetzungsbedarf zu identifizieren.

Wichtiger Baustein der Risikoprävention ist ein differenziertes und umfassendes Pflicht-Schulungsprogramm, das vom Geldwäschegesetz sowie dem Wertpapierhandelsgesetz vorgegeben wird. Über Web-based-Trainings werden die Mitarbeiter für Compliance-Risiken in ihrem Aufgabenumfeld sensibilisiert. 2009 haben wir das internetbasierte Trainingsprogramm ausgeweitet. Wir bieten nun in zehn Sprachen folgende themenspezifische Pflichtschulungen an:

- Geldwäscheprävention: Abwehr von Missbrauchsversuchen bei illegalen Finanzgeschäften
- Betrugsprävention: Vorbeugung betrügerischer Handlungen
- Securities Compliance: Integrität im Umgang mit Kunden und Kundeninformationen
- Sanktionen und Embargos: Einhaltung von Finanz- und Handelssanktionen

In Geschäftseinheiten, die in besonders risikoreichen Geschäftsfeldern tätig sind, führen wir zusätzlich Präsenzschulungen durch. Insgesamt werden so nahezu 100 % unserer Mitarbeiter erreicht.

Wir wollen das Thema Compliance auch in Zukunft weiter vorantreiben und professionalisieren – so haben wir im Mai 2008 den bundesweit ersten Ausbildungsstudiengang

Bundesweit einziger Ausbildungsstudiengang zum Compliance Officer gestartet

In Kooperation mit der Frankfurt School of Finance & Management hat die Commerzbank im Mai 2008 den bundesweit ersten Ausbildungsstudiengang zum Compliance Officer gestartet. Der berufsbegleitende Studiengang „Certified Compliance Professional“ schließt mit einem Zertifikat ab und trägt wesentlich dazu bei, das Thema Compliance in Unternehmen zu professionalisieren. Hintergrund ist, dass es im Zuge der Internationalisierung von Geschäftsbeziehungen und wachsender staatlicher Regulierung heute zunehmend komplexer wird, sämtliche Gesetze, Regularien und Selbstverpflichtungen zu kennen und umzusetzen. Damit steigt das Risiko, durch Verstöße nachhaltig die Reputation eines Unternehmens zu schädigen. Der zweisemestrige Studiengang vermittelt neben den Grundlagen in Geldwäscheprävention und Compliance auch vertiefende Kenntnisse in Bereichen wie internationales Aufsichtsrecht, Terrorismusfinanzierung und Investment Banking. In den Präsenzveranstaltungen unterrichten erfahrene Praktiker, darunter drei Referenten der Commerzbank, anhand von aktuellen Fallbeispielen.

› www.frankfurt-school.de > Bildungsangebot > Seminare 2009 > Zertifikatsstudiengänge > Certified Compliance Professional (CCP)

zum Compliance Officer eingerichtet. Ein zusätzlicher Fokus lag im Berichtszeitraum auf der Weiterentwicklung sowie der Ausweitung bestehender Compliance-Instrumente und -Richtlinien für sämtliche internationale Geschäftseinheiten.

Prävention von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung

Die gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Anti-Geldwäscheanforderungen zu erfüllen, gehört zu den Kernaufgaben der Compliance. Dabei berücksichtigen wir international anerkannte Standards, darunter die Empfehlungen der Financial Action Task Force on Money Laundering (FATF) sowie die Wolfsberg Anti-Money Laundering Principles. In den letzten Jahren ist zudem das Risiko des Missbrauchs zur Terrorismusfinanzierung gestiegen. Während bei der Geldwäsche Gelder aus illegalen Quellen in den Finanzkreislauf eingeschleust werden, verfolgt die Terrorismusfinanzierung das Ziel, Geld, das nicht selten aus legalen

Quellen stammt, für terroristische Zwecke zu nutzen. Dies zu verhindern, wird als einer der wichtigsten Ansatzpunkte zur Bekämpfung des internationalen Terrorismus betrachtet.

Um die größtmögliche Transparenz in den Geschäftsbeziehungen und Finanztransaktionen sicherzustellen, verfolgt die Commerzbank das Know-Your-Customer-Prinzip. Die Identifizierung der Kunden vor Begründung jeder Art von Geschäftsbeziehung gehört zu den zentralen Instrumenten zur Prävention von illegalen Aktivitäten. Know your Customer umfasst nicht nur die eindeutige Feststellung und Dokumentation der Identität des Kunden; auch die Herkunft des Vermögens, das im Rahmen der Geschäftsbeziehung oder der Transaktion eingesetzt wird, kann risikobasiert abgeklärt werden. Der vertrauliche Umgang mit sämtlichen Informationen ist dabei für uns selbstverständlich und in der Verhaltensrichtlinie der Commerzbank als fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur verankert (s. im Bericht S. 54).

Richtlinie für integriertes Verhalten

Die Verhaltensrichtlinie der Commerzbank ist Teil ihrer Unternehmenskultur und dokumentiert die Verpflichtung zu gelebter Integrität. Die Richtlinie macht bestehende Verhaltensregeln deutlich und gibt damit allen Mitarbeitern einen verbindlichen Orientierungsrahmen für integriertes Verhalten vor. Sie gilt ohne Ausnahme für alle Mitarbeiter der Commerzbank – von der Unternehmensleitung bis hin zum Auszubildenden. Im Einzelnen behandelt die Richtlinie die Themen: Bestechung, Korruption, Steuerhinterziehung, Diskretion, Geldwäscheprävention, Insiderhandel und Grundsätze für den Umgang am Arbeitsplatz. Darüber hinaus beschreibt sie Konsequenzen bei Verstößen gegen Gesetze und Regeln, weist auf die Pflichten der Führungskräfte und das Angebot an präventiven Trainings für Mitarbeiter hin und bietet Hilfestellung für den Ernstfall. Eine Überarbeitung der Verhaltensrichtlinie hat 2008 begonnen und wird vor dem Hintergrund der Integration der Dresdner Bank 2009 fortgesetzt. Die Commerzbank reagiert mit der Neuauflage auf veränderte rechtliche Rahmenbedingungen wie zum Beispiel auf dem Kapital- und Arbeitsmarkt sowie auf die Anforderungen der Wirtschaftsprüfungsinstitute. Die Verhaltensrichtlinie wird zudem um ein Kapitel zum „Whistleblowing“-Meldeverfahren, das für Mitarbeiter, Lieferanten und Geschäftspartner bereitgestellt werden soll, ergänzt. Das System, dessen Einführung für das vierte Quartal 2009 vorgesehen ist, gibt dem Melder die Möglichkeit, bei schwerwiegenden Verdachtsmomenten auf wirtschaftskriminelle Handlungen auch anonym Hinweise zu geben.

Politisch exponierte Personen

Unsere Sorgfaltspflicht im Kampf gegen Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung gilt insbesondere bei politisch exponierten Personen (PEP). Zu dieser Gruppe gehören natürliche Personen, die wichtige öffentliche Ämter ausüben beziehungsweise ausgeübt haben sowie unmittelbare Familienmitglieder und andere ihr nahestehende Personen. Basierend auf der 3. EU-Geldwäscherichtlinie wurde die Pflicht zur Ermittlung von politisch exponierten Personen in die nationale Gesetzgebung der EU-Staaten sowie der Schweiz und Liechtenstein aufgenommen. Grund ist das erhöhte Gefährdungspotenzial dieser Personengruppen, für illegale Transaktionen missbraucht zu werden.

Gemäß des Know-your-Customer-Prinzips prüfen wir vor Beginn jeder Geschäftsbeziehung, ob ein Kunde als PEP einzustufen ist. Zusätzlich wird der Kundenbestand sämtlicher Geschäftseinheiten der Commerzbank in regelmäßigen Abständen auf PEPs geprüft.

Sanktionen und Embargos

Bei unseren geschäftspolitischen Entscheidungen berücksichtigen wir selbstverständlich auch Wirtschaftsbeschränkungen. Auch wenn dies schon in der Vergangenheit beachtet wurde, ist zur Erhöhung der Wachsamkeit im dritten Quartal 2009 die Global Sanctions Policy konzernweit in Kraft getreten. Diese Richtlinie legt zum einen eine Reihe von Prinzipien fest; insbesondere wollen wir dem

Grundsatz folgen, im Falle mehrerer anwendbarer Sanktionsbestimmungen die jeweils strengere zu beachten. Auch sollen der Grundsatz transparenter Geschäftsabwicklung und das Verbot der Umgehung einschlägiger Rechtsregeln beachtet werden. Zum anderen benennt die Policy die von Sanktionen und Embargos besonders betroffenen Staaten; hinsichtlich der insoweit bestehenden Geschäftsbeziehungen sind dem jeweiligen Risiko entsprechende Maßnahmen umzusetzen, die bis zur Beendigung von Geschäftsbeziehungen reichen können.

Interessenkonfliktmanagement

Die Commerzbank ist weltweit in zahlreichen Geschäftsfeldern tätig. Einerseits können wir so unseren Kunden ein großes Portfolio an flexiblen und vielseitigen Finanzdienstleistungen bieten, andererseits kann dies zu Konfliktsituationen führen, wenn sich geschäftliche Interessen der Commerzbank, ihrer Kunden oder Lieferanten gegenüberstehen. Die Commerzbank hat daher ein umfangreiches Interessenkonfliktmanagement aufgebaut, das sicherstellt, dass potenzielle Konflikte vermieden und reale Konfliktsituationen zu einem fairen Ausgleich geführt werden. Um Konfliktsituationen zu vermeiden, setzen wir mit dem Conflict-of-Interest-Tool (COI-Tool) auf die frühzeitige Identifikation möglicher transaktionsbasierter Interessenkonflikte. Das COI-Tool sammelt und prüft konzernweit Daten zu relevanten Transaktionen im Firmenkundengeschäft. Die standardisierte Vorgehensweise und Dokumentation machen die COI-basierten Entscheidungen auch für unabhängige Dritte transparent nachvollziehbar.

Mit der Integration der Dresdner Bank wurde das Interessenkonfliktmanagement auf die neu hinzugekommenen Geschäftseinheiten ausgeweitet. Um eine konzernweit einheitliche Compliance-Kultur zu schaffen, treiben wir weiterhin die Harmonisierung der Compliance-Instrumente und -Standards sowie der IT-Landschaft voran.

Datenschutz: Sicherheit durch Aufklärung und neueste Technologien

Die Commerzbank misst dem Datenschutz eine große Bedeutung zu und selbstverständlich fühlt sie sich auch dem Bankgeheimnis im besonderen Maße verpflichtet. Der tägliche Umgang mit personenbezogenen Daten erfordert von allen Mitarbeitern der Commerzbank die strikte Einhaltung der Anforderungen aus dem Bundesdaten-

schutzgesetz (BdSG). Die strengen technischen und organisatorischen Datensicherungsmaßnahmen werden innerhalb der Commerzbank durch unseren unabhängigen Datenschutzbeauftragten sichergestellt und überwacht. Mithilfe webbasierter Lernprogramme und dauerhaft bereitstehender Intranetseiten werden unsere Mitarbeiter regelmäßig geschult und für das Thema Datensicherheit sensibilisiert.

Wir wollen unseren Kunden eine größtmögliche Sicherheit bei der Ausführung ihrer Bankgeschäfte bieten und setzen dafür hohe Standards bezogen auf Autorisierung, Authentifizierung, Verschlüsselung von Daten und Datenintegrität. Ziel ist es, unseren Kunden zu jeder Zeit einen optimalen Schutz – gerade auch im Online-Banking – zu gewährleisten. Durch umfassende Kundenkommunikation weisen wir immer wieder auf mögliche Sicherheitslücken hin, die zum Beispiel durch fehlende Antivirensoftware auf den zu Hause genutzten Rechnern oder fehlende Vorsicht unserer Kunden entstehen können.

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen

Die Commerzbank bietet ihren Kunden ein vielfältiges Angebot nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen an, das auch in Zukunft weiter ausgebaut werden soll. Kernstück sind Unternehmens- und Projektfinanzierungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette Erneuerbarer Energien (s. im Bericht S. 26). Auch im zukunftssträchtigen Handel mit Emissionsrechten ist die neue Commerzbank sehr aktiv (s. im Bericht S. 29). Darüber hinaus wurde im Jahr 2009 mit dem klima:coach, einem Beratungsservice zu Energieeffizienz und CO₂-Intensität für mittelständische Kunden, eine neue Dienstleistung eingeführt (s. im Bericht S. 25). Spezielle Fördermaßnahmen für besondere Zielgruppen wie der KfW-Studienkredit, der Studierenden den Lebensunterhalt unabhängig vom Einkommen der Eltern sichert, ergänzen das Angebot. Außerdem beteiligt sich die Commerzbank an Mikrofinanzbanken, die kleine und mittelständische Unternehmen durch Kredite unterstützen sowie Spar- und Termineinlagen für Privatpersonen anbieten (s. im Bericht S. 66).

In der Vergangenheit hat die Commerzbank zudem einige Nachhaltigkeitsfonds aufgelegt, die seit dem Übergang der Commerzbank-Fondstochter cominvest in den Finanzkonzern Allianz Global Investors im Januar 2009 dort ver-

waltet werden. Im Rahmen einer exklusiven Vertriebskooperation bietet die Commerzbank diese Fonds weiterhin ihren privaten und institutionellen Anlegern an. So haben sie die Möglichkeit, mit ihren Anlagen gezielt in nachhaltig wirtschaftende Unternehmen aus den Bereichen Umwelttechnik und alternative Energien zu investieren und sie damit zu fördern. Zu den Fonds zählen unter anderem „Cominvest Green Energy Protect“, „Cominvest Klima Aktien“, „Cominvest Klima Safe Kick“ oder „Cominvest Wasser Aktien Protect“.

Handel mit Entwicklungsländern fördern

Im September 2009 gab die Commerzbank bekannt, dass sie sich gemeinsam mit der International Finance Corporation (IFC), einem Unternehmen der Weltbankgruppe, dem Global Liquidity Program angeschlossen und dort 750 Mio USD investiert hat. Die Initiative bringt Regierungen, Entwicklungshilfeeinstitute und Geschäftsbanken zusammen, um den Handel in Entwicklungsländern zu unterstützen.

Weiterbildungsprogramm für afrikanische Spitzenkräfte

Gemeinsam mit 19 führenden deutschen Wirtschaftsunternehmen beteiligt sich die Commerzbank seit 2008 an dem Weiterbildungsprogramm „AFRIKA KOMMT!“ für Nachwuchsführungskräfte aus Subsahara-Afrika. Mit der Initiative wollen die beteiligten Unternehmen nicht nur den Bildungsaustausch fördern, sondern auch den Grundstein für nachhaltige Wirtschaftskooperationen legen. Das Programm richtet sich an 20 afrikanische Führungskräfte, die in dem Pilotprojekt neben der fachlichen Weiterbildung in Deutschland ein sprachliches sowie interkulturelles Training erhalten. Ihre Kenntnisse können die Stipendiaten in ihrem „Patentunternehmen“ neun Monate lang an unterschiedlichen Stationen vertiefen. Die Commerzbank hat Eric Frank Ringo aus Tansania für einen Praxis-einsatz unter anderem in den Bereichen Financial Institutions und Corporates & Markets aufgenommen. Den Austausch sehen wir auch als Bereicherung für unsere Unternehmenskultur, die durch internationales Denken und Handeln geprägt ist.

Objektive Fondsauswahl

Die Commerzbank ist das einzige Finanzinstitut in Deutschland, das bereits seit 2004 eine neutrale und unabhängige Fondsauswahl anbietet und damit Anleger bei ihrer Entscheidung für den richtigen Investmentfonds unterstützt. Anfang 2009 wurde die Prognosefähigkeit des Verfahrens zur objektiven Fondsauswahl durch eine verbesserte Analysemethodik noch gesteigert. Die in Kooperation mit dem Retail Banking Competence Center der Universität Frankfurt entwickelte wissenschaftlich fundierte Methodik erlaubt es, gute Fonds noch schneller als bisher zu beurteilen und somit dem Anleger frühzeitiger empfehlen zu können. Sie basiert auf Berechnungen und Bewertungen von allen rund 9 000 in Deutschland zugelassenen Fonds. Ziel ist es, die jeweils besten Fondsmanager in den verschiedenen Marktsegmenten zu identifizieren, die eine nachhaltig bessere Performance als der Durchschnitt erzielen. Neutralität und Unabhängigkeit werden in diesem Auswahlprozess jederzeit gewahrt, da das Verfahren auf harten Performance- und Risikodaten basiert und nicht zu beeinflussen ist. Daher wurde der objektive Fondsauswahlprozess bereits wieder – wie auch das vorherige Verfahren – vom TÜV-Süd mit dem Qualitätssiegel „geprüfte Fondsauswahl“ zertifiziert, das für Transparenz und Objektivität steht. Im Berichtszeitraum gingen aus diesem Prozess auch Empfehlungen für zukunftsorientierte ökologische Investments hervor, wie zum Beispiel für den „Pictet Water Fund“ oder den „BGF New Energy“.

Um den für den jeweiligen Kunden passenden Fonds zu finden, ermittelt zunächst der Berater vor Ort in einem persönlichen Gespräch mit dem Kunden dessen individuelle Lebenssituation und seine Anlageziele – neben Faktoren wie Gesamtvermögen und Verfügbarkeit des Vermögens, gehören dazu zum Beispiel auch die persönliche Anlagementalität und -planung. Auf Basis dieser Informationen entscheidet sich, welcher Fondstyp – wie zum Beispiel Aktien- oder Rentenfonds – und welche Länder-, Regionen- oder auch Branchenfonds am besten geeignet sind. Erst dann wählt der Berater aus der Empfehlungsliste die in ihren jeweiligen Segmenten besten Fonds aus und empfiehlt sie dem Kunden. So wird sichergestellt, dass er genau die Fonds identifiziert, die individuell zum Kunden passen und seinen Bedürfnissen am ehesten entsprechen.

Fit im Risikomanagement: Commerzbank und GTZ bilden vietnamesische Banker aus

Die Commerzbank und die Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH bilden gemeinsam vietnamesische Banker im Risikomanagement aus. Mit dieser Entwicklungspartnerschaft – Teil des Public-Private-Partnership-Programms des Bundesentwicklungsministeriums (BMZ) – unterstützt das Projekt die makroökonomischen Reformen auf dem vietnamesischen Finanzmarkt. Spezialisten der Commerzbank schulten im Jahr 2008 Banker in Hanoi, sechs Monate später wurden die Banker zur Vertiefung ihrer Kenntnisse zu einem Praxisaufenthalt nach Frankfurt eingeladen. Seit 2006 ist die Commerzbank mit einer Repräsentanz in Ho Chi Minh City vertreten.

Beteiligungen an Mikrofinanzbanken

Als einzige kommerzielle Bank in Deutschland beteiligt sich die Commerzbank bereits seit dem Jahr 2000 direkt an Mikrofinanzbanken, die Kredite für kleine und mittelständische Unternehmen sowie Spar- und Termineinlagen für Privatpersonen in Ländern Südosteuropas anbieten. Begonnen hat sie ihr Engagement mit einer Mikrofinanzbank im Kosovo und es inzwischen auf insgesamt sieben weitere Länder Südosteuropas ausgeweitet. Die Commerzbank hält heute bis zu 21 % an den Mikrofinanzbanken. Waren bei sechs Banken anfangs im Rahmen eines Public Private Partnership neben der Commerzbank auch Förderinstitute wie die Kreditanstalt für Wiederaufbau, die Europäische Bank für Wiederaufbau und Entwicklung sowie die International Finance Corporation der Weltbank beteiligt, so haben diese inzwischen weitestgehend ihre Anteile in die ProCredit Holding AG eingebracht, die nunmehr die Mehrheit an den meisten lokalen ProCredit-Banken hält. Im Jahr 2007 hat die Commerzbank in Kooperation mit sieben internationalen Partnern die Belarusian Bank for Small Business Minsk in Weißrussland mitgegründet. Die Bank soll in einem ersten Schritt eine Lücke im weißrussischen Bankensystem füllen, indem sie dringend benötigte Finanzierungsmöglichkeiten für kleine Unternehmen anbietet.

Schritt für Schritt zum verantwortungsvollen Wirtschaften

Neben Mikrokrediten bieten Mikrofinanzbanken auch Unterstützung im Auslands- und Einlagengeschäft sowie Produkte für Privatkunden an. Ziel ist es, die Entwicklung eines starken, eigenverantwortlich wirtschaftenden Mittelstands voranzutreiben und gleichzeitig im Finanzsektor marktwirtschaftliche Prinzipien zu etablieren. Dazu werden zunächst geringe Darlehenssummen mit kurzer Laufzeit vergeben und erst nach der vollständigen Rückzahlung besteht die Möglichkeit, einen höheren und länger laufenden Kredit zu beantragen. So werden die Kreditnehmer schrittweise an das verantwortungsvolle Wirtschaften mit Fremdkapital herangeführt.

Nachhaltige und ethische Grundsätze der ProCredit-Banken

Das Thema Nachhaltigkeit wurde von Anfang an in der Geschäftsstrategie und den zwischen den Aktionären niedergelegten Grundsätzen der ProCredit-Banken verankert. Zudem gilt für die Bankverträge eine „Environmental Exclusion List“ mit klar definierten Nachhaltigkeitskriterien, die beispielsweise Kinderarbeit, Waffenproduktion oder nicht nachhaltige Holzwirtschaft ausschließen. Außerdem achten die Mikrofinanzbanken darauf, Unternehmensstandards einzuführen und das stetig wachsende landesweite Filialnetz mit gut geschulten, lokalen Mitarbeitern zu besetzen. Neue Mitarbeiter bekommen einen Verhaltenskodex an die Hand, dessen Ziele und Inhalte ihnen persönlich erklärt werden. Darin sind die ethischen Grundsätze für vorbildliches und verantwortliches Verhalten gegenüber Kunden und Mitarbeitern dargelegt, wobei der Umgang zwischen den Kollegen gerade in Ländern mit ethnischer Vielfalt von besonderer Bedeutung ist. Seine Einhaltung wird permanent durch eine interne Stelle überprüft, außerdem muss jeder Mitarbeiter seine Akzeptanz jährlich durch eine Unterschrift neu bekräftigen.

