



Verantwortung.
Vertrauen.
Zuversicht.

Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2013

Die Bank an Ihrer Seite

Ausgewählte Kennzahlen

Zentrale Unternehmenskennzahlen	2010	2011	2012
Operatives Ergebnis (Mio. €)	1 386	507	1 216
Ergebnis vor Steuern (Mio. €)	1 353	507	905
Konzernergebnis ¹ (Mio. €)	1 430	638	6
Bilanzsumme ² (Mrd. €)	754,3	661,8	635,9
Mitarbeiter			
Inland ³	45 301	44 474	42 857
Ausland ³	13 800	13 686	10 744
Gesamt ³	59 101	58 160	53 601
Frauenanteil der Führungsebenen 1–4 gesamt (Commerzbank AG Inland) (%)	23,0	23,1	24,0
Umwelt⁴			
Direkter Energieverbrauch (MWh)	218 988	204 383	209 429
Indirekter Energieverbrauch (MWh)	445 887	442 515	379 200
CO ₂ -Emissionen (t)	127 224	119 475	107 114
Papierverbrauch (t)	5 095	4 888	4 359

¹ Soweit den Commerzbank-Aktionären zurechenbar.

² Jeweils zum 31.12. des entsprechenden Jahres.

³ Kopffzahlen jeweils zum 31.12. des entsprechenden Jahres.

⁴ Alle Umweltkennzahlen beziehen sich auf die Commerzbank AG Inland.

Verantwortung. Vertrauen. Zuversicht.

Über diesen Bericht

Der vorliegende Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2013 legt dar, 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 gleichermaßen an interne wie externe Stakeholder, also Mitarbeiter, Aktionäre, Kunden und alle anderen Personen, die Interesse an der Commerzbank haben. Er bezieht sich grundsätzlich auf die Commerzbank AG im Inland und umfasst alle Aktivitäten im Berichtsjahr 2012. Darüber hinaus wurden relevante Ereignisse noch bis zum Redaktionsschluss am 31. Juli 2013 aufgenommen. Auch die Kennzahlen bilden mit einigen entsprechend ausgewiesenen Ausnahmen grundsätzlich das Berichtsjahr 2012 ab.

Transparente und vergleichbare Berichterstattung

Im Sinne der Vergleichbarkeit und Transparenz wurde auch dieser fünfte Bericht zur unternehmerischen Verantwortung nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Version G3 erstellt. Der Erfüllungsgrad dieser Leitlinien mit der höchsten Anwendungsebene „A“ wurde von der GRI bestätigt (vgl. S. 85). Gleichzeitig ist dieser Bericht unser Fortschrittsbericht („Communication on Progress“) über den Stand der Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact (UNGC). In einer tabellarischen Übersicht werden die erzielten Fortschritte bei den UNGC-Prinzipien erläutert (vgl. S. 80–83).



Qualitative und quantitative Berichtsinhalte

Bei der Auswahl der Inhalte ist die Commerzbank dem Grundsatz der Wesentlichkeit gefolgt und berichtet über die Themen, die für die Beurteilung ihrer Nachhaltigkeitsleistung von Bedeutung sind. Dazu wurde auch im Berichtszeitraum eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt (vgl. S. 49). Die dabei identifizierten Themen bilden entsprechend ihrer Priorisierung die Schwerpunkte des vorliegenden Berichts. Die Kennzahlen im Bericht sind – sofern nicht anders angegeben – für die Commerzbank AG in Deutschland dargestellt. Sie werden dezentral in den einzelnen Fachabteilungen erhoben und von der Abteilung Corporate Responsibility zusammengefasst. Umweltkennzahlen werden vom Umweltmanagement angefordert, bei den einzelnen Fachabteilungen erhoben, analysiert und qualitätsgesichert sowie abschließend wiederum vom Umweltmanagement validiert.

Auch die Erhebung der Umweltkennzahlen ist auf die Commerzbank AG im Inland fokussiert. Darüber hinaus wurde 2012 damit begonnen, die Umweltdaten aller Auslandsfilialen zu ermitteln (Amsterdam, Brüssel, Dubai, Hongkong, London, Luxemburg, Madrid, Mailand, New York, Paris, Peking, Prag, Schanghai, Singapur, Tianjin, Tokio, Wien und Zürich). Derzeit ist allerdings noch keine vollständige Darstellung der Auslandsdaten möglich.

Formale Aspekte

Im Interesse der Lesefreundlichkeit verzichten wir im Text auf geschlechtsbezogene Doppelungen. Auch auf die durchgängige Benennung der Rechtsformen der Konzernunternehmen beziehungsweise gemeinnützigen Einrichtungen wurde zugunsten der Lesefreundlichkeit verzichtet. Der Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2013 liegt in deutscher und englischer Sprache vor und steht im Internet unter www.nachhaltigkeit.commerzbank.de als Download bereit. In diesem Internetportal finden Sie zudem sämtliche Nachhaltigkeitsberichte sowie ergänzende und aktuelle Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit.



Der ausführliche Bericht zur unternehmerischen Verantwortung wird im zweijährigen Turnus veröffentlicht; der nächste erscheint im Jahr 2015. In den Zwischenjahren werden wesentliche Kennzahlen und relevante Entwicklungen in einem im Internet publizierten Statusbericht vorgestellt.



S.10

Nachhaltige Unternehmensführung
 Unternehmerische Verantwortung
 und Nachhaltigkeit sind Grundvoraus-
 setzungen des Geschäfts.



S.20

Kunden
 Fairness und Kompetenz sind bei der
 Commerzbank die tragenden Säulen
 der Kundenbeziehung.

Inhalt

U2 Ausgewählte Kennzahlen

1 Über diesen Bericht

4–5 Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

6–7 Porträt der Commerzbank

8–9 Unsere Rolle in der Gesellschaft

10–19 Nachhaltige Unternehmensführung

10 Risiken verringern, Chancen nutzen

15 Dilemma: Sind eigentlich alle nicht
 nachhaltigen Investments nicht nachhaltig?
 Chris-Oliver Schickentanz

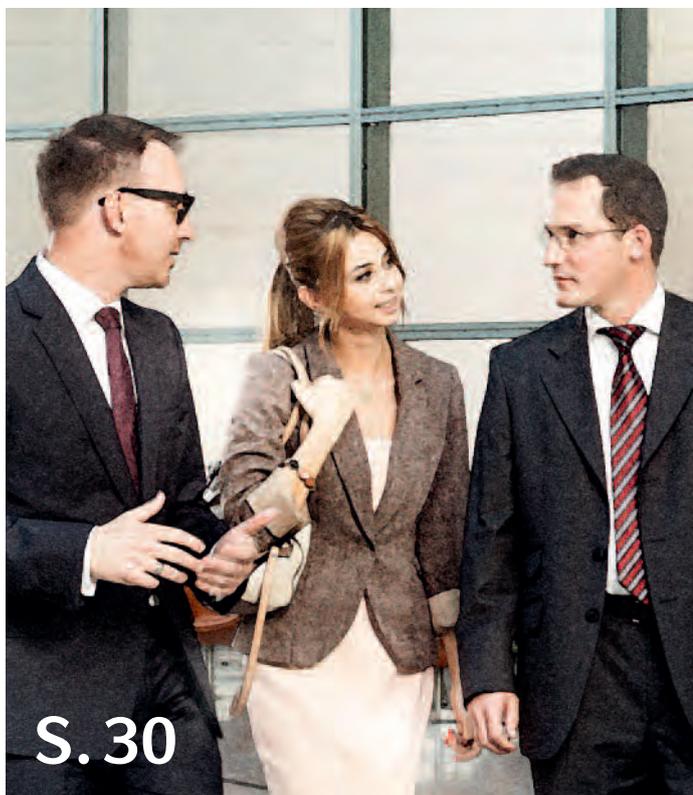
19 Verantwortung: Was heißt das für das
 Bankgeschäft?
 Prof. Dr. Birger Priddat

20–29 Kunden

20 Fair behandeln, kompetent beraten

24 Dilemma: Sind Produkte, die gut für die
 Bank sind, auch gut für den Kunden
 (und umgekehrt)?
 Sabine Schmittroth

29 Vertrauen: Was erwarten die Kunden?
 Hans-Jürgen Kräh



Führung und Mitarbeiter
Die Zukunft im Blick behalten – das ist erklärtes Ziel der Personalarbeit der Commerzbank.



Dialog und Gesellschaft
Die Commerzbank ist auf vielfältige Weise mit ihrem gesellschaftlichen Umfeld vernetzt.

30–37 Führung und Mitarbeiter

- 30 **Modern führen, verantwortungsvoll managen**
- 36 **Dilemma: Können wir ein verantwortungsvoller Arbeitgeber sein, wenn wir gleichzeitig Stellen abbauen?**
Albert Reicherzer
- 37 **Zuversicht: Mut zur Veränderung**
Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin

38–45 Dialog und Gesellschaft

- 38 **Sozial engagieren, zukunftsfähig bleiben**
- 44 **Dilemma: Ist es wirklich verantwortlich, in die Gesellschaft zu investieren, wenn das Geld anderswo fehlt?**
Doris Schwerdtfeger

46–83 Nachhaltigkeitsleistung nach GRI

- 47–53 **Strategie und Programm**
- 54–57 **Governance**
- 58–61 **Markt und Kunden**
- 62–69 **Ökologie**
- 70–75 **Mitarbeiter**
- 76–79 **Gesellschaft**
- 80–83 **GRI-Index und Fortschrittsbericht UN Global Compact**

84 Impressum

- U3 **Bestätigung der GRI**
-



Martin Blessing
Vorstandsvorsitzender

Sehr geehrte Damen und Herren,

die vergangenen Jahre waren keine einfache Zeit für die Commerzbank: Die Subprime-Krise in den USA, die Staatsschuldenkrise im Euroraum und die drastisch verschärfte Regulierung haben die Branche und auch unsere Bank geprägt. Gleichzeitig haben wir eigene Fehler analysiert und aus ihnen gelernt. Außerdem haben wir die umfangreiche Integration von Commerzbank und Dresdner Bank gestemmt. Das war keine Selbstverständlichkeit – erst recht nicht in dem schwierigen Marktumfeld.

Wenn wir also von Nachhaltigkeit und Verantwortung sprechen, sind wir uns der besonderen Bedeutung dieser Begriffe sehr bewusst. Wir tragen die Verantwortung für unsere Entscheidungen, auch wenn die Rahmenbedingungen herausfordernd sind. Und wir müssen verantwortlich mit den Auswirkungen von Krisen auf unser Unternehmen umgehen. Nur so können wir nachhaltig erfolgreich sein.

Genau das haben wir in den vergangenen Jahren gemacht. Wir haben unser Geschäftsmodell an die veränderten Rahmenbedingungen der Finanzbranche angepasst, massiv Risiken reduziert und Kosten gesenkt. Diesen Weg werden wir auch in Zukunft weiter gehen. Das versetzt uns in die Lage, umfangreiche Investitionen in unser Kerngeschäft tätigen zu können, um auch auf der Ertragsseite langfristig und nachhaltig erfolgreich zu sein.

Außerdem bewegt uns die Frage, wie wir als Bank Geld verdienen und gleichzeitig den veränderten Kundenbedürfnissen gerecht werden können. Da nur zufriedene Kunden zu einem dauerhaften Geschäftserfolg führen, steht für uns die Kundenzufriedenheit und nicht der kurzfristige Ertrag an erster Stelle. Wir haben unser Vertriebsmanagement konsequent umgestellt, Leistungsanreize verändert und Mitarbeiter intensiv geschult. Wir haben Fairness und Kompetenz zu Leitwerten im Umgang mit Kunden und bei der Gestaltung unserer Produkte gemacht. Sie gelten gleichermaßen für Privat- und Firmenkunden wie für alle anderen Geschäftspartner der Commerzbank.

Dafür wurden Produkte und Dienstleistungen auf unsere Ansprüche an Fairness und Kompetenz sowie an Verantwortung und Nachhaltigkeit geprüft. Als eine der ersten Banken haben wir zum Beispiel beschlossen, keine neuen börsennotierten Anlageprodukte auf Grundnahrungsmittel aufzulegen.

Mit der Kapitalerhöhung vom Mai 2013 haben wir alle Bestandteile des staatlichen Engagements abgelöst, die wir als Commerzbank ablösen konnten. Wir haben unsere Kapitalausstattung deutlich optimiert und unsere Ausschüttungsfähigkeit erhöht. Zugleich sank der Anteil des Bundes an der Commerzbank. Zusammengefasst markiert das den Einstieg in den Ausstieg des Bundes als Aktionär der Commerzbank. Das sind ebenfalls gute Voraussetzungen für künftigen Erfolg.

Neben den Herausforderungen wollen wir in diesem Bericht auch die positiven Entwicklungen aufzeigen. Dies fängt bei bemerkenswerten Effizienzsteigerungen an, zu denen alle Bereiche des Unternehmens auf ihre Weise beitragen. Etwa im Umweltmanagement, wo wir mit Umstellungen in den Rechenzentren Millioneneinsparungen erzielt haben. Der Umweltschutz steht auch in schwierigen Zeiten bei uns hoch im Kurs, unser Engagement für erneuerbare Energien ist unverändert. Seit Jahresbeginn 2013 bezieht die Commerzbank für alle Büros und Geschäftsräume in Deutschland ausschließlich klimaschonenden Ökostrom. Wir haben uns ein neues Klimaziel bis 2020 gesetzt, das eine weitere Reduzierung der CO₂-Emissionen um 20 Prozent vorsieht. Zusammen mit den bisherigen Erfolgen bedeutet das einen Rückgang um insgesamt 70 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2007.

Aktiver Umweltschutz, der verantwortliche Umgang mit Mitarbeitern und auch der Kampf gegen Korruption und Bestechlichkeit sind die tragenden Säulen des Global Compacts der Vereinten Nationen. Gemeinsam mit vielen renommierten Unternehmen in Deutschland und weltweit sind wir Unterzeichner dieser Initiative und bekennen uns ausdrücklich zu ihren Prinzipien.

Wir sind die führende private Mittelstandsbank in Deutschland. Das Privatkundengeschäft entwickelt sich positiv. Allein im ersten Halbjahr 2013 haben wir fast 40 Prozent mehr Kredite an Privatkunden vergeben als im Vorjahreszeitraum. Hier greift vor allem unsere anbieterunabhängige Beratung bei der Baufinanzierung. Die Neuausrichtung des Vertriebs hin zu mehr Kundenorientierung und fairen Beratungsprodukten wird auch von dritter Seite gewürdigt. Für Initiativen wie den Kundenkompass bekommen wir exzellente Bewertungen. Die Kundenzufriedenheit, die wir regelmäßig messen, hat sich deutlich verbessert. Mit dem kostenlosen Girokonto mit Zufriedenheitsgarantie konnten wir das Privatkundengeschäft ankurbeln. 2012 ist die Filialbank netto um 120 000 Kunden gewachsen, bis Mitte 2013 waren es bereits 100 000 weitere neue Kunden. Dazu beigetragen hat auch die weithin sichtbare und überzeugende Marketingkampagne.

Faire Produkte und Beratung, Kundenzufriedenheit als Maßstab im Vertrieb, Verantwortung und Effizienz im Umgang mit internen Herausforderungen – dies sind für uns die Elemente für künftigen Erfolg.



Martin Blessing

Vorstandsvorsitzender

Die Commerzbank: Partner für Privat- und Firmenkunden

Die Commerzbank AG mit Sitz in Frankfurt am Main ist eine der führenden Privat- und Firmenkundenbanken in Deutschland und Polen sowie eine starke Universalbank mit der langjährigen und umfassenden Erfahrung zweier traditionsreicher Häuser – der 1870 gegründeten Commerzbank und der 1872 gegründeten und 2009 mit der Commerzbank fusionierten Dresdner Bank.

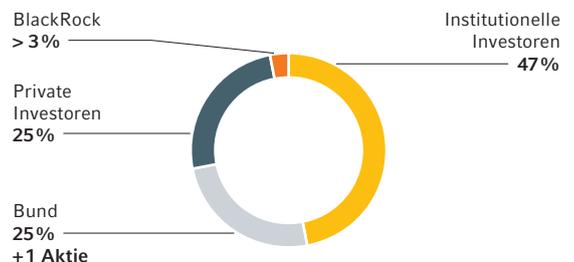
Wir sind ein zuverlässiger Partner und leistungsstarker Finanzdienstleister für den privaten Kunden. Unseren Kunden steht eines der dichtesten Filialnetze aller deutschen Privatbanken zur Verfügung. Den deutschen Mittelstand begleiten wir bei seinen Geschäftsaktivitäten im Inland und weltweit. Dabei profitieren unsere Kunden auch von dem Kapitalmarkt-Know-how unserer Investmentbank.

In Deutschland bieten wir unseren Kunden mit rund 1 200 Filialen ein flächendeckendes Netz für individuelle Beratung und Leistungen. Weltweit ist die Commerzbank an den wichtigsten Wirtschafts- und Finanzzentren direkt vertreten. Darüber hinaus arbeiten wir mit mehreren Tausend Korrespondenzbanken in aller Welt zusammen.

Aktionärsstruktur

Zum 31. Dezember 2012 befanden sich rund 47 Prozent aller Commerzbank-Aktien im Besitz von institutionellen Investoren. Die übrigen Anteile entfielen auf unsere Großaktionäre Sonderfonds Finanzmarktstabilisierung (SoFFin) und BlackRock sowie auf unsere überwiegend in Deutschland beheimateten Privataktionäre. Der Streubesitz, der sogenannte Free Float, lag bei rund 75 Prozent. Der Anteil der Aktien, der von Anlegern aus Deutschland gehalten wurde, belief sich auf 58 Prozent, der Auslandsanteil lag entsprechend bei 42 Prozent.

Aktionärsstruktur zum 31.12.2012



Struktur und Organisation

Die Commerzbank betreut insgesamt rund 14 Millionen Privatkunden sowie 1 Million Geschäfts- und Firmenkunden weltweit. Ziel der Commerzbank ist es, ihre Position als Marktführer im Privat- und Firmenkundengeschäft in Deutschland weiter zu stärken.

Der Fokus der Geschäftstätigkeit liegt auf den vier Kernsegmenten Privatkunden, Mittelstandsbank, Corporates & Markets sowie Central & Eastern Europe. In dem Mitte 2012 neu geschaffenen Abbausegment Non-Core Assets hat die Bank neben dem Staatsfinanzierungsgeschäft alle Aktivitäten der gewerblichen Immobilienfinanzierung und Schiffsfinanzierung gebündelt.

Die wichtigsten inländischen Tochtergesellschaften sind die comdirect bank AG, die Commerz Real AG

und die Hypothekenbank Frankfurt AG (vormals Eurohypo AG). Im Ausland ist die Bank mit 7 wesentlichen Tochtergesellschaften, 23 operativen Auslandsniederlassungen und 35 Repräsentanzen in 53 Ländern und an allen wichtigen Finanzplätzen vertreten.

Geschäftsentwicklung 2012

Im Geschäftsjahr 2012 steigerte die Commerzbank das operative Ergebnis auf 1 216 Millionen Euro, das Ergebnis vor Steuern stieg auf 905 Millionen Euro nach jeweils 507 Millionen Euro im Vorjahr. Dafür war besonders der Rückgang der Verwaltungsaufwendungen ursächlich. Demgegenüber lag das Konzernergebnis – soweit den Commerzbank-Aktionären zurechenbar – mit 6 Millionen Euro unter dem Vorjahreswert in Höhe von 638 Millionen Euro. Eine detaillierte Gewinn- und Verlust-Rechnung finden Sie im Geschäftsbericht 2012 ab S. 73.

Die Bilanzsumme des Commerzbank-Konzerns belief sich zum 31. Dezember 2012 auf 635,9 Milliarden Euro. Der Rückgang um 25,9 Milliarden Euro beziehungsweise 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr beruhte auf dem Abbau von bilanziellm Volumen und Risikoaktiva, der durch den Anstieg besicherter Geldmarktgeschäfte sowie die Anlage freier Liquidität bei Zentralnotenbanken teilweise kompensiert wurde. Insgesamt ist die Commerzbank mit diesem Bilanzvolumen einen deutlichen Schritt auf dem Weg zur weiteren Reduzierung von Volumina und Risiken vorangekommen. Der Volumenabbau betraf besonders das Segment Non-Core Assets – und hier den Konzernbereich Public Finance.

Kapitalerhöhung im April 2013

Die Aktionäre der Commerzbank haben bei der Hauptversammlung am 19. April 2013 mit großer Mehrheit der geplanten Kapitalerhöhung zur vollständigen und vorzeitigen Rückzahlung der Stillen Einlagen des SoFFin und der Allianz zugestimmt. Durch die im Mai 2013 abgeschlossene Transaktion hat sich die Kapitalstruktur der Commerzbank weiter deutlich verbessert. Im Zuge der Rückführung der Stillen Einlagen sank der Aktienanteil des Bundes an der Commerzbank von rund 25 auf unter 20 Prozent. Die Commerzbank hat die von der Hauptversammlung beschlossene Aktienzusammenlegung im Verhältnis 10:1 planmäßig umgesetzt.

Strategische Agenda bis 2016

Wir haben Anfang November 2012 unsere strategische Agenda bis zum Jahr 2016 vorgestellt. Dabei wollen wir unser Geschäftsmodell in den kommenden Jahren an die veränderten Rahmenbedingungen in der Finanzbranche anpassen und fokussiert wachsen. Bis 2016

investieren wir mehr als 2 Milliarden Euro in die Ertragskraft unseres Kerngeschäfts, halten durch zusätzliche Effizienzmaßnahmen die Kosten stabil und optimieren die Kapitalausstattung weiter. Im Jahr 2016 will die Bank in ihrem Kerngeschäft eine Eigenkapitalrendite nach Steuern von mehr als 10 Prozent erreichen.

Zu einem Anstieg der Erträge soll insbesondere die strategische Neuausrichtung des Privatkundengeschäfts beitragen. Ziel ist der Aufbau einer Multikanalbank, die moderne Technologien mit traditionellen Werten wie Fairness, Vertrauen und Kompetenz verbindet. Insgesamt wird die Commerzbank bis zum Jahr 2016 rund 1 Milliarde Euro in die Plattformen, das Produkt- und Serviceangebot, den Beratungsprozess und die Qualifizierung der Mitarbeiter im Privatkundengeschäft investieren. Damit soll der Ertrag pro Kunde gesteigert, die Anzahl der Kunden in Deutschland von heute 11 Millionen auf 12 Millionen erhöht und so 2016 ein operatives Ergebnis in Höhe von mehr als 500 Millionen Euro erwirtschaftet werden.

Die Mittelstandsbank wird ihr erfolgreiches Geschäftsmodell und ihre führende Marktposition weiter ausbauen. Der Wachstumsfokus liegt dabei sowohl auf der Gewinnung von Neukunden, insbesondere im kleinen und mittelgroßen Firmenkundensegment, als auch auf der Ausweitung des Geschäfts mit Bestandskunden in Deutschland. Im Ausland wird das Geschäft an den bestehenden Standorten weiterentwickelt und in den Ausbau der Position als führende Trade-Service-Bank in Europa investiert.

Corporates & Markets bietet kapitalmarktaffinen Kunden Finanzierungslösungen, Absicherungs- und Anlageprodukte sowie die damit verbundene Beratung. Dabei wird das risikokontrollierte Geschäftsmodell konsequent fortgeführt: Das Segment hat sich bereits 2004 von dezidierten Eigenhandelsaktivitäten getrennt und klar kundenfokussiert ausgerichtet. Das Investmentbanking ist eng mit dem Privat- und Firmenkundengeschäft der Commerzbank verzahnt.