Ökologie

Umweltschutz systematisch integriert

Das Umweltmanagement der Commerzbank ist ein zentraler Bestandteil unserer unternehmerischen Verantwortung. Der Umweltschutz spielt als wichtiger Aspekt in nahezu allen Prozessen der Commerzbank eine wesentliche Rolle. Mit der Verabschiedung der Umwelt-Leitlinien und der Implementierung eines Umweltmanagement-Systems nach DIN EN ISO 14001:2005 legte die Commerzbank im Berichtszeitraum die Fundamente für ein effizientes Umweltmanagement und die Umsetzung ihrer Klimastrategie (s. im Bericht S. 23).

Organisation des Umweltschutzes

Aufgabe unseres Umweltmanagements ist es, unter Einbeziehung der Mitarbeiter den betrieblichen Umweltschutz in all seinen Facetten systematisch voranzutreiben, um das Handeln der Commerzbank immer nachhaltiger zu gestalten. Der betriebliche Umweltschutz ist innerhalb der Konzerneinheit Organisation angesiedelt, die direkt an den Konzernvorstand berichtet. In diesem Bereich finden sich, für den Bankensektor typisch, die Prozesse mit der größten Umweltrelevanz, wie beispielsweise das Energie- und Abfallmanagement sowie der Konzerneinkauf inklusive des Managements von Dienstreisen. Darüber hinaus ist der betriebliche Umweltschutz mit vielen anderen Abteilungen vernetzt, um der Umweltpolitik der Commerzbank umfassend Geltung zu verschaffen und Einfluss auf die Geschäftstätigkeit der Bank zu nehmen.

Zu den wesentlichen Zielen des betrieblichen Umweltschutzes zählen die Optimierung des Ressourcenverbrauchs, der vermehrte Einsatz Erneuerbarer Energien und in Verbindung damit die Reduzierung der direkten und indirekten CO₂- beziehungsweise Treibhausgasemissionen. Auch die Sicherstellung einer nachhaltigen Beschaffung hat einen hohen Stellenwert. Wo sich CO₂-Emissionen nicht vermeiden lassen, wollen wir diese zunehmend kompensieren. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unsere konzernweiten CO₂-Emissionen bis 2011 um 30 % gegenüber dem Basisjahr 2007 zu reduzieren und die neue Commerzbank schrittweise zu einem klimaneutral arbeitenden Unternehmen zu machen (s. im Bericht S. 23).

Meilenstein: Umwelt-Leitlinien beschlossen

Einen bedeutenden Meilenstein auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Ausrichtung aller Unternehmensprozesse erreichten wir im Mai 2008 mit der Verabschiedung der Umwelt-Leitlinien durch den Vorstand. Die Commerzbank bekennt sich darin ausdrücklich zu ihrer unternehmerischen Verantwortung und zur nachhaltigen Ausrichtung ihrer Geschäftstätigkeit. Jeder Mitarbeiter ist aufgefordert, in seinem täglichen Handeln die Auswirkungen auf Umwelt und Natur zu berücksichtigen.

Meilenstein: Umweltmanagement-System zertifiziert

Ende 2007 begannen wir mit dem Aufbau unseres Umweltmanagement-Systems nach ISO 14001, einer internationalen Norm für Aufbau, Umsetzung und Weiterentwicklung von Umweltmanagement-Systemen. Allem voran ging die Besetzung der Funktion des Umweltmanagement-Beauftragten. Das Umweltmanagement-System wurde mit Stand September 2008 bereits im ersten Schritt für die bisherige Commerzbank AG für alle Standorte in Deutschland implementiert. Die externe Zertifizierung erfolgte im Februar 2009. Im Juli 2009 wurde im Rahmen eines Integrations- beziehungsweise Übernahme-Audits die Zertifizierung der Dresdner Bank nach ISO 14001 überprüft und bestätigt, so dass das Zertifikat seit Juli 2009 auch für die neue Commerzbank AG in Deutschland mit allen Standorten gilt.

Unser Umweltmanagement-System zielt auf einen kontinuierlichen, durch Kennzahlen gesteuerten Verbesserungsprozess zur Steigerung unserer Umweltleistungen. Zu den Kernelementen gehören weiterhin die Sicherstellung der Einhaltung der umweltbezogenen Rechtsvorschriften und damit einhergehend auch eine Verbesserung des Risikomanagements in Umweltfragen. Organisationen, die über ein funktionierendes Umweltmanagement-System verfügen, sind durch regelmäßige Begutachtungen in der Lage, frühzeitig Handlungsbedarf aufzudecken und vorbeugend zu agieren.

Herausforderungen im Umweltmanagement

Mit Übernahme der Dresdner Bank stellt sich für das Umweltmanagement die Aufgabe der Einführung gemeinsamer Prozesse für die neue Commerzbank. Dies betrifft auch die Erhebung von Umweltkennzahlen, um diese in Zukunft konsolidiert berichten zu können. Im Bereich der Treibhausgasemissionen wurde rückwirkend bereits für die Jahre 2007 und 2008 eine gemeinsame CO₂-Bilanz erstellt.

Externe Engagements für den Umwelt- und Klimaschutz

Zur Unterstützung und Vernetzung der Aktivitäten ihrer unternehmerischen Verantwortung ist die Commerzbank eine Reihe von Mitgliedschaften und Selbstverpflichtungen eingegangen, die für den Klimaschutz und betrieblichen Umweltschutz von Bedeutung sind:

- Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) seit 1985
- Carbon Disclosure Project seit 2002
- UN Global Compact seit 2006
- Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V. (VfU) seit 2006
- Netzwerk Büro- und Gebäudeökologie Rhein-Main (NBG) seit 2006
- Finanz-Forum Klimawandel des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) seit 2007
- Umweltforum Rhein-Main e.V. seit 2009
- Partner der „Aktionswoche Klima und Finanzen“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)

Einbindung der Mitarbeiter in den Umwelt- und Klimaschutz

Zentral durchgeführte Maßnahmen erbringen an vielen Stellen eine deutliche Verbesserung der Umweltleistungen. Motivierte und sensibilisierte Mitarbeiter sind ein weiterer wichtiger Erfolgsfaktor im Umweltbereich. In unserem Intranet sowie in unserer Mitarbeiterzeitschrift informieren wir unsere Beschäftigten darum regelmäßig über Neuerungen im betrieblichen Umweltschutz. Wir fördern darüber hinaus umweltbewusstes Verhalten durch Mitarbeiter-Aktionen, Wettbewerbe und entsprechende Bausteine in der Ausbildung.

- Mit der Gehaltsabrechnung erhielten alle Mitarbeiter Ende 2008 einen Flyer, der ihnen die vielfältigen Mitwirkungsmöglichkeiten am Umweltschutz aufzeigt.
- Seit 2007 betreibt die Commerzbank im Intranet unter dem Namen „Comidee“ ein Portal für das betriebliche Vorschlagswesen. Vorschläge mit Relevanz für den betrieblichen Umweltschutz gehen zur Auswertung an das Umweltmanagement in der Konzerneinheit Organisation.
- Anlässlich des internationalen Tags der Umwelt am 5. Juni boten wir 2009 rund 10 000 Mitarbeitern an sechs Standorten der Commerzbank und der Dresdner Bank unter dem Motto „Umweltschutz geht uns alle an“ ein vielfältiges Informations- und Mitmachprogramm. Zahlreiche externe Partner informierten an Infoständen über ihre umweltbezogenen Produkte und Dienstleistungen. Alle Mitarbeiter konnten an einem Umweltquiz mit attraktiven Gewinnen teilnehmen und profitierten von Beratungen, zum Beispiel zu den Themen Energie und Mobilität, im beruflichen wie im privaten Bereich.
- Viel Umweltengagement kommt auch aus den Regionen – sowohl bei „Gelb“ als auch bei „Grün“: In der „European Energy Trophy 2007/2008“, einem von der EU-Kommission unterstützten Wettbewerb unter der Schirmherrschaft des Umweltbundesamtes, teilten sich die Commerzbank-Filiale Ibbenbüren und das Verwaltungszentrum der Dresdner Bank in Leipzig mit gleich guten Werten den Platz zwei im nationalen Ranking. Die gewonnenen Erfahrungen übertragen wir auf die anderen Filialen und Verwaltungseinheiten.

Der Einkauf als Hebel für eine nachhaltige Entwicklung

Die Commerzbank legt großen Wert darauf, dass die von ihr eingekauften Produkte und Dienstleistungen von der Herstellung über den Gebrauch bis zur Entsorgung beziehungsweise vorzugsweise Wiederverwertung nachhaltigen Anforderungen genügen. Sie sollen möglichst wenig umwelt- beziehungsweise klimaschädlich sein. Sie dürfen die Gesundheit nicht beeinträchtigen, müssen unter menschenwürdigen Bedingungen produziert und möglichst für eine Kreislaufwirtschaft geeignet sein. Um diese und weitere Ansprüche im Einkauf zu erfüllen, haben wir im September 2006 unseren „Standard für eine nachhaltige Beschaffung“ in Kraft gesetzt. Er wird regelmäßig aktualisiert und ergänzt unsere Einkaufsrichtlinien, die in überarbeiteter Form seit Mai 2009 auch für die neue Commerzbank gelten.

- › www.baumev.de
- › www.cdproject.net
- › www.unglobalcompact.org
- › www.vfu.de

- › www.cfi21.org
- › www.umweltforum-rhein-main.de
- › www.klima-und-finanzen.de
- › www.energytrophy.org

Orientierung auf dem Markt der nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen

Als wertvolle Orientierungsgrundlage für die Kaufentscheidung dient der „Standard für eine nachhaltige Beschaffung“ zum Beispiel mit Empfehlungen für die Handhabung von Ökosiegeln und Zertifikaten für Büromaterial, Papier, Hardware und Software. Das nachhaltige Produktangebot steht allen Mitarbeitern über die Einkaufsplattform Piazza zur Verfügung. Eines der Kriterien für den nachhaltigen Einkauf ist die gezielte und zuverlässige Einbeziehung von Behindertenwerkstätten bei der Beschaffung von Werbe- und Druckmaterialien. So schlossen wir im Jahr 2007 einen Rahmenvertrag mit der reha GmbH. Diese Saarbrücker Behindertenwerkstatt konnte aufgrund der von der Commerzbank gesicherten Auftragslage ihr Geschäft erweitern und so die soziale Einbindung behinderter Menschen verbessern.

Einkaufs- und Ethikrichtlinien verbindlich vorgeschrieben

Die Einkaufsrichtlinien weisen für alle relevanten Produktgruppen Produktverantwortlichkeiten und Zuständigkeiten für den Einkauf aus. Sie unterscheiden außerdem Produktarten und regeln den Beschaffungsprozess unter Beachtung der Ethikrichtlinien. Diese sind Kernbestandteil der Einkaufsrichtlinien und fordern in Übereinstimmung mit der umfassenden Verhaltensrichtlinie der Commerzbank (s. im Bericht S. 63) von allen Mitarbeitern verantwortungsvolles Verhalten ein. Für die Mitarbeiter des Konzerneinkaufs und alle mit dem Einkauf befassten Mitarbeiter im Konzern gilt darüber hinaus die Vereinbarung, dass diese die Kenntnisnahme der Ethikrichtlinien einmal im Jahr schriftlich bestätigen müssen. Für unsere Hauptlieferanten haben wir speziell an deren Gegebenheiten angepasste Ethikrichtlinien zur Verfügung gestellt und 2008 zugesandt. Im Hinblick auf die wichtigen Entscheidungsprozesse im Einkauf bilden die Einkaufs- und Ethikrichtlinien somit den Rahmen für den gesamten Beschaffungsprozess. Sie schreiben die Loyalität gegenüber dem eigenen Unternehmen vor, fordern Vertragstreue und Unabhängigkeit bei der Entscheidungsfindung und sehen Regelungen für eventuelle Interessenkonflikte vor. Vertrauliche Informationen sollen diskret gehandhabt, Gesetze und geltende Normen streng befolgt werden. Für die Annahme von Einladungen und Geschenken gelten strenge Kriterien, die die Unabhängigkeit der Beschenkten sicherstellen.

Vom Öko-Controlling zum CO₂-Accounting

Die Commerzbank geht mit der Erstellung einer CO₂-Bilanz einen konsequenten Schritt in die Zukunft und setzt ihr traditionelles Engagement im betrieblichen Umweltschutz damit fort: Als erste deutsche Großbank hatte die Commerzbank bereits 1990 mit der Ernennung eines betrieblichen Umweltbeauftragten die Aktivitäten im betrieblichen Umweltschutz begonnen. Heute erhebt sie im Rahmen ihres Umweltmanagement-Systems zahlreiche, für die Ermittlung einer CO₂-Bilanz nötige Daten.

Aufgrund unserer besonderen Verantwortung als eines der größten Wirtschaftsunternehmen in Deutschland möchten wir auch über unsere eigene CO₂-Bilanz umfassend Rechenschaft ablegen. Unsere CO₂-Emissionen wiesen wir bereits in unserem „Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2007“ aus. Wir unterschieden dabei nach den Hauptemissionsquellen Energie und Dienstreisen und kündigten eine detailliertere Aufstellung an. Diese liegt nun hiermit in einer Weise vor, die es uns ermöglicht, CO₂-Emissionen als quantitative Größe im Geschäftsprozess zu berücksichtigen. Die CO₂-Bilanz wird damit zu einem betriebswirtschaftlichen Steuerungsinstrument.

Konsequenter Klimaschutz erforderlich

Um den Anstieg der globalen Durchschnittstemperaturen bis 2100 unter 2°C zu halten, bedarf es nach allgemeiner Auffassung bis zum Jahr 2050 drastischer Kürzungen der Treibhausgasemissionen um bis zu 80 %. Laut einer 2009 erschienenen Studie von Nicholas Stern und dem Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung wäre die gerade noch zu tolerierende Menge an Treibhausgasen in der Atmosphäre bei konstant bleibenden Emissionswerten in weniger als 40 Jahren erreicht. Der Handlungsbedarf ist entsprechend groß. Die Commerzbank nimmt diese Herausforderung in ihrem Verantwortungsbereich an und setzt sich zum Ziel, CO₂-Emissionen

- zu vermeiden,
- soweit dies nicht möglich ist, zu reduzieren, oder
- zu kompensieren, sofern sie nicht zu reduzieren sind.

Aufgabe des CO₂-Accountings ist es, zur Umsetzung dieser Ziele eine verlässliche, detaillierte Datenbasis zu den Treibhausgasemissionen der Commerzbank zu sichern.

CO₂-Accounting nach VfU-Standard

Die Treibhausgasemissionen wurden auf Basis von Kennzahlen des Vereins für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen (VfU) errechnet und gemäß VfU-Standard als CO₂-Äquivalente ausgewiesen. In den Angaben werden nicht nur die CO₂-Mengen, sondern auch die CO₂-Äquivalente weiterer fünf im Kyoto-Protokoll genannter Treibhausgase je nach ihrem Beitrag zur atmosphärischen Erwärmung quantitativ berücksichtigt.

Der VfU-Standard weist bei der Darstellung der CO₂-Emissionen die Daten auch gemäß „Greenhouse Gas (GHG) Protocol“ aus. Dieses unterscheidet zunächst zwischen direkten und indirekten Emissionen: Direkte Treibhausgasemissionen stammen aus Quellen, die das berichtende Unternehmen selbst besitzt oder kontrolliert. Dies kann zum Beispiel eine erdgasbefeuerte Heizungsanlage sein. Indirekte Treibhausgasemissionen ergeben sich zwar auch infolge der Unternehmenstätigkeit des berichtenden Unternehmens – deren Emissionsquellen befinden sich aber in fremdem Besitz beziehungsweise unter fremder Kontrolle, wie zum Beispiel die zur Stromerzeugung genutzten Kraftwerke. Auf dieser Grundlage werden die Emissionen gemäß dem GHG Protocol nach dem Grad der Beeinflussbarkeit durch das berichtende Unternehmen in die Kategorien „Scope 1“, „Scope 2“ und „Scope 3“ unterteilt.

- Scope 1 beinhaltet alle direkten Emissionen.
- Scope 2 deckt alle indirekten Emissionen ab, die zum Beispiel bei der Erzeugung von Elektrizität, Dampf oder Wärmeenergie entstehen, die das Unternehmen von externer Seite bezieht.
- Scope 3 gilt für alle übrigen indirekten Emissionen im Bereich Logistik, Materialverbrauch, Ver- und Entsorgung. Dies schließt auch die bei Dienstleistungs- und Produktionsunternehmen sowie in deren Vorketten entstehenden Emissionen ein.

Die Bewertung der CO₂-Emissionen als betriebswirtschaftliche Größe kann über den aktuellen Handelspreis THG pro t CO₂ erfolgen. Dieser betrug zum 1. September 2009 beispielsweise 14,85 Euro/t CO₂.

Treibhausgasemissionen der Commerzbank AG im Inland

	CO ₂ -Daten in t		CO ₂ -Daten in %
	2007	2008	2008
Summe	127 106	91 043	100
Scope 1: Direkte Emissionen Energie im Unternehmen			
Summe	26 038	26 046	29
Energieversorgung	10 698	10 350	12
Erdgas	10 305	9 946	
Heizöl	393	404	
Dienstreisen (Dienstwagen) ¹	15 340	15 696	17
Bankwagen ²	14 069	14 344	
Poolfahrzeuge	1 271	1 352	
Scope 2: Indirekte Emissionen Energie bei den Lieferanten			
Summe	88 485	52 147	57
Energieversorgung	88 485	52 147	57
Strom	72 506	35 787	
Fernwärme	15 979	16 360	
Scope 3: Indirekte Emissionen Sonstiges bei den Lieferanten/Dienstleistern			
Summe	12 583	12 850	14
Materialverbrauch ³	1 907	2 025	2
Logistik Material ⁴	k.A.	k.A.	k.A.
Energieversorgung ⁵	2 262	2 187	2
Erdgas	2 194	2 117	
Heizöl	68	70	
Dienstreisen	7 490	8 126	9
Flugzeug	5 173	5 547	
Bahn ⁶	996	1 004	
PKW privat	1 321	1 575	
Mobilität ohne Dienstreisen ⁷	k.A.	k.A.	k.A.
Wasser/Abwasser	150	135	<1
Entsorgung Abfall ⁸	774	377	<1

¹ Dienstreisen werden aufgrund der direkten Treibhausgasemissionen, die das Unternehmen dabei verursacht, auch unter Scope 1 gefasst. Dies bedeutet in der Darstellung eine Abweichung vom aktuell gültigen VfU-Standard.

² Dienstlicher Anteil Bankwagen wird mit 60 % angenommen und berücksichtigt.

³ Ausschließlich Daten für Papierverbrauch ohne Druckerzeugnisse und ohne Tonerbedarf.

⁴ Umfasst Logistik Kundenservice, bankinterne Logistik, Logistik in Vorketten für Materialverbrauch der Bank.

⁵ Indirekte Emissionen aus Bereitstellung.

⁶ In dieser Position sind auch Bahnreisen der Tochterunternehmen enthalten, da eine Trennung derzeit nicht möglich ist. Ab 2009 werden die Daten getrennt zur Verfügung stehen und entsprechend ausgewiesen werden.

⁷ Emissionen der Mitarbeiter auf dem Weg zur Arbeit, der Kunden auf dem Weg zur Bank, der Besucher auf dem Weg zu Veranstaltungen, der Dienstleister auf dem Weg zur Bank.

⁸ 2007 gab es mehr Baumaßnahmen, die aufgrund des dabei anfallenden Sondermülls gegenüber 2008 zu erhöhten CO₂-Werten geführt haben.

k.A.) Aktuell gibt es keine Angaben zu diesen Positionen.

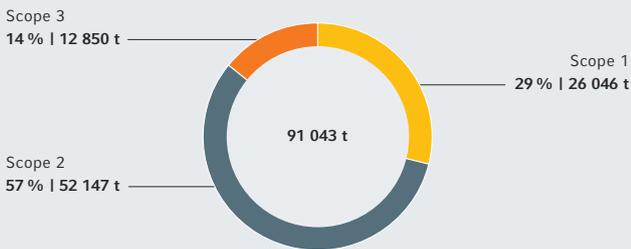
CO₂-Bilanz

In den Kategorien Scope 1 und 2 konnten die Treibhausgasemissionen der Commerzbank AG (im Inland) in vollem Umfang dargestellt werden. Die Aufstellung zu Scope 3 weist noch einige Lücken auf. Diese werden jedoch ausgewiesen und sollen in den kommenden Jahren Schritt für Schritt reduziert werden.

Das unten stehende „CO₂-Cockpit“ der Commerzbank schlüsselt die CO₂-Bilanz nach Scope 1 bis 3 und nach den auf den folgenden Seiten dargestellten Bereichen auf. Mobilität und Energieverbrauch stellen mit 26 % und 71 % die Hauptanteile der Treibhausgasemissionen der Commerzbank. Der Rest (3 %) entfällt auf Materialverbrauch, Wasser und Abfall.

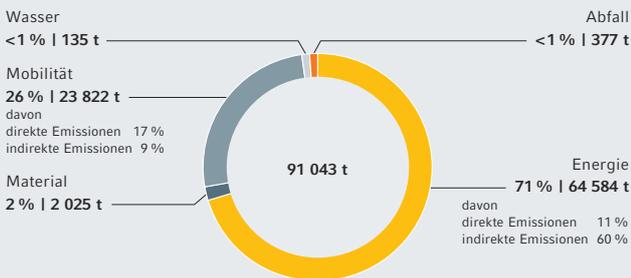
Anteil an CO₂-Bilanz, Differenzierung nach Scope

2008, in t CO₂-Äquivalente



Anteil an CO₂-Bilanz, Differenzierung nach Verbräuchen

2008, in t CO₂-Äquivalente



CO₂-Accounting Energieverbrauch

Den größten Anteil an den Treibhausgasemissionen der Commerzbank haben mit rund 71 % die durch unseren Energieverbrauch verursachten CO₂-Emissionen. Deren Umfang hängt neben der Energiemenge auch von der CO₂-Intensität der für die Energieerzeugung verwendeten Technologien und Energieträger ab. Im Sinne des Klimaschutzes setzen wir darum neben einer Verbrauchsminde- rung zunehmend auf Erneuerbare Energien beziehungs- weise Ökostrom und Kraft-Wärme-Kopplung.

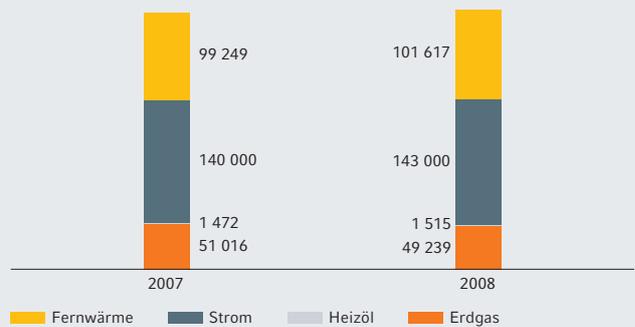
Energieverbrauch¹

in MWh	2007	2008	Anteil an CO ₂ - Bilanz 2008
Erdgas	51 016	49 239	13 %
Heizöl	1 472	1 515	0,5 %
Strom	140 000	143 000	39 %
Fernwärme	99 249	101 617	18 %

¹ Exakte Verbrauchsdaten für Heizenergie liegen nur für konzerneigene Gebäude vor; angemietete Gebäude und Flächen werden hochgerechnet. Eine Hochrechnung erfolgt erst seit 2007, so dass ein Vergleich mit Daten aus den Vorjahren nicht möglich ist. Der Anteil der Flächen, für den der Heizenergieverbrauch direkt ermittelt wird, liegt bei 44,2 %.

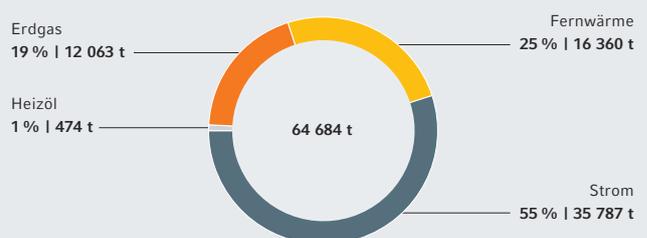
Energieverbrauch nach Energieträger

in MWh



Anteil Energieträger an CO₂-Bilanz

2008, in t CO₂-Äquivalente



CO₂-Bilanz durch Ökostrom deutlich verbessert

Schwerpunkte der Elektrizitätsnutzung waren 2008 Raumluft- und Gebäudetechnik sowie Informationstechnologie. Den Strombezug haben wir grundlegend umgestellt: Seit Mitte 2008 werden Neuverträge nur noch für die Versorgung mit Ökostrom abgeschlossen, so dass die Commerzbank seit Januar 2008 im Inland bereits 63 % ihres gesamten Energiebedarfs aus umweltfreundlichen Energieträgern (Ökostrom und Fernwärme) deckt. So konnten wir innerhalb eines Jahres den Anteil an umweltfreundlichen Energieträgern um 22 Prozentpunkte steigern. Dank der Umstellung auf Ökostrom konnte 2008 der Anteil des Stromverbrauchs an der gesamten CO₂-Bilanz gegenüber 2007 um fast ein Drittel gesenkt werden.

Anteil umweltfreundlicher Energieträger¹

in %



¹ Schließt Ökostrom, den Anteil Erneuerbarer Energien am Strommix sowie Fernwärme ein.

Das erste „Green Building“ der Welt in Frankfurt

Die mittlerweile zwölf Jahre alte Zentrale der Commerzbank ist heute immer noch auf der Höhe der technologischen Entwicklung. Daher bewerben wir uns mit unserem 1997 fertiggestellten Commerzbank-Hochhaus für den Green-Building-Preis der Stadt Frankfurt, der im November 2009 verliehen wird. Bereits in der Planungsphase 1991 wurde eine ökologische Präambel in die Ausschreibung aufgenommen. Entscheidende Merkmale wie die Versorgung mit Frischluft und natürlichem Licht sowie die Integration von Gärten gelten seitdem als wegweisend (s. im Bericht S. 30).

Somit ist die Zentrale der Commerzbank in Frankfurt, neben vielen anderen Liegenschaften im Unternehmen, sicherlich das herausragende Beispiel für einen an ökologischen Kriterien ausgerichteten Gebäudebetrieb. Im Zuge der deutschlandweiten Einführung von Ökostrom in der Commerzbank wurde für das Frankfurter Commerzbank-Hochhaus die im vergangenen Bericht angekündigte

Umstellung auf 100 % zertifizierten Ökostrom realisiert. Die Lieferung erfolgt durch die regionalen Wasserkraftwerke Griesheim und Eddersheim. Für die CO₂-Bilanz des Gebäudes ergab sich durch die Umstellung eine signifikante Verbesserung der Emissionswerte von 4 644 t auf 29 t CO₂-Äquivalente. Pro m² Fläche werden im Hochhaus der Commerzbank demnach lediglich 337 g CO₂ emittiert. Diesen besonders niedrigen Wert erreichen wir insbesondere, weil Heizung und Kühlung des Hauses ebenfalls umweltfreundlich mittels Fernwärme erfolgen, die durch Kraft-Wärme-Kopplung erzeugt wird und von allen gängigen Endenergieträgern die niedrigsten CO₂-Emissionswerte aufweist.

Energieeffizienz kontinuierlich weiter verbessert

Neben dem CO₂-freien Bezug von Ökostrom sind Energieeffizienzsteigerungen oberstes Ziel. Wir verwenden an vielen unserer Arbeitsplätze darum heute energieeffiziente Hardware, die mit Öko-Labeln wie „Energy Star“ oder „Der Blaue Engel“ ausgezeichnet ist. Im Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2007 kündigten wir die Umstellung der Außenwerbung unserer Standorte auf die sparsame LED-Technologie an. Überall, wo die Außenwerbung erneuert wird, setzen wir diese heute ein. Ein großer Anteil der Filialen ist bereits damit ausgestattet.

Ausblick

Zur Stromversorgung der Commerzbank AG in Deutschland wurden für das Jahr 2010 bereits Verträge geschlossen, die einen Anteil von 90 % Ökostrom sicherstellen – Tendenz steigend. Zur aktiven Steuerung des Energieverbrauchs der neuen Commerzbank wird ein flächendeckendes Energiecontrolling implementiert. Darin werden die relevanten Messwerte erfasst, elektronisch ausgewertet, interpretiert und für die Umsetzung gezielter Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz genutzt. Erfolgreiche Maßnahmen werden anschließend auf andere Standorte übertragen.

CO₂-Accounting Materialverbrauch

Der mit dem Materialverbrauch verbundene Anteil an CO₂-Emissionen ist mit 2 % relativ gering. Schwerpunkt unseres CO₂-relevanten Materialverbrauchs ist der Papierverbrauch, dessen ökologische Konsequenzen wir jedoch nicht vernachlässigen wollen. Darum legen wir großen

› www.greenbuilding-frankfurt.de

› www.eu-energystar.org

› www.blauer-engel.de

Materialverbrauch

	2007	2008	Anteil an CO ₂ -Bilanz 2008
Papierverbrauch	2 719 t	2 841 t	2 %
Frischfaser ECF ¹	1 710 t	1 805 t	
Frischfaser FSC-zertifiziert	417 t	498 t	
Recyclingpapier	592 t	538 t	
Tonerverbrauch²	74 t	97 t	< 1 %
Drucker (Stück)	31 999	42 254	
Kopierer (Stück)	1 756	1 665	

¹ ECF-Herstellung aus elementar chlorfrei beziehungsweise chlorarm gebleichtem Zellstoff.

² Die 42 254 Stück für Drucker in 2008 sind inkl. Tinte.

Wert auf die Nutzung von Recyclingpapier sowie Papier aus kontrolliertem Anbau. Auch unsere Papierhandtücher sind recycelbar und vom Hersteller CO₂-neutral gestellt.

Entwicklung des Papierverbrauchs

Während der absolute Papierverbrauch 2008 gegenüber dem Vorjahr angestiegen ist, blieb der durchschnittliche Verbrauch pro Mitarbeiter konstant. Der im Bericht 2007 beschriebene Rückgang bei der Verwendung von Recyclingpapier setzte sich weiter fort, während der Anteil an FSC-zertifiziertem Papier anstieg.

Optimierung des Papiereinsatzes

Im Oktober 2008 haben wir im Zuge des neuen Markenauftritts einen nachhaltigen Papierstandard festgeschrieben. Für den internen Gebrauch ist ausschließlich nach dem Blauen Engel zertifiziertes Recyclingpapier zu verwenden. Dies gilt auch für Vorstandsvorlagen. Im August 2008 haben wir die Vorgaben des Forest Stewardship Council (FSC) für externe Papiere als Standard definiert.

Seitdem wird FSC-zertifiziertes Papier für die Kontoauszugsdrucker eingesetzt. In der externen Kommunikation soll FSC-zertifiziertes Papier insbesondere für die Geschäftsausstattung und hochwertige Druckerzeugnisse (zum Beispiel Broschüren, Flyer, Kundenmagazine, Notizblöcke und Visitenkarten) verwendet werden. Darüber hinaus achten wir immer darauf, dass die beauftragten Druckereien FSC-zertifiziert sind.

Die Commerzbank nutzt verschiedene Möglichkeiten, um den Ausdruck von Papier durch digitale Techniken überflüssig zu machen. Ein gutes Beispiel liefert das elektronische Postfach für das Internet-Banking. Dieser Service, mit dem unsere Kunden Kontoauszüge sowie Kreditkarten- und Wertpapierabrechnungen elektronisch und damit schnell und ohne Papierverbrauch beziehen können, erfreut sich zunehmender Nachfrage: Der Anteil der Kunden, die das elektronische Postfach für mindestens eines ihrer Konten in Anspruch nehmen, stieg 2008 um 27 % auf 141 085 Nutzer. Für die Korrespondenz mit diesen Kunden konnten für 2007 und 2008 zusammengekommen über 5,8 Millionen Dokumente mit einem Umfang von einer oder mehreren Seiten über das Internet bereitgestellt werden. Die genaue Menge des eingesparten Papiers lässt sich derzeit jedoch nicht exakt ermitteln.

Gute Ideen für die Papiereinsparungen kommen auch von den Mitarbeitern: Über das interne Vorschlagswesen wurden mehrfach Anregungen zu Prozessverbesserungen eingereicht, die darauf abzielten, Ausdrücke überflüssig zu machen, indem die Unterlagen zum Beispiel eingescannt und über elektronische Akten oder andere Softwaretools zur Verfügung gestellt werden.

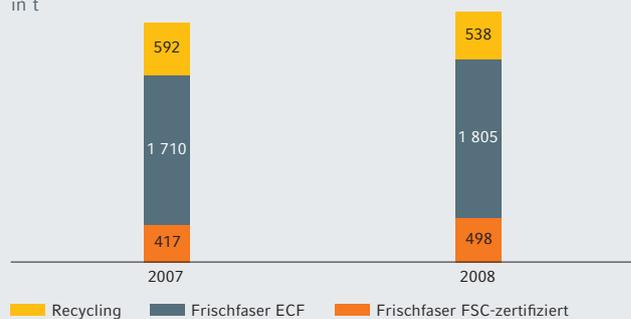
Anteil Papierfaser an CO₂-Bilanz

2008, in t CO₂-Äquivalente



Papierverbrauch nach Papierfaser

in t



Abfallmanagement

Im Berichtszeitraum 2005/2006 wurden lediglich Abfallmengen für das Commerzbank-Hochhaus in Frankfurt erfasst. Seit 2007 erheben wir unsere Abfallmengen für die gesamte Commerzbank AG im Inland. Dadurch verdoppelte sich das erhobene Gesamtvolumen nahezu.

Die Menge umweltrelevanter Sonderabfälle und Abfälle zur Verbrennung konnte im Berichtszeitraum reduziert werden. Der Papierabfall hatte 2008 mit 4 096 t den weitestgrößten Anteil am gesamten Abfallaufkommen von 4 578 t. Auffällig ist, dass die Menge der Papierabfälle deutlich höher ist als der Papierverbrauch (Bestellwesen) in Höhe von 2 841 t. Ursache hierfür ist die Berücksichtigung weiterer Papierprodukte, die nicht im Bestellwesen verzeichnet werden, darunter Zeitschriften, Papierhandtücher aus dem Sanitärbedarf und Akten aus Papier, die aufgrund der Umstellung auf elektronische Akten entsorgt wurden. Umverpackungen sowie Kunden-Informationsmaterial externer Finanzdienstleister, deren Produkte wir in unseren Filialen zusammen mit unseren eigenen vertreiben, spielen bei der Höhe des Papierabfalls ebenfalls eine Rolle.

Abfallmengen der Commerzbank AG im Inland

in t	2007	2008	Anteil an CO ₂ -Bilanz 2008
Abfälle zur Verwertung/Recycling	2 756	4 578	< 1 %
davon Papierabfall ¹	2 010	4 096	
Abfälle zur Verbrennung	402	351	
Deponieabfälle	18	18	
Sonderabfälle	302	141	

¹ Die zwischen den Jahren 2007 und 2008 bestehende Diskrepanz bei den Werten für Papiermüll und damit auch bei der Gesamtmenge ergibt sich aus einer Verbesserung und Verbreiterung der Datenbasis.

Unser Prozess bei der Entsorgung von leeren Tonerkartuschen sieht vor, dass diese zurück an die Materialverwaltung gegeben werden, die die nicht recycelbaren Produkte über die Hausmeisterei fachgerecht entsorgen lässt. Recycelbare Tonerkartuschen werden hingegen verkauft und der Wiederverwendung zugeführt.

Die Kantinenabfälle unserer Zentrale in Frankfurt, das heißt Speisereste sowie Fettabscheidermaterial, werden der Biogasanlage Friedberg-Ossenheim zugeführt. Die Biogasanlage ist ein nach KrW-/AbfallG (Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz) zertifizierter Entsorgungsfachbetrieb.

Sie verbindet die umweltfreundliche Erzeugung von Energie mit einer die Umwelt entlastenden Verwertung organischer Abfall- und Reststoffe.

Ausblick

Wir haben uns für die Jahre 2010 bis 2011 vorgenommen, Frischfaserpapier ausschließlich aus FSC-zertifizierten Quellen einzusetzen und den Anteil des Recyclingpapiers deutlich zu erhöhen. Grundsätzlich planen wir für die Beschaffung, das Angebot nachhaltiger Produkte im zentralen Einkaufsportale der Commerzbank noch stärker auszuweiten. So soll das Sortiment an nachhaltigen Produkten sukzessive erweitert und die Ökosiegel der Produkte in Zukunft angezeigt werden, um die Mitarbeiter weiterhin zu sensibilisieren. Mit dem Ziel, die dezentrale Entsorgung von Tonerkartuschen zu reduzieren, haben wir uns vorgenommen, die Rückgabequote an die Materialverwaltung durch einen zentralisierten Prozess zu erhöhen.

CO₂-Accounting Mobilität

Mit einem Anteil von etwa 26 % an den gesamten CO₂-Emissionen trägt die Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter wesentlich zum Treibhausgasausstoß der Commerzbank bei. Aus diesem Grund geben wir umwelteffizienten Verkehrsmitteln wie der Bahn den Vorrang gegenüber dem Flugzeug und achten bei der Beschaffung von Poolfahrzeugen auf niedrige Emissionswerte. Die CO₂-Bilanz der direkten und indirekten Emissionen unserer Dienstreisetatigkeit unterstreicht den Handlungsbedarf.

Dienstreisen

in km	2007	2008	Anteil an CO ₂ -Bilanz 2008
PKW AG Inland ¹	83 723 661	86 789 067	19 %
Bankwagen (AT-Leasing)	70 700 000	72 080 000	
Poolfahrzeuge	6 385 079	6 793 956	
Privat abgerechnete Kilometer	6 638 582	7 915 111	
Taxi, Mietwagen	k.A.	k.A.	
Flugverkehr Konzern ²	39 320 768	39 753 923	6 %
AG Inland	22 487 358	24 544 858	
Tochterunternehmen	16 833 410	15 209 065	
Bahnreisen Konzern ³	18 106 778	18 261 600	1 %

¹ Eine Berücksichtigung der Bankwagen (personenbezogene Dienstwagen) und Poolfahrzeuge erfolgt seit 2007.

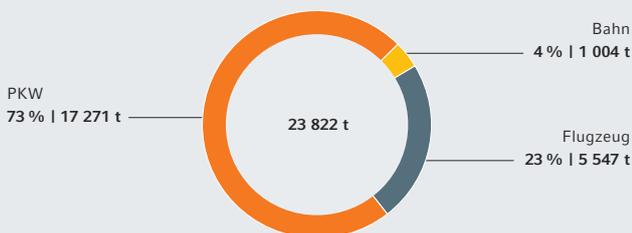
² Im Bericht 2007 wurden die Daten für den Flugverkehr als Summe für die AG Inland und die Tochterunternehmen ausgewiesen.

³ Derzeit ist eine Trennung der Bahnkilometer für AG Inland und Tochterunternehmen nicht möglich. Ab 2009 werden die Daten getrennt zur Verfügung stehen.

Die Anzahl der zurückgelegten Kilometer stieg 2008 gegenüber dem Vorjahr bei allen von der Commerzbank genutzten Verkehrsmitteln leicht an. Deren anteilige Nutzung hat sich in den Jahren 2007 und 2008 hingegen kaum verändert.

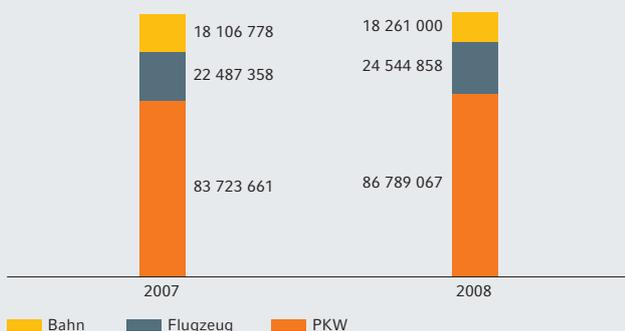
Anteil Verkehrsmittel an CO₂-Bilanz

in t CO₂-Äquivalente



Mobilität nach Verkehrsmitteln

in km



Präzisere Datenerfassung geplant

Im Hinblick auf eine vollständige CO₂-Bilanz bestehen im Bereich Mobilität noch Lücken in der exakten Datenerhebung, die wir für das Berichtsjahr 2009 schließen wollen: So haben wir uns vorgenommen, zur Verbesserung der Datenqualität künftig unter anderem Bahnkilometer getrennt nach AG und Tochterunternehmen zu erfassen. Die dadurch gewonnenen Erkenntnisse sollen uns helfen, noch gezielter als bisher Einfluss auf eine nachhaltigere Reise-tätigkeit unserer Mitarbeiter zu nehmen.

Reiserichtlinie aktualisiert

Unsere 2009 überarbeitete Dienstreiserichtlinie schreibt außerdem vor, auf die Nutzung des Flugzeugs bei Kurzstrecken weitgehend zu verzichten, Mitfahrmöglichkeiten zu prüfen und, wo möglich, technische Alternativen wie Video- und Telefonkonferenzen zu nutzen. Durch Aufrufe in unserem Intranet weisen wir eigens auf diese Möglichkeiten hin. Besonders hervorgehoben wird in der Reiserichtlinie die Vorbildfunktion der Führungskräfte, die aufgefördert sind, die Richtlinie vorzuleben.

Klimaschonende Bankwagen gefördert

Die Verantwortung der Führungskräfte für eine klimaschonende Mobilität unterstreicht auch die neue Bankwagenrichtlinie für Leasingfahrzeuge, die seit Januar 2009 gilt. Sie sieht generell eine CO₂-Obergrenze vor und schränkt die Auswahl der Modelle zum Beispiel bei Gelände- oder Sportwagen ein. Erstmals sind auch Fahrzeuge mit Hybridantrieb in der Auswahl. Eine monatliche CO₂-Abgabe für Fahrzeuge mit einem CO₂-Ausstoß über 171 g/km motiviert außerdem zur Wahl klimaschonender Modelle.