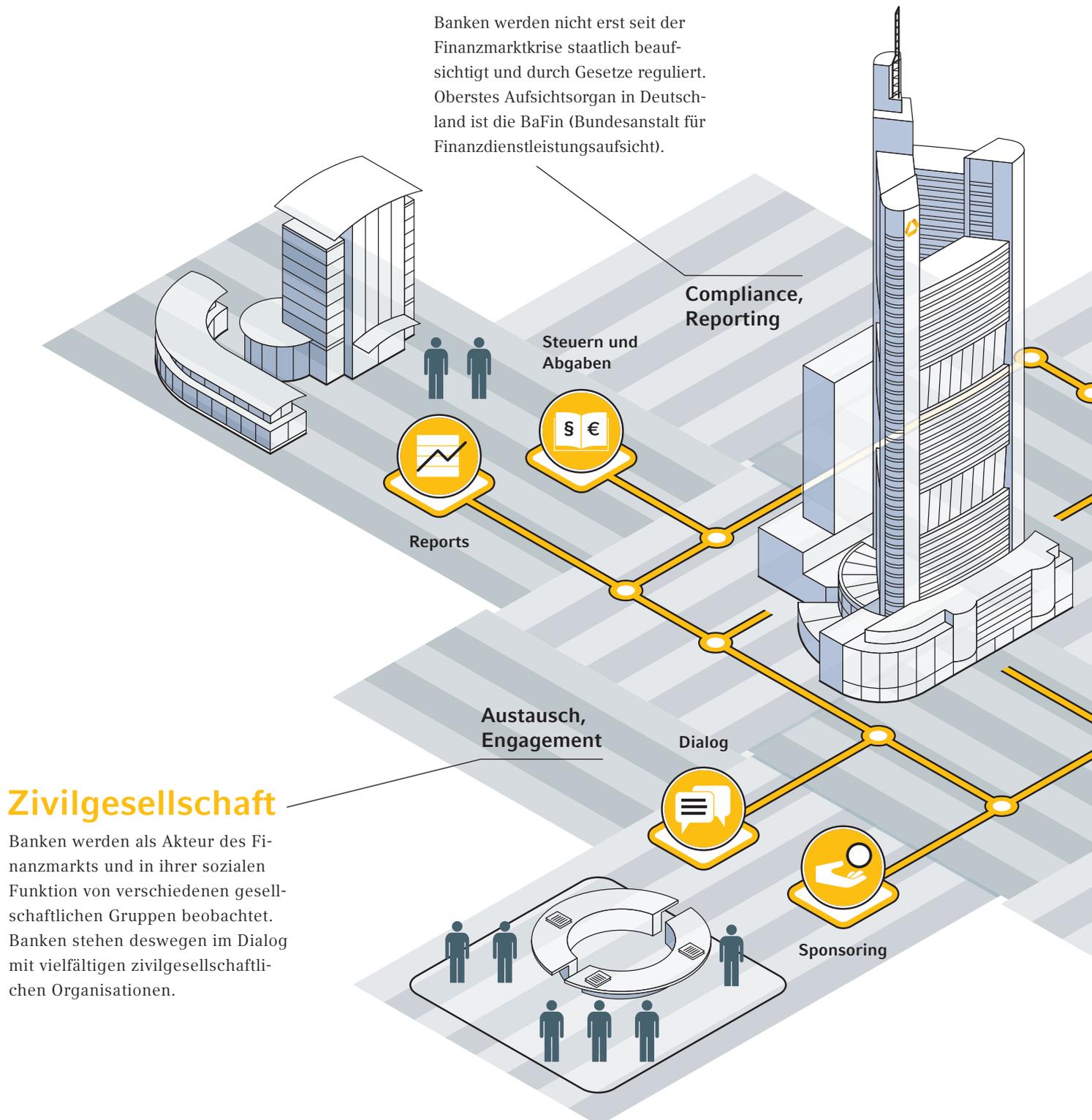
Im Segment Central & Eastern Europe wird die Commerzbank ihren erfolgreichen organischen Wachstumskurs bei der polnischen BRE Bank fortführen, deren bewährtes Universalbankmodell ausbauen und das Direktbankangebot der mBank weiterentwickeln. Das Mobile-Banking-Angebot der mBank wird erweitert und ihre Position als eine der führenden Internetbanken Europas ausgebaut. Die BRE Bank wird zudem durch das verstärkte Zusammenspiel von Firmenkundengeschäft und Investmentbanking ihr Produktangebot verbreitern und konsequent auf den Mittelstand ausrichten. Der Markenauftritt der BRE-Bank-Gruppe wird bis 2016 unter dem Namen „mBank“ vereinheitlicht.

Die Commerzbank in der Gesellschaft

Banken sind ein Teil der Gesellschaft und übernehmen wichtige Funktionen für die Volkswirtschaft – als Intermediär, Arbeitgeber, Steuerzahler oder Stifter.

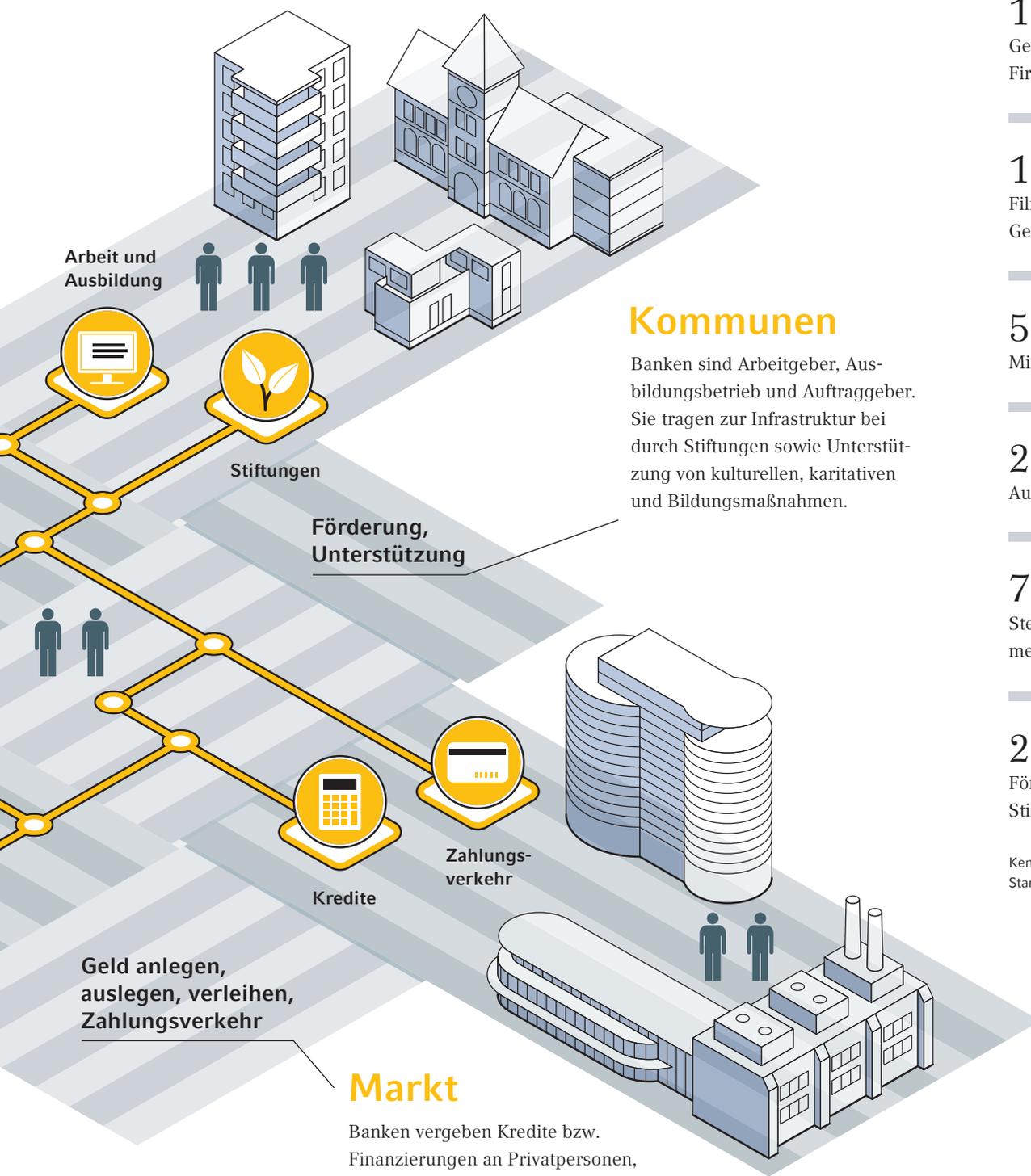
Behörden

Banken werden nicht erst seit der Finanzmarktkrise staatlich beaufsichtigt und durch Gesetze reguliert. Oberstes Aufsichtsorgan in Deutschland ist die BaFin (Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht).



Zivilgesellschaft

Banken werden als Akteur des Finanzmarkts und in ihrer sozialen Funktion von verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen beobachtet. Banken stehen deswegen im Dialog mit vielfältigen zivilgesellschaftlichen Organisationen.



Arbeit und
Ausbildung



Stiftungen

Förderung,
Unterstützung



Kredite

Zahlungs-
verkehr

Geld anlegen,
auslegen, verleihen,
Zahlungsverkehr

Kommunen

Banken sind Arbeitgeber, Aus-
bildungsbetrieb und Auftraggeber.
Sie tragen zur Infrastruktur bei
durch Stiftungen sowie Unterstüt-
zung von kulturellen, karitativen
und Bildungsmaßnahmen.

Markt

Banken vergeben Kredite bzw.
Finanzierungen an Privatpersonen,
Unternehmen und Kommunen,
verwalten Spareinlagen, wickeln den
Zahlungsverkehr ab, handeln mit
Wertpapieren und verwahren sie.

14 Mio.

Privatkunden

1 Mio.

Geschäfts- und
Firmenkunden

1 200

Filialen für Privat- und
Geschäftskunden

53 601

Mitarbeiter

2 298

Auszubildende

796 Mio. €

Steuern vom Einkom-
men und vom Ertrag

2,5 Mio. €

Fördervolumen des
Stiftungszentrums

Kennzahlen Commerzbank-Konzern
Stand: Ende 2012

Risiken verringern, Chancen nutzen

Für die Commerzbank als eine führende Bank in Deutschland und Polen sind Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung Grundvoraussetzungen des Geschäfts. Sie bilden die Leitlinien sowohl bei der Bewältigung aktueller Herausforderungen als auch bei der künftigen Ausrichtung des Unternehmens.





➤ Nachhaltigkeit ist ein strapazierter Begriff – gerade in der Finanzwelt. Bei der Commerzbank steht er für den langen Atem, den wir zur Bewältigung der Finanzmarktkrise und den damit verbundenen unternehmensspezifischen Aufgaben brauchen, aber auch für unsere Zukunftsfähigkeit. Zu unserer Verantwortung stehen, Vertrauen wieder aufbauen, Zuversicht zeigen als Signal an Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner – diese Aufgaben wollen wir fair und kompetent umsetzen.

Nachhaltigkeit fußt bei der Commerzbank auf soliden Werten, verbindlichen Verhaltenskodizes, anspruchsvollen Selbstverpflichtungen sowie dem kontinuierlichen Austausch mit allen wesentlichen gesellschaftlichen Gruppen, die von unserer Tätigkeit beeinflusst werden. Daraus ergeben sich unternehmerische Ziele wie die Finanzierung von erneuerbaren

- **Marktorientierung:** Die Bank denkt und handelt marktorientiert; entscheidend sind dabei die Bedürfnisse und Ziele der Kunden.
- **Teamgeist:** Weil sich unsere Mitarbeiter in Zusammenarbeit den Herausforderungen stellen, können sie sich gemeinsam über die Erfolge freuen.
- **Integrität:** Sie ist das wichtigste Gut des Unternehmens und Grundlage des in die Commerzbank gesetzten Vertrauens.

Unsere „Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung“ übersetzen die „ComWerte“ in Handlungsanleitungen für das operative Geschäft. Mitarbeiter und Führungskräfte erkennen darin die Prioritäten, die wir uns bei der Umsetzung unternehmerischer Verantwortung gesetzt haben. Die Leitlinien beziehen sich auf die sechs Dimensionen

- Gesetzestreue und Transparenz,
- Verankerung im Kerngeschäft,
- Sensibilisierung der Mitarbeiter,
- Stakeholder-Dialog,
- Bekenntnis zum Global Compact der Vereinten Nationen,
- stetige Verbesserung.

Besonders geschäftsrelevante Nachhaltigkeitsrisiken haben wir zusätzlich in konkrete Richtlinien überführt. Ihre Missachtung kann im Ernstfall zu disziplinarischen

Konsequenzen führen. So gibt die Verhaltensrichtlinie (Code of Conduct) der Commerzbank einen verbindlichen Orientierungsrahmen für integrires Verhalten vor, der sich auf die Themen Bestechung, Korruption, Steuerhinterziehung, Diskretion, Geldwäscheprävention, Insiderhandel und Grundsätze für den Umgang am Arbeitsplatz bezieht. Darüber hinaus hat die Commerzbank konkrete Positionen zu kontroversen Geschäftsfeldern formuliert (siehe Kasten S. 13).

Nachhaltigkeit stärker im Kerngeschäft verankert
Finanzierungen, Anlageprodukte oder Kundenbeziehungen, die Nachhaltigkeitsaspekte besonders berühren, werden vom Reputationsrisiko-Management der Commerzbank intensiv geprüft. Je nach Ergebnis können sie mit Auflagen versehen oder auch negativ beurteilt werden – was bis zur Ablehnung führen kann. Zu den im Reputationsrisiko-Management regelmäßig und umfassend analysierten sensiblen Themenfeldern zählen beispielsweise Waffen und Rüstungsgüter sowie Geschäfte mit Bezug zur Energie- und Rohstoffgewinnung. Im Geschäftsjahr 2012 wurden rund 2 600 entsprechende Anfragen bearbeitet (Vorjahr: 1 800). Etwa

Unternehmerische Verantwortung

Solide Werte, verbindliche Verhaltenskodizes, anspruchsvolle Selbstverpflichtungen und kontinuierlicher Dialog bilden den Rahmen für die Geschäftstätigkeit der Commerzbank.

Energien, der Verzicht auf neue börsennotierte Anlageprodukte auf Grundnahrungsmittel oder das Engagement für gemeinnützige Zwecke. So tragen wir auch außerhalb des Unternehmens zu mehr Nachhaltigkeit bei.

Werte und Richtlinien

Basis unseres Engagements sind die gemeinsamen Wertvorstellungen, von denen Unternehmensführung und Mitarbeiter geleitet werden. Mit den intern als „ComWerte“ bekannten Prinzipien legen wir den Grundstein für die unternehmerische, aber auch für die individuelle persönliche Verantwortung eines jeden Commerzbank-Mitarbeiters. Sie lauten:

- **Leistung:** Individuelle und teamorientierte Leistung bilden die Grundlage für den nachhaltigen Erfolg der Bank.
- **Respekt und Partnerschaftlichkeit:** Diese Werte prägen die Beziehungen zu Kunden, Mitarbeitern und Partnern.



➤ **ComWerte**
www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Mitarbeiter

➤ **Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung**
www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Governance

➤ **Verhaltensrichtlinie**
www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Governance

10 Prozent der Vorgänge haben aufgrund sozialer, ökologischer oder ethischer Bedenken eine negative Bewertung erhalten. Der Anstieg der Anfragen ist im Wesentlichen auf die erhöhte Sensibilisierung der Mitarbeiter in der Bank zurückzuführen. Regelmäßige Präsentationen und Workshops im In- und Ausland sowie ein Ende 2011 eingeführter Reputationsrisiko-Newsletter bringen den Mitarbeitern ausgewählte Themen, wie beispielweise die ökologischen Auswirkungen des steigenden Palmölbedarfs, regelmäßig näher.

Mindeststandards für Palmöl

Am Beispiel Palmöl wird deutlich, wie die Commerzbank Nachhaltigkeitskriterien im Kerngeschäft erfolgreich verankert hat: Palmöl ist mit einem Anteil von einem Drittel am globalen Gesamtverbrauch das wichtigste Pflanzenöl. Die stetig wachsende weltweite Nachfrage führt dazu, dass für Palmölplantagen – insbesondere in Indonesien, Malaysia, aber zunehmend auch in Afrika und Südamerika – tropische Wälder gerodet werden. Mitunter werden dabei Ureinwohner ihres Landes beraubt sowie seltene Tier- und Pflanzenarten bedroht.

Die Commerzbank hat dieses Thema frühzeitig erkannt und ist bereits 2007 in direkten Dialog mit den zuständigen Markteinheiten getreten, unter anderem in Singapur. Gemeinsam wurde ein Handlungsrahmen für Palmöllieferungen erarbeitet. Die Commerzbank orientiert sich dabei an den Vorgaben des Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Er wurde ins Leben gerufen, um Mindeststandards für die nachhaltige Produktion von Palmöl zu etablieren und umfasst mittlerweile mehr als 1000 Mitglieder. Bei Palmöllieferungen, die von der Commerzbank begleitet werden, muss der Lieferant Mitglied im RSPO sein. Er muss zudem Informationen darüber bereitstellen, inwiefern er die nachhaltige Produktion von Palmöl innerhalb seiner Prozesskette bereits umsetzt beziehungsweise welche Ziele er diesbezüglich anstrebt – etwa durch Zertifizierungen. Erfüllt der Lieferant eines dieser Kriterien nicht, kann die Commerzbank diese Palmöllieferung nicht finanzieren.

Dieses und weitere Themen sind fest in den Prozessen der Bank verankert. Neu aufkommende ökologische, ethische und soziale Themen werden vom Reputationsrisiko-Management der Commerzbank regelmäßig beobachtet, analysiert und an die entsprechenden Stellen innerhalb der Bank weitergeleitet. >

Richtlinien und Positionen

Viele gesellschaftliche Anspruchsgruppen kommen mit kontroversen Themen auf die Commerzbank zu. Wir stehen zu der wirtschafts- und gesellschaftspolitischen Verantwortung, die wir – im Rahmen unserer Einflussmöglichkeiten – tragen. Wir respektieren daher die Ansprüche und Erwartungen externer Stakeholder und prüfen ihre Einbindung in Unternehmensentscheidungen. Investments mit Berührungspunkten zu den nebenstehenden Themen werden vom Reputationsrisiko-Management der Commerzbank geprüft. Nachzulesen auf: www.nachhaltigkeit.commerzbank.de > Governance

Agrarrohstoffe Seit November 2011 begibt die Commerzbank keine neuen börsennotierten Anlageprodukte auf Basis von Weizen, Mais, Soja, Reis und Kartoffeln. Produkte, die Grundnahrungsmittel enthalten, werden in der Commerzbank weder aufgelegt noch aktiv vertrieben oder empfohlen.

Menschenrechte Die Commerzbank sorgt innerhalb ihres Einflussbereichs für die Einhaltung der Menschenrechte, insbesondere bei Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden.

Rüstungsgüter Die seit 2008 bestehende Richtlinie für Rüstungsgüter bezieht sich auf Transaktionen mit Waffen und Rüstungsgütern im Sinne des Kriegswaffenkontrollgesetzes.

Konfliktgebiete Bei der Evaluierung potenzieller Geschäfte berücksichtigt die Commerzbank neben der politischen Situation eines Landes auch mögliche Konflikte.

Fossile Energien Bei Finanztransaktionen in den Bereichen Erdöl, Erdgas und Kohle untersucht die Commerzbank auch Fragen des Umweltschutzes, der Menschenrechte und der Arbeitsbedingungen.

Stromgewinnung Auch bei Finanztransaktionen im Bereich Stromgewinnung (vor allem Staudämme, Kohle- und Atomkraftwerke) werden anerkannte Prinzipien der Nachhaltigkeit beachtet.

Indigene Völker Der Einsatz der Commerzbank zur Umsetzung des UN Global Compacts beinhaltet auch den besonderen Schutz indigener Völker im Rahmen von Großprojekten.

Land- und Forstwirtschaft Neben anspruchsvollen Umwelt- und Menschenrechtsvorgaben berücksichtigt die Commerzbank unter anderem die Ankaufspraktiken internationaler Konzerne, die Kritik an manipulierten Organismen sowie FSC-Standards.

Bergbau In diesem Bereich untersucht die Commerzbank die Abbaumethoden, die Einhaltung von Menschenrechts- und Arbeitsstandards, Korruptionspraktiken und Renaturierungen.

Giftstoffe Bei ihren Finanzierungen achtet die Commerzbank auf die Einhaltung von Grenzwerten für Emissionen und Immissionen auf Basis anerkannter Standards.

Die Commerzbank hat, als ein Vorreiter im Bankensektor, bereits 2004 ihr Investmentbanking auf das kundenbezogene Geschäft fokussiert und sich von dezidierten Eigenhandelsaktivitäten getrennt. Dieses risikokontrollierte Geschäftsmodell wollen wir konsequent fortführen und weiterhin auf risikobehaftete Ertragsspitzen durch Eigenhandel verzichten.

OECD-Richtlinie zu Edelmetallen

Als einer der führenden Akteure am Edelmetallmarkt hat die Commerzbank Mitte 2013 die Empfehlungen der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) zum verantwortungsvollen Umgang mit Edelmetallen aus Konfliktgebieten in eine Bankrichtlinie übernommen. Auch Argor-Heraeus, einer der weltweit größten Hersteller von Edelmetallen, an dem die Commerzbank beteiligt ist, hat eine entsprechend detaillierte Richtlinie umgesetzt. Darüber hinaus werden Rohstoffe nur von solchen Lieferanten bezogen, die vergleichbare Regelwerke anwenden.

- › Vorschriften zur Verhinderung der Geldwäsche und Terrorfinanzierung,
- › Einhaltung verhängter Sanktionen,
- › Verhaltensregelungen bei der Erbringung von Wertpapierdienstleistungen und -nebdienstleistungen,
- › Betrugs- und Korruptionsbekämpfung.

Das grundlegende Ziel ist es, Compliance-Risiken, die die Integrität und damit den Erfolg der Commerzbank gefährden könnten, frühzeitig zu identifizieren, sie so weit wie möglich zu minimieren und effektiv zu steuern.

Wesentlich für die Umsetzung der Anforderungen in der Commerzbank ist das „Global Compliance Manual“. Es bündelt die weltweit gültigen Compliance-Mindeststandards für den Konzern und wird mindestens einmal jährlich aktualisiert. Im Zuge dieser Aktualisierungen wurden die Kapitel zum Anti-Fraud-Management sowie zu den Verhaltensregeln für Mitarbeiter aktualisiert und zum 1. Juli 2013 für alle Mitarbeiter der Commerzbank verbindlich umgesetzt.

Schutz vor Terrorismus und Geldwäsche

Mit Blick auf die zunehmenden Handelsbeschränkungen durch internationale und europäische Sanktionen hat der Unternehmensbereich Compliance zum Ende 2012 die weltweite Einführung der „Guideline on Sanctions Due Diligence for Documentary and Guarantee Business“ in Deutschland und in allen ausländischen Standorten abgeschlossen. Hiermit werden Trade-Finance-Transaktionen umfassend nach einheitlichen Parametern auf eine etwaige Embargorelevanz überprüft, wodurch die Bank vor entsprechenden Sanktionsverstößen geschützt wird.

Auch die Verhinderung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung gewinnt weiter an Bedeutung. Um den erhöhten internationalen Anforderungen in diesem Gebiet gerecht zu werden, ist es erforderlich, die bestehenden Sicherungsmaßnahmen fortlaufend auf ihre Effektivität zu prüfen und weiterzuentwickeln. Unsere Compliance-Abteilung berät und begleitet die in- und ausländischen Einheiten bei der Umsetzung dieser Anforderungen eng, um den sich hieraus ergebenden Herausforderungen angemessen zu begegnen.

Stärkung des Anlegerschutzes

Im Bereich Wertpapier-Compliance trat im November 2012 das Anlegerschutzgesetz in Kraft. Es soll Anleger besser vor Falschberatung schützen und die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) mit

Compliance-Standards

Ziel ist es, Risiken, die die Integrität der Commerzbank gefährden können, frühzeitig zu identifizieren.

Compliance

Der Unternehmensbereich Compliance versteht sich als Partner und Berater der einzelnen Geschäftsbereiche, um mithilfe eines effizienten Managements Compliance-Risiken zu reduzieren. Die Umsetzung und Einhaltung bankrechtlicher Vorschriften und interner Regelungen der Commerzbank sowie die Beachtung der in diesem Bereich marktüblichen Standards und Verhaltensregeln bilden hierbei die Eckpfeiler. Im Mittelpunkt stehen deshalb zum einen die Prävention und Bekämpfung illegaler Handlungen, zum anderen die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, marktüblicher Standards und Verhaltensregeln im Umfeld der Geschäftstätigkeit, insbesondere

Chris-Oliver Schickentanz, Chief Investment Officer im Privatkundengeschäft, über das Dilemma:



Sind eigentlich alle nicht nachhaltigen Investments nicht nachhaltig?

Eines ist richtig: Zu den bekannten Vertretern nachhaltiger Geldanlagen zählt die Commerzbank nicht. Ein Grund dafür ist, dass die Commerzbank seit einigen Jahren kein Asset Management mit eigenem Fondsvertrieb betreibt. Über die Investmentempfehlungen der Kundenberater haben wir aber dennoch Einfluss auf die Anlageentscheidungen unserer Kunden. Ganz abgesehen davon: Sind denn alle „nicht nachhaltigen“ Investments automatisch nicht nachhaltig?

„Wir tun eine ganze Menge für die Nachhaltigkeit unserer Investments“, sagt Chris-Oliver Schickentanz, Chief Investment Officer der Commerzbank im Privatkundengeschäft. „Wenn Sie unsere Kunden fragen, ob Nachhaltigkeit für sie wichtig ist, erhalten Sie zwei Drittel Zustimmung, denn keiner will ein ausdrücklich nicht nachhaltiges Investment“, so Schickentanz. Gleichzeitig aber hält sich die konkrete Nachfrage nach explizit nachhaltigkeitsorientierten Anlageformen in Grenzen.

Die Commerzbank entspricht dem oft nicht praktizierten, aber dennoch vorhandenen Wunsch der

Kunden nach Nachhaltigkeit, indem sie ihnen die Entscheidung in gewisser Weise abnimmt. „Seit 2011 passieren alle Investmentempfehlungen für Privatkunden einen Nachhaltigkeitsfilter“, erklärt Schickentanz. In diesem Prozess werden in einem ersten Schritt alle Unternehmen ausgeschlossen, die gegen anerkannte UN-Prinzipien verstoßen, wie etwa die Ächtung von Streubomben. Erst danach folgt eine klassische Finanzanalyse von Aktien und Anleihen. „Im Ergebnis erhalten wir so Investments, die finanziell lukrativ sind und dennoch ein Mindestmaß an Nachhaltigkeit sicherstellen“, so Schickentanz.

Ein dritter Filter im nachhaltigen Investmentprozess, den Commerzbank-Kunden mitgehen können, aber nicht müssen, ist die gezielte Suche nach Investments mit den geringsten Nachhaltigkeitsrisiken mithilfe eines externen Ratinganbieters. Aber Schickentanz ist sicher: „Schon die Filterstufen 1 und 2 verhindern, dass unsere Investmentempfehlungen nicht nachhaltig sind – auch wenn nicht ‚Nachhaltigkeit‘ darauf steht.“ ■

weiteren Kontroll- und Sanktionsmechanismen ausstatten. Die Commerzbank vermittelte die damit verbundenen Anforderungen ihren rund 12 000 Mitarbeitern, die Beratungen im Sinne des Wertpapierhandelsgesetzes (WpHG) durchführen, und sicherte somit ihre zeitgerechte Umsetzung.

Darüber hinaus hat die BaFin 2012 die „Mindestanforderungen an Compliance und die weiteren Verhaltens-, Organisations- und Transparenzpflichten nach §§ 31 ff. WpHG“ (kurz: MaComp) weiterentwickelt. Die Neuregelungen erläutern die Pflichten der Compliance-Funktion sowie die Prozesse, in die sie einzubinden ist. Compliance wird danach nicht mehr nur als Kontrollinstanz, sondern als Schutzfunktion verstanden. Im Interesse der Kunden hat die Commerzbank die Neuregelungen unverzüglich umgesetzt.

Nachhaltigkeitsrisiken durch Investments vermeiden

Werden Investments ohne ethische Grundprinzipien getätigt, kann dies eine nachhaltige Entwicklung behindern. Damit unsere Kunden nicht unwissentlich zu Mittätern bei Menschenrechtsverletzungen oder Umweltvergehen werden, durchlaufen alle Investmentempfehlungen der Commerzbank einen „Nachhaltigkeitsfilter“. Damit stellen wir sicher, dass wir nicht in Unternehmen investieren, die gegen allgemein anerkannte Prinzipien der Vereinten Nationen verstoßen (siehe Kasten „Dilemma“). ■

Umweltmanagement unterstützt Effizienzmaßnahmen

Angesichts des fortschreitenden Klimawandels und steigender Energiekosten wird es immer wichtiger, dass Unternehmen Verantwortung für den Klima- und Ressourcenschutz übernehmen. Wir haben uns vorgenommen, langfristig möglichst klimaneutral zu arbeiten. Bei Tausenden von Computerarbeitsplätzen und der dahinter liegenden IT-Infrastruktur liegt einer unserer größten Hebel dabei im Bereich „Green IT“ – dem energie- und ressourceneffizienten Betrieb der Informations- und Kommunikationstechnik.

Konkret geht es dabei um den Austausch von Hardware und Systemen durch energiesparendere Alternativen. So arbeiten wir seit einigen Jahren daran, Server zu virtualisieren, und gestalten die Rechenzentren effizienter, indem wir die Vermischung von Warm- und Kaltluft vermeiden. Neue Hardware erlaubt außerdem ein höheres Temperaturniveau in den Rechenzentren – 26 bis 27 Grad statt bisher 22 Grad Celsius. Bei gleicher Arbeitsleistung der Geräte verbrauchen wir somit weniger Energie für die Kühlung. Die Anzahl der Rechenzentren konnte in den vergangenen drei Jahren von 21 auf 11 reduziert werden. Zudem verringerten wir die Kabelmengen und Endgeräte pro Nutzer, was gleichfalls Energie spart.

Millioneneinsparungen durch Ökoeffizienz

Energieeffizienz zahlt sich aus: Eindrucksvoll zeigt sich dies bei den energetischen Maßnahmen zur Kälteversorgung unseres Frankfurter Dienstleistungszentrums,

Mehr Effizienz

Die IT (wie rechts in unserem Händlersaal) verbraucht viel Energie. Kaltgänge in den Serverräumen (links) sind ein effizienter Weg, Energie einzusparen und Kosten zu senken.



in dem sich der größte Händlersaal Europas sowie das zentrale Rechenzentrum der Bank befinden. Bei Aufwendungen von rund 40 000 Euro konnten wir hier 2012 Energiekosten in Höhe von 1,44 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr einsparen.

Treibhausgasemissionen und zugleich 40 Prozent der Kosten gegenüber dem Vorjahr sparten wir 2012 bei Dienstreisen. Eine Kostenoffensive hatte zur restriktiveren Anwendung der bereits existierenden Reiserichtlinie sowie dem verstärkten Einsatz von Telefon- und Videokonferenzen anstelle von Präsenzmeetings geführt.

Neues Klimaziel

Unser Klimaziel haben wir Anfang 2013 nochmals deutlich anspruchsvoller formuliert. Bis 2011 strebten wir eine Reduzierung der konzernweiten CO₂-Emissionen um 30 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2007 an. Dieses Ziel hatten wir bereits vorzeitig erreicht und bis Ende 2011 mit einer CO₂-Reduktion von 52 Prozent deutlich übertroffen. Einen wesentlichen Beitrag dazu leistete die schrittweise Umstellung auf umweltfreundlich erzeugten Strom. Abgeschlossen war diese zum 1. Januar 2013: Seitdem werden die rund 1 300 Gebäude der Commerzbank AG in Deutschland zu 100 Prozent mit Ökostrom versorgt.

Unser neues Ziel lautet, unsere Treibhausgasemissionen bis 2020 gegenüber 2007 um insgesamt 70 Prozent zu senken und weitere Schritte in Richtung Klimaneutralität des Unternehmens zu gehen. Im Auftrag des Konzernumweltausschusses werden verschie-

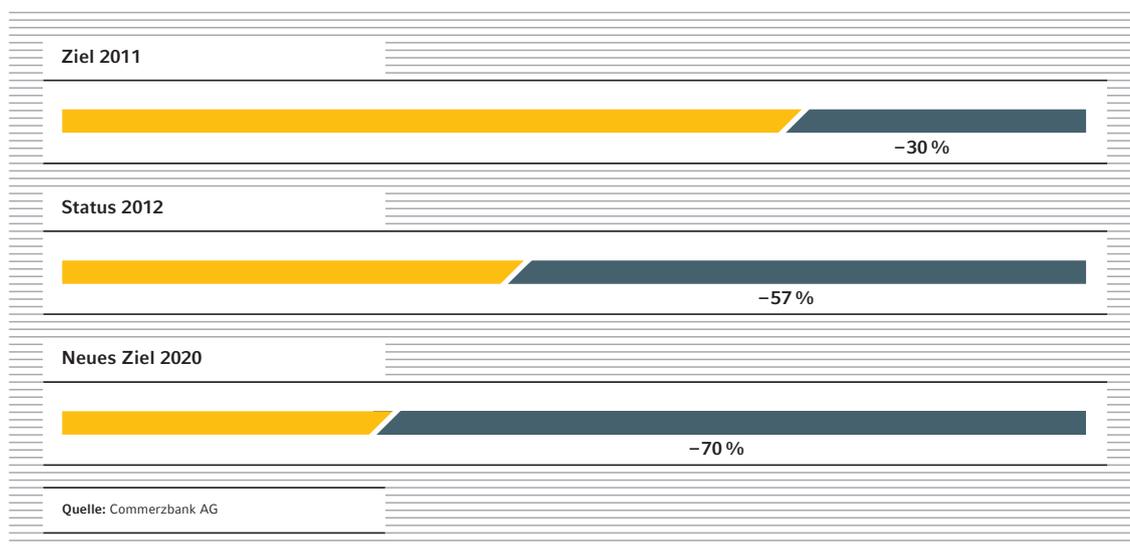
Carbon Trust Standard

Die Commerzbank London hat zum dritten Mal in Folge die Zertifizierung des Carbon Trust Standards erhalten. Grund dafür ist das kontinuierliche Engagement zur Reduktion der jährlichen CO₂-Emissionen im eigenen Haus. Auf diese Weise wurde der „Carbon Footprint“ in den vergangenen fünf Jahren um 27 Prozent gesenkt, 2012 waren es 11 Prozent. Damit hat die Commerzbank London ihr Reduktionsziel nicht nur erreicht, sondern sogar übertroffen.

dene Maßnahmen für die Umsetzung erarbeitet, beispielsweise bei Dienstreisen und Gebäuden. Neben dem Vermeiden von Dienstreisen schaffen wir bei unseren Mitarbeitern verstärkt Anreize, die Bahn als Verkehrsträger zu nutzen. Im Mai 2013 startete die Commerzbank-Mitfahrerbörse: Mitarbeiter mit ähnlichen Anreisewegen können sich über eine Online-Plattform im Intranet zusammenfinden und schonen dabei ihr Fahrzeug, ihren Geldbeutel und die Umwelt.

Das Klimaziel und die damit verbundenen Maßnahmen stellen den betriebsökologischen Teil der Klimastrategie der Commerzbank dar. Weitere Elementen zielen darauf ab, das Kerngeschäft noch nachhaltiger auszurichten und weitere klimarelevante Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Außerdem wollen wir für das Thema Klimawandel sensibilisieren und bei Mitarbeitern, Kunden und in der Öffentlichkeit – wo immer möglich – für aktiven Klimaschutz eintreten. >

Klimaziel 2020 Reduktion der CO₂-Werte ausgehend vom Basisjahr 2007





Green Building

Die Commerzbank achtet auf energiesparende Bauweise und energieeffizienten Betrieb – sowohl in der Zentrale als auch in der Fläche.

100 Prozent Ökostrom

Seit Januar 2013 werden die rund 1 300 Gebäude der Commerzbank AG in Deutschland zu 100 Prozent mit Ökostrom versorgt.

Nachhaltiges Immobilienmanagement

Nachhaltigkeit hat bei den Gebäuden der Commerzbank Tradition. Bei Neubauten und Renovierungen achten wir seit 16 Jahren auf eine energiesparende Bauweise und einen effizienten Gebäudebetrieb. So gewann das 1997 fertiggestellte „Neue Hochhaus“, die Commerzbank-Zentrale in Frankfurt, den 2009 erstmals ausgeschriebenen „Green Building Award“ der Stadt Frankfurt am Main. Der 2011 aufwendig sanierte und im Anschluss verkaufte „Silberturm“, die ehemalige Zentrale der Dresdner Bank, erhielt das Zertifikat der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen (DGNB) in Silber. Für das Hochhaus „Galileo“ an der

Frankfurter Gallusanlage streben wir bis 2015 eine Zertifizierung nach dem amerikanischen LEED-Standard (Leadership in Energy and Environmental Design) für ressourcenschonendes Bauen und Bewirtschaften an.

Auch unsere Tochtergesellschaften legen großen Wert auf ökologisch anspruchsvolle Architektur. So verantwortet die Commerz Real im Joint Venture mit Tishman Speyer die Realisierung des „Taunus-Turms“. Das im Bau befindliche Gebäude soll der erste Bürohochhaus-Neubau Frankfurts werden, der eine LEED-Zertifizierung mit der höchsten Stufe „Platinum“ erhält. Für eine herausragende Umweltbilanz sorgen innovative Hochleistungsheiz- und -kühldecken, die im Vergleich zu herkömmlichen Systemen rund 30 Prozent Energie einsparen. Durch den Anschluss an das Frankfurter Fernwärmenetz wird das Gebäude umweltfreundlich beheizt, wobei die Fernwärme im Sommer mithilfe von Absorptionskältemaschinen zur Erzeugung von Klimakaltwasser genutzt wird. Gleichzeitig dienen die Sprinklertanks als Kaltwasserspeicher. Weitere Elemente sind Sonnenschutzverglasung, Wassersparteknik, Regenwassernutzung, ein intelligentes Aufzugkonzept, individuelle Bürobeleuchtung sowie Abfallräume mit Recyclingzonen. ■

Verantwortung: Was heißt das für das Bankgeschäft?

Banken sind zentrale Instanzen einer Volkswirtschaft; sie verleihen Kredite und handeln Finanzierungen. Ohne ihre kreditschöpferische Potenz würde die Wirtschaft nicht die Investitionen tätigen können, die Wohlstand und Wachstum bedeuten. Ihr Geschäft ist – strukturell – ein Handel mit Erwartungen auf zukünftige Erträge. Von Prof. Dr. Birger Priddat

➤ Dieses Geschäft ist nicht risikofrei. Märkte ändern ihre Konstellationen, manchmal anders als erwartet. Das hängt systematisch damit zusammen, dass die Kredit- und Kapitalmarktgeschäfte (Derivate, Optionen etc., aber auch Aktien und Anleihen) notwendig eine Zukunftsdimension haben. Was aber eintritt, kann etwas anderes sein als das, was man erwartet hatte. Banken haben Erfahrungen mit Zukunftsmärkten, aber ihre Erfahrungen sind statistisch und beruhen auf Wahrscheinlichkeitsannahmen. Was man meint, mit 80 Prozent Wahrscheinlichkeit erwarten zu dürfen, kann zu 20 Prozent nicht eintreten. Die Verantwortung von Banken ist es, mit diesem Risiko umgehen zu können und im Fall unerwarteter Änderungen (zum Beispiel geänderter Volatilität) dennoch handlungsfähig zu bleiben. Das war in den Jahren 2008 und 2009 nicht so.

Das Bankgeschäft ist ein besonderes Geschäft: Es werden keine fasslichen Dinge produziert, sondern eher – erfahrungsbasierte – Versprechen. Das erfordert eine hohe Sensibilität für Risiken – bei den Banken, die ihr Risikomanagement hochfahren, aber auch bei den Kunden, die lernen müssen, dass sie eventuell Anlageformen wählen, deren hohe Gewinnversprechen eben höhere Risiken bergen. Hier angemessen zu beraten, ist eine besondere Kompetenz. Dass eine Bank ihre Papiere vor allem verkaufen will, ist für einen Marktteilnehmer normal. Dass manche

Anleger Illusionen haben, wie sicher ihre Gewinnerwartungen sind, gehört zum Alltag: Geld hat eine imaginative Latenz.

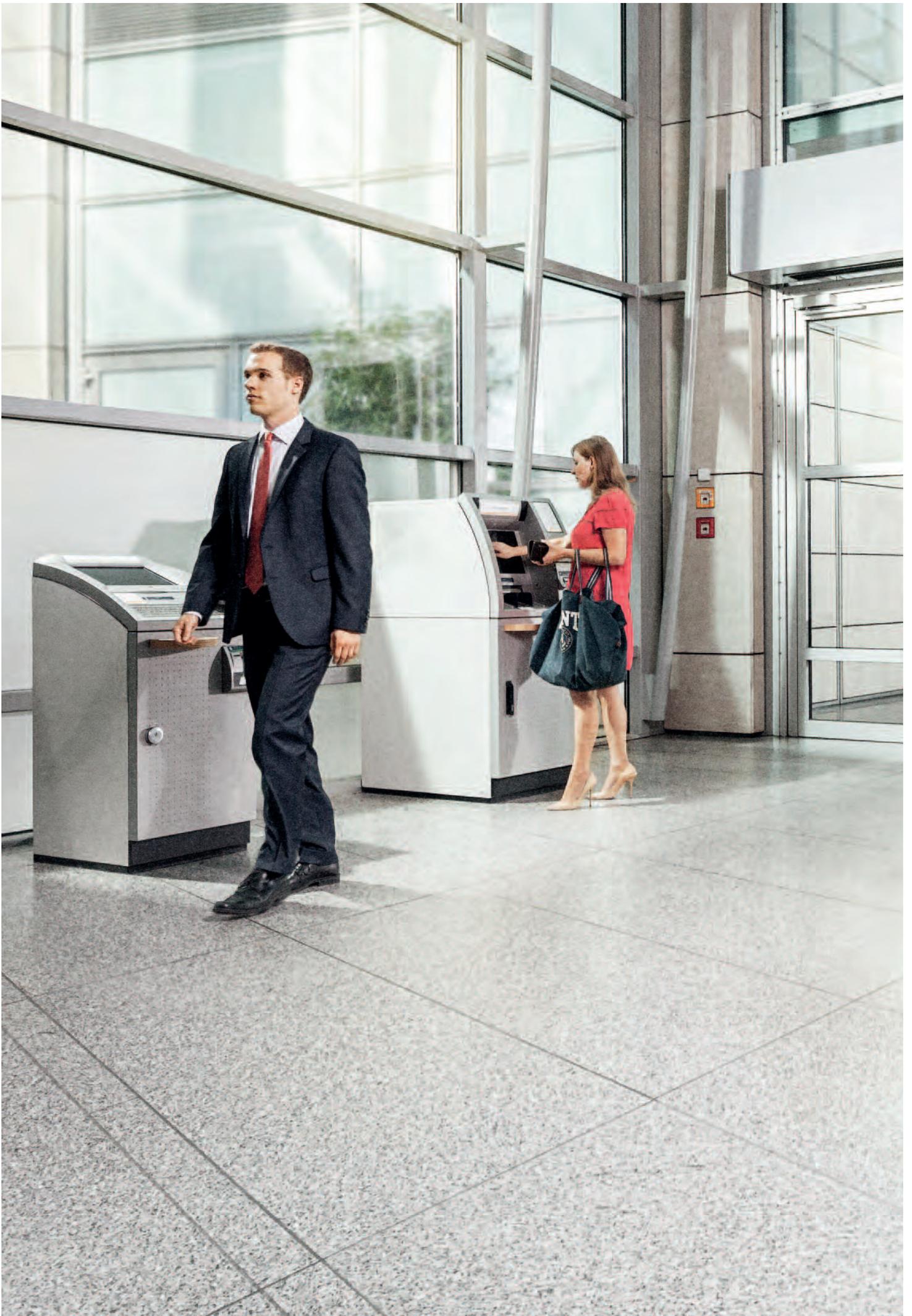


Prof. Dr. Birger Priddat ist Inhaber des Lehrstuhls für Politische Ökonomie an der Universität Witten-Herdecke.

Die Verantwortung von Banken erstreckt sich dabei über das Privatkundengeschäft hinaus zum Beispiel auf die Themen Nahrungsspekulationen und Projektfinanzierungen. Die Öffentlichkeit beobachtet genauer und die Banken sind sensibilisiert, ihre Geschäftsbereiche sorgfältiger auszuwählen oder ihr Tun zu begründen.

Die Verantwortung, die Banken haben, beruht darin, Risiken zu kommunizieren und zur finanziellen Allgemeinbildung beizutragen, um realistische Anlegererwartungen zu erzeugen. Hier ist an das alte Vertrauen, das man Banken traditionell gegenüber aufbrachte, neu anzuknüpfen: Die Beratung wird sich ändern. Aus den Erfahrungen 2008/2009 sind die Kunden vorsichtiger geworden. Aber ohne hohes Vertrauen lässt sich in diesem Markt der Versprechungen nicht sinnvoll operieren; es sind immer „offene“ Verträge, die sich erst später erfüllen. Die Kunden müssen anerkennen, dass sie in den Banken Partner haben, deren Markterfahrungen weit über ihren eigenen Beurteilungsmöglichkeiten liegen. Was die Banken hier leisten können, geht über die Risikokommunikation und finanzielle Allgemeinbildung hinaus: Sie sind, zusammen mit der Politik, die Vertrauensbildner der Geldhaltung im weiten Sinne.

Wenn man nachhaltig im Geschäft miteinander bleiben will, haben sich Kunden und Banken neu aufeinander zuzubewegen. Man muss nüchtern bleiben: Absolute Anlagesicherheit kann es nicht geben, aber Kompetenz, die Anlagen klug zu verwalten und zu handeln. Dann wird die Art und Weise, wie man mit den Risiken umgeht, zum Qualitätsausweis. ■





Kunden

Fair behandeln, kompetent beraten

Fairness und Kompetenz sind bei der Commerzbank die tragenden Säulen der Kundenbeziehung – nicht zuletzt infolge der Vertrauenskrise unserer Branche. Um unserem Anspruch gerecht zu werden, haben wir Produkte und Prozesse verändert und die Kundenzufriedenheit zu einem der wichtigsten Bewertungsmaßstäbe gemacht.

Über Unternehmensverantwortung bei Banken zu sprechen und dabei nicht an Kundenvertrauen zu denken, ist fast unmöglich. Auch die Commerzbank hat in dieser Hinsicht in der Vergangenheit Fehler gemacht. Wir haben sie erkannt und verschiedene Maßnahmen eingeleitet, um verlorenes Vertrauen zurückzugewinnen. Erste Erfolge zeigen uns, dass wir auf dem richtigen Weg sind.

Bei der Entwicklung einer zukunftsfähigen Strategie haben wir uns 2012 an die Adressaten dieser Strategie gewendet: die Kunden. Im Rahmen umfangreicher Marktforschung mit Tausenden Interviews konnten wir in Erfahrung bringen, was Kunden von einer Bank heute erwarten. Das Ergebnis ist so klar wie einfach: In erster Linie wollen sie eine faire und kompetente Bank. Kunden suchen eine vertrauensvolle Beratung und Produkte, die sie verstehen und brauchen.

Konsequenterweise haben wir daher seit November 2012 die Werte Fairness und Kompetenz zum Kern unserer neuen Markenpositionierung gemacht. Wir wollen als eine Bank erlebt werden, die sich durch einen fairen und professionellen Umgang mit ihren Kunden auszeichnet und mit hoher Kompetenz in allen Finanzfragen überzeugt. Unser Leistungsangebot richtet sich am Interesse der Kunden aus. Ihre Zufriedenheit wird zum Maßstab bei der Beurteilung unseres Erfolgs.

Die neue Positionierung soll kein schmückendes Etikett sein, sondern gelebte Praxis in der Beratung – in der Filiale ebenso wie im Firmenkundengespräch oder im Internet. Wir haben uns daher von Produkten und Geschäftsfeldern getrennt, die nicht mehr zu unserem Versprechen passen, und neue Produkte und Dienstleistungen eingeführt. Dazu zählen im Privatkundenbereich beispielsweise die kostenlosen Giro- und Geschäftskonten mit Zufriedenheitsgarantie, die anbieterunabhängige Baufinanzierung oder der 30-tägige kostenfreie Test von Konsumentenkrediten.

Mit Exzellenz überzeugen

Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit stehen auch im Mittelpunkt einer internen Verbesserungsinitiative. Im August 2011 haben wir das Programm „Commerzbank Exzellenz“ gestartet. Ziel ist das Verbessern interner Abläufe – um leichter erreichbar zu sein, Kreditprozesse verständlicher und schneller zu gestalten, unnötige Arbeitsschritte zu vermeiden – kurz gesagt, wir wollen einfach besser für unsere Kunden werden. Dass wir seit 2012 in den Kundenumfragen und in externen Testverfahren deutlich besser abschneiden als zuvor, hat neben den Bankprodukten auch sehr viel mit diesen Prozessverbesserungen zu tun. ■

Faire Produkte für den privaten Kunden

Die Einlösung unseres Versprechens von Fairness und Kompetenz beginnt im Gespräch mit dem Kunden. Mitte 2012 wurde der „Kundenkompass“ eingeführt. Er dient dazu, in wenigen Minuten die Finanz- und Lebenslage des Kunden zu analysieren und individuelle Lösungen für seine persönlichen Wünsche und Ziele zu finden.