Ausblick

Für 2010 und 2011 haben wir uns weitere Ziele gesetzt: Mithilfe geeigneter Anreizsysteme wollen wir noch stärker auf eine Verlagerung von Flugreisen auf die Bahn hinwirken sowie das Leasing von Fahrzeugen mit einem niedrigeren CO₂-Ausstoß fördern. Für Dienstreisen sollen verstärkt Rahmenverträge mit nachhaltig ausgerichteten Hotelketten abgeschlossen werden.

Mitarbeiter

Personalmanagement: Arbeitsbedingungen, die optimale Leistung und Mitarbeiterentwicklung fördern

Motiviert und leistungsstark setzen sich unsere Mitarbeiter für den Erfolg der Commerzbank ein, der maßgeblich durch ihr Engagement bestimmt wird. Daher wollen wir ihnen ein Arbeitsumfeld bieten, in dem sie ihre Talente und Fähigkeiten bestmöglich entfalten können. Um den Konzern noch zielgerichteter unterstützen zu können, hat sich der Personalbereich im Jahr 2008 neu ausgerichtet. Neben operativen und strukturellen Anpassungen rückt die strategische Ausrichtung der Personalarbeit nun noch stärker in den Fokus. Zentrale Herausforderung für die nächsten Jahre wird die Integration der neuen Kollegen der Dresdner Bank sein, in kultureller wie in operativer und strategischer Hinsicht.

Optimale Beratung für interne Kunden

Die Personalabteilung versteht sich als Begleiter des Unternehmenswandels – derzeit vor allem im Zuge der Integration der Dresdner Bank. Daher ist die Personalstrategie eng mit der Unternehmensstrategie verzahnt. Die große Bedeutung spiegelt sich auch in der Neuordnung des Vorstands wider. Seit dem 1. Juni 2009 gibt es einen eigenen Vorstandsbereich Human Resources in der Commerzbank.

Das Personalressort in der Frankfurter Zentrale entwickelt konzernweit einheitliche Regelungen für die wichtigsten strategischen Personalentscheidungen. Als Businesspartner trägt der Bereich dazu bei, dass die Geschäftsbereiche der Bank ihre Ziele erreichen können. Systematisch und bedarfsorientiert berät das Personalressort Führungskräfte auf allen Ebenen, insbesondere zu strategischen Personalfragen. Personalberater unterstützen die Führungskräfte

Gesamtbelegschaft der Commerzbank AG nach Beschäftigungsart

	2005	2006	2007	2008
AT-Mitarbeiter	9 327	9 423	9 696	10 438
Tarif-Mitarbeiter	13 040	12 606	12 622	12 614
Gewerbliche Mitarbeiter/ Sonstige	257	255	264	295
Summe	22 624	22 284	22 582	23 347

bei der Bedarfsplanung ebenso wie bei der Suche nach Mitarbeitern, die über erfolgsentscheidende Kompetenzen verfügen, begleiten den passenden Einsatz der Mitarbeiter und fördern deren gezielte Weiterentwicklung. Die Gestaltung eines attraktiven Arbeitsumfelds einschließlich einer starken Unternehmenskultur ist ein weiteres wesentliches Handlungsfeld, um leistungsstarke Mitarbeiter für die Commerzbank zu gewinnen und langfristig an das Unternehmen zu binden.

TOP-Arbeitgeber 2009

Im Jahr 2009 hat sich die Commerzbank mit einem hervorragenden vierten Platz erstmals unter den Top 20 der Studie „TOP Arbeitgeber Deutschland 2009“ platziert, die jährlich von CRF, einem der führenden Unternehmen im Bereich Employer Branding (Arbeitgeberimage), durchgeführt wird.

Ein Weg zur Mitarbeiterzufriedenheit

Die Commerzbank möchte ihren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld bieten, in dem sie gerne und gut arbeiten. Deshalb hat sie verschiedene Maßnahmen entwickelt, um die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter zu erkennen und in die Unternehmensentwicklung einfließen zu lassen. So sollen zum Beispiel regelmäßige Mitarbeiterbefragungen Verbesserungspotenziale im Arbeitsumfeld aufdecken und gleichzeitig ein Stimmungsbild aus der Belegschaft liefern.

Identifikation mit Zielen der Commerzbank stark gestiegen

Seit 2005 lässt die Commerzbank einmal jährlich von einem externen Institut ermitteln, wie stark sich die Mitarbeiter mit den Zielen des Unternehmens identifizieren. Alle drei Jahre erhebt sie zusätzlich ein detailliertes Stärken-Schwächen-Profil. Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung 2008 zeigen, dass vor allem die Identifikation mit den Unternehmenszielen stark angestiegen ist (seit 2005 von 49 auf 66 Indexpunkte), was sich auch in der geringen Fluktuationsrate sowie der langen Betriebszugehörigkeit von durchschnittlich 15,4 Jahren widerspiegelt. Als Stärke wurde insbesondere der faire Umgang unter den Mitarbeitern gewertet, Schwächen wurden vorwiegend im Bereich Aufstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten gesehen. In der Folge hat die Personalabteilung zum Beispiel einen

Mitarbeiterfluktuation bei der Commerzbank AG nach Austrittsgründen

in %	2005	2006	2007	2008
Arbeitnehmer-Kündigungen	1,7	2,1	1,8	1,9
Arbeitgeber-Kündigungen	Nicht mehr auswertbar	0,3	0,6	0,7
Einvernehmliche Auflösungen	1,2	0,8	0,8	0,9
(Vor-) Ruhestand/Altersteilzeit	1,7	1,4	0,7	0,7
Berufsunfähigkeit/Tod	0,08	0,08	0,08	0,09

umfassenden Systematisierungsprozess in diesem Bereich angestoßen und bereits erste Maßnahmen umgesetzt (s. zu ComSkill im Bericht S. 37).

Insbesondere für den Erfolg des Integrationsprozesses der Dresdner Bank und der Commerzbank ist die positive Einstellung der Mitarbeiter ein entscheidender Faktor. Deshalb wurden für diesen Prozess gesonderte Umfragen entwickelt. Die Ergebnisse zeigen, dass drei von vier Mitarbeitern (rund 75 %) davon überzeugt sind, dass der Zusammenschluss ein Erfolg wird, unabhängig davon, ob sie in Integrationsteams arbeiten oder nicht.

Zukunftsaufgabe Nachwuchsförderung

Als kompetenter Dienstleister für Privat- und Firmenkunden und zweitgrößtes Kreditinstitut Deutschlands ist die Qualifikation unserer Mitarbeiter ein elementarer Erfolgsfaktor unseres Geschäfts. Auch im Jahr 2008 haben wir deshalb unsere Personalentwicklungsstrategien und -programme ausgebaut und weiterentwickelt.

Hohe Ausbildungsquote, zahlreiche Übernahmen

Die Commerzbank bildet weiterhin auf hohem Niveau aus und hat die Anzahl der Ausbildungsplätze zudem in den letzten Jahren kontinuierlich erhöht. So wurden 2008 erneut 100 zusätzliche Plätze geschaffen und insgesamt 700 Auszubildende neu eingestellt. Mit 1 483 Auszubildenden zum Jahresende 2008 (2007: 1 432) beträgt ihr Anteil an der Gesamtbelegschaft 7,6 %. Damit nimmt die Commerzbank eine Spitzenstellung unter den Dax-30-Unternehmen ein. Die Übernahmequote liegt bei 80 %.

Ausbildungsquote¹ der Commerzbank AG

in %	2005	2006	2007	2008
Ausbildungsquote	6,8	7,3	7,4	7,6

¹ Anteil der Auszubildenden am Stammpersonal der Commerzbank AG per Jahresultimo

Zukunftsfähige Lehrgänge

Von der klassischen Banklehre – im Jahr 2008 um die Spezialisierung für „Bankkaufleute/Firmenkundengeschäft“ erweitert – bis zur neuen Ausbildung zum Kaufmann für Dialogmarketing bietet die Commerzbank Schulabgängern eine Reihe aktueller, praxisbezogener Ausbildungsmöglichkeiten an. Moderne Lehrmethoden und Kooperationen mit externen Experten, wie die im Jahr 2008 geschaffene Qualifizierungskooperation mit der Frankfurt School of Finance & Management, sichern die hohe Qualität der Ausbildung. Zudem bestehen bundesweit verschiedene Möglichkeiten eines dualen Studiums mit Bachelor-Abschluss.

Einstiegsmöglichkeiten für Hochschulabsolventen

Um qualifizierte Hochschulabsolventen frühzeitig an die Bank heranzuführen, bietet die Commerzbank schon während des Studiums interessante Perspektiven an, zum Beispiel im Rahmen eines bezahlten Praktikums oder der Betreuung der Abschlussarbeit. Jedes Jahr nimmt sie rund 50 besonders engagierte Studenten in den Studienkreis neu auf, wo diese systematisch auf erste berufliche Herausforderungen vorbereitet werden. Absolventen haben die Wahl zwischen einem maßgeschneiderten Trainee-Programm und dem Direkteinstieg; 2008 waren 143 Trainees (2007: 89) bei der Commerzbank beschäftigt. Auch im Rahmen des Netzwerks „CAMPUS OF EXCELLENCE“ engagiert sich die Commerzbank für die Nachwuchsförderung (s. dazu im Bericht S. 44).

Die besten Talente gewinnen

Im Jahr 2008 hat die Commerzbank mit dem Projekt „NewCom“ ihre Nachwuchsprogramme neu ausgerichtet. Ziel ist es, die Bank vor allem bei Hochschulabsolventen und Studierenden noch stärker als Wunscharbeitgeber zu positionieren. Seit Anfang 2008 werden alle Aktivitäten zur Rekrutierung und Betreuung bis hin zur Steuerung individueller Karrierewege zentral koordiniert, gleichzeitig wurde die Betreuung intensiviert. Praktikanten, Trainees und Mitglieder des Studienkreises werden nun von Anfang an individuell betreut und bezüglich ihrer Entwicklungsmöglichkeiten in der Bank umfassend beraten.

Mit ihren im Rahmen von NewCom gestarteten Projekten „management meets campus“ und „Career-Ship“ (s. dazu im Bericht S. 38) setzt die Commerzbank Maßstäbe bei der Nachwuchsgewinnung im Hochschulbereich. Bei „management meets campus“ treten Vertreter des Top-Managements als sogenannte Hochschul-Captains in direkten Kontakt mit Professoren, Dozenten und Studierenden und

organisieren in einem interdisziplinären Team fachbezogene Veranstaltungen wie Gastvorlesungen, Workshops oder Podiumsdiskussionen an der von ihnen betreuten Hochschule.

Vielfältige Karrierewege

Leistungs- und Potenzialträger intern zu identifizieren, umfassend zu fördern und ihnen interessante Entwicklungsperspektiven zu bieten, ist ein wesentlicher Teil der Personalarbeit bei der Commerzbank. Sie fördert die berufliche Entwicklung ihrer Mitarbeiter durch zahlreiche ineinandergreifende Maßnahmen. So stehen unternehmensweite Programme zur Selbsteinschätzung und Orientierung über Karrierewege zur Verfügung, zum Beispiel zielgerichtete Qualifizierungs- und Entwicklungsprogramme wie „ComStep“ oder „ComGrow“. ComStep zeigt Tarifmitarbeitern Entwicklungspfade innerhalb eines Ressorts, während ComGrow bei der ressortübergreifenden Entwicklung zum Einsatz kommt. Regelmäßige Potenzialeinschätzungen durch den Vorgesetzten sind ebenfalls Teil des Systems. Auch Weiterbildung hat einen hohen Stellenwert: Im Jahr 2008 hat sich jeder Mitarbeiter der Commerzbank durchschnittlich 16 Stunden (2007: 12) weitergebildet.

Neues Programm zur Führungskräfteentwicklung

Im Jahr 2008 hat die Commerzbank ihre Programme zur Führungskräfteentwicklung vollständig überarbeitet und Anfang 2009 das „Commerzbank Management Programm“ (CMP) zur Auswahl, Entwicklung und Qualifizierung von Führungskräften gestartet. Es ist eng an das Stellenbewerbungssystem ComMap angebunden (s. dazu im Bericht S. 82) und orientiert sich an der Unternehmenskultur ComWerte (s. dazu im Bericht S. 54). Zudem berücksichtigt es die neuen Anforderungen der Geschäftsfelder und Unternehmensbereiche. Mit dem CMP wurden bereits zu diesem frühen Zeitpunkt die Karrierewege der Dresdner Bank und der Commerzbank in der Führungslaufbahn

Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung bei der Commerzbank AG

in %	2005	2006	2007	2008
Mitarbeiter	58	87	92	0 ¹

¹ Die Führungsinstrumente werden vor allem auch mit Blick auf eine leistungsdifferenzierte variable Vergütung eingesetzt. Für 2008 wurde keine variable Vergütung ausgeschüttet. Die Führungsinstrumente wurden lediglich freiwillig eingesetzt und daher nicht zentral erfasst. Daher kann keine valide Aussage getroffen werden.

vereinheitlicht und damit ein wichtiger Schritt für den Erfolg der Integration getan. In Zukunft sollen bankweite Talente-Pools mit noch mehr Transparenz über förderungswürdige Mitarbeiter Auskunft geben, um diese entsprechend ihrer Qualifikationen und Entwicklungswünschen zu fördern und an die Bank zu binden.

Vielfalt wertschätzen:

Diversity-Management bei der Commerzbank

Die Vielfalt der Mitarbeiter (Diversity) ist ein bedeutender Erfolgsfaktor für die zukünftige Entwicklung der Commerzbank. Deswegen fördert sie im Rahmen ihres Diversity-Managements unternehmensweit ein offenes, faires und wertschätzendes Arbeitsumfeld und unterstützt ihre Mitarbeiter dabei, individuelle Arbeits- und Lebensentwürfe in Einklang zu bringen.

Mitarbeiter der Commerzbank AG nach Geschlecht

in %	2006	2007	2008
Männlich	49	49	50
Weiblich	51	51	50

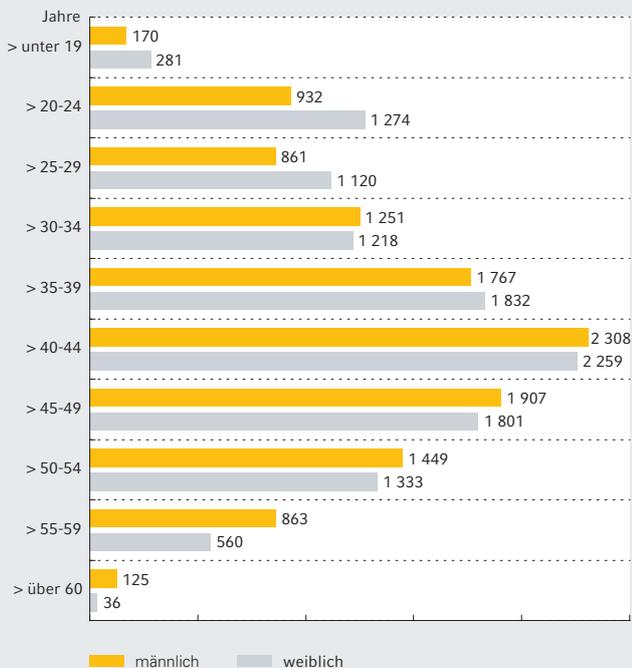
Facettenreiche Unternehmenskultur

Weltweit arbeiten Menschen aus mehr als 90 Nationen für die Commerzbank. Ihre unterschiedlichen Talente, Erfahrungen und Sichtweisen erlauben ihnen, flexibel auf unterschiedliche Kundenbedürfnisse zu reagieren. Die Vielfalt unserer Mitarbeiter spiegelt sich auch in der Ausgewogenheit des Geschlechterverhältnisses wider – in der Bank arbeiten ungefähr genauso viele Frauen wie Männer.

Im Laufe von nun fast 20 Jahren hat die Commerzbank ein umfassendes Diversity-Management mit dem Ziel aufgebaut, eine facettenreiche Unternehmenskultur nachhaltig zu etablieren. Als einer der ersten Unterzeichner der „Charta der Vielfalt“ im März 2007 hat sich die Commerzbank diesem Ziel auch offiziell verpflichtet. Unsere Fortschritte lassen wir regelmäßig durch externe Experten überprüfen, zum Beispiel im Rahmen des Audits „berufundfamilie“. Im Juni 2009 wurde die Personalpolitik der Commerzbank außerdem zum fünften Mal in Folge mit dem TOTAL E-QUALITY-Prädikat für Chancengleichheit am Arbeitsplatz ausgezeichnet.

Altersstruktur bei der Commerzbank AG

2008



Vielfalt auf allen Ebenen

Ein wichtiger Aspekt des Diversity-Managements ist die Förderung von Frauen. Sie sind in den Führungsetagen der Commerzbank noch nicht entsprechend ihres Anteils an der Belegschaft repräsentiert. Deshalb unterstützt die Bank ihre Mitarbeiterinnen in ihrer beruflichen Entwicklung mit unterschiedlichen Maßnahmen. Vor zehn Jahren hat die Commerzbank zusammen mit einigen anderen Unternehmen das bundesweit erste Cross-Mentoring-Programm für Frauen gestartet. Bei dem Programm werden weibliche Nachwuchskräfte ein Jahr lang von einer erfahrenen Führungskraft aus einem Partnerunternehmen betreut. Während dieser Zeit haben die Teilnehmerinnen die Möglichkeit, Workshops zu besuchen und sich zu vernetzen. Insgesamt haben bereits über 200 Mentees und Mentoren aus der Commerzbank an dem Programm teilgenommen. Ein weiteres Beispiel ist das Self-Mentoring-System – ein Angebot, das Frauen qualifiziert und unterstützt bei der selbstständigen Suche und Auswahl eines Mentors – sowie das Mitarbeiterinnen-Netzwerk „Courage“ (s. dazu im Bericht S. 35), das 2008 sein zehnjähriges

Anteil männlicher (m) und weiblicher (w) Mitarbeiter bei der Commerzbank AG

in %	2006		2007		2008	
	m	w	m	w	m	w
Leitende Angestellte	87	13	86	14	85	15
Tarif-Mitarbeiter	28	72	29	71	29	71
AT-Mitarbeiter	73	27	72	28	71	29
Gewerbliche Mitarbeiter	33	67	77	23	76	24
Trainees und Auszubildende	44	56	42	58	47	53

Bestehen feiert. 2009 wurde ein Projekt gestartet mit dem Ziel, den Anteil von Frauen in gehobenen Fach-, Projektleitungs- und Führungsaufgaben weiter zu erhöhen.

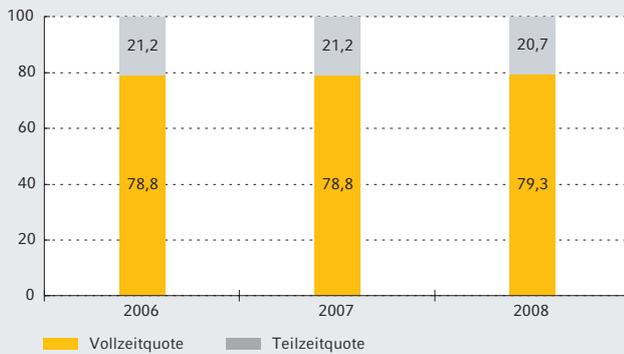
Auch das im Jahr 2002 gegründete Schwulen- und Lesben-Netzwerk „arco“ und das Netzwerk „Fokus Väter“, das die Interessen von Vätern vertritt, die sich für ein neues Rollenbild einsetzen, fördern mit einer Vielzahl an Aktivitäten die Akzeptanz der individuellen Lebenshintergründe. Den konzernweiten Austausch und die Weiterbildung zu Diversity-Themen unterstützt die Commerzbank unter anderem mit ihrer Veranstaltungsreihe „ForumDiversity“ und dem Ende 2009 startenden Diversity-Portal im Internet.

Raum für Familie

Mit zahlreichen Angeboten fördert die Commerzbank im Rahmen ihres Diversity-Managements auch die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Rund 20 % der Mitarbeiter nutzen eines der zahlreichen flexiblen Arbeitszeitmodelle, von Teilzeit über Telearbeit bis zu Jahresarbeitszeitverträgen. Mit dem Programm „Comeback Plus“ unterstützt die Commerzbank Eltern beim schrittweisen Wiedereinstieg nach der Elternzeit und bietet in Kooperation mit dem pme Familienservice an bundesweit 17 Standorten eine kurzfristige Notfallbetreuung für Kinder an. In der Zentrale in Frankfurt teilen sich in der betriebsnahen Kindertagesstätte „Kids & Co.“ derzeit 320 Familien insgesamt 200 Vollzeit-Betreuungsplätze. Die Erfahrungen zeigen, dass das Angebot einer Kindertagesstätte besonders hilfreich beim Wiedereinstieg in den Beruf ist. Deshalb wollen wir unser Angebot für regelmäßige Kinderbetreuung auf weitere Standorte ausweiten. In einer Studie aus dem Jahr 2009 wurde der Kindertagesstätte eine Investitionsrendite

Beschäftigungsquoten der Commerzbank AG

in %



von 23 % bescheinigt – unter anderem durch die frühere Wiedereingliederung der Eltern und die geringeren Ausfallzeiten. Auch bei der Pflege naher Angehöriger unterstützt die Commerzbank ihre Mitarbeiter über das gesetzliche Maß hinaus – zum Beispiel mit einem umfassenden Beratungs- und Vermittlungsangebot durch den Familienservice oder Schulungsangebote zum Thema Pflege.