Zu Beginn erstellen wir gemeinsam mit dem Kunden eine persönliche Bestandsaufnahme: Welche Wünsche und Pläne hat er? Wie sieht seine persönliche und finanzielle Lebenssituation aus? Wie ist das Vermögen aufgestellt? So entsteht nach 20 bis 30 Minuten eine umfassende Finanzanalyse – einfach, klar und strukturiert. Erst nach der Bestandsaufnahme folgen die Empfehlungen: Dabei bilden die Angaben unserer Kunden die Grundlage für individuelle Handlungs-

Auf dem richtigen Weg

Ergebnisse neutraler Tests und die Wachstumswahlen zeigen, dass unsere Maßnahmen Früchte tragen. Seit Mitte 2012 gewinnen wir durchschnittlich 3 000 Privatkunden pro Woche und bis zu 1 000 Firmenkunden im Monat neu hinzu. In der Baufinanzierung haben wir kurz nach Einführung der anbieterunabhängigen Beratung unseren Marktanteil um rund 60 Prozent gesteigert. Im „City Contest 2013“, einer Erhebung des Instituts für Vermögensaufbau (IVA), die die Beratungsqualität von 1 300 Filialbanken in rund 300 Städten untersucht, haben wir die Zahl unserer örtlichen Testsiege wesentlich erhöht und liegen mit einer Durchschnittsnote von 2,4 an der Spitze aller

Banken (Stand: Mitte 2013). Im Mai 2013 waren wir außerdem Sieger eines Servicetests des Deutschen Kundeninstituts (DKI), bei dem es unter anderem um Transparenz und Produktinformationen im Zertifikatehandel ging. Auch unsere Mitarbeiter sind überzeugt: Der im Juni 2013 veröffentlichte Commerzbank-Monitor zeigt eine deutliche Steigerung des Mitarbeiterengagements, insbesondere im Privatkundensegment. Die Bereitschaft der Mitarbeiter, die Bank als kompetenten Finanzdienstleister mit attraktiven Produkten und Dienstleistungen auch im privaten Umfeld zu empfehlen, hat sich im Vergleich zur vorangegangenen Erhebung 2011 nahezu verdoppelt.



Bestandsaufnahme

Der Kundenkompass ist der Startpunkt für eine faire und kompetente Beratung im Privatkundengeschäft.

* Die Auszeichnung durch Focus-Money basiert auf der Zertifizierung des Kundenkompasses durch das Institut für Vermögensaufbau (IVA) AG. Produkte anderer Anbieter wurden nicht getestet.

empfehlungen. Gemeinsam werden die Finanzthemen und Empfehlungen in der Beratung vertieft, Lösungen gefunden und besprochen sowie nächste Schritte geplant. Zum Abschluss erhält jeder Kunde eine übersichtliche und nachvollziehbare Dokumentation. Für vermögende Privatkunden bietet das Wealth Management mit dem „Strategiedialog“ ein ähnliches Instrument. Für unsere gewerblichen Kunden führen wir im Laufe des vierten Quartals 2013 einen Geschäftskundenkompass ein.

Kundenkompass mit Topnote bewertet

Der Kundenkompass wurde im September 2012 vom Münchener Institut für Vermögensaufbau im Auftrag der Zeitschrift „Focus Money“ eingehend bewertet. Er schnitt in allen Prüfbereichen überdurchschnittlich gut ab und erzielte das Prädikat „Ausgezeichnete Finanzanalyse“ mit fünf von fünf möglichen Bewertungssternen. Aber noch wichtiger ist uns, dass auch die Kunden die Beratung gut bewerten: Bei einer Befragung im März 2012 gaben 70 Prozent der Kunden nach einem Gespräch mit dem Kundenkompass an, sie würden die Commerzbank weiterempfehlen.

Zu einer fairen Beratung kann auch gehören, dem Kunden neben dem eigenen Angebot zum Ver-

gleich auch alternative Produkte von Wettbewerbern zu zeigen. Wir tun dies beispielsweise in Form einer anbieterunabhängigen Beratung zur Immobilienfinanzierung. Die bei uns als „CobaHyp“ bekannte Dienstleistung vergleicht mithilfe einer umfangreichen Datenbank die Konditionen von 250 Banken. Und wir bieten nicht nur Markttransparenz, sondern geben Kunden auch die Möglichkeit, Wettbewerbsangebote direkt bei uns abzuschließen.

Ein breites Angebot erhalten Commerzbank-Kunden auch bei der Fondsauswahl. Auf Basis von rund 10 000 in Deutschland zugelassenen Fondsprodukten ermöglicht unser Auswahlprozess schon in einem frühen Stadium nach der Fondsauflegung eine Empfehlung von aussichtsreichen Geldanlagen.

Auch Bestandskunden profitieren

Das kostenlose Girokonto mit Zufriedenheitsgarantie ist ein weiteres unserer fairen Produkte. Neukunden erhalten 50 Euro als Startguthaben. Sollten sie nach einem Jahr aktiver Nutzung nicht zufrieden sein und kündigen, erhalten sie zudem eine „Nichtgefallensprämie“ von 50 Euro. Diese Regel gilt für alle seit November 2012 eröffneten kostenlosen Giro- und Aktivkonten. Seit Anfang 2013 geben wir diese Garantie auch



für neu abgeschlossene Geschäftskonten sowie seit Mai 2013 für das Startkonto – unser zielgruppenspezifisches Angebot für Schüler, Auszubildende und Studenten.

Neu- und Bestandskunden der Commerzbank profitieren seit Januar 2013 gleichermaßen von unserem Festzins-Sparangebot mit einjähriger Laufzeit. Im aktuellen Niedrigzinsumfeld bietet dieses Produkt eine besonders attraktive Verzinsung. Auch bei unseren neuen Kreditprodukten werden Fairness und Kompetenz großgeschrieben. So ermöglichen wir bei unserer Baufinanzierung Sondertilgungen zu großzügigen Be-

dingungen. Schließlich haben wir auch unsere Verbraucherdarlehen verändert: Seit November 2012 erheben wir keine Bearbeitungsentgelte für den Neuausschluss mehr, und seit März 2013 können Kunden unsere Kreditangebote 30 Tage lang kostenfrei testen. Unsere Bestandskunden haben hier einen kleinen Vorteil: Girokonteninhaber erhalten einen Treuebonus von 0,5 Prozent auf den Zinssatz.

Beschwerdemanagement verbessert

Sollte ein Kunde trotz aller Verbesserungen in den Produkten und Beratungsprozessen nicht zufrieden

Sabine Schmittroth, Leiterin des Vertriebsmanagements für Privatkunden, über das Dilemma:



Sind Produkte, die gut für die Bank sind, auch gut für den Kunden (und umgekehrt)?



„Die Banken verkaufen doch sowieso nur Produkte, die ihnen selbst am meisten nützen.“ So oder ähnlich lauteten die Erfahrungen enttäuschter Bankkunden in den vergangenen Jahren. Bei vielen hat sich dieser Gedanke festgesetzt und belastet das Vertrauensverhältnis zu ihrer Bank. Ein möglicher Grund für die Misere sind Anreize für Vertriebsmitarbeiter, die den Verkauf bestimmter Anlageprodukte mit quantitativen Zielgrößen kombinieren. Ob diese Produkte die individuellen Kundenbedürfnisse treffen, stand dabei nicht immer im Vordergrund.

„Wir haben die Weichen neu gestellt“, erklärt Sabine Schmittroth, Leiterin des Vertriebsmanagements Filialbanking der Commerzbank. Mit dem „Kundenkompass“ werden Kundenwünsche und -bedarfe strukturiert erfasst und dienen als Grundlage für die weitere Beratung. Seit 2012 werden den Kunden vermehrt auch Leistungen angeboten, die gar nicht von der Commerzbank stammen, etwa bei Baufinanzierungen, wenn sie für die spezifischen Kundenanforderungen die bessere Lösung darstellen.

„Eine nachhaltig erfolgreiche Kundenbeziehung basiert auf Vertrauen und Zufriedenheit“, erklärt

Schmittroth das Ziel dieser Veränderungen. „Unsere Berater sind als erster Ansprechpartner für unsere Kunden dafür verantwortlich.“ Neben der Umsetzung neuer gesetzlicher Vorgaben in der Kundenberatung (Stichwort Beratungsprotokoll) gehe es deshalb darum, „die Mitarbeiter zu befähigen und es ihnen zu ermöglichen, noch kundenorientierter zu arbeiten“, so Schmittroth. Hinzu kommt, dass 2011 die Vertriebssteuerung der Commerzbank geändert wurde. Neben der Einführung eines kundenorientierten Beratungsprozesses stand im Vordergrund, die Kundenzufriedenheit als einen wesentlichen Bestandteil in der Vertriebssteuerung zu verankern. Darüber hinaus werden Vertriebsziele im Team gemessen und verantwortet.

Dass die Banken dennoch auch an ihren Kunden verdienen, ist für Sabine Schmittroth kein Widerspruch. „Unsere Kunden wissen, dass eine Bank keine gemeinnützige Organisation ist.“ Die Bankleistung muss aber einen Wert für beide Seiten haben. Letzten Endes ist die eingangs gestellte Frage deshalb gar kein Dilemma für Schmittroth. Ihr Credo lautet: „Nur Produkte, die gut für den Kunden sind, sind langfristig auch gut für die Bank.“ ■

sein, kann ein reibungsloses Beschwerdemanagement der rettende Anker für die Kundenbeziehung sein. Auch hier haben wir 2012 die Prozesse auf Fairness und Kompetenz hin geprüft. Im Rahmen unserer neuen Abläufe können Kunden ihre Anliegen über jeden

schützen wir sie mit den uns zur Verfügung stehenden Mitteln vor Risiken und helfen ihnen in Krisenzeiten.

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten brauchen Unternehmen eine Bank, auf die sie sich verlassen können. Viele Unternehmen sind in den teils konjunkturellen, teils branchenspezifischen Krisen der vergangenen Jahre ins Straucheln geraten. Da die Investitionen des deutschen Mittelstands weitgehend über Kredite finanziert werden, haben wir unseren Kunden, die über ein überzeugendes Geschäftsmodell verfügen, auch in schlechten Zeiten

Weniger Beschwerden

Die Zahl der Kundenbeschwerden ist 2012 um rund 40 Prozent zurückgegangen.

Kanal adressieren – persönlich, telefonisch, per E-Mail oder Brief. Nach unserem Selbstverständnis geht es nicht mehr darum, die kritisierte Handlung zu rechtfertigen, sondern darum, die Kundenzufriedenheit wiederherzustellen. Deshalb haben wir unsere Mitarbeiter mit mehr Kompetenzen und Möglichkeiten ausgestattet, um im Konfliktfall Kulanz zu zeigen. Sollte es im direkten Kontakt keine Lösung geben, steht den Kunden die Commerzbank-Kundenanwältin zur Seite. Im Ergebnis hatten wir 2012 rund 40 Prozent weniger Kundenbeschwerden.

Der im Mai 2012 neu besetzte Kundenbeirat steht ebenfalls für die kundenorientierte Weiterentwicklung der Bank. Er bildet die Interessenvertretung der Kunden. In dieser Rolle diskutiert und entwickelt er in regelmäßigen Sitzungen und Workshops Ideen und Empfehlungen zur Verbesserung und Entwicklung von Produkten, Beratungsleistungen und Services. ■

den Rücken gestärkt. Umgekehrt haben auch Mittelständler der Commerzbank die Treue gehalten, als wir 2009 Staatshilfe in Anspruch genommen haben, um unser Firmenkundengeschäft weiter aufrechterhalten zu können.

2013 liegt ein wesentlicher Beratungsschwerpunkt auf dem Zusammenwachsen der europäischen Zahlungsverkehrsmärkte unter dem Stichwort Single Euro Payments Area (SEPA). Am 31. Januar 2014 endet die Übergangsphase zur Abschaltung der bisherigen nationalen Zahlungsverfahrensverfahren und -formate in den Euroländern. Nach einer Kundenumfrage vom Februar 2013 hatten sich drei Viertel der Unternehmen noch nicht mit SEPA beschäftigt. Mit einer eigenen Website, einem speziellen Newsletter sowie einer umfangreichen „Test & Migration Suite“ und einer Vielzahl kundenindividueller Beratungsgespräche kommen wir unserer Verantwortung zur Aufklärung nach.



› **Kundenbeirat**
www.commerzbank-
kundenbeirat.de

Mit Firmenkunden durch dick und dünn

Die Commerzbank ist die führende Bank für den Mittelstand in Deutschland. Mit dessen tragender Rolle für Beschäftigung und Konjunktur geht wiederum eine besondere Verantwortung für uns einher. Fairness und Kompetenz sowie eine auf diesen Werten basierende Kundenzufriedenheit gelten uns hier im gleichen Maße als Leitwerte wie im Privatkundengeschäft. Das bedeutet zum Beispiel, dass wir auf besonders riskante Anlageoptionen für unsere Kunden verzichten. Es bedeutet aber auch, dass wir unsere Kunden in ihrem Finanzmanagement so unterstützen, dass sie sich voll auf ihr operatives Geschäft konzentrieren können. Dabei

Überzeugte Kunden

Unsere Kunden wissen die Kompetenz der Commerzbank zu schätzen: Bei einer Umfrage zur Kundenzufriedenheit unter rund 7 000 Firmenkunden erreichten wir 2012 exzellente Ergebnisse. So wollen 90 Prozent der Befragten die Zusammenarbeit bestimmt oder wahrscheinlich fortführen – noch mehr als in den Vorjahren. 80 Prozent würden die Bank aktiv weiterempfehlen. Als Gründe für die hohe Kundenzufriedenheit ermittelte das Marktforschungsinstitut TNS Infratest die Beratungskompetenz, die Flexibilität sowie die aktive und individuelle Betreuung.

Diesen Eindruck bestätigte auch der „Cash Management Survey 2012“ des internationalen Fachmagazins „Euromoney“ (Oktober 2012). Bei der Umfrage unter 16 000 Finanzverantwortlichen aus über 110 Ländern, die sowohl die Leistung als auch die Qualität der Banken im Bereich Cash Management bewertet,



gehörte die Mittelstandsbank im Bereich „Best Domestic Cash Manager Germany“ wie im Vorjahr zu den führenden Banken.

Kompetente Unterstützung im Ausland

Firmenkunden schätzen die Commerzbank insbesondere wegen ihrer Kompetenz im Außenhandelsgeschäft. Bei der Abwicklung des Exportzahlungsverkehrs und von Exportakkreditiven gehören wir zu den führenden Finanzinstituten der Eurozone. Heute gehen auch immer mehr kleinere mittelständische Unternehmen ins außer-europäische Ausland, um sich Absatzchancen jenseits des weitgehend stagnierenden Euroraums zu erschließen. Die 11 000 Mitarbeiter in unseren Filialen, Repräsentanzen, Tochter- und Beteiligungsgesellschaften in mehr als 50 Ländern sowie ein weltweites Korrespondenzbankennetzwerk unterstützen sie dabei. 2012 haben wir besonders bei kleineren Mittelständlern Fuß fassen können, deren lokale oder regionale Geldinstitute kein derart bedarfsorientiertes, auf dieses Segment ausgerichtetes Auslandsgeschäft anbieten konnten.

Einer Infratest-Studie zufolge sah Anfang 2013 rund ein Viertel der exportorientierten Mittelständler keine günstigen Rahmenbedingungen für den Schritt ins Ausland. Für diese Studie, die wir im Rahmen unserer Initiative „Unternehmerperspektiven“ in Auftrag gaben, wurden unter anderem 4 000 Inhaber und Geschäftsführer des deutschen Mittelstands befragt, ebenso 145 namhafte Wirtschaftswissenschaftler. Schwierigkeiten bereiten danach insbesondere mangelnde Rechtssicherheit, Handelsbarrieren und Währungsrisiken. Gleichzeitig fordern 85 Prozent der Befragten eine Intensivierung des Außenhandels außerhalb der Europäischen Union. Mithin steht dem erklärten Expansionswunsch der Unternehmen ein Bündel Risiken entgegen, bei dem die Commerzbank kompetente Beratung anbieten kann.

Perspektiven für Afrika

Unser Engagement im Ausland endet nicht vor der Bank- oder Firmentür. Auch für das soziale Wohl setzen wir uns ein. Im Rahmen der Kampagne „Africa – Big

Dipl.-Ing. MBA Lutz Goebel, Commerzbank-Kunde

„Die Bank muss auch mal den Finger heben“

Herr Goebel, was muss eine mittelstandsorientierte Bank heute leisten?

Sie muss mir wettbewerbsfähige Konditionen bieten, Transparenz bei der Kreditvergabe zeigen – also erklären können, wie die Konditionen zustande kommen –, und ich brauche persönliche Kontinuität durch den Betreuer, eine langfristige Vertrauensbeziehung. Schließlich soll die Bank nicht gleich „von der Fahne springen“, wenn es im Unternehmen mal Probleme gibt.

Angesichts der Absatzkrise im Euroraum versuchen viele Mittelständler heute ohne den Umweg über Europa Märkte direkt in Asien oder Amerika zu suchen. Dabei können sie auf vielfältige unbekannte Risiken stoßen. Erwarten Sie hierbei auch eine Beratung durch die Bank?

Dass neben den Außenhandelskammern hier auch die Banken beraten, halte ich für eine

sehr gute Sache. Die Commerzbank ist dabei in vielen Märkten offensichtlich gut aufgestellt. Man muss gar nicht an Asien denken, wenn Sie Risiken ansprechen: Schon in den USA gibt es völlig andere Regeln etwa bei der Produkthaftung und Gewährleistung oder auch der Kundenbetreuung – da werden viele kostenlose Serviceleistungen erwartet. Das kennt man bei uns so nicht.

Wie steht es in Ländern mit instabilen oder korrupten Regierungen? Wie können Unternehmen verhindern, unfreiwillig zu Komplizen bei Umweltzerstörungen oder Menschenrechtsverletzungen zu werden?

Das ist ganz wichtig. Wenn uns die Bank aus ihren Geschäftserfahrungen heraus hier wichtige Empfehlungen geben kann, umso besser. Hier muss die Bank auch mal den Finger heben, wenn sie entsprechende Erkenntnisse hat. ■



Dipl.-Ing. MBA Lutz Goebel ist geschäftsführender Gesellschafter der Henkelhausen GmbH & Co. KG in Krefeld, Präsident des Verbandes „Die Familienunternehmer – ASU“ und Kunde der Commerzbank.

Five“, mit der der Bereich Financial Institutions der Mittelstandsbank das Firmenkundengeschäft auf dem afrikanischen Kontinent weiter ausbauen möchte, unterstützten wir 2012 und 2013 ausgewählte Projekte der SOS-Kinderdörfer in Ghana und Liberia. Spenden in Höhe von 100 000 Euro ermöglichten die Anschaffung von modernem IT-Equipment für Schulen und die Installation von Fotovoltaikanlagen für die Kinderdörfer. Die Commerzbank ist mit 500 Bank- und 250 institutionellen Kunden die wichtigste deutschsprachige Bank für Firmenkundengeschäfte in Afrika. So wickeln wir zum Beispiel 11 Prozent aller Eurozahlungen von Afrika ins Ausland ab. ■

Auf dem Weg zur Energiewende

Ein wichtiges Tätigkeitsfeld der Mittelstandsbank ist die Förderung erneuerbarer Energien. Mit dem in Deutschland beschlossenen Ausstieg aus der Kernenergie und der daraufhin ausgerufenen Energiewende kommt diesem Sektor eine immer größere Bedeutung zu. Die Commerzbank ist mit ihrem Center of Competence Renewable Energies (CoC RE) in Hamburg bereits seit mehr als 25 Jahren einer der größten Financier erneuerbarer Energien weltweit. Kerngeschäft des CoC RE sind Finanzierungen von Wind- und Solarparks, die von institutionellen Investoren, Stadtwerken, Energiekonzernen oder auch von Privatinvestoren betrieben werden. Die Finanzierung von Wind- und Solarparks begleitet die Commerzbank im Rahmen von Non-Recourse-Projektfinanzierungen im In- und Ausland.

„Unsere Kunden sagen uns in vielen Beratungsgesprächen, dass sie froh sind, von einer Bank betreut zu werden, die auch im Ausland wie eine Firmenkundenbank denkt und nicht wie eine Investmentbank.“



Markus Beumer, Mitglied des Vorstands der Commerzbank AG und gesamtverantwortlich für die Mittelstandsbank

Anlagemöglichkeiten bei erneuerbaren Energien

Bei umfangreichen Infrastrukturprojekten wie Wind- und Solarparks bieten wir institutionellen Investoren wie Versicherungen und Pensionskassen die Möglichkeit, sich an der Finanzierung im Rahmen von Portfolio- oder Einzeltransaktionsmodellen zu beteiligen. Eines dieser innovativen Modelle ist die 2013 mit einem Volumen von 87 Millionen Euro aufgelegte „Green Loan Fund“-Plattform, die zukünftig noch erweitert werden soll.

Im Bereich der Solarindustrie hat unsere Tochtergesellschaft Commerz Real Fonds Beteiligungsgesellschaft mbH (CFB) im Februar 2013 den fünften geschlossenen Solarfonds lanciert. Der „CFB-Fonds 180 Solar-Deutschlandportfolio V“ investiert in acht Solarkraftwerke auf dem ehemaligen Militärflugplatz Templin in Brandenburg. Wir rechnen mit einer Leistungserfüllung weit über Plan – wie bei seinen vier Schwesterfonds –, nicht zuletzt weil durch die Inbetriebnahme im Herbst 2012 hohe Vergütungssätze im Rahmen des Erneuerbare-Energien-Gesetzes gegeben sind.



Nachhaltigkeit für Investoren

Das Thema Nachhaltigkeit erhält im Bankgeschäft ein immer stärkeres Gewicht. Seit Mitte 2013 bietet die Commerzbank ihren Kunden eine individuelle Vermögensverwaltung auf Basis einer ethisch nachhaltigen Wertpapieranlage an. Für die spezifische Nachhaltigkeitsanalyse konnte mit der oekom research AG einer der erfahrensten Partner im Markt gewonnen werden. Die Ratingagentur beurteilt fortlaufend das ethisch nachhaltige Verhalten von rund 3 000 Unternehmen aus 52 Staaten. Die Vermögensverwaltung der Commerzbank nutzt diese umfangreiche

Datenbasis, um für ihre Kunden die jeweils passgenauen Rendite-Risiko-Profile zu generieren.

Darüber hinaus haben institutionelle Kunden seit Mitte 2013 die Möglichkeit, in einen offenen Immobilienspezialfonds mit Nachhaltigkeitsansatz der Bank J. Safra Sarasin zu investieren. Da diese Kundengruppe, zu der zum Beispiel kirchliche Einrichtungen zählen, Nachhaltigkeit im Vermögensmanagement verstärkt nachfragt, stellt der „Catella-Multitenant-Stiftungsfonds“ eine wichtige Erweiterung des Produktportfolios dar.



Energiewende

Wir sind ein wichtiger Partner bei der Realisierung von Anlagen zur Gewinnung erneuerbarer Energien.

Kompetenzzentrum

Unser Center of Competence Renewable Energies ist einer der größten Finanzierer erneuerbarer Energien weltweit.

Unsere ökologische Vorreiterrolle bestätigte auch das von Bloomberg Markets erstellte Ranking „World’s Top-40 Green Banks in 2012“. Die Commerzbank zählt dabei 2013 erstmals zu den Top 20. Ein wichtiger Aspekt für die gute Bewertung war unser Engagement im Bereich erneuerbarer Energien.

Emissionshandel: Beratung ist gefragt

Die Commerzbank ist nach wie vor einer der führenden Teilnehmer im europäischen Emissionsrechtshandel. Auch wenn es Mitte 2013 noch kein neues rechtlich verbindliches Abkommen bei den internationalen Klimaverhandlungen gab, sind auf nationaler Ebene deutliche Fortschritte erzielt worden. 2013 starteten der

Emissionshandel in Kalifornien sowie Pilotprojekte in verschiedenen chinesischen Provinzen. Andere Länder entwickeln ähnliche Lösungen, darunter Australien, Brasilien, Mexiko, Südafrika und Südkorea. Dennoch ist der Markt gerade in Europa von Unsicherheit geprägt. Der Beratungsbedarf aufseiten unserer Kunden ist daher 2012 und 2013 spürbar gestiegen.

Finanzierung nachhaltiger Technologien im Ausland

Die Commerzbank fördert den Einsatz nachhaltiger Technologien auch in den sich dynamisch entwickelnden Märkten Lateinamerikas. Commerzbank Financial Institutions und die Inter-American Development Bank stellen beispielsweise der brasilianischen Banco Itaú 2013 gemeinsam 200 Millionen US-Dollar zur Verfügung. Die Mittel sind für Projekte in ganz Lateinamerika vorgesehen, bei denen es um erneuerbare Energien, die Steigerung von Energieeffizienz beziehungsweise umweltschonende Produktionstechniken geht. Weitere Kredite dieser Art werden geprüft. ■

Vertrauen: Was erwarten die Kunden?

Bankkunden sind ambivalente Wesen. Einerseits sind sie mit ihrer Hausbank meistens zufrieden. Empirisch und in der Tendenz gesehen, verbessert sich das Verhältnis inzwischen sogar wieder. Die deutschen Bankkunden gehören zu den loyalsten weltweit. Gleichzeitig aber ist ihr Vertrauen in die Finanzdienstleister auf einem historischen Tiefpunkt angelangt. **Von Hans-Jürgen Kräh**

➤ Mit der Finanzmarktkrise 2008 und 2009 verloren sie so viel Vertrauen in die Banken wie noch nie zuvor – nur noch 42 Prozent der Anleger mögen sich auf das verlassen, was ihr Berater ihnen empfiehlt. Psychologisch gesehen steht der Kunde heute „über“ den Banken beziehungsweise deren Berater, systembedingt bleibt er aber weiterhin auf sie angewiesen. Er muss ihnen sein Geld an „vertrauen“, auch wenn das dafür notwendige Vertrauen eigentlich nicht mehr da ist. Gingen die Deutschen einst vertrauensvoll zu ihrer Bank, um sich „rundum versorgen“ zu lassen, gehen sie heute immer öfter weg: Immer mehr Kunden schauen sich nach einem neuen Partner für ihr Geld um, jährlich wechseln über 5 Millionen eine Bankverbindung.

Zufriedenheit und Vertrauen sind folglich zwei Paar Schuhe. Zufriedenheit ist zwar die notwendige Voraussetzung für Vertrauen, hinreichend dafür ist sie aber nicht. Wo es an Vertrauen fehlt, nimmt auch der grundsätzlich zufriedene Kunde den lästigen bürokratischen Aufwand auf sich, den ein Kontoumzug mit sich bringt. In einem Umfeld der ubiquitären Unsicherheit wünschen sich die Menschen wenigstens ein vertrauensvolles Verhältnis zu ihrer Bank. Dieses wiederherzustellen, ist eine große Aufgabe, bei der man nicht weiß, wo sie anfängt und wo sie aufhört.

Denn das Problem mit dem Vertrauen ist seine Latenz. Man kann Vertrauen nicht beanspruchen oder kaufen, auch nicht einfordern oder konstruieren. Man besitzt es oder man besitzt es nicht.

Vertrauen entsteht in situativen Interaktionen – täglich in tausend Filialen im Gespräch zwischen Kunde und Berater. Es



Hans-Jürgen Kräh ist Bereichsleiter Finanzmarktforschung bei TNS Infratest in München.

beruht auf zugeschriebenen Eigenschaften – allen voran Kompetenz und Integrität. Denn angesichts der Komplexität und Vielfalt verfügbarer Bankprodukte wollen Kunden navigiert werden. Sie wünschen sich eine Vereinfachung der Dinge, am liebsten durch einen Berater, der mit ihnen auf Augenhöhe kommuniziert.

Entscheidend sind also Erwartungen. Schreibe ich meinem Gegenüber die Fähigkeit und das Wohlwollen zu, um mich „verletzlich“ zu machen? Schließlich wird Vertrauen nur dort gebraucht, wo der Vertrauende mehr zu verlieren als zu gewinnen hat – er riskiert den Schaden! Und Bankkunden riskieren einiges: das Ersparnis, die

Ausbildungsversicherung der Kinder oder Teile der Altersvorsorge. Mit einem Wort: im „Worst Case“ einen Großteil ihrer Lebensgrundlage. Das hat die Krise mannigfach gezeigt.

Da es für die Zusammenarbeit mit Banken keine Alternative gibt, suchen Kunden eine „dienstbare“ Bank, der sie vertrauen können. Sie wünschen sich ein modernes Bankgeschäft verbunden mit traditionellen Werten. Was der Kunde von heute wünscht, sind Exzellenz in der Betreuung und die Reduktion von Komplexität, wichtig sind auch Erreichbarkeit und Komfort. Technische Innovationen sind nicht zu vernachlässigen, aber insgesamt weniger wichtig. Performancegetriebenen Produkten steht er vergleichsweise indifferent gegenüber.

Wenn die eigenen Kunden – und auch die interessierte Öffentlichkeit – einer Bank ihr Vertrauen schenken, dann führt das zu einem guten Leumund. Heute nennt man das Reputation. Eine gute Reputation schützt vor der Abwanderung von Kunden. Viel wichtiger aber: Sie macht eine Bank auch interessant für neue Kunden, die an anderer Stelle Vertrauen verloren haben. Gerade im Bereich der Finanzen suchen Kunden nach Marken mit gutem Ansehen. Ein professionelles Reputationsmanagement ist damit neben einem adäquaten Leistungsangebot eine der zentralen Herausforderungen für Banken. Es gilt, Kompetenz und Integrität zu vermitteln und beständig einzulösen. ■





Führung und Mitarbeiter

Modern führen, verantwortungsvoll managen

Die Zukunft im Blick behalten – das ist erklärtes Ziel der Personalarbeit der Commerzbank. Dabei geht es um Möglichkeiten für Mitarbeiter ebenso wie um die Entwicklung des Gesamtunternehmens. So entsteht ein Spannungsfeld unterschiedlicher Perspektiven und Erwartungen, das wir mit kreativen Ideen gestalten.



Personalarbeit

Ein Arbeitsplatz bei der Commerzbank bietet Raum für Gestaltung.

➤ In Zeiten des Umbruchs spielen Kontinuität und Zukunftsorientierung eine besondere Rolle in der Personalarbeit. Zum einen gilt es, Unsicherheiten abzubauen, zum anderen Motivation und Engagement zu erhöhen. Wir sind davon überzeugt, dass die Commerzbank trotz Personalanpassungen ein sehr attraktiver Arbeitgeber ist – dank umfassender Entwicklungsmöglichkeiten und Angeboten in der Aus- und Weiterbildung, leistungsorientierter Vergütungsmodelle, überdurchschnittlicher Sozialleistungen und nicht zuletzt wegen unserer Kultur: Die Commerzbank steht für einen besonders verantwortlichen und kollegialen Umgang mit den Menschen, die für sie arbeiten.

Aufgabe von Group Human Resources ist es, zusammen mit den anderen Konzernbereichen die Wettbewerbsfähigkeit der Commerzbank zu steigern. Dazu setzen wir zeitgemäße personalwirtschaftliche Instrumente ein, damit unsere Führungskräfte ihre Mitarbeiter jederzeit in bedarfsgerechter Anzahl und mit den benötigten Fähigkeiten einsetzen können. Denn wir wissen, dass die Entwicklung der Bank in hohem Maße von der Kompetenz und dem langfristigen Engagement ihrer Mitarbeiter abhängt.

Commerzbank-Akademie gestartet

Eine hochwertige Aus- und Weiterbildung ist die Grundlage unserer Personalarbeit. Qualifizierung bei der Commerzbank fängt schon beim Recruiting an. Mit Maßnahmen im Bereich des Schülermarketings suchen wir junge Nachwuchskräfte und bereiten sie mit Bewerbertrainings gezielt auf einen Einstieg vor. Dabei nutzen wir soziale Netzwerke wie www.probiere-dich-aus.de und präsentieren uns auf Messen. Wir unterstützen auch die Initiative „Business@school“ der Boston Consulting Group, die Oberstufenschülern Wirtschaftsthemen auf praxisnahe Weise nahebringt

(mehr über unsere Schülerinitiativen lesen Sie auf den S. 40 und 77).

Unsere Qualifizierungs- und Entwicklungsangebote bündeln wir seit 2012 in der Commerzbank-Akademie. Sie enthält von der Grundlagen- und Fachqualifizierung bis zu spezifischen Führungs-, Projekt- und Fachlaufbahnen ein breites Angebot für alle Mitarbeiter. Der Kurs „Basis-Banking“ gibt denjenigen Mitarbeitern einen Einblick ins Bankgeschäft, die keine finanzwirtschaftlichen Tätigkeiten in der Commerzbank ausüben. Zudem bietet er auch Mitarbeitern, die innerhalb des Unternehmens wechseln, einen Überblick über andere Abteilungen. In den ersten zwölf Monaten seit Einführung im April 2012 wurde der aus zwei Modulen bestehende Kurs knapp 4 800 Mal absolviert. „Basis-Banking“ bietet auch eine ausführliche Lehrereinheit zum Thema Nachhaltigkeit an, die über unser Engagement in den fünf Handlungsfeldern Governance, Markt und Kunden, Ökologie, Mitarbeiter und Gesellschaft informiert. Daneben haben wir im Sommer 2013 eine Fachlaufbahn etabliert. Sie zeigt klar strukturierte Entwicklungsmöglichkeiten auf für alle, die bewusst keine Projekt- und Führungslaufbahn anstreben.

Das Commerzbank-Management-Programm (CMP) qualifiziert innerhalb der Commerzbank-Akademie für die Führungskräfteaufbahn. Auch hier wurden 2012 zahlreiche Neuerungen auf den Weg gebracht, wie etwa Vorbereitungsworkshops, die Möglichkeiten zum Üben und zu intensivem Austausch unter den Teilnehmern bieten. Die Qualifizierung beginnt nun erst ab dem Zeitpunkt, an dem die Übernahme der neuen Führungsposition feststeht, also dann, wenn sie wirklich gebraucht wird.

Sich in Führungspositionen beweisen können unsere Mitarbeiter auch im Programm „Management Experience“. Hier füllen angehende Führungskräfte



› Self-Assessment
www.probiere-dich-aus.de

vorübergehend Führungspositionen aus, die etwa durch Elternzeit unbesetzt sind. Dabei werden sie von Mentoren tatkräftig unterstützt. Führungskräfte in Elternzeit erhalten ihrerseits eine Rückkehrgarantie und können sich mit dem Programm „Keep in Touch“ auf dem Laufenden halten. Dieses Angebot gilt nicht nur für Führungskräfte: Infrage kommende Mitarbeiter – Männer ebenso wie Frauen – erhalten während der Elternzeit einen Teilzeitvertrag von 10 oder 20 Prozent ihres normalen Vertrags, um an Schulungen teilzunehmen oder anderweitig Kontakt zu ihren Abteilungen zu halten. Mit „Keep in Touch“ gehen wir klar über gesetzliche Anforderungen in Deutschland hinaus.

Vielfalt stärken

Mitarbeitervielfalt – beispielsweise in Form unterschiedlicher Geschlechter, Generationen, Nationalitäten, Religionen, Weltanschauungen und sexueller Orientierung sowie von Behinderten und Nichtbehinderten – betrachten wir als hohes Gut. Sie wirkt sich positiv auf Motivation, Innovationskraft, Leistung und Betriebsklima aus. Mit dem „Global Diversity Management“ haben wir 2012 eine Plattform geschaffen, um unsere Aktivitäten über sechs „Regional Diversity Councils“ auch international in der Bank zu implementieren.

Ein nach wie vor wichtiges Handlungsfeld ist das Thema „Frauen in Führungspositionen“. Ende 2012 lag der Anteil von Frauen in Führungspositionen in der Commerzbank im Inland bei 24 Prozent und damit schon in der Spitzengruppe der Dax-Unternehmen, international bei 25,7 Prozent. 2015 soll er weltweit 30 Prozent betragen. Neben den Programmen „Keep in Touch“ und „Rückkehrgarantie nach Elternzeit“ ist das Commerzbank-Mentoring ein weiteres wichtiges Instrument, um dieses Ziel zu erreichen. Dabei betreuen Vorstand sowie die erste und zweite Führungsebene ein Jahr lang bis zu zwei Mentees. Die Hälfte der Mentees soll weiblich sein. Im September 2012 endete das erste Programmjahr, in dem 353 Mentoren insgesamt 573 Mentees begleiteten.

Der Förderung weiblicher Laufbahnen im Unternehmen dient auch das Ziel, Familie und Beruf besser miteinander zu vereinbaren. 2012 haben wir beispiels-

weise das Angebot an Krippen- und Kindergartenplätzen weiter ausgebaut. So bieten wir zusätzlich zu unserem Krippenangebot seit Mitte 2012 Kindergartenplätze in 13 Einrichtungen an und haben zudem die Ferienbetreuung ausgeweitet. 2012 startete der zweite Schülerhortjahrgang, in dem Grundschüler nach dem Unterricht gepflegt und betreut werden.

Die Vielfalt im Unternehmen stärken wir außerdem, indem wir aktiv Mitarbeiternetzwerke unterstützen. Eines davon, das schwul-lesbische Netzwerk Arco, feierte 2012 sein zehnjähriges Bestehen. Das Frauennetzwerk „Courage“ wurde weiter internationalisiert: In London wurde eine zweite weltweite Konferenz dieses Netzwerks organisiert. Commerzbank-Väter kamen in Frankfurt und Hamburg zu Vorträgen, Erfahrungsaustauschtreffen und Workshops zusammen.

Nachdem die Commerzbank 2010 den Max-Spohr-Preis für ihr Engagement für homosexuelle Mit-

„Als internationales Unternehmen verankern wir den Diversity-Gedanken und entsprechende Programme an allen Standorten im Konzern. Deshalb wurden sechs Regional Diversity Councils eingerichtet: für Deutschland, London, West- und Osteuropa, New York und Asien. Die Vertreter dieser Councils setzen sich mindestens zweimal im Jahr zusammen und diskutieren Maßnahmen zu den für sie wichtigen Diversity-Themen. Aktueller Fokus und Vorgabe des Vorstands ist die Frage, wie mehr Frauen in Führungspositionen gefördert werden können und welche Bedeutung der demografische Wandel in Zukunft für den jeweiligen Standort haben könnte. Darüber hinaus bearbeitet jede Region ihre eigenen Themen, denn die Herausforderungen sind regional unterschiedlich. Dabei ist es wichtig, im persönlichen Austausch voneinander zu lernen. Schließlich müssen wir das Rad nicht immer wieder neu erfinden!“



Barbara David, Leiterin Diversity Management

arbeiter erhalten hatte, richteten wir 2012 die erneute Verleihung aus. Zudem erhielt die Bank zum sechsten Mal das Total-E-Quality-Prädikat für Chancengleichheit in der Personalpolitik.

WikIdee: Kreativität lohnt sich

Neben kultureller Vielfalt führt auch gezieltes Ideenmanagement zu kreativen Impulsen im Unternehmen. Mit „WikIdee“ haben wir seit September 2011 eine interne Online-Plattform geschaffen, auf der Verbesserungsvorschläge gesammelt und diskutiert werden. WikIdee bietet den Mitarbeitern die Möglichkeit, sich noch stärker als bisher an Verbesserungen zu beteiligen und schafft außerdem eine höhere Transparenz der eingereichten Ideen und deren Status. Von den insgesamt 5 252 vorgestellten Ideen im Jahr 2012 wurden über 550 realisiert. Die Diskussion unter den Mitarbei-



Kinderbetreuung

Die Commerzbank hat in den vergangenen Jahren ihr Betreuungsangebot für Mitarbeiterkinder deutlich erweitert.

tern auf der Plattform führte zu rund 9 000 Kommentaren und fast 60 000 Bewertungen der eingereichten Ideen. Unser früheres, ebenfalls onlinegestütztes Vorschlagsportal „ComIdee“ ist inzwischen in WikiIdee überführt worden. Damit können jetzt Verbesserungsvorschläge direkt bei der Fachabteilung eingereicht oder im Dialog mit Kollegen weiterentwickelt werden. Auf WikiIdee können aktuell rund 40 000 Mitarbeiter der Bank zugreifen. Es wurde von der Abteilung Group Human Resources und dem Exzellenz-Programm (vgl. S. 22) ins Leben gerufen.

Im März 2013 wurde WikiIdee vom Zentrum Ideenmanagement des Deutschen Instituts für Ideen- und Innovationsmanagement als „Bestes Ideenmanagement 2013“ in der Branche Banken und Versicherungen ausgezeichnet. Vor allem die Möglichkeit, Ideen in einer Online-Plattform zu diskutieren und zu bewerten, überzeugte die Experten. Darüber hinaus stach die hohe Akzeptanz des Ideenmanagements bei den Mitarbeitern und Führungskräften positiv hervor. ■

Gut versorgt – nicht nur finanziell

Ein Unternehmen, das motivierte und engagierte Mitarbeiter sucht und längerfristig an sich binden will, muss ein angemessenes Paket aus finanziellen und nicht finanziellen Leistungsanreizen schnüren. Löhne und Gehälter mögen für die meisten Menschen der Hauptgrund sein, arbeiten zu gehen. Gleichzeitig sind unseren Mitarbeitern aber noch andere Faktoren wichtig, wie Aufstiegsmöglichkeiten oder betriebliche Zusatzleistungen.

Fortschrittliche Vergütungs- und Zusatzleistungen

Dennoch beginnen auch in unserem Unternehmen die Diskussionen um Vergütung und Leistungsanreize zunächst beim Geld. Deshalb hat uns eine Entwicklung 2012 besonders erfreut: Um die kurzfristig erhöhten Kapitalanforderungen der European Banking Authority (EBA) zu erfüllen, haben wir ein Programm zur Auszahlung variabler Vergütung in Aktien entwickelt. 90 Prozent der Mitarbeiter, denen dieses Programm angeboten wurde, stimmten zu. Diese hohe Zustimmungquote beweist die Verbundenheit der Belegschaft mit der Bank.

Das Paket an monetären und anderen „Benefits“ ist bei der Commerzbank besonders vielfältig. Als Teil der Gesamtvergütung bieten wir unseren Mitarbeitern ein umfangreiches Angebot betrieblicher Zusatzleistungen. Das Spektrum umfasst unter anderem Leistungen aus den Bereichen Altersversorgung, Mitarbeiteranerkennung, Mobilität, Technik und Risikoabsicherung. Führungskräfte können ihren Mitarbeitern für besonderes Engagement zusätzlich mit Gutscheinen in Höhe von je 150 Euro danken. Andere Beispiele sind das Leasing hochwertiger IT-Geräte zu attraktiven Bedingungen.

Neue Grundsätze für Management-Vergütung

Mitte 2013 verpflichtete sich die Commerzbank gemeinsam mit der Deutschen Bank, DZ Bank, HSBC Trinkaus & Burkhardt und HypoVereinsbank zur ethischen Fundierung von Management-Vergütungen. Mit einem gemeinsamen Grundsatzzapier bekennen sich die Unterzeichner zu einer sowohl erfolgs- als auch wertorientierten Führung. Neben betriebswirtschaftlichen Kennziffern findet künftig auch die ethische Dimension des Handelns Eingang in die Führungskräftebewertung und -vergütung. Im Kern geht es dabei darum, die Vergütungssysteme transparent zu gestalten und Fehlanreize auszuschließen. Moderiert wurde der Prozess vom Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik.

Net Promoter Score: Kundenzufriedenheit zahlt sich aus

Seit 2012 hat die Commerzbank ihr Vergütungssystem für Vertriebsmitarbeiter im Privatkundengeschäft umgestellt. Dabei wurde der Faktor Kundenzufriedenheit erheblich aufgewertet. Seitdem zählt bei uns nicht mehr allein, ob Ertrags- und Wachstumsziele erreicht wurden, sondern auch wie zufrieden der Kunde mit seiner Filiale ist. Als entsprechende Messgröße dient der Net Promoter Score (NPS), ein international anerkannter Standard zur Bewertung der Kundenzufriedenheit. Er ist als Zielgröße ein zentraler Bestandteil der variablen Vergütung aller Mitarbeiter und Führungskräfte im Privatkundenvertrieb.

„Viele unserer Mitarbeiter machen zurzeit große Belastungen durch. Die Commerzbank hat verstanden, dass sie als Arbeitgeber die Voraussetzungen dafür schaffen muss, dass die Mitarbeiter gesund bleiben und mit Interesse und Engagement ihre Arbeit tun. Mit ihren Angeboten, die es den Angestellten leichter machen, Arbeit und Privatleben miteinander zu verbinden, war sie oft sogar schneller und umfangreicher als der Gesetzgeber. Gleichzeitig sollte man aber Gehalt und Zusatzleistungen nicht gegeneinander aufrechnen – beides muss stimmen.“

pflegebedürftigen Angehörigen können maximal 24 Monate lang ihre Wochenarbeitszeit auf bis zu 15 Stunden verringern. In dieser Zeit stocken wir das Gehalt um die Hälfte des entfallenen Entgelts auf. Wird die Arbeitszeit zum Beispiel von 100 auf 50 Prozent gesenkt, erhält der Mitarbeiter 75 Prozent des bisherigen Gehalts. Die Entgeltaufstockung wird nach Beendigung der Pflegephase wieder ausgeglichen.



Uwe Tschäge, Vorsitzender des Gesamt- und Konzernbetriebsrats

Pflegeleistungen für Familienangehörige

Neuland betritt die Commerzbank auch mit innovativen Angeboten zur Unterstützung der Mitarbeiter bei der Pflege von Angehörigen. Neben dem wichtigen Thema Kinderbetreuung rückt im Zuge des demografischen Wandels zunehmend die Pflege von Angehörigen ins Blickfeld. Denn nicht nur die Belegschaft wird kontinuierlich älter, auch der Anteil der Pflegebedürftigen steigt. Immer mehr Mitarbeiter müssen zusätzlich zum Beruf pflegebedürftige Angehörige versorgen.

Im Sinne einer lebensphasenorientierten Personalarbeit bietet die Commerzbank als erstes Unternehmen in Deutschland Mitarbeitern mit pflegebedürftigen Familienmitgliedern eine Notfallpflege, Tagesbetreuung und einen „Pflege-Check-up“ in einem Pilotprojekt an. Das gemeinsam mit den Projektpartnern Pme-Familien-service und Agaplesion-Gruppe erarbeitete Angebot startete am 1. April 2013 zunächst in der Zentrale in Frankfurt. Mit Pme bietet die Bank bereits seit einigen Jahren Beratungs- und Vermittlungsleistungen an. Nun betreibt der Familienservice für uns eine jederzeit erreichbare Notbetreuungs-Hotline, vermittelt Pflegekräfte im Rahmen der SOS-Pflege kurzfristig nach Hause und bietet ein Hausnotrufsystem an. Der Partner Agaplesion stellt mit seinen Einrichtungen die Tagespflege sicher. Die Verwaltungskosten für den Service trägt die Bank. Außerdem ersetzen wir den Mitarbeitern für bis zu 10 Tage im Jahr den Eigenanteil, den die Pflegekasse nicht übernimmt.

Zusätzlich dazu können sich Beschäftigte im Rahmen der Pflegezeit bis 6 Monate freistellen lassen oder ihre Arbeitszeit reduzieren. Daneben bietet die Bank die sogenannte Familienpflegezeit an. Mitarbeiter mit

Seit September 2012 ist in der dazugehörigen Betriebsvereinbarung auch festgeschrieben, dass die Bank die Prämie für die gesetzlich vorgeschriebene Versicherung der Beschäftigten in der Familienpflegezeit übernimmt.

Gesundheitsmanagement jetzt TÜV-zertifiziert

Die Commerzbank legt besonders großen Wert auf die Gesundheitsförderung ihrer Mitarbeiter. Vom Betriebssport bis zur Suchtprävention – Mitarbeiter profitieren von einem vielfältigen Angebot. So möchten wir dazu beitragen, dass unsere Mitarbeiter leistungsfähig und motiviert sind und sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen. Unser Gesundheitsmanagement passt seine Aktivitäten ständig an die sich wandelnden Anforderungen der Arbeitswelt an. Dabei hilft der „Beschäftigtenbeirat Gesundheit“. Im Rahmen dieses Beirats diskutieren 45 Mitarbeiter aus nahezu allen Geschäftsfeldern und Konzernbereichen direkt mit dem Personalvorstand und dem Gesamtbetriebsratsvorsitzenden die gesundheitlichen Themen, die sie am Arbeitsplatz besonders beschäftigen. Auf diese Weise steht die Bank bezüglich Gesundheitsthemen immer in enger Verbindung mit ihren Mitarbeitern.

Grundsätzlich setzt die Commerzbank bei ihren Angeboten im Gesundheitsmanagement vier Schwerpunkte: Ernährung, Bewegung, Suchtprävention und Stressmanagement. Zur Stärkung des Gesundheitsbewusstseins unserer Mitarbeiter haben wir bereits 2011 das interaktive Training „Gesund in der Commerzbank“ gestartet, das in drei Kursen Tipps für die Praxis und Wissenswertes rund um Gesundheit vermittelt. >



Können wir ein verantwortungsvoller Arbeitgeber sein, wenn wir gleichzeitig Stellen abbauen?



Die Commerzbank will mit ihrer strategischen Agenda bis 2016 zukunftsfähig werden. Für den notwendigen Umbau der Bank müssen auch Personalkosten reduziert und bis 2016 einige Tausend Stellen abgebaut werden. Kann man vor diesem Hintergrund noch für sich in Anspruch nehmen, ein verantwortungsvoller Arbeitgeber zu sein?