Innovationen am Arbeitsplatz

Im Sinne unseres Unternehmenserfolgs und auch um unseren Mitarbeitern das Arbeiten zu erleichtern, möchten wir unsere Prozesse und Abläufe so effizient wie möglich gestalten. Deshalb gilt es, Verbesserungspotenziale optimal auszuschöpfen. Ein sehr erfolgreiches Modell ist das im Jahr 1998 gegründete und 2007 online gestellte betriebliche Vorschlagswesen „COMIDEE“. Jeder Mitarbeiter hat die Möglichkeit, über ein System seine Ideen zur Verbesserung von Arbeitsabläufen und Produkten einzureichen. Im Jahr 2007 gab es nach Einführung eines Intranetauftritts von COMIDEE einen sprunghaften Anstieg der eingereichten Ideen: 2007 wurden insgesamt 2 851 Ideen bei einer Prämierungs- und Realisierungsquote von 15,5 % und 2008 sogar 3 573 bei 18,7 % eingereicht. Insgesamt wurden seit Bestehen circa 33 000 Ideen eingereicht und Prämien in Höhe von 1,8 Mio Euro ausgezahlt. COMIDEE beteiligt sich an der Initiative „Ideen machen Zukunft“ des Deutschen Instituts für Betriebswirtschaft, die im Jahr 2008 von der Bundesregierung im Rahmen der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ unter 1 461 Bewerbern als „Ort im Land der Ideen“ ausgezeichnet wurde.

Gesund und sicher arbeiten

Die Gesundheit und Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter langfristig zu erhalten, hat für die Commerzbank hohe Priorität. Daher engagiert sie sich seit mehr als 30 Jahren in diesem Bereich.

Zentrale Steuerung garantiert flächendeckende Qualität

Gestiegene Anforderungen im beruflichen Alltag und die Verlängerung der Lebensarbeitszeit erfordern von jedem Einzelnen einen verantwortlichen Umgang mit der eigenen Gesundheit. Auch die Unternehmen sind dabei gefordert, denn sie brauchen gesunde Mitarbeiter, die sich motiviert und leistungsstark für den Unternehmenserfolg einsetzen. Die Commerzbank hat dies früh erkannt und fördert bereits seit 1976 die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz ergänzend zu gesetzlichen Regelungen. Im Rahmen einer zentralen Neuorganisation wurde 2005 ein internes Arbeitsschutz-Management- und 2006 ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement-System implementiert. In den Jahren 2007 und 2008 wurden Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement zentralen Organisationsbereichen angeschlossen. Auf diese Weise soll unternehmensweit ein einheitliches Qualitätsniveau sichergestellt werden. Die Anstrengungen haben sich gelohnt: So hat die Commerzbank im Jahr 2009 zum Beispiel als erste private Bank das Zertifikat „Arbeitsschutz mit System“ der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft erhalten. Auch die Unfallquote liegt seit Jahren mit geringfügigen Schwankungen auf einem insgesamt niedrigen Niveau unterhalb der Quoten des Statistischen Bundesamtes und der Verwaltungs-Berufsgenossenschaft.

Aktionen und Schulungen rund um das Thema Gesundheit

Um bei den Mitarbeitern ein noch stärkeres Bewusstsein dafür zu schaffen, auf welche Weise sie gesund und fit bleiben und Unfälle vermeiden können, hat die Commerzbank zum Beispiel ihr Informationsangebot in diesem Bereich im Berichtszeitraum deutlich erweitert. So wurden im Intranet arbeitsplatzspezifische und alltagspraktische Informationen zu Arbeitssicherheits- und Gesundheitsschutzthemen bereitgestellt. Die Qualität dieses Angebots wurde im Rahmen der Zertifizierung durch die Verwaltungs-Berufsgenossenschaft lobend hervorgehoben. Auch in die Führungskräfteausbildung wurde das Thema im

Anzahl der Arbeitsunfälle

	2005		2006		2007		2008	
	m	w	m	w	m	w	m	w
Arbeitsunfälle (mehr als 3 Tage Arbeitsunfähigkeit)	47	93	54	105	54	92	62	99
davon reine Betriebsunfälle	11	25	14	26	11	26	10	32

Jahr 2009 als fester Bestandteil integriert. Mit zahlreichen Aktionen wie „Fünf am Tag“ für eine gesunde Ernährung oder „Mit dem Rad zur Arbeit“ motiviert die Commerzbank ihre Mitarbeiter zu einer gesunden Lebensweise und schulte sie hierzu in den letzten vier Jahren durchschnittlich 3 000 Stunden im Jahr. Um nicht nur die physische, sondern auch die psychische Gesundheit der Mitarbeiter zu erhalten, hat die Bank das Projekt „Im Lot – Ausgeglichen bei der Arbeit“ durchgeführt (s. dazu im Bericht S. 36). Sie bietet Mitarbeitern außerdem finanzielle Unterstützung für den Besuch eines professionellen Stress-Management-Seminars. Den Rahmen für gesunde Arbeitsbedingungen schaffen unter anderem entsprechende Betriebsvereinbarungen. Ein Beispiel ist die Betriebsvereinbarung „Suchtprävention“ aus dem Jahr 2007, die einen klaren Fünf-Stufen-Plan mit Hilfsangeboten für Betroffene vorsieht. Im Jahr 2009 hat die Commerzbank mit dem „Gesundheitsfonds 2009“ – einem umfassenden Workshopangebot mit externen Partnern von zum Beispiel Rückenschule über Zeit- und Lebensplanung bis zur kollegialen Beratung – bereits das erste Integrationsprojekt mit der Dresdner Bank im Gesundheitsbereich gestartet.

Ausblick: Ausbau und Integration

Vor dem Hintergrund der wachsenden Herausforderungen durch den demografischen Wandel hat der Ausbau des Gesundheitsmanagements bei der Commerzbank hohe Priorität. Ziel ist es vor allem, durch einen Ausbau der Angebote und Strukturen in der Region eine größere Anzahl an Mitarbeitern noch besser zu erreichen. Ein weiteres Ziel ist die Auditierung des Gesundheitsmanagements im Jahr 2010.

Herausforderung demografischer Wandel

Sinkende Geburtenraten und eine zunehmende Alterung der Belegschaften stellen die Unternehmen vor große Herausforderungen. Die Commerzbank hat frühzeitig erkannt, dass sie diesem Demografie-Trend aktiv begegnen muss und erste Handlungsfelder identifiziert.

Wenn es um die Gewinnung junger Mitarbeiter oder die Einstellung auf die Bedürfnisse älterer Kunden geht, sind die Unternehmen in Deutschland für den demografischen Wandel gerüstet. Nur bei den eigenen Beschäftigten hapert es: Lediglich 44 % bieten gezielte Weiterbildungsmaßnahmen für ältere Beschäftigte an. Dies sind wesentliche Ergebnisse der aktuellen Studie „Abschied vom Jugendwahn? Unternehmerische Strategien für den demografischen Wandel“ der Commerzbank-Mittelstandsinitiative „UnternehmerPerspektiven“ (s. dazu im Bericht S. 18). Auch die Commerzbank selbst ist das Thema bereits gezielt angegangen und hat – neben einer permanenten Überprüfung der demografischen Entwicklung in der Bank – die Kernhandlungsfelder identifiziert sowie Maßnahmen angestoßen. So werden zum Beispiel zahlreiche gesundheitsfördernde Maßnahmen, wie der Betriebssport für jedes Alter, oder Informationsveranstaltungen angeboten, wie zum Beispiel zum Thema Demografie im „Forum Diversity“, um die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter zu erhalten. Seit 2008 positioniert sich die Commerzbank zudem verstärkt als attraktiver Arbeitgeber bei talentierten Nachwuchskräften, sucht zum Beispiel aktiv den Kontakt zu Hochschulen (s. dazu im Bericht S. 38).

- › www.Samtag-arbeitsplatz.de
- › www.mit-dem-rad-zur-arbeit.de
- › www.unternehmerperspektiven.de

Marktgerecht und angemessen: Vergütung bei der Commerzbank

Durch eine transparente, angemessene sowie konsequent leistungs- und erfolgsorientiert ausgerichtete Vergütung möchte die Commerzbank ihre Mitarbeiter am Unternehmenserfolg teilhaben lassen, sie motivieren und Leistungsanreize setzen. Dabei kombiniert sie ein marktgerechtes Grundgehalt mit einer variablen Vergütung sowie Zusatzleistungen.

Transparente Ziel- und Leistungsbewertung

Um eine faire, transparente Vergütungspraxis zu etablieren, ist es unser Anliegen, Anforderungen klar zu definieren und die Leistung jedes Mitarbeiters sowie den Grad der Zielerreichung mit nachvollziehbaren Kriterien zu bewerten. Zentrales Führungsinstrument dafür sind strukturierte, an detaillierten Leitlinien orientierte Ziel- und Leistungsbewertungen. So bekommen die Mitarbeiter in regelmäßigen Gesprächen mit dem Vorgesetzten eine individuelle Rückmeldung zu ihrer Leistung und ihrem weiteren Entwicklungspotenzial. Ergänzend dazu werden besonders wichtige Aufgabenbereiche durch konkrete Zielvereinbarungen gesteuert, die sich aus den strategischen Unternehmenszielen und den Ergebniserwartungen der Einheiten ableiten.

Neues Vergütungsmodell mit Akzent auf Nachhaltigkeit

Im Zuge der Integration der Dresdner Bank wurde für das Geschäftsjahr 2009 zunächst ein Übergangsmodell geschaffen, das die Vergütungssysteme beider Banken harmonisiert. Dieses Modell erlaubt, den Mehraufwand

Gehaltsstruktur bei der Commerzbank AG: Geschlechterverhältnis in den einzelnen Tarifgruppen

in %	2006		2007		2008	
	m	w	m	w	m	w
> TG 1–3	41	59	22	78	17	83
> TG 4–6	22	78	23	77	23	77
> TG 7–9	34	66	33	67	33	67
> AT	70	30	69	31	69	31

TG: Tarifgruppe, AT: außertariflich

im Rahmen der Integration in Form sogenannter Stabilisierungszahlungen leistungsbezogen und pauschal zu vergüten. Schon im Jahr 2010 soll das Übergangsmodell durch ein neues, in Kooperation mit den Arbeitnehmergruppen entwickeltes Vergütungsmodell ersetzt werden, das noch stärkere Akzente auf die Themen Nachhaltigkeit und Langfristigkeit legt. Auch unter schwierigen Marktbedingungen wird dieses Modell genügend Leistungsanreize durch angemessene Vergütung bieten. In Kooperation mit den zuständigen Gremien wurden zudem die Vergütungsmodelle für den Tarifbereich, das Ausland und die Tochtergesellschaften überprüft. Insgesamt hat sich die Gesamtvergütung im Jahr 2009 deutlich reduziert, wobei Vorstände und Führungskräfte die größten Einbußen zu verzeichnen hatten.

„ComMap“: Navigationssystem für die Karriere

Mit dem konzernweiten Stellenbewertungssystem ComMap wurde Anfang 2009 ein flexibles Modell zur Planung individueller Entwicklungswege geschaffen, das gleichzeitig eine solide Grundlage für die marktgerechte Vergütung

Betriebliche Leistungen bei der Commerzbank AG

in Tsd Euro	2005	2006	2007	2008
Aufwendungen für Pensionen	151 373,5	169 197,5	144 871,3	161 728,1
Arbeitgeberanteil zum BVV-Beitrag*	37 561,8	37 138,7	38 599,1	37 700,4
Zuschüsse zur Mittagsverpflegung (Kasino/Menüschecks)	9 349,4	10 400,5	9 311,4	9 450,0
Jubiläumzahlungen (inkl. Rückstellungen)	19 663,4	5 985,6	1 079,7	5 752,8
Erstattung von Provisionen und Gebühren im Bankgeschäft	12 503,1	12 788,6	12 998,1	12 658,2
Belegschaftsaktien	2 288,6	1 107,4	4 191,9	2 862,1
Urlaubsbeihilfen (In- und Ausland)	498,7	660,8	504,1	457,3
Betriebsfeste und sonstige betriebliche Veranstaltungen	2 498,0	2 649,2	3 021,8	1 944,6
Sonstige (z. B. betriebliche Förderung der Kinderbetreuung, Zuschüsse zum Betriebssport, gesundheitliche Betreuung)	3 940,7	3 636,2	3 868,8	3 949,9
Summe	246 837,5	243 564,5	218 446,2	236 503,4

* Jeder neue Mitarbeiter wird in der BVV Versorgungskasse des Bankgewerbes angemeldet. Der monatliche Beitrag richtet sich nach dem individuellen Gehalt und wird von Bank und Mitarbeiter jeweils zur Hälfte getragen. Der Mitarbeiteranteil wird als Entgeltumwandlung direkt aus dem Bruttogehalt gezahlt und vermindert so das zu versteuernde Einkommen.

Belegschaft der Commerzbank AG nach Vertragsart

	2006		2007		2008	
	Personen	%	Personen	%	Personen	%
Unbefristeter Vertrag bzw. Festanstellung	20 707	93	20 871	92	21 589	92
Befristeter bzw. Zeitarbeitsvertrag	1 577	7	1 711	8	1 758	8

außertariflicher Mitarbeiter bietet. Genau definierte und marktgerecht bewertete Anforderungskriterien sorgen für eine bankweite Vergleichbarkeit verschiedener Funktionen. Das Modell ist eng mit den Weiterbildungsangeboten der Commerzbank verzahnt und unterstützt auch die bedarfsgerechte Personalplanung der Führungskräfte.

Attraktive Zusatzleistungen

Neben Grundgehalt und variabler Vergütung bietet die Commerzbank ihren Mitarbeitern einen umfangreichen Katalog an attraktiven betrieblichen Zusatzleistungen wie eine Betriebsrente oder Zuschüsse zu Betriebsfesten und -sportangeboten an. Betriebliche Zusatzleistungen werden von den Mitarbeitern überaus wertgeschätzt und sind damit ein wichtiges Instrument zur Mitarbeiterbindung.

Partnerschaftliche Zusammenarbeit auch bei Mitbestimmung

Die Commerzbank legt großen Wert darauf, die Interessen ihrer Mitarbeiter bei allen wichtigen Unternehmensentscheidungen einzubeziehen. Zahlreiche Betriebsvereinbarungen dokumentieren die intensive Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretungen, zum Beispiel über Nichtraucherschutz (2008), Suchtprävention (2007) oder zur Potenzialeinschätzung (2006). Bei allen mitbestimmungsrelevanten Themen – vor allem auch im Zuge der Integration – steht die Commerzbank in einem regelmäßigen, partnerschaftlichen und konstruktiven Dialog mit den Vertretern der Arbeitnehmer.

Konstruktive Zusammenarbeit im Rahmen des Integrationsprozesses

Größte Herausforderung ist seit Ende 2008 die Integration der Dresdner Bank in die neue Commerzbank. Diese erfordert den Abbau von rund 9 000 Vollzeitstellen – davon 2 500 im Ausland. Um die Interessen der Kollegen beider Banken in den Entscheidungsprozess einfließen zu lassen, wurden im Mai 2009 ein neuer Gesamtbetriebsrat und ein erweiterter Konzernbetriebsrat aus den Gremien

der Commerzbank und der Dresdner Bank für die neue Commerzbank eingerichtet, die bis zur Neuwahl der örtlichen Betriebsräte im März 2010 in dieser Zusammensetzung tagen. Ein erster erfolgreicher Meilenstein der Zusammenarbeit mit der Unternehmensführung war die Einigung über einen erweiterten Kündigungsschutz für die Mitarbeiter von Fläche und Zentrale: Bis Ende 2011 wird es dort keine betriebsbedingten Kündigungen geben. Der Ausschluss verlängert sich um ein weiteres Jahr bis Ende 2012, falls bis Ende 2011 insgesamt 3 780 Vollzeitstellen abgebaut sind und um ein weiteres Jahr bis Ende 2013, wenn bis Ende 2012 der Abbau von 4 860 Vollzeitstellen realisiert werden kann. Um den Stellenabbau möglichst sozialverträglich zu gestalten, wurde mit dem Sozialplan eine für alle Beteiligten vertretbare Lösung erarbeitet.

Regelmäßige Information über Veränderungen

Über diverse Kanäle informiert die Commerzbank ihre Mitarbeiter regelmäßig über wesentliche betriebliche Veränderungen. Dazu zählt neben der quartalsmäßig erscheinenden Mitarbeiterzeitung vor allem das Intranet mit seinen Foren und Chatmöglichkeiten sowie Comnet-TV mit einer eigenen Nachrichtensendung zu Integrationsthemen. Auch werden zum Beispiel mit der Gehaltsabrechnung wichtige Anschreiben an alle Mitarbeiter verschickt oder regelmäßig Telefonkonferenzen abgehalten, um die Mitarbeiter über wichtige Veränderungen zu informieren.

Menschen mit Behinderung aktiv integrieren

Die Commerzbank ist auf außerordentliche Leistungen ihrer Beschäftigten angewiesen – auch auf die ihrer rund 850 Beschäftigten mit Behinderung. Trotzdem verfehlt sie mit einem Anteil von rund 3,7 % schwerbehinderter oder gleichgestellter Mitarbeiter im Jahr 2008 die gesetzliche Mindestquote und will ihre Integrationsleistung daher weiter verbessern. Unterstützt wird sie dabei von insgesamt 46 Schwerbehindertenvertretern in der neuen Commerzbank. Sie tagen mindestens einmal im Jahr und haben 2009 zum Beispiel die Integrationsvereinbarung zur verbesserten Integration von behinderten Menschen in die Arbeitsumgebung überarbeitet.

Anzahl Mitarbeiter mit Behinderung bei der Commerzbank AG

	2005	2006	2007	2008
Besetzte Pflichtarbeitsplätze	856	856	871	856
Unbesetzte Pflichtarbeitsplätze	280	253	235	260
Pflichtarbeitsplätze insgesamt	1 136	1 109	1 106	1 116

Gesellschaft

Gesellschaftliches Engagement hat bei der Commerzbank Tradition. Schon vor über 100 Jahren stiftete einer der Gründer der Bank seiner Heimatstadt Kiel 2 Mio Mark für gemeinnützige Zwecke. 1945 wurde die erste Sozialstiftung von Amandus de la Roy, einem ehemaligen Vorstand, ins Leben gerufen. Auch die mit 53 Mio Euro dotierte Commerzbank-Stiftung kann bereits auf eine knapp 40-jährige Tradition zurückblicken. Die Commerzbank versteht sich seit jeher als Mitglied der Gesellschaft und engagiert sich deshalb schwerpunktmäßig in den Bereichen Bildung, Soziales, Kunst und Kultur sowie im Sport. Das gesamte gesellschaftliche Engagement der privaten Wirtschaft – und damit auch der Commerzbank – gewinnt insbesondere auch vor dem Hintergrund sinkender Staatsausgaben in vielen sozialen und kulturellen Bereichen zunehmend an Bedeutung. Die gesellschaftlichen Aktivitäten der Commerzbank stehen im Einklang mit den Unternehmenszielen und unterstützen diese, indem sie zum Beispiel für eine Verbesserung der Bildung und eine größere Attraktivität der Regionen sorgen, in denen sie ansässig ist. Gleichzeitig tragen diese Aktivitäten dazu bei, den Dialog mit unseren Stakeholdern zu intensivieren und stärken die regionale Verwurzelung, zum Beispiel durch den Einsatz unserer Mitarbeiter in verschiedenen Initiativen und Projekten.

Die Herausforderung der nächsten Jahre liegt vor allem darin, die Projekte der Dresdner Bank in das gesellschaftliche Engagement der Commerzbank zu integrieren. Dabei gab es bereits einige wegweisende Weichenstellungen, wie die Weiterführung des Wettbewerbs „Das Grüne Band“ der Dresdner Bank und damit des traditionsreichsten Nachwuchsförderpreises im deutschen Sport. Zudem sollen die Stiftungen der Dresdner Bank bis 2010 gemeinsam mit der Commerzbank-Stiftung unter dem organisatorischen Dach eines neu gegründeten Stiftungszentrums vereint werden.

Engagement der Mitarbeiter für das Gemeinwohl

Bei ihren tatkräftigen Einsätzen in der Region tragen unsere Mitarbeiter dazu bei, den Kontakt zu unseren Stakeholdern und den Dialog mit ihnen aufrechtzuerhalten und ein vertrauensvolles Verhältnis aufzubauen. Das freiwillige Engagement der Mitarbeiter ist für die Commerzbank essenzieller Teil ihrer unternehmerischen Verantwortung. Die Bank ist stolz darauf, dass sich viele ihrer Mitarbeiter

– durch die Bank initiiert oder aus eigenem Antrieb – für das Gemeinwohl engagieren und unterstützt beziehungsweise fördert dieses Engagement auf verschiedene Weise. So kann zum Beispiel jeder Mitarbeiter im Rahmen der gesellschaftlichen Initiativen und Projekte der Commerzbank für gemeinnützige Tätigkeiten freigestellt werden. Auch das Engagement in der Freizeit unterstützt die Commerzbank zum Beispiel durch zusätzlichen Sonderurlaub. In Zukunft will die Bank ihre Programme zum Mitarbeiterengagement noch weiter ausbauen, sie im Rahmen des „Volunteerings“ in die Qualifizierung von Führungskräften integrieren und gleichzeitig die Vernetzung mit Projekten wie dem CAMPUS OF EXCELLENCE oder der Internatsschule Hansenberg vorantreiben.