„Entscheidend ist, wie verantwortungsvoll wir mit dieser schwierigen Situation umgehen“, sagt Albert Reicherzer, Bereichsvorstand Group Human Resources der Commerzbank. „Stellenabbau ist ja nicht gleichbedeutend mit Entlassungen. Bei der Commerzbank hat es noch nie betriebsbedingte Beendigungskündigungen gegeben. Wir haben eine Reihe von Maßnahmen verabschiedet, um den Abbau sozialverträglich zu gestalten.“

Die gesamte Finanzbranche in Deutschland muss sich seit einiger Zeit mit dem Thema Stellenabbau auseinandersetzen. Als die heutigen Personalstrukturen in den Banken entstanden, sah die Welt noch anders aus: Privatkunden investierten deutlich mehr am Kapitalmarkt und sie nutzten die Filialen viel häufiger. Gleichzeitig verdienten Banken aufgrund eines allgemein höheren Zinsniveaus mehr. „Es ist

leider nicht abzusehen, dass sich die Märkte schnell erholen“, sagt Reicherzer.

Was also ist zu tun? Reicherzer ist überzeugt: „Gerade auch der Personalbereich hat die Verantwortung, sich für die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens einzusetzen. Wir müssen in bestimmten Bereichen Stellen streichen, um die verbleibenden Arbeitsplätze nachhaltig zu sichern. Gleichzeitig sehen wir uns den Mitarbeitern gegenüber in der Pflicht, alle Möglichkeiten zu nutzen, um die erforderlichen Stellenkürzungen ohne betriebsbedingte Beendigungskündigungen vorzunehmen. Das ist auch mein ganz persönliches Ziel.“

Dazu trägt die neue Initiative „Perspektiven schaffen“ in der Commerzbank bei, bei der unter anderem die Besetzung von offenen Stellen durch eigene Mitarbeiter deutlich vereinfacht wird. Noch wichtiger ist aber, dass bankweit die Angebote rund um die Qualifizierung verbessert und Entwicklungswege transparent aufgezeigt werden, um den Mitarbeitern neue Perspektiven zu bieten. Denn auch das zeichnet einen verantwortungsvollen Arbeitgeber aus – eine vorausschauende Personalpolitik, die die Zukunft der Bank und die ihrer Mitarbeiter sichert. ■

Darüber hinaus wurde im September 2012 das Seminar „Erfolgreich und gesund führen“ implementiert. Hier erfahren leitende Angestellte, Belastungen wahrzunehmen und diesen zu begegnen – nicht nur bei sich selbst, sondern auch bei ihren Mitarbeitern. Das Betriebliche Gesundheitsmanagement wurde im Februar 2013 als erstes Gesundheitsmanagementprogramm eines Dax-Konzerns vom TÜV Süd zertifiziert.

Arbeitsplatzabbau ohne Kündigungen

Im Juni 2013 haben sich Commerzbank und Arbeitnehmervertreter über die Umsetzung der strategischen Agenda bis 2016 verständigt. Im Kern ging es darum, Geschäftsmodell, Organisation und Kostenstruktur an die veränderten Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse anzupassen. In den Gremienvereinbarungen wurde Einvernehmen über die betrieblichen Anpassungen und die dafür notwendigen personal-

wirtschaftlichen Instrumente erzielt. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, betriebsbedingte Beendigungskündigungen nach Möglichkeit zu vermeiden. Dafür wurde eine Reihe von Maßnahmen entwickelt, mit denen sich der erforderliche Stellenabbau sozial verträglich gestalten lässt. So bieten wir Unterstützung und Beratung, wenn sich Mitarbeiter außerhalb der Bank orientieren möchten. Darüber hinaus gibt es attraktive Abfindungen und Lösungen für Altersteilzeit. Dabei gilt grundsätzlich das Prinzip der doppelten Freiwilligkeit, also dass beide Seiten einer Lösung zustimmen. Und wir nutzen den internen Stellenmarkt, um Mitarbeitern neue Möglichkeiten innerhalb der Bank zu eröffnen. Denn dem Abbau in bestimmten Bereichen steht auch ein – wenngleich geringerer – Aufbau in anderen Bereichen gegenüber. ■

Zuversicht: Mut zur Veränderung

Fünf Jahre nach Ausbruch der weltweiten Finanzkrise sollten die Menschen wieder ein Recht auf Zuversicht haben. Wir scheinen uns daran gewöhnt zu haben, in einer Welt der schlechten Nachrichten zu leben: Ungelöste (finanzwirtschaftliche) Krisenherde allerorten und in der Bankenlandschaft eine fehlgeleitete Bonuspraxis sowie ein fragwürdiges Verständnis von Verantwortung und Kulturwandel. Gibt es überhaupt Grund für Zuversicht? Von Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin

Wenn alles bliebe, wie es zuvor war, hätten wir in der Tat Grund zu großer Sorge. Aber die Erkenntnis, dass die gewohnten Wege falsch waren, ist der Beginn der Veränderung. Von der Philosophie lernen wir, dass man ganz neu anfangen muss, dass die Tradition ein falsches Bild des Menschen hat. Das ist beispielsweise die Überzeugung von Descartes in der Erkenntnistheorie und von Thomas Hobbes in der politischen Theorie – zwei Denker, mit denen in Europa modernes Denken begonnen hat. Nach diesen beiden heißt neu anfangen, auf die Prinzipien zurückzugehen und von diesen alles Wissen herzuleiten. Keine vagen Vermutungen mehr, sondern präzise, unbezweifelbare Wissenschaft. Die moderne Naturwissenschaft, auch die moderne Ökonomie, sind Sprösslinge dieser „rationalistischen“ Idee. Getragen ist sie vom Vertrauen in die Vernunft: theoretische Vernunft des Urteilens und praktische Vernunft des Entscheidens.

Die Finanzwirtschaft hat es über Jahre hinweg versäumt, die ethischen Voraussetzungen ökonomischen Erfolgs ausreichend zu berücksichtigen. Denn die wirtschaftliche Praxis ist nicht moralfrei, wie uns die marktradikale Ideologie in den vergangenen Jahrzehnten weismachen wollte. Im Gegenteil: Eine (Finanz-)Wirtschaft, die sich aus allen kulturellen und moralischen Bindungen herauslöst, büßt ihr wichtigstes Kapital ein: Vertrauen. Damit ist sie am Ende auch ökonomisch nicht erfolgreich.

Um neu anzufangen, um Grund für Zuversicht zu haben und diese Zuversicht auch über die Manager und Mitarbeiter auf den



Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin ist Professor für Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Kunden zu übertragen, ist Veränderung nötig. Veränderung aber birgt Risiken. Allerdings ist es nicht so sehr das ängstliche Vermeiden eines jeden Risikos, sondern das Vertrauen in seine Kontrollierbarkeit, das Zuversicht begründet. Begründete Zuversicht hat also zwei Voraussetzungen: erstens die Gewissheit, dass sich die Bedingungen des Lebens gestalten lassen, und zweitens, dass Menschen in der Verfolgung ihrer Ziele Rücksicht auf andere nehmen.

Der vermutlich bedeutendste Denker der europäischen Aufklärung, der Königsberger Philosoph Immanuel Kant, entwickelte

eine Theorie praktischer Vernunft, wonach es eine moralische Pflicht ist, nur nach solchen Maximen zu handeln, nach denen alle handeln könnten. Vernünftigkeit, Freiheit und Pflicht gehen in dieser Philosophie eine unauflösliche Verbindung ein. Daraus speist sich die Zuversicht, der Optimismus der Philosophie Immanuel Kants: Es ist dem Menschen möglich, vernünftig zu handeln, die Würde anderer zu respektieren und seine Freiheit in der Demokratie zu realisieren. Die Möglichkeit, sich aus „selbstverschuldeter Unmündigkeit“ zu befreien, stimmt Kant und die gesamte Philosophie der europäischen Aufklärung zuversichtlich.

Dieses Projekt ist bis heute nicht vollendet, sondern steht vor großen Bewährungsproben: Die globalen Finanzmärkte dürfen sich nicht verselbstständigen, sie müssen in einen Rahmen des Rechts, der Kultur und der Moral eingebettet werden. Beispiel Boni: Die Idee einer kleinteiligen, an messbaren Kriterien orientierten Steuerung menschlichen Verhaltens führt in die Irre. Denn die resultierende umfassende Konkurrenzkultur gefährdet Kooperation und Nachhaltigkeit.

Unter der Voraussetzung also, dass eine Bank ihre Lehren aus der Krise gezogen hat, den Mut zur Veränderung bewiesen hat, dabei auch ihre Incentive-Strukturen auf den Prüfstand gestellt hat, mithin also die Fähigkeit zu theoretischer und praktischer Urteilskraft nachgewiesen hat – unter solchen Voraussetzungen ist Zuversicht angebracht. ■



Dialog und Gesellschaft

Sozial engagieren, zukunftsfähig bleiben

Die Commerzbank ist auf vielfältige Weise mit ihrem gesellschaftlichen Umfeld vernetzt. Im Dialog mit Politik und Verbänden gestaltet sie Rahmenbedingungen des Geschäfts. Zugleich fördert und entwickelt sie mit ihrem gesellschaftlichen Engagement die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Benachteiligten.



Durch ihre verschiedenen Rollen als Arbeitgeber, Steuerzahler und Geschäftspartner füllt die Commerzbank eine bedeutende Funktion in der Volkswirtschaft aus. Doch die unternehmerische Verantwortung der Commerzbank erschöpft sich nicht in ihrem volkswirtschaftlichen Nutzen. Denn dieser allein gewährleistet noch keine Nachhaltigkeit. Nachhaltig wird unsere Tätigkeit erst, wenn wir unsere operativen Risiken verringern und uns aktiv für die Themen einsetzen, die wir für uns und unser Umfeld als wichtig identifiziert haben. Neben der konsequenten Kundenorientierung, dem verantwortlichen Umgang mit unseren Mitarbeitern und dem langfristigen Einsatz für den Umweltschutz sind dies auch gesellschaftliche Belange, die für das Zusammenleben im Gemeinwesen wichtig sind.

Aktiv im Dialog

Unternehmerische Verantwortung aktiv zu leben bedeutet auch, den regelmäßigen Austausch mit externen und internen Anspruchsgruppen zu suchen. Dabei beteiligen wir uns an ausgewählten Initiativen, die von außen an uns herangetragen werden und richten eigene Dialogformate aus. In unserer Diskussionsreihe „Commerzbank im Dialog“ greifen wir Themen auf, die unseren Stakeholdern wichtig sind. 2012 fanden vier Veranstaltungen statt, unter anderem zu den Themen Anleger- beziehungsweise Verbraucherschutz und Finanzierung der Energiewende.

Mit unseren mittelständischen Kunden stehen wir nicht nur geschäftlich in Kontakt, sondern durch die Studien- und Veranstaltungsreihe „Unternehmerperspektiven“ auch über eine Vielzahl von Diskussionsveranstaltungen in der Region. Zuletzt wurde von Oktober bis Dezember 2012 eine Umfrage unter 4 000 Unternehmen zu Chancen und Risiken der Internationalisierung für den Mittelstand durchgeführt und breit diskutiert.

Engagement für Bildung und Sport

Gesellschaftliches Engagement ist seit jeher Teil der Unternehmenskultur der Commerzbank. In zahlreichen Projekten und Initiativen mit Partnern aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft leisten wir Beiträge zur Lösung aktueller Problemstellungen. Dabei geht es vor allem darum, Benachteiligungen abzubauen, die eine soziale und ökonomische Teilhabe bestimmter Personengruppen erschweren. Mit dieser Grundausrichtung wollen wir langfristig Nutzen schaffen, indem die geförderten Zielgruppen sinnvoll in die Gesellschaft integriert werden.

Neue Ausrichtung des Bildungsbereichs

Die mangelnde „Bildungsgerechtigkeit“ – gerade beim Übergang von der Schule in den Beruf – wird von Wissenschaft, Politik und Gesellschaft gleichermaßen beklagt. Noch immer verlassen jedes Jahr rund 53 000 Jugendliche in Deutschland die Schule ohne einen ersten qualifizierenden Abschluss – rund 6,5 Prozent eines Jahrgangs (Statistisches Bundesamt, 2012). Der sich anschließende Lebensweg ist oftmals vorprogrammiert und endet in nicht wenigen Fällen in der Arbeitslosigkeit.

Mit dem neuen Commerzbank-Bildungspaten-Programm wollen wir genau an dieser Stelle ansetzen. Seit 2013 unterstützen Mitarbeiter der Commerzbank Jugendliche, die von Schulabbruch bedroht sind oder Gefahr laufen, keinen Ausbildungsplatz zu finden. Die Commerzbank-Bildungspaten begleiten ihre Schützlinge über ein ganzes Jahr, zeigen Perspektiven auf und helfen ihnen, sich ihrer Stärken bewusst zu werden und Selbstvertrauen zu entwickeln. Der Commerzbank-Bildungspate ist Coach und fungiert als Berater außerhalb der gewohnten Schul- und Ausbildungsumgebung des Jugendlichen.

Die Bank sorgt für eine passgenaue Qualifizierung der Paten und stellt diese hierfür von ihrer beruflichen Tätigkeit frei. In einer Pilotphase sind 2013



› **Commerzbank im Dialog**
www.commerzbank-im-dialog.de

› **Unternehmerperspektiven**
www.unternehmerperspektiven.de

› **The Prince's Trust**
www.princes-trust.org.uk

London: Engagement für Jugendliche

Am Standort London ist die Commerzbank im März 2013 eine neue Partnerschaft mit „The Prince's Trust“ eingegangen. „UK's leading youth charity“ unterstützt Jugendliche bei der (Re-)Integration ins Berufsleben – im Fokus stehen insbesondere arbeitslose, bildungsbenachteiligte und ehemals straffällige Jugendliche. Neben der finanziellen Unterstützung der Organisation bietet das Engagement unseren Mitarbeitern vielfältige Beteiligungsmöglichkeiten: Das Spektrum reicht von der

Teilnahme an einem Wohltätigkeits-Radrennen bis zur Übernahme von Mentoring- und Trainingstätigkeiten. In Workshops zeigen Commerzbankler zum Beispiel, wie man sich richtig bewirbt und in Jobinterviews überzeugt. Kurz nach Bekanntgabe der Partnerschaft zeigten sich bereits ca. 100 Mitarbeiter an der Teilnahme an einer der Aktivitäten interessiert. 13 Mitarbeiter haben an den ersten beiden Trainingsworkshops im Juli 2013 mit 16 Jugendlichen des „Prince's Trust“ teilgenommen.



Sportsponsoring

Mit der Nachwuchsförderung zahlt auch unser Engagement im Breitensport auf den Bildungsfokus der Commerzbank ein.

DFB-Junior-Coaches

Im Schuljahr 2013/2014 sollen bundesweit mehr als 1 000 Schüler zu jungen Fußballtrainern direkt an ihren Schulen ausgebildet werden.

zunächst 40 Bildungspaten in den vier Bundesländern Berlin, Hamburg, Nordrhein-Westfalen und Hessen im Einsatz. Im Herbst 2014 ist die Ausdehnung des Programms auf weitere Bundesländer vorgesehen. Partner des Programms sind ausgewählte Initiativen, die auf lokaler Ebene bereits in der Jugendförderung aktiv sind.

Sponsoring ist mehr als Marketing

Sponsoring heißt bei der Commerzbank nicht nur, die Markenbekanntheit und den Produktabsatz zu steigern, sondern durch gezieltes Engagement auch einen Beitrag für die Menschen vor Ort zu leisten. Neben dem klassischen Sponsoring stehen dabei die Jugendarbeit sowie die Förderung regionaler Vereine im Vordergrund.

Qualifizierung über Trainerausbildung

So ist die berufliche Qualifizierung von Jugendlichen auch wichtiger Bestandteil des Projekts „DFB-Junior-Coach“, das der Deutsche Fußball-Bund (DFB) mit Unterstützung der Commerzbank als neue Säule der DFB-Trainerqualifizierung durchführt. Im Rahmen des im April 2013 an einer Pilotschule in Mainz gestarteten Projekts werden Schülerinnen und Schüler ab 16 Jahren direkt an ihren Schulen zu Nachwuchstrainern ausgebildet. Im Schuljahr 2013/14 sollen bundesweit mehr als 1 000 Schüler an über 50 Schulen teilnehmen. Langfristig wird eine Ausweitung auf 200 Schulen angestrebt. Ziel des DFB ist es, eine Lösung für die absehbaren Herausforderungen des Fußballs in Deutschland zu finden, wie den demografischen Wandel und



> **DFB-Junior-Coach**
www.sponsoring.commerzbank.de
 > DFB-Premium-Partner





Langfristig angelegt

Seit knapp 40 Jahren spielen Mädchen- und Jungenmannschaften um den begehrten Drumbo-Cup. Seit 1986 verleihen wir „Das Grüne Band für vorbildliche Talentförderung im Verein“.



das rückläufige Engagement beim Ehrenamt. Für die Commerzbank steht die über den Fußball hinausgehende Qualifizierung im Vordergrund: Wir vermitteln den Schülern finanzwirtschaftliche Grundkenntnisse und bereiten sie durch Patenschaften, Bewerbertrainings sowie Schülerpraktika auf den Einstieg in das Berufsleben vor. Im Juni 2013 nahmen die ersten 20 DFB-Junior-Coaches des Mainzer Otto-Schott-Gymnasiums am Bewerbertraining „Backstage“ im 49. Stock der Commerzbank-Zentrale in Frankfurt am Main teil. Im Rahmen der Trainerausbildung legen wir somit den Grundstein für Berufsorientierung und Persönlichkeitsentwicklung der Jugendlichen.

Mitarbeiter-Engagement wird gefördert

Ob bei den Commerzbank-Bildungspaten oder in einer der anderen gesellschaftlichen Initiativen – das persönliche Engagement der Mitarbeiter steht bei der Commerzbank hoch im Kurs. Die Bank unterstützt das „Corporate Volunteering“ mit der Bereitstellung von Infrastruktur und durch Freistellungen. Zu den größten Aktionen zählte unsere Beteiligung am Malteser Social Day in den Jahren 2012 und 2013, an denen sich insgesamt rund 1 000 Commerzbank-Mitarbeiter in 80 Projekten an 20 Standorten bundesweit engagierten. Damit stellten wir gleich zwei Mal hintereinander den größten Teilnehmerkreis des Malteser Social Day. Die Commerzbanker renovierten Schulen, Horte und Kindertagesstätten, packten in sozialen Einrichtungen mit an und kümmerten sich um Bedürftige.



› Malteser Social Day
www.malteser-socialday.de

Eine Vielzahl der Commerzbank-Mitarbeiter engagiert sich auch in ihrer Freizeit und während des gesamten Jahres für eine gute Sache. Häufig setzen sie dabei nicht nur ihre Zeit ein, sondern auch die in der Bank gewonnene Sachkenntnis und Fachkompetenz. Dies halten wir für so vorbildlich, dass wir den Erfahrungsaustausch untereinander fördern. Immer wieder stellen wir in unserer Mitarbeiterzeitschrift exemplarische Engagements vor und regen damit zur Nachahmung an. Zudem haben wir im April 2013 ein Mitarbeiter-Engagementportal im Intranet der Commerzbank gestartet. Das Engagementportal ist die zentrale Informationsstelle für alle, die sich bereits freiwillig engagieren oder zukünftig engagieren möchten. Mitarbeiter können hier ihre Projekte und Initiativen vorstellen und gezielt um Unterstützung dafür werben. Gleichzeitig können Mitarbeiter, die sich freiwillig engagieren möchten und auf der Suche nach der passenden Aufgabe sind, ein gezieltes Engagementgesuch aufgeben. Darüber hinaus werden im Portal Corporate-Volunteering-Projekte der Commerzbank sowie interessante Organisationen und Initiativen vorgestellt, die mit Ehrenamtlichen zusammenarbeiten. Wissenswertes und Neuigkeiten zum Thema runden das Angebot ab.

Langjährige Projekte

Gesellschaftliches Engagement wirkt dann besonders nachhaltig, wenn es langfristig angelegt ist. Wir sind stolz darauf, dass einige unserer Projekte bereits seit Jahrzehnten bestehen. So haben wir im März 2013 zum 39. Mal den „Drumbo-Cup“ in Berlin durchgeführt, Deutschlands größtes Hallenfußballturnier für Grundschulen. Insgesamt haben bislang rund 100 000 Schüler daran teilgenommen. Seit 27 Jahren veranstalten wir den Wettbewerb „Das Grüne Band für vorbildliche Talentförderung im Verein“ und zeichnen damit – in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Olympischen Sportbund – Sportvereine aus, die sich um die Jugend-

arbeit und Nachwuchsförderung im Leistungssport verdient machen. Über 20 Jahre gibt es außerdem das von der UNESCO ausgezeichnete Commerzbank-Umweltpraktikum. In dieser Zeit haben mehr als

Langjährige Projekte

Wir sind stolz darauf, dass einige unserer Projekte bereits seit Jahrzehnten bestehen. So haben wir im März 2013 zum 39. Mal den „Drumbo-Cup“ in Berlin durchgeführt, Deutschlands größtes Hallenfußballturnier für Grundschulen.

1 300 Praktikanten in den teilnehmenden Nationalparks, Naturparks und Biosphärenreservaten einzigartige Orte für ihr Engagement gefunden.

Stiftungen fördern Gemeinwohl

Das Stiftungszentrum ist der organisatorische Rahmen für die Stiftungen der Commerzbank. Hierzu gehören die Commerzbank-Stiftung, die Jürgen Ponto-Stiftung und die Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank sowie sechs Sozialstiftungen.

Die größte Stiftung ist die mit einem Dotationskapital von rund 58 Millionen Euro ausgestattete Commerzbank-Stiftung. Sie setzt sich seit mehr als 40 Jahren für gemeinnützige Projekte in den Bereichen Wissenschaft, Kultur und Soziales insbesondere in Deutschland ein. Sie unterstützt vorbildhafte Initiativen mit bundesweiter Ausstrahlung und verfolgt das Ziel, einen werthaltigen Beitrag für die Zukunftsfähigkeit



› **Umweltpraktikum**
www.umweltpraktikum.com

› **Sponsoring**
www.sponsoring.commerzbank.de

› **Das Grüne Band**
www.dasgrueneband.com



Spenden für die Hochwasserhilfe

Das dramatische Hochwasser im Juni 2013 entlang von Donau, Elbe und Oder hat zu großen Schäden an Privateigentum und in der Volkswirtschaft geführt. Nur ein Teil kann durch Versicherungen oder staatliche Kreditmittel aufgefangen werden. Die Commerzbank hat daher ihre Mitarbeiter und Kunden zu Spenden aufgerufen. Die gemeinsame Spendenaktion mit der Johanniter Unfallhilfe e.V. erbrachte, mit Aufstockung durch den Vorstand der Commerzbank, eine Summe von 300 000 Euro. Der Hauptanteil wurde von Mitarbeitern und Kunden beigesteuert.

Mit dem Geld, das an die Johanniter Unfallhilfe floss, werden vor allem Kindertagesstätten und Senioreneinrichtungen renoviert. Betroffene Mitarbeiter, die sich während der Überflutungszeit aktiv am Hochwasserschutz beteiligen wollten, wurden dafür freigestellt. Zudem stellte die Commerzbank 25 Millionen Euro für ein Sofortkreditprogramm zur Verfügung, bei dem 10 000 Euro pro Haushalt für sechs Monate zins- und tilgungsfrei aufgenommen werden konnten und innerhalb einer Laufzeit von fünf Jahren kostenfrei zurückgezahlt werden können.

der Gesellschaft zu leisten. Sie arbeitet mit verschiedenen erfahrenen Partnerorganisationen zusammen – im Wissenschaftsbereich beispielsweise mit der Technischen Universität Dresden oder der Frankfurt School of Finance & Management, im Kulturbereich mit ausgewählten Museen, der Deutschen Stiftung Denkmalschutz, der Stiftung Lesen und dem Thomanerchor in Leipzig. Partner im sozialen Bereich sind unter anderem die Welthungerhilfe, die SOS-Kinderdörfer, die Stiftung Deutsche Schlaganfallhilfe sowie der Senior-Experten-Service.

Zum 1. Januar 2013 haben mit Birgit Mandel, Jan-Hendrik Olbertz und Petra Roth drei neue Kuratoriumsmitglieder ihre Arbeit aufgenommen. Birgit Man-

del, Professorin für Kulturmanagement an der Universität Hildesheim, wird sich bei der Commerzbank-Stiftung insbesondere um die kulturellen Belange kümmern. Jan-Hendrik Olbertz, Präsident der Humboldt-Universität in Berlin, wird sein Know-how in den Förderbereich Wissenschaft einbringen. Petra Roth, ehemalige Frankfurter Oberbürgermeisterin und bis 2011 Vorsitzende des Deutschen Städtetags, steht für das soziale Engagement der Commerzbank-Stiftung. Klaus-Peter Müller, Aufsichtsratsvorsitzender der Commerzbank, nimmt seit Januar 2001 das Amt des Kuratoriumsvorsitzenden wahr. Ebenfalls Mitglied ist Martin Blessing, Vorstandsvorsitzender der Commerzbank.