Programme zum Mitarbeiterengagement bei der Commerzbank

Commerzbank-Mitarbeiter können sich in verschiedenen Projekten und Initiativen der Commerzbank ehrenamtlich engagieren. So besteht zum Beispiel die Möglichkeit, Studien oder praktische Projekte für die „praxis academy“ des CAMPUS OF EXCELLENCE (s. dazu im Bericht S. 44) vorzuschlagen, bei deren Durchführung die Mitarbeiter den jungen Talenten dann zur Seite stehen. Auch bei der Internatsschule Schloss Hansenberg können sich Commerzbank-Mitarbeiter mit ihrem Know-how einbringen. Sie wurde 2003 von der Dresdner Bank mitgegründet und wird seit 2009 offiziell von der Commerzbank gefördert. Die bundesweit einzigartige Modellschule führt Schüler, die neben herausragenden Leistungen auch ein besonders hohes soziales Engagement zeigen, zum Abitur und bildet sie zu verantwortungsvollen Persönlichkeiten heran. Da es sich um eine öffentliche Einrichtung handelt, spielt die finanzielle Situation der Eltern für die Aufnahmeentscheidung keine Rolle. Der Besuch der Schule ist kostenfrei. Sowohl Vorstandsvorsitzender Martin Blessing als auch Vorstandsmitglied Ulrich Sieber haben 2009 Schloss Hansenberg besucht und sich in Diskussionsrunden den Fragen der Schüler gestellt. Ulrich Sieber hielt zusätzlich einen Fachvortrag über den Kreditsektor und die Finanz- und Wirtschaftskrise. Darüber hinaus begleiten Commerzbank-Mitarbeiter verschiedene Sonderprojekte wie Business-Planspiele, Wettbewerbe oder Projektstage an der Schule.

- › www.dosb.de/de/dasgrueneband/
- › www.campus-of-excellence.com
- › www.hansenberg.de

Im Team etwas Gutes tun

Gemeinnützige Projekte werden bei der Commerzbank auch oft als Teambuilding-Maßnahmen durchgeführt und dabei die Chance genutzt, abseits des Arbeitsalltages in Meetingräumen und vor dem Computer, Teamgeist und Motivation zu stärken. So haben im Jahr 2007 zum Beispiel rund 90 Mitarbeiter der Commerzbank und der Eurohypo in Kooperation mit externen Bauingenieuren einen Tag lang einen Abenteuerspielplatz an einer Frankfurter Grundschule umgestaltet und dabei auch den bewussten Umgang mit Projekt- und Kommunikationsstrukturen in den neu zusammengestellten Teams trainiert. Hierbei wurden die Materialien von der Commerzbank gestellt.

Freiwilliges Engagement von Mitarbeitern in ihrer Freizeit

Mit Freistellungen, Sonderurlaub sowie der Möglichkeit, Teilzeit zu arbeiten, unterstützt die Commerzbank auch das freiwillige Engagement von Mitarbeitern in ihrer Freizeit. So kann sich zum Beispiel Peter Benesch rund 40 Stunden in der Woche für ein offenes Sportjugendzentrum am Stadtrand von Frankfurt einsetzen, das im Rahmen des Konzepts „Sport als Gewaltprävention“ ein breites, von den Jugendlichen sehr gut angenommenes Sport- und Fitnessangebot bietet. Für sein Engagement wurde er mit dem Integrationspreis der Stadt Frankfurt ausgezeichnet.

Stiftungsengagement bei der Commerzbank

Mit ihren Stiftungen unterstützt die Commerzbank ausgewählte Einrichtungen und Initiativen, die kulturell, sozial oder wissenschaftlich einen nachhaltigen Beitrag zum Wohle der Gesellschaft leisten. Die Förderstrategie hat das Ziel, die unternehmerische Verantwortung der Bank zu dokumentieren. Zukünftig werden alle Stiftungen unter dem organisatorischen Dach des Commerzbank-Stiftungszentrums zusammengeführt. Durch den gemeinsamen öffentlichen Auftritt der Stiftungen sowie die verstärkten Kommunikationsmaßnahmen soll der Bekanntheitsgrad der Stiftungsarbeit der Commerzbank in Zukunft sowohl innerhalb des Konzerns als auch in der Öffentlichkeit gesteigert werden.

Sozialstiftungen der Commerzbank

An das neue Stiftungszentrum angeschlossen werden die Sozialstiftungen der Commerzbank. Bei den fünf Sozialstiftungen handelt es sich um rechtlich selbstständige mildtätige Stiftungen, die der Commerzbank nahe stehen. Der Stiftungszweck konzentriert sich bei allen Stiftungen auf

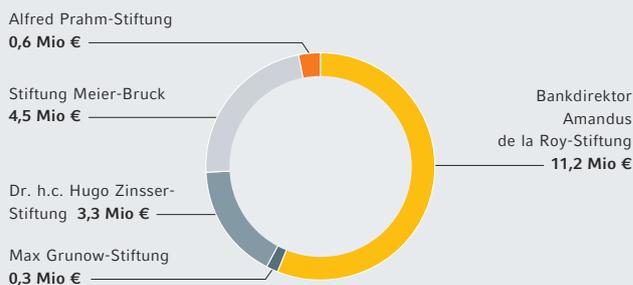
Begleithund – Hilfe auf vier Pfoten

Die Hamburger Sozialstiftungen der Commerzbank unterstützen Mitarbeiter und Pensionäre der Commerzbank und deren nächste Angehörige, die unverschuldet in Notlagen geraten sind. So half die Amandus de la Roy-Stiftung zum Beispiel einer jungen Familie bei der Anschaffung und Ausbildung eines Begleithundes für deren zwei Töchter. Die Mädchen sind an einer unheilbaren Stoffwechselstörung erkrankt. Die seltene Erbkrankheit führt zu einer schweren Stoffwechselstörung im Zentralen Nervensystem, der Leber und Milz. Mit dem schrittweisen Abbau sämtlicher motorischen Fähigkeiten, im fortgeschrittenen Stadium, drohen epileptische Anfälle und Atemnot. Die Patienten sind auf eine ganztägige Betreuung angewiesen. Die Familie entschied sich für einen Begleithund, der unterstützend im alltäglichen Familienleben eingesetzt werden kann. Die sogenannten Assistenzhunde sind als zuverlässige Sozialpartner ausgebildet. Im Alltag begleiten sie Patienten, vermitteln Nähe, Sicherheit und Geborgenheit. Vor allem bei schwerwiegenden Krankheiten ist ihre frühzeitige und sensible Reaktion auf Gefühle und Beeinträchtigungen der Patienten für die Angehörigen und Betreuer sehr hilfreich.

die finanzielle Unterstützung von Mitarbeitern und Pensionären der Commerzbank in unverschuldeten Notsituationen, insbesondere bei schwerer Krankheit. Unterstützt werden können auch nahe Familienangehörige. Die 1945 gegründete Bankdirektor Amandus de la Roy-Stiftung ist die größte und älteste Sozialstiftung der Commerzbank. Sie stammt aus dem Nachlass eines ehemaligen Vorstandsmitglieds. Zu den weiteren Sozialstiftungen zählen die Stiftung Meier-Bruck und die Alfred Prahm-Stiftung. Einen anderen Förderzweck hat die Max Grunow-Stiftung, die sich ausschließlich in Berlin für finanziell bedürftige Auszubildende der Commerzbank engagiert.

Dotationskapital der Sozialstiftungen

2009



Breites gesamtgesellschaftliches Engagement: die Commerzbank-Stiftung

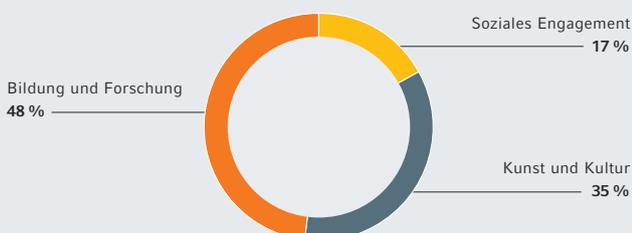
Mit einem Stiftungskapital von 53 Mio Euro hat die Commerzbank-Stiftung das größte Gewicht unter den Stiftungen der Commerzbank. Sie wurde im Jahr 1970 aus Anlass des 100-jährigen Bestehens der Commerzbank gegründet. Mit einem Fördervolumen von circa 1,5 Mio Euro engagierte sie sich im Jahr 2008 zu 17 % (2007: 10 %) im Bereich soziales Engagement, zu 35 % (2007: 19 %) in Kunst und Kultur sowie zu 48 % (2007: 71 %) für Bildung und Forschung. In Zukunft wird die Commerzbank-Stiftung ihre Aktivitäten stärker thematisch fokussieren und einen Schwerpunkt bei Projekten im Bildungsbereich setzen.

Dotationskapital der Stiftungen 2009

	Dotationskapital in Mio Euro
Commerzbank-Stiftung	53,0
Jürgen Ponto-Stiftung	6,4
Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank	7,2
Stiftungsfonds der Dresdner Bank	10,0
Summe	76,6
Dotationskapital Sozialstiftungen	19,9
Dotationskapital	96,5

Die Commerzbank-Stiftung arbeitet grundsätzlich fördernd – konzipiert also weder eigene Themen noch setzt sie eigene Projekte um. Dabei unterstützt sie vorwiegend überregional tätige, zentrale Einrichtungen wie zum Beispiel die Deutsche Welthungerhilfe, die Aktionsgruppe Kinder in Not oder die Deutsche Stiftung Musikleben.

Verteilung der Fördermittel der Commerzbank-Stiftung 2008



Seit Gründung der Commerzbank-Stiftung im Jahr 1970 wurden insgesamt 21,3 Mio Euro gespendet.

Im Rahmen des Schwerpunktthemas Bildung fördert die Commerzbank-Stiftung beispielsweise Stiftungs-Lehrstühle an verschiedenen Hochschulen. Mit dem Lehrstuhl für Orgel und Improvisation an der Musikhochschule Weimar gründete sie im Jahr 2004 die erste Stiftungsprofessur an einer Deutschen Musikhochschule. An der Bucerius Law School in Hamburg stiftet sie 2000 einen Lehrstuhl zum Thema „Grundlagen des Rechts“, der die Bedeutung der Rechtswissenschaften für die Entwicklung moderner Gesellschaften klären soll, sowie 2006 an der Frankfurt School of Finance & Management einen Lehrstuhl zum Thema Mittelstandsfinanzierung (s. dazu im Bericht S. 43).

Commerzbank-Stiftung fördert hochkarätige Kultur in Frankfurt

Ein herausragendes Beispiel für das Engagement der Commerzbank-Stiftung im kulturellen Bereich ist der 2008 neu ins Leben gerufene Internationale Commerzbank-Kammermusikpreis (s. dazu im Bericht S. 43). Des Weiteren unterstützte die Commerzbank-Stiftung als Hauptförderer das Städel Museum bei zwei herausragenden Ausstellungsprojekten. Durch ihre Spende konnte die Commerzbank-Stiftung 2007 die große Ausstellung zum Renaissance-Künstler Lucas Cranach mit ermöglichen. Erstmals wurden über 100 Meisterwerke des einflussreichen Künstlers aus allen wichtigen nationalen und internationalen Museen und Sammlungen vereint. Seit November 2009 findet eine ähnlich beeindruckende Ausstellung zu Sandro Botticelli und dem Florentiner Mäzenatentum der Familie de Medici statt.

Langfristig und professionell: Sponsoring bei der Commerzbank

Mit einer ausgewählten Zahl strategisch, langfristiger Partnerschaften engagiert sich die Commerzbank in den Bereichen Sport- und Bildungssponsoring. Die Auswahl orientiert sich an der Unternehmens- ebenso wie an der Markenvision. Im Bildungsbereich fördert sie vorwiegend Projekte in der Umweltbildung und im Rahmen von Hochschulkooperationen. Im Sportsponsoring liegt der Schwerpunkt auf der Förderung des Breiten- und Spitzensports sowie in der Nachwuchsförderung, wobei ein Großteil der Maßnahmen im Rahmen der Kooperation mit dem Deutschen Fußballbund (DFB) umgesetzt wird. Unsere tiefe Verbundenheit mit der Rhein-Main-Region zeigen wir den Menschen durch unser Standort-Sponsoring, zum

- > www.welthungerhilfe.de
- > www.kinder-in-not.de
- > www.dsm-hamburg.de
- > www.hfm-weimar.de

- > www.law-school.de
- > www.frankfurt-school.de
- > www.commerzbank-kammermusikpreis.de
- > www.fussball.commerzbank.de

Beispiel im Rahmen des Namenssponsoring für die Frankfurter Commerzbank-Arena. Eine große Herausforderung ist derzeit die Integration der Sponsoringaktivitäten des Dresdner Bank-Konzerns in die Sponsoringstrategie der Commerzbank.

Grünes Band und Triathlon: Erfolgreiche Integration

Durch die Integration der Dresdner Bank hat das Sponsoring der neuen Commerzbank hochwertige Projekte hinzugewonnen. So wird sie zukünftig den traditionsreichsten Nachwuchsförderpreis im deutschen Sport, das „Grüne Band“ der Dresdner Bank, vergeben und in Kooperation mit dem Deutschen Olympischen Komitee jährlich 50 Vereine für besondere Erfolge bei der Nachwuchsförderung auszeichnen. Die Sieger erhalten jeweils 5 000 Euro. Jährlich bewerben sich rund 1 000 Vereine um die begehrte Auszeichnung. Die Auswahl trifft eine prominent besetzte Jury, der im Jahr 2009 unter anderem Britta Heidemann, Olympiasiegerin im Degenfechten, sowie Normann Stadler, zweifacher Ironman-Weltmeister und Kapitän des neuen Commerzbank-Triathlon-Teams, angehörten. Mit drei Sonderpreisen werden zudem Präventionsmaßnahmen gegen Doping ausgezeichnet. Das „Grüne Band“ wird in Zukunft das Commerzbank-Projekt „Ehrenamt im Sport“ ablösen.

Ein weiterer Erfolg der Integration der Dresdner Bank und Commerzbank ist das neue Triathlon-Team: Hatte die Commerzbank zuvor den Top-Triathleten Timo Bracht als Einzelkämpfer unter Vertrag, gehört dieser seit 2009 zu dem von Dresdner Kleinwort übernommenen Team seines bisher schärfsten Konkurrenten Normann Stadler. Damit starten in Zukunft die zwei besten deutschen Ironman-Athleten gemeinsam für die neue Commerzbank – ein Zusammenschluss mit Symbolkraft und ein Erfolg für die Integration der beiden Banken. Das Engagement läuft zunächst bis 2011 und wird von einem strengen Anti-Doping-Programm flankiert. Auch die von Dresdner Kleinwort übernommene Partnerschaft für die Traditionsveranstaltung „Frankfurt Marathon“, dem ältesten Stadtmarathon Deutschlands, wurde erfolgreich in die Sponsoringaktivitäten der Commerzbank integriert.

Bewusstsein durch Bildung:

Das Praktikum für die Umwelt

Ein Beispiel für ein langfristiges und erfolgreiches Sponsoringprojekt der Commerzbank im Bildungsbereich ist das im Jahr 1990 ins Leben gerufene „Praktikum für die Umwelt“. Das vom Dachverband deutscher Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservate „Europarc Deutschland“ organisierte und von der Commerzbank finanzierte Projekt ermöglicht jedes Jahr rund 50 Studierenden, in einem ausgewählten Naturschutzgebiet Praxiserfahrungen in der Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit zu sammeln. Ziel ist es, das gesellschaftliche Bewusstsein für ökologische Themen zu erhöhen, indem zum einen die Großschutzgebiete gefördert und andererseits die Teilnehmer selbst als Multiplikatoren gewonnen werden. Im Jahr 2009 wurden die Ausbildungsstandards vereinheitlicht. Seitdem bekommt jeder Jahrgang ein Thema wie zum Beispiel „Der ökologische Fußabdruck“, zu dem im Rahmen des Praktikums Ergebnisse aus unterschiedlichen Perspektiven entwickelt werden sollen. Zudem wurden zwei neue Ausbildungsstätten aufgenommen. In den letzten 20 Jahren haben mehr als 1 100 Studenten ein Praktikum für die Umwelt absolviert und dabei zahlreiche innovative Konzepte entwickelt, die von den Nationalparks auch langfristig umgesetzt werden (s. dazu im Bericht S. 46). Im Jahr 2007 wurde das Praktikum für die Umwelt im Rahmen der von den Vereinten Nationen ausgerufenen „Weltdekade der Bildung für nachhaltige Entwicklung“ als Dekade-Projekt ausgezeichnet.

Ein weiteres wichtiges Bildungsprojekt der Commerzbank ist die 2005 gegründete Plattform CAMPUS OF EXCELLENCE zur Vernetzung herausragender Nachwuchstalente und zum Austausch mit Akteuren aus Politik und Wirtschaft (s. dazu im Bericht S. 44).

CR-Programm der Commerzbank

Zielsetzung	Maßnahmen	Zieltermin	Performance-Highlights 2007 – 2009
Strategie			
CR-Strategie Erarbeitung und Implementierung einer bereichsübergreifenden CR-Strategie für die neue Commerzbank	Erarbeitung verschiedener CR-Strategiekomponenten für eine bereichsübergreifende CR-Strategie	Dezember 2010	Komponenten bestehen bereits; durch die Integration der Dresdner Bank wurde der Prozess verzögert, der Zieltermin wurde von 2008 auf 2010 verschoben
	Sukzessive Intensivierung der CR-Berichterstattung über wesentliche Konzerngesellschaften	Fortlaufend	Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2009 beinhaltet bereits comdirect, Eurohypo und BRE Bank
	Umsetzung des Reputationsrisiko-Management-Konzepts	Fortlaufend	Reputationsrisiko-Konzept zunächst mit Schwerpunkten Firmenkunden- und Interbankengeschäft Anfang 2008 etabliert; seitdem sukzessive Ausweitung auf weitere Bereiche und Implementierung von Sektorrichtlinien (z. B. für Rüstungsgüter)
	Vereinheitlichung des Reputationsrisiko-Managements von Commerzbank und Dresdner Bank	Dezember 2009	Operative Zusammenführung im September 2009
Stakeholder-Dialog			
Strategie Austausch mit relevanten Stakeholder-Gruppen sowie Einbeziehung der Ergebnisse in unsere Entscheidungsprozesse	Regelmäßiger und strukturierter Austausch mit unterschiedlichen Nichtregierungsorganisationen (NRO) und Gremien zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen	Fortlaufend	NRO-Bankendialogforum u. a. zu Waffen und Rüstungsgütern sowie Biokraftstoffen; Gremienarbeit z. B. mit dem Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen (VFU); Finanz-Forum: Klimawandel, Umweltforum Rhein-Main
	Einbeziehung von NRO bei der Entwicklung von sektorspezifischen Richtlinien	Fortlaufend	Verabschiedung einer Sektor-Richtlinie für Rüstungsgeschäfte im Commerzbank-Konzern im Oktober 2008
	Einführung eines IT-gestützten Tools zur Analyse der NRO- und Medienberichterstattung	September 2008	Das Tool wurde 2008 eingeführt
Kommunikation Systematisierung sowie Intensivierung des Stakeholder-Dialogs	Einrichtung des Commerzbank-Kundenbeirats für einen kontinuierlichen Dialog zwischen Kunden und Bankmanagement mit dem Ziel, die Leistungen des Segments Privatkunden noch stärker auf die Bedürfnisse der Kunden auszurichten	März 2009	Erste Maßnahmen, die der Kundenbeirat angestoßen hat, wurden bereits umgesetzt
	Regelmäßige Telefonkonferenzen für Mitarbeiter und Führungskräfte für den regelmäßigen internen Austausch	Fortlaufend	Telefonkonferenzen einzelner Vorstände mit den Mitarbeitern ihres Bereichs z. B. zu Geschäftszahlen
	Regelmäßige CR-Berichterstattung über verschiedene Kommunikationswege nach international anerkannten Standards	Fortlaufend	UN Global Compact-Fortschrittsbericht 2008, Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2007 nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative sowie den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen, regelmäßig aktualisierter Internet-Auftritt
Mitarbeiterbefragung Konzernweite Erfassung des Meinungsbildes der Mitarbeiter sowie Ableitung von Maßnahmen zur Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit	Jährliche unternehmensweite Mitarbeiterbefragung zur Messung der Zufriedenheit sowie alle drei Jahre große Mitarbeiterbefragung mit Erhebung eines Stärken-Schwächen-Profiles	Fortlaufend	Kleine Mitarbeiterbefragung 2007 sowie große Mitarbeiterbefragung 2008 durchgeführt
	Quartalsmäßige Mitarbeiterbefragungen „Pulse Check“ und „Integrationsmonitor“ begleitend zum Integrationsprozess sowohl bei Commerzbank als auch Dresdner Bank	Fortlaufend	Erste Umfragewelle im November 2008 gestartet, seitdem vierteljährliche Folgebefragungen
Markt & Kunden			
Compliance Umsetzung einheitlicher Compliance-Standards in allen Geschäftsbereichen	Anpassung und Implementierung der Richtlinie für integriertes Verhalten der neuen Commerzbank	Fortlaufend	Die erste Version der Richtlinie für integriertes Verhalten wurde im Februar 2007 als verbindliche Vorgabe veröffentlicht
	Regulatorische Entwicklungen, Themen aus der Verbandsarbeit sowie die laufenden Gesetzgebungsverfahren auf nationaler und supranationaler Ebene sowie den daraus resultierenden Umsetzungsbedarf für die Commerzbank frühzeitig identifizieren und für das Senior Management aufbereiten	August 2008	Einführung eines Regulatory Affairs Committee (für Deutschland, UK, USA, Asien und Australien)
	Optimierung der konzernweiten Prozesse zur Geldwäscheprävention	Juni 2008 Fortlaufend	Prozessoptimierung ist abgeschlossen und von einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zertifiziert; fortlaufende Anpassung an neue gesetzliche Standards; Ausweitung des Geltungsbereichs der Standards auf die Dresdner Bank-Konzerneinheiten
	Einführung eines konzernweiten Whistleblowing-Systems zur anonymen Entgegennahme und Bearbeitung von Hinweisen für die Meldung wirtschaftskrimineller Handlungen in Zusammenhang mit dem Geschäftsbetrieb	Mitte 2010 (Beginn Roll-out)	Verabschiedung der Betriebsvereinbarung Whistleblowing für Commerzbank AG im Juni 2008
	Erarbeitung und Einführung eines „Global Monitoring Standards“ im Bereich Geldwäscheprävention für alle relevanten Konzerneinheiten	November 2009	Start Roll-out
	Verabschiedung einer konzernweiten Richtlinie zum Umgang mit Interessenkonflikten	November 2007	Richtlinie wurde verabschiedet und implementiert