Doris Schwerdtfeger, Bereichsleiterin Corporate Affairs und Leiterin des Commerzbank-Stiftungszentrums, über das Dilemma:



Ist es wirklich verantwortlich, in die Gesellschaft zu investieren, wenn das Geld anderswo fehlt?

Ist es in Zeiten strikten Kostenmanagements wirklich verantwortlich, in Projekte zu investieren, die keinen unmittelbaren Nutzen für die Bank haben? Sollten wir nicht alle zur Verfügung stehenden Mittel zur Stärkung der Ertragskraft des Unternehmens einsetzen?

„Eine berechtigte Frage“, findet auch Doris Schwerdtfeger, Bereichsleiterin Corporate Affairs und Leiterin des Commerzbank-Stiftungszentrums. „Aber sie greift zu kurz.“ Zunächst einmal sind die Mittel der Stiftungen unabhängig vom aktuellen wirtschaftlichen Erfolg der Commerzbank AG. Aber auch das gesellschaftliche Engagement der AG will Schwerdtfeger so nicht bewertet sehen: „Viel entscheidender ist, dass diese Projekte eben doch etwas bringen.“ Wenn die Commerzbank etwa die Berufsausbildung schwer vermittelbarer Jugendlicher unterstützt, profitieren dadurch indirekt auch die Wirtschaft und die öffentlichen Sozialsysteme werden entlastet. So kann man Wirkung erzielen, ohne viel Geld in die Hand nehmen zu müssen.

„Außerdem können wir ja nicht so tun, als ob uns bestimmte gesellschaftliche Probleme nichts angingen“, betont Schwerdtfeger. „Die Commerzbank ist Teil der Gesellschaft und als solcher sind wir davon abhängig, dass sie funktioniert.“ Unterstützt die Bank beispielsweise den Breitensport, stärkt sie damit gleichzeitig Werte wie Teamgeist und Fairness, die auch im Alltag und nicht zuletzt in der Wirtschaft gefragt sind. Und auch die Mitarbeiter erwarten hier einen Beitrag „ihres“ Unternehmens.

So besteht der Gegenwert des gesellschaftlichen Engagements aus einem Zusammenspiel aus Reputation, langfristigem wirtschaftlichen Nutzen und interner Identifikationsstiftung. „Natürlich bleiben noch viele Probleme zu lösen“, räumt Schwerdtfeger ein. Daher will sich die Commerzbank künftig noch stärker auf Themen fokussieren, bei denen ein echter Bedarf besteht. Was das sein kann? Schwerdtfeger: „Bildungsgerechtigkeit zum Beispiel, Benachteiligungen abbauen, nicht nur in den großstädtischen Zentren aktiv sein, ...“ Die Liste ist lang. ■



Stiftungszentrum
Junge Neugierde für alte Kunst zu wecken, wie hier im Frankfurter Städel-Museum, ist eines von vielen Projekten unserer Stiftungen.

Die mit einem Kapital von 11,8 Millionen Euro ausgestattete Jürgen Ponto-Stiftung steht seit 1977 für die gezielte Einzelförderung von jungen Künstlern in den Bereichen Musik, Literatur sowie bildende und darstellende Künste. Die Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank fördert seit 1991 mit ihrem Stiftungskapital von 7,7 Millionen Euro neue Ideen für das kulturelle und wissenschaftliche Leben in Dresden.

Aktuelle Beispiele aus der Fördertätigkeit der Stiftungen finden Sie ab S. 76 sowie im Internet.

Sozialstiftungen helfen in Not geratenen Mitarbeitern

Die Initiatoren der sechs Sozialstiftungen der Commerzbank sind verstorbene Führungskräfte der Commerz-

bank und der ehemaligen Dresdner Bank, nach denen sie benannt und aus deren Privatvermögen sie kapitalisiert sind.

Fünf dieser Stiftungen unterstützen Mitarbeiter und Pensionäre der Commerzbank sowie ihre nahen Familienangehörigen in unverschuldeten Notlagen, etwa bei schwerer Krankheit. Der Stiftungszweck der sechsten, der Max-Grunow-Stiftung, liegt in der finanziellen Unterstützung bedürftiger Auszubildender der Commerzbank Berlin. Nach dem Prinzip „Von Mitarbeitern für Mitarbeiter“ ist über die Jahrzehnte eine Form von Selbsthilfenetzwerk entstanden, das heute über das Stiftungszentrum der Commerzbank in Frankfurt koordiniert wird. ■



› **Stiftungszentrum**
www.commerzbank.de
› Unsere Verantwortung

Sandra Schojohann, Commerzbank-Vertriebsberaterin

„Das schönste Geschenk“

Vor Notlagen ist niemand gefeit und oft kommen sie gänzlich unerwartet. So auch im Fall der ehemaligen Commerzbank-Vertriebstrainerin Sandra Schojohann. Im Oktober 2010 wurde bei ihr eine Form der amyotrophen Lateralsklerose (ALS) diagnostiziert, eine seltene Erkrankung des Nervensystems, die schrittweise zur Lähmung der gesamten Muskulatur führt. Um beweglich zu bleiben und ihren aktuellen Job als Vertriebsberaterin vom Heimarbeitsplatz weiter durchfüh-

ren zu können, benötigte sie einen Elektrorollstuhl, den die Krankenkasse aber nur zu einem kleinen Teil bezuschusste. Die Dr.-h.c.-Hugo-Zinsser-Stiftung, eine der sechs Sozialstiftungen der Commerzbank, übernahm den anderen Teil. „Die Spendenzusage kam im November 2012 zu meinem Geburtstag“, sagt Sandra Schojohann, „für mich das schönste Geschenk.“



Sandra Schojohann,
Commerzbank-Vertriebsberaterin

Nachhaltigkeitsleistung nach GRI



› Global Reporting Initiative
www.globalreporting.org

Der folgende Teil des Berichts zur unternehmerischen Verantwortung 2013 orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) zur Nachhaltigkeitsberichterstattung. Als Ergänzung zu den vorangegangenen Kapiteln bietet er Daten und Fakten zu unserer wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen beziehungsweise gesellschaftlichen Leistung. Nach thematischen Zusammenhängen geordnet, wurden alle Leistungsindikatoren der GRI bearbeitet, die für das Erreichen der höchsten Anwendungsebene A erforderlich sind. Die GRI hat dieses Berichtsniveau in einem Statement (S. 85) bestätigt. Der GRI-Index (S. 80–83) ermöglicht die Zuordnung der GRI-Leistungsindikatoren und der zehn Prinzipien des UN Global Compacts zu den Berichtsinhalten im gesamten Bericht (Magazinteil und Leistungsteil).

Strategie und Programm

Damit Nachhaltigkeit als ein Leitprinzip der Bank gelebt wird, haben wir über die vergangenen Jahre entsprechende Strukturen geschaffen und ein bereichsübergreifendes Management aufgebaut: Unternehme-

rische Verantwortung soll sich in allen Unternehmensbereichen und auf allen Ebenen unserer Geschäftstätigkeit manifestieren.

CR-Meilensteine

1989–2004

- 1989** › Erste Initiative „Frauen im modernen Banking“
- 1990** › Verabschiedung eines Konzernleitbilds mit Bekenntnis zum sozial- und umweltverträglichen Fortschritt
 - › Ernennung des ersten Umweltbeauftragten einer deutschen Großbank
 - › Start des Commerzbank-Umweltpraktikums als Partner der deutschen Nationalparks
- 1992** › Gründungsmitglied der UNEP Finance Initiative
- 1996** › Veröffentlichung des ersten Ökobilanzberichts
- 1997** › Bezug des weltweit ersten „Öko-Hochhauses“ (nach einem Entwurf von Lord Norman Foster)
- 1999** › Einrichtung der Kindernotfallbetreuung „Kids & Co.“ für Mitarbeiter
- 2000** › Beginn des Commerzbank-Engagements für Mikrofinanzbanken in Südosteuropa
 - › Gründung der Initiative zur „Förderung des Ehrenamts im Sport“
- 2001** › Gründung des Center of Competence Renewable Energies (CoC RE)
- 2002** › Erstmalige Teilnahme am „Carbon Disclosure Project“ (CDP)
- 2004** › Beteiligung an der Entwicklung eines Verhaltenskodex für Schuldnerländer und Investoren, um Krisensituationen in Schwellenländern zu vermeiden

2005–2008

- 2005** › Einrichtung der Abteilung „Reputations- und Nachhaltigkeits-Management“
 - › Veröffentlichung des ersten Berichts zur unternehmerischen Verantwortung
 - › Eröffnung der Kindertagesstätte „Kids & Co.“
- 2006** › Unterzeichnung des Global Compacts der Vereinten Nationen
- 2007** › Gründungsmitglied des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) initiierten „FinanzForum: Klimawandel“
 - › Einführung einer Verhaltensrichtlinie („Code of Conduct“) für alle Mitarbeiter der Commerzbank
 - › Beginn von Bankendialogforen mit Nichtregierungsorganisationen, unter anderem zu den Themen Zellstoff/Wald, nachhaltige Finanzierungsentscheidungen, Biokraftstoffe und Atomkraft
- 2008** › Versorgung der Commerzbank-Zentrale zu 100 Prozent mit zertifiziertem Ökostrom aus der Region
 - › Unterzeichnung der „Charta der Vielfalt“
 - › Start der Entwicklung von Richtlinien und Positionspapieren, zum Beispiel zu Menschenrechten, Rüstungsgeschäften, Konfliktgebieten, fossilen Energien, Stromgewinnung, indigenen Völkern, Land- und Forstwirtschaft, Palmöl, Bergbau und Giftstoffen

2009–2011

- 2009** › Verabschiedung einer Klimastrategie für die Commerzbank mit einem CO₂-Reduktionsziel von 30 Prozent bis 2011 (gegenüber 2007)
 - › Zertifizierung des Umweltmanagementsystems nach ISO 14001
 - › Start der Veranstaltungsreihe „Commerzbank im Dialog“
 - › Integration des Emissionsrechtenhandels in das Leistungsspektrum der Commerzbank
- 2009–2010** › Einrichtung eines Kundenbeirats und Ernennung einer Kundenanwältin
- 2010** › Gründung eines Konzernumweltausschusses
- 2010–2011** › Start des Vorstandsprojekts „Frauen in Führungspositionen“ und gemeinsame Verpflichtung der Dax-30-Unternehmen zur Förderung weiblicher Führungskräfte
- 2011** › Erstmalige Klimaneutralstellung der Hauptversammlung
 - › Einrichtung eines Nachhaltigkeitsdepots für private Anleger sowie eines strukturierten Nachhaltigkeitscreenings bei allen Aktien, die von der Commerzbank empfohlen werden

Strategie

Wir wollen eine nachhaltige Entwicklung unseres Unternehmens und unseres Umfeldes fördern. Dafür sorgen wir durch effiziente Managementsysteme, nachhaltige Produkte und Dienstleistungen, die Sensibilisierung von Mitarbeitern und eine weitgehende Vernetzung der Commerzbank mit ihrem gesellschaftlichen Umfeld. Um in diesen Bereichen systematisch zu agieren, haben wir fünf Handlungsfelder definiert. Sie beschreiben unsere zentralen Herausforderungen und bilden zugleich den Rahmen für unsere Antworten darauf. In jedem dieser Handlungsfelder haben wir für uns die Chancen und

Risiken geprüft. Denn wir wollen alle Möglichkeiten nutzen, um Risiken für unser Geschäft und unseren Ruf zu vermeiden und zugleich Chancen für eine zukunftsorientierte Ausrichtung zu erschließen.

Als wichtiger Intermediär der volkswirtschaftlichen Entwicklung – auch über die Grenzen Deutschlands hinaus – nehmen wir Einfluss auf die Art und Weise, wie ökonomische Prozesse gestaltet werden. Unsere Beteiligung an bestimmten Formen finanz- und realwirtschaftlicher Interaktion hängt nicht zuletzt davon ab, ob diese gesellschaftlich toleriert werden.



› Governance

www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Governance

› Markt und Kunden

www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Markt und Kunden

› Ökologie

www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Ökologie

› Mitarbeiter

www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Mitarbeiter

› Gesellschaft

www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Gesellschaft

Governance

Im Handlungsfeld Governance und hier vor allem im Rahmen unseres Reputationsrisiko-Managements verfolgen wir aufmerksam Diskussionen zu Themen wie Agrarrohstoffe, Menschenrechte oder Rüstungsgeschäfte. Darauf basierend und in Abwägung der unterschiedlichen Positionen entwickeln wir eine eigene Haltung und definieren entsprechend dazu die Grenzen und Bedingungen unserer Geschäftstätigkeit (vgl. S. 10 ff.).

Markt und Kunden

Die wachsende Bedeutung von Nachhaltigkeit bietet uns als Bank auch Chancen: Energieeffizienz und CO₂-Reduktion erfordern neue Technologien und Produkte, die mit hohen Investitionen verbunden sind. Zudem wächst das Interesse privater und insbesondere institutioneller Kunden an nachhaltigen Anlagemöglichkeiten. Im Handlungsfeld Markt und Kunden entwickeln wir Produkte und Dienstleistungen, die der veränderten Nachfrage an Finanzierungen und neuen Renditechancen gerecht werden – zum Beispiel im Rahmen der Unternehmens- und Projektfinanzierung entlang der gesamten Wertschöpfungskette für erneuerbare Energien (vgl. S. 20 ff.).

Ökologie

Energieeffizienz ist für den Betrieb der Commerzbank ebenfalls ein relevanter Kostenhebel. Im Handlungsfeld Ökologie suchen wir kontinuierlich nach Lösungen, noch mehr Energie einzusparen. Mit unserer Klimastrategie haben wir uns ambitionierte CO₂-Reduktionsziele gesetzt, die wir sowohl durch die Verringerung unseres Energieverbrauchs als auch durch die Kompensation nicht vermeidbarer CO₂-Emissionen erreichen wollen (vgl. S. 16 f.).

Mitarbeiter

Im Handlungsfeld Mitarbeiter sehen wir uns den Auswirkungen des demografischen Wandels gegenüber – etwa dem steigenden Durchschnittsalter der Mitarbeiter und folglich der Notwendigkeit lebenslangen Lernens. Wir arbeiten hier kontinuierlich an Lösungen in den Bereichen Gesundheitsmanagement, Diversity, Fort- und Weiterbildung (vgl. S. 30 ff.).

Gesellschaft

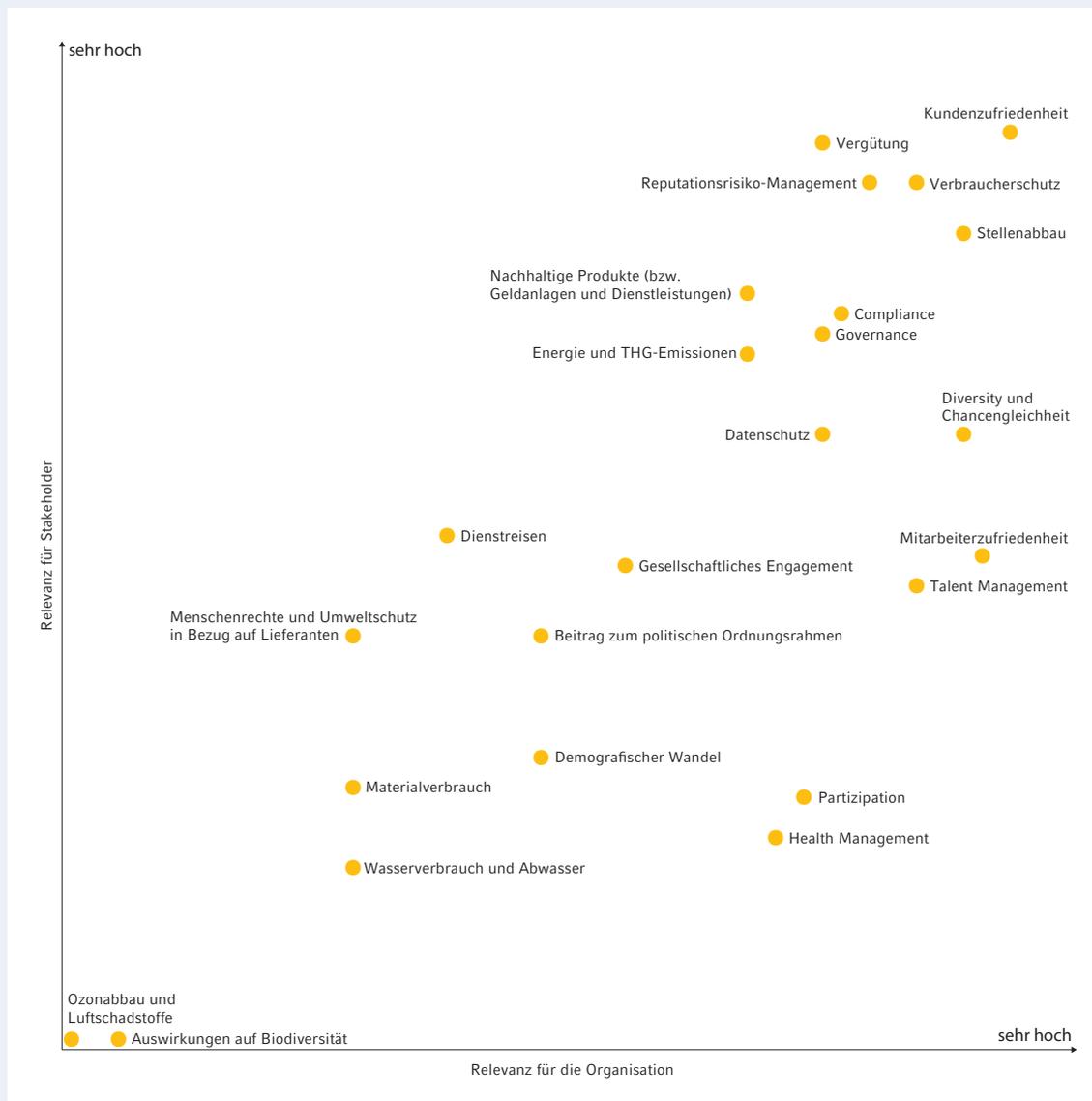
Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung verstehen wir zudem als Möglichkeit, unser gesellschaftliches Umfeld positiv zu beeinflussen. Denn aus diesem stammen unsere Auszubildenden, unsere Mitarbeiter und unsere Kunden. Wir verfolgen deshalb im Handlungsfeld Gesellschaft zahlreiche Möglichkeiten, um zum Gemeinwohl beizutragen. Dazu gehören Aktivitäten in den Bereichen Bildung und Sport sowie Maßnahmen des Corporate Volunteerings (vgl. S. 38 ff.).

Wesentlichkeitsanalyse

Innerhalb unserer fünf Handlungsfelder haben wir mit einer Vielzahl von Nachhaltigkeitsthemen zu tun, die – auch in Abhängigkeit gesellschaftlicher Stimmungslagen – eine unterschiedliche Bedeutung für die Commerzbank haben. 2012 haben wir diese Themen hinsichtlich ihrer Relevanz für unsere Stakeholder und unser Unternehmen erneut überprüft. Das Ergebnis ist eine Wesentlichkeitsmatrix, die einen wichtigen Kompass für die Weiterentwicklung der CR-Strategie darstellt.

Die für uns und unsere Stakeholder gleichermaßen besonders wichtigen Themen waren 2012 vor allem jene aus dem Handlungsfeld „Markt und Kunden“ – zum Beispiel Kundenzufriedenheit oder Verbraucherschutz. Da die ökologischen Auswirkungen unseres Bankbetriebs vergleichsweise gering sind, waren die damit verbundenen Themen hingegen weniger bedeutend.

Wesentlichkeitsmatrix der Commerzbank 2012



CR-Programm

Unser CR-Programm legt die Ziele und die Maßnahmen fest, mit denen wir unseren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung verbessern wollen. Es informiert über den Status fortlaufender Maßnahmen und führt neu hinzugekommene Ziele auf.

Die Überarbeitung des CR-Programms und die Konsolidierung unserer Maßnahmen in den fünf Handlungsfeldern waren nach der Neuorganisation des

Nachhaltigkeitsmanagements im Jahr 2012 gemeinsam mit der Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse wichtige Schritte für eine weiterführende, bereichsübergreifende CR-Strategie. Das CR-Programm beinhaltet nun nur noch die wesentlichen Ziele und verzichtet auf eine Fortschreibung singulärer Maßnahmen, die über Regelprozesse jenseits der CR-Strategie abgedeckt sind.

Zielsetzung	Maßnahmen	Frist	Status
Governance			
Weiterentwicklung der bereichsübergreifenden CR-Strategie	Analyse des Nachhaltigkeitsmanagements der Bank zur Fundierung der Strategie	Dezember 2012	<ul style="list-style-type: none"> › Aktualisierung Wesentlichkeitsmatrix › Überarbeitung CR-Programm zur Steuerung der CR-Strategie im Berichtszeitraum
	Umsetzung und Erweiterung des Reputationsrisiko-Management-Konzepts	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Bearbeitung von 2 600 Anfragen im Geschäftsjahr 2012 › Weiterführung eines quartalsweisen Reputationsrisiko-Newsletters zur Mitarbeiter-Sensibilisierung › Verzicht auf die Emission neuer börsennotierter Anlageprodukte auf Basis von Grundnahrungsmitteln seit November 2011 › Seit August 2012 auch im Privatkundengeschäft Sicherstellung, dass Grundnahrungsmittel in keinen Wertpapierprodukten von Dritten mehr enthalten sind
Systematisierung und Intensivierung des Stakeholderdialogs	Durchführung von Veranstaltungen im Rahmen der eigenen Dialogreihen „Politisches Frühstück“ und „Commerzbank im Dialog“ in den Verbindungsbüros in Berlin und Brüssel	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › 2012 Durchführung von vier Veranstaltungen im Rahmen von „Commerzbank im Dialog“, unter anderem zum Verbraucherschutz und zur Energiewende › 2012 Durchführung von neun Veranstaltungen im Rahmen des „Politischen Frühstücks“
Stärkung der Compliance-Kultur	Umsetzung einer unternehmensübergreifenden Stelle zur Koordination, Moderation und Berichterstattung hinsichtlich der Einhaltung der wesentlichen gesetzlichen Anforderung	Ende 2013	<ul style="list-style-type: none"> › Analyse der aufsichtsrechtlichen Anforderungen › Vorbereitung der Implementierung unter Nutzung der aktuell bestehenden Prozesse und Strukturen
Stärkung der konzernweiten Compliance-Maßnahmen	Einhaltung Sanktionen/ Embargos	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Globale Umsetzung der „Guideline on Sanctions Due Diligence for Documentary and Guarantee Business“ mit Fokus auf das dokumentäre Geschäft › Benchmarking der Systeme der Transaktionsüberwachung in Zusammenarbeit mit SWIFT
	Verhinderung von Geldwäsche	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Stärkung der Kundensorgfaltspflichten › Einführung eines neuen Systems zum Screening der Bestandskunden in Bezug auf negative Neuigkeiten › Erhebung des wirtschaftlich Berechtigten für Bestandskunden (Anforderung des Geldwäschoptimierungsgesetzes)
	Betrugsprävention	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Aufnahme der überarbeiteten Anti-Fraud Policy in das „Global Compliance Manual“ im Rahmen der Aktualisierung 2013 › Start der nächsten zweijährigen Schulungswelle für 46 000 Mitarbeiter › Umsetzung der Mindestabwesenheitsvorschrift für alle Mitarbeiter und Führungskräfte Mitte 2013 (vgl. S. 56)
	Wertpapiercompliance und Anlegerschutz	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Beratung und Begleitung der Geschäftsbereiche bei der Umsetzung des Anlegerschutzgesetzes: › Registrierung der rund 12 000 Anlageberater der Commerzbank › Etablierung von Prozessen zur Anzeige von beratungsbezogenen WpHG-Kundenbeschwerden