Zielsetzung	Maßnahmen	Zieltermin	Performance-Highlights 2007 – 2009
Markt & Kunden (Fortsetzung)			
Compliance (Fortsetzung)	Sensibilisierung der Mitarbeiter sowie Erweiterung und Aktualisierung der Schulungsangebote zu Compliance-Themen	Fortlaufend	Roll-out von vier neuen webbasierten Trainingsmodulen zu den Themen Betrugsprävention, Geldwäscheprävention, Securities Compliance, Sanktionen und Embargos in zehn Sprachen; fortlaufende Durchführung von Präsenzschulungen für besonders risikobehaftete Geschäftseinheiten
Kerngeschäft Verstärkte nachhaltige Ausrichtung des Kerngeschäfts	Einführung neuer nachhaltiger und innovativer Produkte sowie Dienstleistungen	Fortlaufend	Einführung des „klima:coach“, der die Energieintensität und -effizienz der Unternehmensprozesse analysiert, im Februar 2009
	Integration und Ausbau des Emissionsrechtehandels im Angebots- und Leistungsspektrum der neuen Commerzbank	Fortlaufend	Integration eines der führenden Anbieter im Emissionsrechtehandel (Dresdner Kleinwort) in die neue Commerzbank
	Ausbau der Unternehmens- und Projektfinanzierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette für Erneuerbare Energien	Fortlaufend	Weitere Internationalisierung vor allem in den Wachstumsmärkten in Europa und Nordamerika
Umwelt- und Klimaschutz			
Umweltmanagement Implementierung eines Umweltmanagement-Systems	Entwicklung und Implementierung eines Umweltmanagement-Systems (UMS) für die Commerzbank AG mit allen Standorten in Deutschland	2008	Start September 2008
	Externe Zertifizierung des UMS nach DIN ISO 14001	Februar 2009	Zertifizierung des UMS nach DIN ISO 14001 durch Det Norske Veritas
	Integration des UMS der Dresdner Bank in das UMS der Commerzbank sowie erfolgreiche Rezertifizierung	Juli 2009	Erfolgreiches Übernahmeaudit durch externen Zertifizierer. Das Zertifikat gilt für die neue Commerzbank AG mit allen Standorten in Deutschland (inklusive Dresdner Bank)
	Informations- und Sensibilisierungsmaßnahmen für Mitarbeiter sowie Kommunikation zu Umweltthemen	Fortlaufend	U. a. Flyer zum Umweltschutz in der Gehaltsabrechnung aller Commerzbank-Mitarbeiter im Dezember 2008; Informations- und Mitmachprogramm am Tag der Umwelt im Juni 2009 unter dem Motto „Umweltschutz geht uns alle an“
	Einrichtung eines Konzern-Umweltausschusses	Dezember 2009	Gesamtvorstands-Beschluss dazu
Klimaschutz Entwicklung und Implementierung einer konzernweiten Klimastrategie	Einrichtung des Gremiums „Round-Table Klima“, Entwicklung einer Klimastrategie und Verabschiedung durch den Vorstand	Juli 2009	Konstituierende Sitzung im Dezember 2008 Gesamtvorstand beschließt Klimastrategie
	CO ₂ -Minderung um 30 % bis 2011 (Basisjahr 2007)	Dezember 2011	
	Flächendeckende Versorgung der neuen Commerzbank mit Ökostrom (inklusive Dresdner Bank)	ab 2010	Versorgung des Commerzbank-Hochhauses in Frankfurt zu 100 % mit Ökostrom seit Januar 2008; bankweiter Anteil in Deutschland im Jahr 2008 bei 59 %
Nachhaltige Beschaffung Einführung eines einheitlichen Papierstandards	Einführung einer Papierrichtlinie	Oktober 2008	Festlegung von Recyclingpapier (zertifiziert nach dem Blauen Engel) als verbindlicher Standard für den hausinternen Gebrauch; Einsatz von FSC-zertifiziertem Papier für die externe Kommunikation im Zuge des Marken-Relaunches (z. B. Flyer, Broschüren, Visitenkarten)
Nachhaltiges internes Produktangebot Ausweitung des Angebots nachhaltiger Produkte	Einführung des Einkaufsportals Piazza, einer zentralen webbasierten Bestellplattform mit einem ausgewählten Warenkorb, der sich an den Standards zur nachhaltigen Beschaffung sowie an der Ethikrichtlinie orientiert	Oktober 2007	Portal ist im Einsatz
	Einführung neuer Produkte im zentralen Einkaufsportal der Commerzbank	Fortlaufend	Aufnahme von Produkten, die mit dem Ökosiegel „Blauer Engel“ ausgezeichnet sind; Angebot von Kugelschreibern, die zu 80 % aus nachwachsenden und kompostierbaren Rohstoffen bestehen („Bio-Pen“)
Mitarbeiter			
Unternehmenskultur und Werte Schaffung einer verbindlichen und verbindlichen Unternehmenskultur	Kontinuierliche Information und Durchführung von Workshops zu den fünf Unternehmenswerten (ComWerte) sowie Ausweitung auf die Mitarbeiter der ehemaligen Dresdner Bank	Fortlaufend	Teilnahme von rund 24 000 Mitarbeitern an über 2 000 ComWerte-Workshops seit Juni 2007; Einführung des ComWerte-Wikis als Raum für die interne Wertediskussion seit Februar 2008; Vorstellung des Dokumentarfilms „Wofür wir stehen. ComWerte – der Film“ im Februar 2009
Vereinbarkeit von Beruf und Familie Angebot von Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie zur Schaffung eines familienfreundlichen Arbeitsumfelds	Kontinuierlicher Ausbau der Kinderbetreuung für Mitarbeiter in weiteren Gebietsfilialen	Fortlaufend	Angebot Kindernotfallbetreuung an 17 Standorten im Bundesgebiet Ende 2008 durch „Kids & Co.“; Ausweitung des Angebots auf Dresdner Bank-Mitarbeiter im Juni 2009. Bundesweit Beratung und Vermittlung über Familienservice zu Kinderbetreuung vor Ort. Regelbetreuung im Krippen- und Kindergartenbereich (200 Vollzeitplätze, überwiegend in Frankfurt) für Eltern der neuen Commerzbank
	Ausbau des Beratungs- und Veranstaltungsangebots zur Pflege naher Angehöriger	Juni 2008 Fortlaufend	Einführung von Kompetenztrainings „Pflege“ im Zuge der Umsetzung des Pflegezeitgesetzes im Juni 2008; Ausweitung des Angebots auf die Dresdner Bank-Mitarbeiter

Zielsetzung	Maßnahmen	Zieltermin	Performance-Highlights 2007 – 2009
Mitarbeiter (Fortsetzung)			
Vereinbarkeit von Beruf und Familie (Fortsetzung)	Information für Mitarbeiterinnen im Mutterschutz, Mitarbeiter/innen in der Elternzeit, Dauerkranke sowie Wehr- und Ersatzdienstleistende	Fortlaufend	Veröffentlichung der Informationsschrift „Comeback-Info“ im März 2008 mit Geltungsbereich für alle Mitarbeiter der neuen Commerzbank; Entwicklung eines Diversity-Portals, das ab 2010 für alle Mitarbeiter der neuen Commerzbank zugänglich sein wird
Diversity-Management Schaffung einer facettenreichen Unternehmenskultur durch die Förderung der Vielfalt der Mitarbeiterschaft	Ausbau der Informations- und Weiterbildungsangebote zum Thema Diversity, Förderung von Diversity-Netzwerken	Fortlaufend	Durchführung von zahlreichen Workshops und Veranstaltungen, z. B. im Rahmen des „forum diversity“ zu den Themen „kulturelle Vielfalt“ und „Generationen (Demografie)“, z. B. Lunch & Learn „Demografischer Wandel – Herausforderung und Chance“; Förderung der Netzwerke Arco (Schwulen-/Lesben-Netzwerk), Courage (Frauen im Beruf) und Fokus Väter (Väter im Beruf)
	Förderung von Frauen im Beruf	Fortlaufend	Angebot von zahlreichen Veranstaltungen für Frauen im Beruf, wie z. B. die Tagung „FrauenMachtKarriere – Spielregeln des Erfolgs“; Cross-Mentoring-Programm, Frauennetzwerk Courage
Talent Management	Verstärkte Positionierung als attraktiver Arbeitgeber bei potenziellen Nachwuchskräften	Fortlaufend	Neuaufgabe des Nachwuchskräfte-Programms „NewCom“; Fortführung des „Career-Ship“ und „management meets campus“
Gesundheitsmanagement Förderung und Erhaltung der Gesundheit der Mitarbeiter	Durchführung von Workshops und Veranstaltungen zu Gesundheitsthemen, z. B. zu gesunder Ernährung, Bewegung, Stress- und Suchtprävention	Fortlaufend	Bereitstellung eines „Gesundheitsfonds 2009“ mit Workshops und Gesundheitstagen, Integration des Betriebssports, Aktivitäten im Rahmen der Pandemievorsorge, Ausbau der Suchtpräventionsangebote, z. B. Einsatz von betrieblichen Suchtkrankenhelfern
	Projekt „Im Lot – Ausgeglichen bei der Arbeit“	Fortlaufend	Durchführung von Workshops, Interviews, Gesundheitsbefragung sowie Analyse der Ergebnisse; die abgeleiteten Maßnahmen werden ab Herbst 2010 umgesetzt, z. B. in Form von Qualifizierungsmaßnahmen für Mitarbeiter und Führungskräfte zur Erweiterung ihrer Gesundheitskompetenz und durch die Einrichtung eines Mitarbeiterbeirats
Gesellschaft			
Gesellschaftliches Engagement Wahrnehmung der Verantwortung als Teil der Gesellschaft durch schwerpunktmäßiges Engagement in den Bereichen Bildung, Kultur und Sport	Organisatorische Zusammenführung der Commerzbank- und Dresdner Bank-Stiftungen unter dem Dach eines neuen Stiftungszentrums	Dezember 2010	Festlegung des zukünftigen Förderschwerpunkts „Bildung“ im Jahr 2008
	Förderung des Internationalen Commerzbank-Kammermusikpreises	September 2010	Verleihung des 1. Internationalen Kammermusikpreises 2008; Festlegung der Instrumentenkategorie Klaviertrio/Klavierquartett für den 2. Kammermusikpreis im Jahr 2010
	Förderung der Exzellenzinitiative CAMPUS OF EXCELLENCE	Fortlaufend	Die Kernmodule der Initiative „job factory“, „praxis academy“ und „summer school“ sowie Symposien, Vortragsreihen und Workshops im Rahmen des Alumni-Netzwerks
	Förderung des Umweltbildungsprojekts „Praktikum für die Umwelt“	Fortlaufend	Auszeichnung durch die UNESCO als „Offizielles Projekt der UN-Weltdekade 2007/2008 Bildung für nachhaltige Entwicklung“; mehr als 1 100 Praktikanten haben in den letzten 20 Jahren ein Praktikum absolviert; Aufnahme von zwei weiteren Ausbildungsstätten
	Ausbau der Programme und Einsatzmöglichkeiten im Bereich ehrenamtliches Mitarbeiterengagement	Fortlaufend	Kontinuierliches Engagement der Mitarbeiter in verschiedenen Commerzbank-Initiativen, z. B. CAMPUS OF EXCELLENCE, der Internatsschule Hansenberg sowie der Frankfurt School of Finance & Management
	Premiumpartner des DFB im Breiten- und Spitzensport	August 2008	Unterstützung der Männer- und der Frauen-Nationalmannschaft, Nachwuchsförderung im Breitensport; Unterstützung der Qualifizierungsoffensive, in deren Rahmen bis Ende 2008 insgesamt 130 000 haupt- und ehrenamtliche Trainer, Betreuer und Jugendleiter eine Lizenz für das Training oder als Vereinsmanager erworben haben
	Nationaler Förderer der FIFA Frauenfußball-Weltmeisterschaft 2011™ in Deutschland	Fortlaufend	Vertragsabschluss im März 2009
	Zusammenführung der Sponsoring-Aktivitäten von Commerzbank und Dresdner Bank (inklusive Dresdner Kleinwort)	Fortlaufend	Grünes Band, Frankfurt Marathon, Zusammenführung des von der Commerzbank geförderten Triathleten Timo Bracht und des von Dresdner Kleinwort geförderten Triathlon-Teams um Normann Stadler
	Förderung der finanziellen Allgemeinbildung in der Gesellschaft	Juni 2009	Veröffentlichung der Broschüre „Die Finanzmarktkrise – Wie es dazu kam und was nun zu tun ist“ im Juni 2009; mehrfacher Nachdruck wegen großer Nachfrage

GRI Content Index

Bei unserer Berichterstattung zur unternehmerischen Verantwortung orientieren wir uns an den international anerkannten Leitlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI) unter Einbeziehung der „Sector Supplements“ für Unternehmen der Finanzbranche. Dies dient dazu, den aktuellen Status unserer Leistungen im Bereich der unternehmerischen Verantwortung für den Leser besser nachvollziehbar sowie überprüfbar zu machen. Die Berichterstattung orientiert sich an der dritten und damit aktuellen Version der GRI-Leitlinien „G3“. Der Bericht wurde durch die GRI überprüft und erfüllt die höchste Anwendungsebene (Application Level „A“). In dem hier abgebildeten GRI Content Index werden die behandelten GRI-Indikatoren zur besseren Übersicht als

Kurzversion dargestellt. Die Seitenverweise zeigen an, wo im Bericht die jeweiligen Informationen zu finden sind. Aus Platzgründen haben wir auf die Darstellung einiger Zusatzindikatoren sowie der Kernindikatoren verzichtet, die für uns als Finanzdienstleister nicht relevant sind. Außerdem hat sich die Commerzbank verpflichtet, die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen einzuhalten. Im nachfolgenden Index wird in der linken Spalte jeweils auf die Darstellung der entsprechenden Informationen verwiesen. Damit gilt der Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2009 gleichzeitig als Fortschrittsbericht („Communication on Progress“) und Rechenschaftslegung in Bezug auf die Erfüllung der zehn Prinzipien des UN Global Compact.

UN Global Compact	GRI-Indikator	Seite	Erfüllungsgrad
1. Strategie und Analyse			
1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	S. 2-4	↑
1.2	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	S. 2-3, 58, 61	↑
2. Organisationsprofil			
2.1	Name der Organisation	U2, U3	↑
2.2	Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	S. 5, 7, 64-65	↑
2.3	Organisationsstruktur einschließlich der Hauptabteilungen, der verschiedenen Betriebsstätten, Tochterunternehmen und Joint Ventures	S. 49-51 GB, U4	↑
2.4	Hauptsitz der Organisation	U3	↑
2.5	Länder der Geschäftstätigkeit	GB, U 5-6	↑
2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform	U3, S. 5 GB, S. 25	↑
2.7	Märkte	GB, U 5-6, S. 52 ff.	↑
2.8	Größe der Organisation	S. 6, 76 GB, S. 185 ff.	↑
2.9	Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	S. 5-7	↑
2.10	Auszeichnungen	S. 10 (Comenius EduMedia Siegel), 17 (Auszeichnungen der Mittelstandsbank), 35 (Faire Chancen, gutes Klima), 68 (European Energy Trophy), 80 (Ideen machen Zukunft), 87 (Weltdekade der Bildung für nachhaltige Entwicklung)	↑
3. Berichtsparameter			
3.1	Berichtszeitraum	U2	↑
3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts	U2, S. 2	↑
3.3	Berichtszyklus	U2	↑
3.4	Ansprechpartner	U3	↑
3.5	Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts	U2, S. 59	↑
3.6	Berichtsgrenze	U2	↑
3.7	Beschränkungen des Berichtsumfanges	U2	↑
3.8	Joint Ventures, Töchter, Outsourcing	U2	↑
3.9	Datenerfassung	U2	↑
3.10	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	U2	↑ Die „Fortschritte im Berichtszeitraum“ sowie der „Rückblick & Ausblick“ wurden in diesem Bericht überarbeitet und in ein „CR-Programm“ und eine „CR-Roadmap“ umstrukturiert. Wesentliche Inhalte und Ziele wurden übertragen, so dass die Vergleichbarkeit sichergestellt ist.
3.11	Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden		↑ In dem vorliegenden Bericht stellt die Commerzbank erstmals die Verbräuche in den Bereichen Energie, Material und Mobilität transparent und vergleichbar als CO ₂ -Äquivalente dar. Weitere Veränderungen siehe 3.6, 3.7. und 3.10.
3.12	GRI Content Index	S. 91-93	↑
3.13	Bestätigung durch externe Dritte		↑ Der Bericht wurde nicht durch externe Dritte geprüft, jedoch sind sowohl das Umweltmanagement-System als auch die Daten im Geschäftsbericht 2008 zertifiziert bzw. getestet.
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement			
4.1	Führungsstruktur der Organisation	S. 58 GB, S. 12 ff., 28 ff.	↑
4.2	Angabe, ob der Vorsitzende des höchsten Leitungsorgans gleichzeitig Geschäftsführer ist		x Die Aufgaben des Vorstandsvorsitzenden und des Aufsichtsratsvorsitzenden sind gemäß deutschem Recht strikt voneinander getrennt.
4.3	Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans		↑ Dieser Indikator bezieht sich laut Definition nur auf Organisationen, die keinen Aufsichtsrat haben und ist somit für die Commerzbank nicht relevant.
4.4	Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an das höchste Leitungsorgan		↑ Aktionäre haben im Rahmen der Hauptversammlung regelmäßig die Möglichkeit, Empfehlungen an den Vorstand zu richten. Darüber hinaus können Aktionäre und Investoren auf Roadshows oder Investorentagen mit dem Vorstand persönlich in Kontakt treten oder über die Abteilung Investor Relations schriftliche Empfehlungen an ihn richten. Die Mitarbeiter können u. a. im Rahmen der jährlich stattfindenden Mitarbeiterbefragungen, über das hauseigene Ideenmanagement ComIdee oder einfach per E-Mail Empfehlungen beim Vorstand einreichen.
4.5	Zusammenhang zwischen der Bezahlung der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans, der leitenden Angestellten und der Mitglieder der Geschäftsführung und der Leistung der Organisation	S. 82 GB, S. 28 ff.	↑
4.6	Mechanismen des höchsten Leitungsorgans zur Vermeidung von Interessenkonflikten	S. 61, 64	↑
4.7	Qualifikation der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen	S. 2-3, 55, 58	↑
4.8	Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	S. 23-24 (Klimastrategie), 54 (ComWerte), 55 (Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung), 57 (Menschenrechte), 61 (Corporate Governance), 67 (Umwelt-Leitlinien)	↑

UN Global Compact	GRI-Indikator	Seite	Erfüllungsgrad
	4.9 Verfahren des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	S. 55, 58	↑
	4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des höchsten Leitungsorgans	S. 55, 88-90	→ Der Aufsichtsrat überprüft laufend die Effizienz der Tätigkeit des Vorstands. Dazu zählt unter anderem die Leistung im Bereich Nachhaltigkeit. Zudem wird momentan ein Vergütungsmodell erarbeitet, das noch stärker Akzente auf die Themen Nachhaltigkeit und Langfristigkeit legt.
7	4.11 Vorsorgeprinzip	S. 7, 58-59, 61-62 GB, S. 124 ff.	↑
	4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	S. 10 (EU-Finanzmarkttrichtlinie MiFID), 16-17 (Exportfinanzierung), 24 (Kommunikation zum Klimaschutz), 56-57 (CR-Roadmap/UN Global Compact), 65 (Global Liquidity Program)	↑
	4.13 Mitgliedschaften	S. 25 (Finanz-Forum: Klimawandel), 44 (CAMPUS OF EXCELLENCE), 48 (Das Einmaleins des Umgangs mit Geld), 68 (Externe Engagements für den Umwelt- und Klimaschutz), 84 (Programme zum Mitarbeiterengagement), 85 (Stiftungsengagement)	↑
	4.14 Stakeholdergruppen	S. 59-60	↑
	4.15 Auswahl der Stakeholdergruppen	S. 59, 60	↑
	4.16 Einbeziehung von Stakeholdern	S. 18-19 (Unternehmerperspektiven), 21-22 (Interview Schellhuber), 28 (Vernetzung mit Forschung, Politik und Wirtschaft), 59-60 (Transparente Stakeholder-Dialoge), 68 (Einbindung der Mitarbeiter in den Umwelt- und Klimaschutz)	↑
	4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern	S. 33-34 (Interview Sieber), 59-60 (Transparente Stakeholder-Dialoge), 76-77 (Ein Weg zur Mitarbeiterzufriedenheit), 83 (Partnerschaftliche Zusammenarbeit auch bei Mitbestimmung)	↑
Financial Service Sector Supplement FS55			
	FS1 Umweltpolitik und Richtlinien (sup)	S. 23-24, 55, 67-69	↑
	FS2 Prozesse zur Behandlung von Umweltrisiken in den wichtigsten Geschäftsbereichen (sup)	S. 16-17, 23-24, 55, 58, 61-62, 67	↑
	FS3 Überwachung der Einhaltung von vereinbarten Umwelt- und Sozialrichtlinien durch Kunden (sup)	S. 16-17, 55, 58, 61-62, 63	↑
	FS4 Prozesse zur Verbesserung der Kompetenz der Mitarbeiter bezüglich ökologischer und sozialer Grundsätze (sup)	S. 24, 55, 67-69, 73, 74, 75	↑
	FS5 Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen betreffend Umwelt- und sozialen Risiken (sup)	S. 18-19, 21-22, 24, 25, 28, 59-60, 62, 63	↑
	FS6 Anteil des Portfolios für Geschäftsbereiche nach Regionen, Größe und Sektor (sup)	GB, S. 60-67, 70-75, 81-91, 92-100, 101-105	↑
	FS7 Wert der Produkte und Dienstleistungen, mit sozialem Nutzen nach Zweck (sup)	S. 18, 19, 41-42, 43, 44-45, 48, 49-51, 65, 66, 86-87	↑
	FS8 Wert der Produkte und Dienstleistungen, mit ökologischem Nutzen nach Zweck (sup)	S. 19, 25, 26-28, 29-31	↑
	FS9 Anwendungsbereiche und Frequenz von Audits zur Umsetzung von Umwelt- und Sozialrichtlinien (sup)	S. 67	↑ Das Umweltmanagement-System wird einmal jährlich auditiert.
	FS10 Anteil der Unternehmen des Firmenportfolios, mit welchen Umwelt- und Sozialthemen diskutiert wurden (sup)		↑ Es wurden mit allen Unternehmen (100 %) des Firmenportfolios Umwelt- und Sozialthemen diskutiert.
	FS11 Anteil der Anlagen, die auf positive oder negative Umwelt- oder Sozialleistung geprüft werden (sup)		n.b. Der Indikator wird momentan noch nicht erhoben, soll jedoch langfristig geprüft werden.
	FS12 Abstimmungspolitik zu Umwelt- oder Sozialthemen für Anteile, bei denen das berichtende Unternehmen zur Stimmrechtsausübung berechtigt ist (sup)		→ Umwelt- oder Sozialthemen spielen für Entscheidungen, bei denen die Commerzbank stimmberechtigt ist, immer auch eine Rolle.
	FS13 Zugang zu Dienstleistungen des Unternehmens für Personen in wirtschaftlich schwachen bzw. wenig bevölkerten Regionen (sup)	S. 19, 65-66	↑ Die neue Commerzbank weist das dichteste Filialnetz aller Banken in Deutschland auf.
	FS14 Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu Dienstleistungen für Benachteiligte (sup)	S. 19, 48, 64	↑ Sowohl die Gebäude als auch die Technik der Commerzbank-Filialen werden bei Umbauten barrierefrei gestaltet.
	FS15 Richtlinien für faire Gestaltung und fairen Verkauf von Finanzprodukten und -dienstleistungen (sup)	S. 10, 61, 63, 65	↑
	FS16 Beitrag zur finanziellen Allgemeinbildung nach Anspruchsgruppen (sup)	S. 10, 12, 14-15, 28, 48, 49, 50, 62, 65	↑
Ökonomische Leistungsindikatoren			
1,4,6,7	Managementansatz	S. 4-7, 9-10	↑
	EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	S. 4, 6 GB, S. 185 ff.	↑
7	EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels	S. 23-24	↑
	EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	S. 82	↑
	EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand		n.b. Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand können aufgrund von Vorgaben zum Datenschutz nicht kommuniziert werden.
	EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben für Zulieferer	S. 68-69	↑
6	EC7 Standortbezogene Personalauswahl		↑ Die Commerzbank beschäftigt zu 96,7 % deutsche Staatsbürger, zu 1,8 % andere EU-Bürger und zu 1,5 % Nicht-EU-Bürger.
	EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	S. 41-42, 84-87	↑
Ökologische Leistungsindikatoren			
7,8,9	Managementansatz	S. 23-24, 67-68, 68-69, 71-75	↑
8	EN1 Eingesetzte Materialien	S. 72-73	↑
8,9	EN2 Recyclingmaterial	S. 73-74	↑ Der Anteil von Recyclingpapier an der Gesamtpapiermenge lag 2007 bei 22 % und 2008 bei 19 %.
8	EN3 Direkter Energieverbrauch	S. 70, 71-72	↑
8	EN4 Indirekter Energieverbrauch	S. 70, 71-75	↑
8,9	EN5 Energieeinsparung (ad)	S. 72	↑
8,9	EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien (ad)	S. 19, 24, 72	↑
8,9	EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs (ad)	S. 24, 73-74, 75	↑
8	EN8 Gesamtwasserentnahme		↑ Der Gesamtwasserverbrauch der Commerzbank lag 2007 bei 355 000 m ³ und 2008 bei 360 280 m ³ . Die Commerzbank bezieht ihr Wasser aus 280 verschiedenen Stadtwerken vor Ort.
8,9	EN10 Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser (ad)		↑ Die Commerzbank konnte 2007 insgesamt 44 589 m ³ und 2008 46 410 m ³ Wasser zurückgewinnen bzw. wiederverwenden.
8	EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten		↑ Die von der Commerzbank genutzten Grundstücke liegen nicht in oder an Schutzgebieten.

UN Global Compact	GRI-Indikator	Seite	Erfüllungsgrad
8	EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume (ad)	S. 46-47, 87	↑ Die Commerzbank schützt natürliche Lebensräume durch diverse Projekte wie z. B. im Rahmen des Praktikums für die Umwelt, das u. a. zum Ziel hat, Lebensräume zu erhalten und Bewusstsein für Umwelt- und Klimaschutz zu schaffen. Darüber hinaus werden die emittierten CO ₂ -Emissionen ausgewählter Projekte durch den Kauf von Emissionsminderungszertifikaten aus anerkannten Klimaschutzprojekten kompensiert.
8	EN16 Treibhausgasemissionen	S. 70-71	↑
8	EN17 Andere Treibhausgasemissionen	S. 70-75	↑
7,8,9	EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen (ad)	S. 71, 72, 72-73, 75	↑
8	EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	S. 74	↑
7,8,9	EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen	S. 23-24	↑
8	EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen		↑ Es wurden keine Sanktionen wegen Umweltverstößen verhängt.
8	EN29 Auswirkungen des Transports (ad)	S. 74-75	→
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken & Menschenwürdige Beschäftigung			
1,3,6	Managementansatz	S. 54, 55, 56-57, 57, 76, 77-78, 78-80, 80-81, 82, 83	↑
	LA1 Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region	S. 76, 79, 80, 83	↑
6	LA2 Mitarbeiterfluktuation	S. 77	→ Die Mitarbeiterfluktuation soll langfristig nach Altersgruppe, Geschlecht und Region erhoben werden.
	LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte (ad)	S. 82	→
1,3	LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen	S. 76, 79	↑
3	LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	S. 83	↑
1	LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter (ad)		↑ Bei der Commerzbank werden 100 % der Gesamtbelegschaft durch Arbeitsschutzausschüsse vertreten.
1	LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle	S. 80-81	→ Verletzungen und Berufskrankheiten sollen bei der internen Datenerfassung langfristig berücksichtigt werden.
1	LA8 Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten	S. 36, 80-81	↑
1	LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften (ad)	S. 80-81	↑ Vereinbarungen zu Arbeitsschutz-Themen werden mit dem Betriebsrat getroffen. Einige Betriebsratsmitglieder sind auch Mitglieder von Gewerkschaften.
	LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	S. 78	↑
	LA11 Programme für das Wissensmanagement und für lebenslanges Lernen (ad)	S. 80	→
	LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern (ad)	S. 78	↑
1,6	LA13 Zusammensetzung der leitenden Organe	S. 78, 79	↑
1,6	LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht	S. 82	↑
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte			
1,2,3,4,5,6	Managementansatz	S. 55, 56-57, 57, 63, 78, 81, 83	↑
1,2,3,4,5,6	HR1 Investitionsvereinbarungen	S. 16-17, 57, 58	↑
1,2,3,4,5,6	HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen	S. 57, 68-69	↑
1,2,6	HR4 Vorfälle von Diskriminierung		↑ Die Commerzbank hat im Rahmen ihres Diversity-Managements vielfältige Maßnahmen zur Vermeidung von Diskriminierung ergriffen. Diese Maßnahmen werden in der für alle Mitarbeiter verbindlichen Verhaltensrichtlinie explizit zusammengeführt. Konkrete Daten können zum Schutz der Mitarbeiter nicht veröffentlicht werden.
1,2,3	HR5 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	S. 56-57	↑ Die Commerzbank achtet die Arbeitnehmerrechte, die Vereinigungsfreiheit sowie das Recht auf Kollektivverhandlungen ihrer Mitarbeiter uneingeschränkt. Es sind keine Fälle bekannt, bei denen die Einhaltung der Rechte gefährdet war oder ist.
1,2,5	HR6 Kinderarbeit	S. 56-57	↑
1,2,4	HR7 Zwangsarbeit	S. 56-57	↑
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft			
10	Managementansatz	S. 60, 61-62	↑
	S01 Auswirkungen auf das Gemeinwesen	S. 18 (Nachfolgeberatung), 23-24 (Klimastrategie), 65 (Handel mit Entwicklungsländern fördern), 66 (Beteiligung an Mikrofinanzbanken), 83 (Konstruktive Zusammenarbeit im Rahmen des Integrationsprozesses), 84 (Engagement der Mitarbeiter für das Gemeinwohl)	↑
10	S02 Korruptionsrisiken		↑ Rund 95 % der Unternehmenseinheiten sind erfasst.
10	S03 Schulungen zur Antikorruptionspolitik und -verfahrensweisen	S. 62	↑
10	S04 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		↑ Im Berichtszeitraum gab es einen Korruptionsfall im Baubereich. Generell gilt das „Null-Toleranz-Prinzip“ gegenüber Korruption. Die „Gift Policy“ besteht bereits und die „Anti Fraud Policy“ soll im 2. Quartal 2010 in Kraft treten.
1 bis 10	S05 Lobbying	S. 60	↑
	S08 Bußgelder und nicht monetäre Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften		n.b. Nicht berichtet aufgrund interner Regeln und Richtlinien. Über die Möglichkeit einer zukünftigen Berichterstattung dieses Indikators wird zu einem späteren Zeitpunkt befunden.
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung			
1,8	Managementansatz	S. 5, 7, 9-10, 11, 12-13, 61, 64	↑
8	PR3 Produktinformationen	S. 10	↑ Die gesetzlichen Bestimmungen zur Aufklärung über Risiken der Produkte hält die Commerzbank in vollem Umfang ein. Darüber hinaus engagiert sie sich kontinuierlich für eine umfassende und transparente Beratung ihrer Kunden.
	PR5 Kundenzufriedenheit (ad)	S. 11, 12-13, 16, 49	↑
	PR6 Standards in Bezug auf Werbung	S. 10, 61, 65, 86-87	↑ Die Commerzbank hält sich an alle nationalen und internationalen Gesetze im Umgang mit Werbung und Sponsoring.
	PR9 Bußgelder wegen Verstoßes gegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben		n.b. Nicht berichtet aufgrund interner Regeln und Richtlinien. Über die Möglichkeit einer zukünftigen Berichterstattung dieses Indikators wird zu einem späteren Zeitpunkt befunden.

Legende	Verweise
↑ vollständig erfüllt	S, X Seite im Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2009 der Commerzbank
→ partiell erfüllt	GB, S. X Seite im Geschäftsbericht 2008
↓ nicht erfüllt	
x nicht relevant	Indikatoren
n.b. nicht berichtet (aufgrund von rechtlichen bzw. regulatorischen Bestimmungen, nicht erhobenen Daten oder internen Regeln und Richtlinien)	Ohne Kennzeichnung Kernindikatoren
	(ad) Zusatzindikatoren (optional)
	(sup) „Sector Supplements“ für Unternehmen der Finanzbranche (optional)

Glossar

CO₂-Äquivalent

Das CO₂-Äquivalent (Abkürzung CO₂e) ist eine Berechnungsgröße zur einheitlichen Bewertung von Treibhausgasen. Dabei wird jedes Treibhausgas hinsichtlich seiner Treibhauswirkung umgerechnet. Als Richtwert dient das Treibhauspotenzial von Kohlendioxid. Beispielsweise werden Emissionen des Gases Methan, das 25-mal klimawirksamer als Kohlendioxid ist, mit dem Faktor 25 multipliziert.

Compliance

Compliance bezeichnet die Einhaltung von nationalen und internationalen Gesetzen und Richtlinien sowie freiwilligen Kodizes in einem Unternehmen. Eigens dafür eingerichtete Abteilungen kontrollieren, dass entsprechende Richtlinien z. B. zu Insiderhandel, Geldwäsche oder zum Verhalten bei Interessenkonflikten befolgt 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 (CR)

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.

Demografischer Wandel

Demografischer Wandel bezeichnet Änderungen der altersmäßigen Verteilung innerhalb einer Bevölkerung. Aufgrund niedriger Geburtenraten und hoher Lebenserwartung kommt es in den Industrieländern vielfach u. a. zu einer Alterung der Bevölkerung. Diese hat Auswirkungen auf sämtliche Bereiche der Gesellschaft – z. B. auf den Arbeitsmarkt oder die Sozialversicherungen.

Diversity

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

Emissionsrechtehandel

Der Handel mit Emissionen wurde im Kyoto-Protokoll als flexibles Instrument zur kosteneffizienten Reduktion von Treibhausgasemissionen etabliert. Weltweit führendes Emissionshandelssystem ist das European Union Emission Trading Scheme (EU ETS), das am 1. Januar 2005 gestartet ist. Es erteilt Unternehmen mit seinen Zertifikaten das Recht, bestimmte Mengen CO₂ zu emittieren. Ist der Ausstoß eines Unternehmens geringer, kann es Zertifikate verkaufen. Im umgekehrten Fall müssen Zertifikate hinzugekauft werden. Die erste Handelsperiode umfasst die Jahre 2005 bis 2007, die zweite Handelsperiode die Jahre 2008 bis 2012.

Forest Stewardship Council (FSC)

Der Forest Stewardship Council ist eine internationale gemeinnützige und unabhängige Organisation zur Förderung verantwortungsvoller Waldwirtschaft. Die von ihm entwickelten Kriterien sollen unkontrollierte Abholzung, Umweltbelastungen und Menschenrechtsverletzungen verhindern.

Green House Gas Protocol (GHG Protocol)

Das Green House Gas Protocol (Treibhausgas-Protokoll) ist ein weltweit anerkanntes Instrument zur Berechnung und Steuerung von Treibhausgasemissionen, das in Kooperation zwischen dem World Business Council for Sustainable Development und dem World Resources Institute entwickelt wurde.

Global Reporting Initiative (GRI)

Die Global Reporting Initiative ist Herausgeberin der GRI-Leitlinien. Die international anerkannten Leitlinien beinhalten zahlreiche Indikatoren zur ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistung eines Unternehmens, die bei der Nachhaltigkeits- beziehungsweise CR-Berichterstattung berücksichtigt werden sollten.

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.

Issue Management

Issue Management bezeichnet den Prozess des Erkennens, des Bewertens und der aktiven Steuerung von Themen, die von den (→) Stakeholdern eines Unternehmens als relevant bewertet werden und dadurch dessen (→) Reputation beeinflussen. Hierzu gehören Zielgruppenanalysen, aktive Beteiligung an Diskussionen und die Anregung unternehmensinterner Prozesse für einen verantwortlichen Umgang mit kritischen Themen.

Markets in Financial Instruments Directive (MiFID)

Die Markets in Financial Instruments Directive, kurz: Finanzmarkttrichtlinie, der Europäischen Union dient der Harmonisierung der Finanzmärkte im europäischen Binnenmarkt. Sie soll für mehr Wettbewerb unter den europäischen Finanzdienstleistern und einen besseren Anlegerschutz sorgen und berührt nahezu alle Geschäftsprozesse einer Bank.

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.

Nichtregierungsorganisation (NRO)

Eine Nichtregierungsorganisation ist eine regierungsunabhängige Organisation, die auf gemeinnütziger Basis tätig ist und sich für soziale, ökologische und ökonomische Interessen einsetzt. Beispiele für NROs sind Umwelt- und Sozialorganisationen oder Gewerkschaften.

OECD Common Approaches

Die Common Approaches (Gemeinsame Ansätze) der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) beinhalten Vorgaben für die Überprüfung ökologischer und sozialer Aspekte bei der Vergabe staatlicher Kreditversicherungen für Export- und Projektfinanzierungen. Sie gelten seit Anfang 2004 verbindlich für alle OECD-Mitgliedsstaaten und werden fortlaufend aktualisiert.

Public Affairs

Der Ausdruck Public Affairs bezeichnet die Beratungstätigkeit von Unternehmen und Verbänden im Vorfeld der politischen Entscheidungsfindung. Sie soll politischen Entscheidungsträgern die Sichtweisen der Unternehmen und Märkte vorstellen sowie die Unternehmen über die Entwicklung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf dem Laufenden halten.

Public Private Partnership

Der Begriff Public Private Partnership bezeichnet Kooperationen zwischen öffentlicher Hand, z. B. Bund, Ländern oder Kommunen, und der privaten Wirtschaft. Hierbei stellen Unternehmen finanzielle Mittel, Expertise oder Dienstleistungen zur Entlastung der öffentlichen Hand zur Verfügung, um gemeinsame Ziele zu realisieren.

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

Als Stakeholder werden Anspruchs- oder Interessensgruppen bezeichnet, die in einer direkten oder indirekten Beziehung zu einem Unternehmen stehen. Neben den Anteilseignern gehören hierzu beispielsweise Mitarbeiter, Kunden, Lieferanten, Medien, (→) Nichtregierungsorganisationen (NROs), Gesellschaft, Politik oder die Wissenschaft.

UN Global Compact

Der Global Compact der Vereinten Nationen ist ein freiwilliger Pakt zwischen Unternehmen, Organisationen und der UN, in dessen Rahmen sich die Mitglieder zu zehn Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung bekennen. Gemeinsam verpflichten sie sich dazu, die Prinzipien im eigenen Unternehmen zu etablieren und umzusetzen. Dem größten Multistakeholder-Netzwerk im Bereich verantwortungsvollen Wirtschaftens gehören mittlerweile über 5 000 Unternehmen an.

VfU

Der Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen bietet Finanzdienstleistern, die Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung übernehmen, ein Forum für den fachbezogenen Meinungs- und Informationsaustausch sowie zur Entwicklung neuer Strategien und Instrumente. Der international etablierte VfU-Standard ermöglicht beispielsweise einen Vergleich von Banken, Sparkassen und Versicherungen im Bereich Betriebsökologie.

Kontakt & Impressum

Herausgeber

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

Verantwortlich

Group Communications

Projektleitung und Ansprechpartner

Uwe R. Prim
Simone Heckerodt
Volker Moege
Telefon: (069) 136-2 36 18
Telefax: (069) 136-2 20 08
nachhaltigkeit@commerzbank.com

Konzeption, Texterstellung und Beratung

Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

Papier

Heaven 42, Planojet

Druck

Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main

Bildnachweis

Titelbild / getty images / altrendo images
Timo Volz (S. 8, 32, 34)
Markus Goetzke (S. 2, 13, 30)
Norbert Hüttermann (S. 4)
Firma Manz Automation AG (S. 17)
Firma Maschinenbau Kitz GmbH (S. 18)
Urban Ruths Photography (S. 19)
Nadine Stanke, FOTO HOLLIN (S. 20, 22)
Nicolas Russell / getty images (S. 26)
Norbert Eisele-Hein / mauritius images / imagebroker (S. 23)
Beck Energy GmbH (S. 28)
Sabine Vielmo, Stiftung Biosphärenreservat Schaalsee (S. 46)
SIDI-Sportmanagement (S. 48)
Daniel Butowski (S. 47)



Mix

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

klimateutral gedruckt

www.natureOffice.com / DE-140-440031

Der vorliegende Bericht wurde klimaneutral gestellt. Die durch Herstellung und Verteilung dieser Publikation verursachten Treibhausgasemissionen in Höhe von 14,6 t CO₂-Äquivalenten wurden durch zusätzliche hochwertige Klimaschutzmaßnahmen in der Türkei, das Windenergieprojekt in Izmir, kompensiert.

Dieser Bericht liegt auch in englischer Sprache vor.
Beide Sprachfassungen sind im Internet abrufbar.

<http://nachhaltigkeit2009.commerzbank.de>

Disclaimer

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Dieser Bericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen zur Geschäfts- und Ertragsentwicklung der Commerzbank, die auf unseren derzeitigen Plänen, Einschätzungen, Prognosen und Erwartungen beruhen sowie zu wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen. Die Aussagen beinhalten Risiken und Unsicherheiten. Denn es gibt eine Vielzahl von Faktoren, die auf unser Geschäft einwirken und zu großen Teilen außerhalb unseres Einflussbereichs liegen. Dazu gehören vor allem die konjunkturelle Entwicklung, die Verfassung der Finanzmärkte weltweit und mögliche Kreditausfälle. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können also erheblich von unseren heute getroffenen Annahmen abweichen. Eine Gewähr für diese Aussagen kann daher nicht übernommen werden. Wir übernehmen auch keine Verpflichtung, die zukunftsgerichteten Aussagen angesichts neuer Informationen oder unerwarteter Ereignisse zu aktualisieren.