Zielsetzung	Maßnahmen	Frist	Status
Markt und Kunden			
Verstärkte Ausrichtung des Kerngeschäfts auf Kundenbedürfnisse und Nachhaltigkeit	Angebot neuer nachhaltiger und innovativer Produkte sowie Dienstleistungen	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Angebot einer individuellen Vermögensverwaltung auf Basis einer nachhaltigen Wertpapieranlage für unsere Privat- und Firmenkunden seit Mitte 2013 › Angebot des offenen Immobilienspezialfonds mit Nachhaltigkeitsansatz „Catella-Multitenant-Stiftungsfonds“ für institutionelle Kunden seit Mitte 2013
	Fortsetzung und Intensivierung der Zusammenarbeit mit dem Kundenbeirat	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Personelle und inhaltliche Neuaufstellung des Kundenbeirats, Verstärkung des Dialogs mit Fachverantwortlichen, frühzeitige Einbindung bei der Entwicklung von Produkten und Services › Zusammenarbeit mit dem Kundenbeirat im Rahmen der neuen Privatkundenstrategie, Entwicklung weiterer Maßnahmen zur Steigerung der Beratungsqualität
	Umstellung der Vertriebssteuerung im Privatkundengeschäft	2012	<ul style="list-style-type: none"> › Verankerung von Kundenzufriedenheit als wesentliche Steuerungsgröße im Vertrieb › Einführung des kundenorientierten Beratungsprozesses (Gesprächsbegleitung durch sogenannten „Kundenkompass“) › Ausweitung der Beratung auch auf Produkte von Fremdanbietern, zum Beispiel in der Baufinanzierung
	Regelmäßiger Austausch mit dem Mittelstand im Zuge der „Unternehmerperspektiven“, sowie mit Wirtschaftsexperten und Vertretern von Verbänden, Wissenschaft und Politik	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › 12. Studie der Unternehmerperspektiven „Gute Schulden, schlechte Schulden: Unternehmertum in unsicheren Zeiten“ mit 18 großen Gebietsfilialveranstaltungen und rund 35 regionalen Dialogveranstaltungen › Vorstellung der Ergebnisse der 13. Studie „Neue Märkte, neue Chancen – Wachstumsmotor Internationalisierung“ im April 2013 und Ausrichtung von 18 Gebietsfilialveranstaltungen und 35 regionalen Dialogveranstaltungen sowie einer Veranstaltung in Zürich
	Emissionshandel – Fortsetzung der Pionierrolle durch aktives Management von CO ₂ -Risiken für unsere Kunden	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Behauptung der Stellung als einer der führenden Teilnehmer im europäischen Emissionsrechtehandel › Beantwortung des gestiegenen Beratungsbedarfs aufseiten der Kunden
	Ausbau der Unternehmens- und Projektfinanzierungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette für erneuerbare Energien	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Anpassung des ursprünglichen Ziels einer Verdoppelung des Portfolios bis 2012 über ein verändertes Geschäftsmodell („originate and manage“). Ziel ist langfristiges und nachhaltiges Wachstum. Das Kreditportfolio des CoC RE umfasste im Jahr 2012 rund 5,1 Milliarden Euro › 18 Finanzierungen mit einem Gesamtvolumen von knapp 28 Millionen Euro im Jahr 2012 im Rahmen von „SolarLight“
Ökologie			
Systematischer Ausbau der Umweltschutzmaßnahmen	Konsolidierung des bestehenden Umweltmanagementsystems gemäß neuesten Standards	Fortlaufend	Erfolgreiche Re-Zertifizierung des Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001 im Jahr 2013
	Informations- und Sensibilisierungsmaßnahmen für Mitarbeiter sowie Kommunikation zu Umweltthemen	Fortlaufend	Sensibilisierung für sparsamen und umweltverträglichen Papierverbrauch
Weitergehende Umsetzung der konzernweiten Klimastrategie	CO ₂ -Minderung um 70 Prozent bis 2020 (Basisjahr 2007)	2020	Formulierung des neuen Klimaziels durch den Konzernumweltausschuss nach vorzeitigem Erreichen des alten Klimaziels (CO ₂ -Minderung um 30 Prozent bis 2011 gegenüber 2007)
	Flächendeckende Versorgung der Commerzbank mit Ökostrom	Ende 2012	Bezug von Herkunftsnachweisen für Ökostrom aus Wasserkraft für alle Liegenschaften in Deutschland bis 2015
	Kompensation nicht vermeidbarer CO ₂ -Emissionen	Fortlaufend	Klimaneutralstellung der Hauptversammlung 2012

Zielsetzung	Maßnahmen	Frist	Status
Ökologie (Fortsetzung)			
	Kommunikation und Dialog zum Klimaschutz	Fortlaufend	Veranstaltung zum Thema „Ökologie und Nachhaltigkeitsratings“ in der Commerzbank-Zentrale für Mitglieder des Netzwerks für Umwelt und Nachhaltigkeit des Umweltforums Rhein-Main (UFO) und interessierte Gäste
Einsatz energieeffizienter Technologien in Betrieb und Mobilität	Verstärkter Einsatz besonders energieeffizienter Technologie	Fortlaufend	Überprüfung des Einkaufs von Elektrogeräten auf Energieeffizienz im Rahmen der LEED-Zertifizierung und bedarfsgerechte Optimierung
	Steigerung der Energieeffizienz im Geschäftsverkehr inklusive auf Energieeffizienz ausgelegte Fahrzeugpolitik bei Bankwagen und Pool-Fahrzeugen	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Weitere Senkung des durchschnittlichen Treibstoffverbrauchs auf 5,5 Liter/100 km gemäß Herstellerangaben › Start der in Zusammenarbeit mit Studenten der Technischen Universität Darmstadt entwickelten internen Commerzbank-Mitfahrerbörse Mitte 2013
Ausbau Angebot und Nachfrage umweltfreundlicher Produkte im Betrieb	Striktere Anforderungen und Kontrolle der Standards für eine nachhaltige Beschaffung	Fortlaufend	Bevorzugung umweltfreundlicher Hotels bei Dienstreisen seit 2013
Mitarbeiter			
Sozialverträgliche Umsetzung der neuen Strategie	Umsetzung des Stellenabbaus ohne betriebsbedingte Beendigungskündigungen bei Erreichen der Zwischenziele bis 2016	2016	Einigung mit Arbeitnehmervertretern für Stellenabbau im Rahmen neuer Strategie
Kontinuierliche Verbesserung des Talent Managements	Bessere Ausrichtung der Angebote zur Weiterentwicklung auf Bedürfnisse der Mitarbeiter	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Start der Commerzbank-Akademie im Juli 2013, unter deren Dach die interne Qualifizierung und Entwicklung neu organisiert wird › Einführung der Fachlaufbahn (Commerzbank-Experten-Programm, CEP) zusätzlich zur Projekt- und zur Führungslaufbahn
	Ausbau der Zusammenarbeit mit Hochschulen zum Kontakt mit Nachwuchstalents im Hinblick auf den demografischen Wandel	Fortlaufend	Ausbau von 34 Hochschulkooperationen, davon 6 im europäischen Ausland, mit zunehmendem Fokus auf vermeintlich bankfremde Studienrichtungen
Ausbau des Angebots zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie	Information für Mitarbeiterinnen im Mutterschutz, Mitarbeiter/innen in der Elternzeit	Fortlaufend	Fortführung bankweiter Maßnahmen wie „Keep in Touch“, „Rückkehrgarantie nach Elternzeit“ und „Management Experience“
Schaffung einer facettenreichen Unternehmenskultur durch die Förderung der Vielfalt der Belegschaft	Ausbau der Engagements zum Thema Diversity und fortlaufende Förderung der Diversity-Netzwerke	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Einführung des Global Diversity Councils sowie sechs Regional Diversity Councils › Aufbau des Frauennetzwerks an verschiedenen Auslandsstandorten (London, New York, Singapur, Prag) › Ausrichtung der Verleihung des „Max-Spohr-Preises“ zur Förderung der Gleichberechtigung von schwul-lesbischen Mitarbeitern gemeinsam mit IBM › 70 Prozent Beteiligung an Diversity-Trainings (vom Vorstand bis zur 4. Führungsebene)
	Förderung von Frauen im Beruf, mit bereichsspezifischen Zielen bis 2015	2015	<ul style="list-style-type: none"> › Erfüllung des Plans für Besetzungsquoten bis 2015 › Start eines umfassenden Mentoringprogramms mit circa 550 Mentees
	Ziel 30 Prozent Frauen in Führungspositionen (Selbstverpflichtung der Dax-30-Unternehmen)	2015	<ul style="list-style-type: none"> › Veranstaltung von „Karrieretagen“ und „Business Lounges“, bei denen sich Frauen mit dem Management über Karrieremöglichkeiten austauschen können › Dialogveranstaltungen in allen Segmenten und mit unterschiedlichen Formaten zum Thema Frauen und Karriere in der Bank

Zielsetzung	Maßnahmen	Frist	Status
Mitarbeiter (Fortsetzung)			
Förderung und Erhalt der Gesundheit der Mitarbeiter	Enger Austausch zu Gesundheitsthemen mit den Mitarbeitern	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Enger Austausch mit dem Beschäftigtenbeirat Gesundheit › Präsentation des betrieblichen Gesundheitsmanagements bei Führungskräfteveranstaltungen
	Ausbau des Angebots für ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Erweiterung des Themenspektrums der Seminare › Stärkere Beachtung der regionalen Anforderungen bei Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung (Vorträge, Impulsveranstaltungen, Seminare etc.) › Fortsetzung der Angebote Betriebssport und ComGames › Zertifizierung des betrieblichen Gesundheitsmanagements
Unterstützung von pflegenden Mitarbeitern	Einführung neuer Pflegebausteine in der Zentrale	April 2013	Umsetzung erfolgt; bei positiver Bewertung bundesweiter Ausbau des Angebotes geplant
Ermittlung von Stärken und Schwächen aus Sicht der Mitarbeiter und Ableitung von Verbesserungsmaßnahmen	Regelmäßige systematische Befragungen der Mitarbeiter und Nutzung der Ergebnisse für Verbesserungen	Fortlaufend	Turnusgemäße Durchführung im Frühjahr 2013 (Beteiligungsquote 68 Prozent)
Gesellschaft			
Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung, vor allem in den Bereichen Bildung und Sport	Commerzbank-Umweltpraktikum für jährlich rund 50 Studierende in einem deutschen Nationalpark, Biosphärenreservat oder Naturpark	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Vorstellung des Commerzbank-Umweltpraktikums im Schloss Bellevue anlässlich der „Woche der Umwelt“ 2012 › Stärkung des Praktikums durch neue Kooperation mit den Universitäten Flensburg und Freiburg sowie der DSHS Köln
	Förderung der finanziellen Allgemeinbildung in der Gesellschaft	Fortlaufend	Freiwilliges Engagement von 33 Commerzbank-Mitarbeitern als Schulbetreuer im Rahmen von Business@school
	Fortsetzung der Sportförderung als Premiumpartner des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) und Partner des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB)	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Unterstützung des DFB-Junior-Coach-Projekts seit April 2013 › Unterstützung der leistungssportlichen Nachwuchsförderung in Kooperation mit dem DOSB im Rahmen des Projektes „Das Grüne Band für vorbildliche Talentförderung im Verein“ im 27. Jahr
	Fokussierung des gesellschaftlichen Engagements auf „Bildungsgerechtigkeit“	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Initiierung eines eigenen Mentorenprogramms zur Unterstützung von Jugendlichen im Übergang Schule–Beruf (Commerzbank-Bildungspaten) Mitte 2013; Start der Pilotphase mit 40 Bildungspaten in den Bundesländern Hessen, NRW, Hamburg und Berlin › Kooperation mit dem Programm „Joblinge“ sowie mit der START-Stiftung › Angebote von Maßnahmen zur Berufsorientierung, von Bewerbertrainings, Schnupperpraktika und Ausbildungsplätzen
	Spenden nach Katastrophen	Fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> › Spendenaktion zugunsten der Opfer des Hochwassers in Deutschland, die rund 300 000 Euro erbrachte, unter Beteiligung von Mitarbeitern und Kunden › Auflage eines Sonderkreditprogramms für Hochwassergeschädigte in Höhe von 25 Millionen Euro im Juni 2013
Ausbau Corporate-Volunteering-Programme	Etablierung einer zentralen Plattform für freiwillig engagierte Mitarbeiter	Fortlaufend	Launch Mitarbeiter-Engagementportal im Intranet im Mai 2013
	Bundesweite Beteiligung am Malteser Social Day	Fortlaufend	Beteiligung von 430 Mitarbeitern an 17 Standorten und 34 Projekten bei der erstmaligen Teilnahme am Malteser Social Day 2012, Beteiligung von 500 Mitarbeitern an 18 Standorten und 46 Projekten am Malteser Social Day 2013

Governance

Im Bestreben um eine nachhaltige Geschäftstätigkeit setzt die Commerzbank nicht allein auf die Einhaltung geltender Gesetze und externer Vorschriften. Hinzu kommen freiwillige Selbstverpflichtungen wie der UN Global Compact sowie eine Reihe interner Leitlinien, die Mitarbeitern des Unternehmens eine klare Handlungsorientierung geben. Diese Richtlinien beziehen sich auf das Management der ökonomischen und auch der nicht finanziellen Leistungen der Bank. Hierzu gehören insbesondere die

- › ComWerte,
- › Verhaltensrichtlinie,
- › Leitlinien zur unternehmerischen Verantwortung,
- › Richtlinien und Positionen zu spezifischen nachhaltigkeitsrelevanten Themen,
- › Umweltleitlinien der Commerzbank,
- › Einkaufsrichtlinie, die Ethikrichtlinien einschließt.

Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit und Compliance fest in der Kultur der Commerzbank und im Handeln aller Mitarbeiter zu etablieren. Darüber hinaus erwarten wir auch von unseren Geschäftspartnern ein verantwortungsvolles, nachhaltiges Verhalten. Die Einhaltung geltender Gesetze ist grundsätzlich die Voraussetzung für die Aufnahme und Fortführung jedweder Geschäftsbeziehungen.

Organisatorische Neuordnung

Um diese Ziele zu erreichen, wurde das Thema unternehmerische Verantwortung in der Commerzbank zum 1. Januar 2013 organisatorisch neu aufgestellt. Die Steuerung erfolgt innerhalb der Konzernkommunikation:

- › Der Abteilung **Corporate Responsibility** obliegt die Koordination und strategische Ausrichtung der ökonomischen, ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitsleistungen der Bank. Sie ist auch verantwortlich für das gesellschaftliche Engagement. Sie steht im Dialog mit Stakeholdern und ist zuständig für die interne und externe Kommunikation unternehmerischer Verantwortung.

- › Die Abteilung **Reputationsrisiko-Management** überprüft Geschäfte und Produkte insbesondere daraufhin, ob sie mit unseren Nachhaltigkeitsgrundsätzen vereinbar sind. Dabei arbeitet sie eng mit dem klassischen Risikomanagement der Bank zusammen und steht zu relevanten Themen im Austausch mit den entsprechenden Nichtregierungsorganisationen.
- › Das **Stiftungszentrum** koordiniert die Tätigkeiten der verschiedenen Stiftungen der Commerzbank: der Commerzbank-Stiftung, der Jürgen Ponto-Stiftung, der Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank sowie der sechs Sozialstiftungen.

Zur Betrugsprävention haben wir im Compliance-Management die „Zentrale Stelle zur Verhinderung sonstiger strafbarer Handlungen“ neu geschaffen. Ein ebenfalls neues bankinternes Anti-Fraud-Netzwerk entwickelt präventive Maßnahmen gegen Betrugsrisiken, die sich aus betrügerischen Handlungen ergeben, und setzt diese um. Zudem unterstützt das Netzwerk bei der Aufdeckung betrügerischer Handlungen und reagiert effektiv und koordiniert auf wirtschaftskriminelle Handlungen.

Reputationsrisiko-Management

Kriterien der Nachhaltigkeit und Integrität sind zentrale Bestandteile unseres Risikomanagements. Ökologische, ethische und soziale Aspekte fließen über das konzernweite Reputationsrisiko-Management in die Geschäftstätigkeit der Commerzbank ein (vgl. S. 12f.).

Als eine Abteilung des Konzernbereichs Group Communications liegt das Reputationsrisiko-Management im Verantwortungsbereich des Vorstandsvorsitzenden. Es ist Bestandteil unserer Gesamtrisikostategie und unterliegt den üblichen internen und externen Überprüfungen, etwa durch Revision und Aufsichtsbehörden. Die von der Abteilung identifizierten und bearbeiteten Reputationsrisiken fließen in den vierteljährlichen Bericht über nicht quantifizierbare Risiken an den Risikoausschuss des Aufsichtsrats ein.



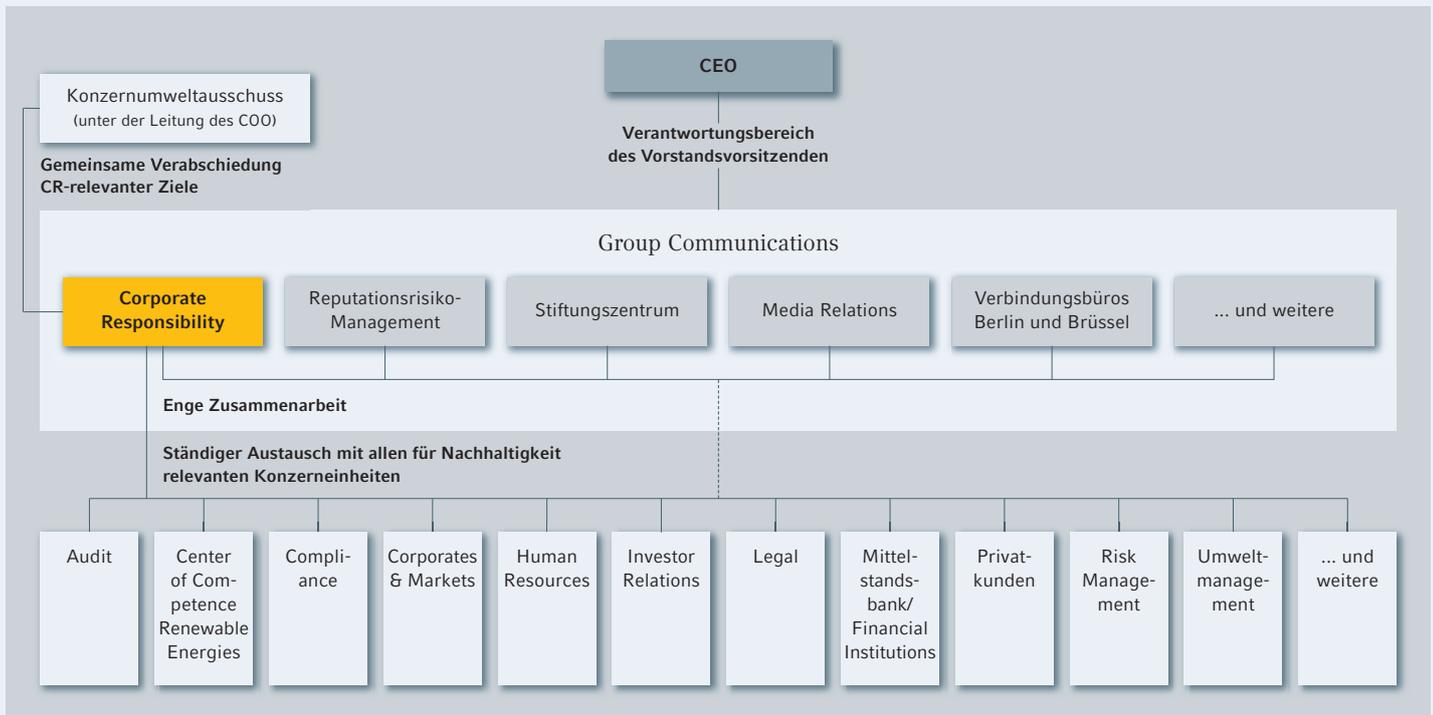
› **Unternehmenskultur**
www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Mitarbeiter

› **Compliance**
www.commerzbank.de
> Konzern

› **CR-Strategie und Management**
www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Governance

› **Umweltpolitik**
www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Ökologie

Organisation der unternehmerischen Verantwortung in der Commerzbank



Im Jahr 2012 prüften wir rund 2 600 Einzelgeschäfte und Produkte vertieft auf ihre Vereinbarkeit mit bestehenden Nachhaltigkeitsgrundsätzen, einschließlich Menschenrechtsaspekten. Durchschnittlich werden etwa 10 Prozent der eingehenden Anfragen negativ bewertet, was bis zur Ablehnung eines Geschäfts beziehungsweise Beendigung einer Geschäftsbeziehung führen kann. Dies betrifft beispielsweise Geschäfte im Bereich Atomkraftwerke oder kontroverse Waffen.

Risiken des Klimawandels

Finanzierungen und Geschäftsbeziehungen, bei denen Aspekte des Klimawandels eine wesentliche Rolle spielen, werden von uns intensiv analysiert und mit einer differenzierten Bewertung versehen. Auch hier ist die Ablehnung des entsprechenden Geschäfts eine mögliche Folge.

Besonders genau überprüfen wir die Finanzierung CO₂-intensiver Energieformen. Im Bereich „Fossile Energien“ (Erdöl, Erdgas, Kohle) untersucht das Reputationsrisiko-Management unter anderem, wie das Unternehmen Öl- und Gasfelder oder Kohleminen betreibt und ob es Gebiete respektiert, die als „High Conservation Value Areas“ beziehungsweise „UNESCO-Welterbe“ ausgewiesen sind.

Im Fokus steht dabei insbesondere die Fördertechnik der Rohstoffe. Angesichts der Debatten über die Kohlenstoffbilanz der Ölgewinnung aus Teersänden oder vergleichbarer umstrittener Verfahren zur Gewinnung von Erdöl und Erdgas hat das Reputationsrisiko-Management entschieden, alle damit verbundenen finanziellen Transaktionen zu meiden.

Compliance

Die Basis der Geschäftstätigkeit der Commerzbank ist das Vertrauen der Kunden, Aktionäre und Geschäftspartner in das ordnungsgemäße sowie gesetzestreue Handeln aller Mitarbeiter. Ein Schwerpunkt unseres Compliance-Managements liegt auf der Prävention, Aufdeckung und Bekämpfung von wirtschaftskriminellen Handlungen, insbesondere Korruption.

Detaillierte Gefährdungsanalyse

Grundlage für die Einschätzung und Minimierung potenzieller Compliance-Risiken ist die sogenannte Gefährdungsanalyse. Sie wird einmal jährlich konzernweit durchgeführt und erstreckt sich auf alle konzernangehörigen Unternehmen, Zweigstellen und sonstige gebundene beziehungsweise abhängige Unternehmen im In- und Ausland, die als compliancerelevant

eingestuft werden. Sie erfasst auch Betrugsrisiken – insbesondere Korruption – und bewertet die entsprechenden Kontrollaktivitäten der Segmente. Im Jahr 2012 waren 62 Einheiten der Bank in die Gefährdungsanalyse einbezogen.

Die aus der Gefährdungsanalyse abgeleiteten Maßnahmen zur Prävention überprüft die Bank regelmäßig und ergänzt sie bei Bedarf. Als Grundlage dafür dient auch der regelmäßige Informationsaustausch mit anderen Unternehmen und Experten. Bekannt gewordene Fälle oder Verdachtsfälle analysiert die Commerzbank, um ihre Präventionsmaßnahmen zu verbessern und künftige Risiken, insbesondere Korruptionsrisiken, so weit wie möglich auszuschließen.

Nulltoleranzprinzip

Korruption oder sonstige strafbare Handlungen von Mitarbeitern werden von der Commerzbank ausdrücklich nicht toleriert. Aufgedeckte strafbare Handlungen verfolgen wir nach dem „Nulltoleranzprinzip“. Jeder Mitarbeiter, der sich nachweislich strafbar gemacht hat, muss die strafrechtlichen, arbeitsrechtlichen sowie zivilrechtlichen Konsequenzen tragen.

Als fairer Teilnehmer am Markt und in ihrem Engagement gegen Korruption berücksichtigt die Commerzbank die OECD-Richtlinien für multinationale Unternehmen. Zudem sind wir dem UN Global Compact mit seinen zehn Prinzipien (unter anderem zur Korruptionsbekämpfung) sowie den Prinzipien von Transparency International ausdrücklich verpflichtet.

Umfassende Schulungen

Ein grundlegender Baustein der Betrugsprävention ist das Compliance-Schulungsprogramm, das von allen Mitarbeitern in einem Turnus von zwei Jahren absolviert werden muss. Das webbasierte Training (WBT) sensibilisiert die Mitarbeiter für Compliance-Themen und schärft ihr Risikobewusstsein. Seit 2010 liegt ein inhaltlicher Schwerpunkt auf Korruption. Die Zielgruppen für die Schulung ergeben sich aus den Tätigkeitsprofilen der Einheiten. Mehr als 46 000 Mitarbeiter der Commerzbank werden so regelmäßig geschult.

Mindestabwesenheit als Schutzmaßnahme

Ein weiteres wirkungsvolles Instrument zur Stärkung der internen Kontroll- und Schutzmaßnahmen ist die Einhaltung der Mindestabwesenheit vom Arbeitsplatz von jährlich mindestens zehn aufeinanderfolgenden Arbeitstagen. 2013 wurde die Regelung nochmals verschärft und auf alle Mitarbeiter und Führungskräfte ausgeweitet. In den Handels- und handelsnahen Bereichen ist technisch sichergestellt, dass die Mitarbeiter während ihrer Abwesenheit keinen Zugriff auf Bankssysteme haben und keine technischen Geräte der Bank nutzen können.

Strafzahlungen

Im Berichtsjahr 2012 wurden uns keine wesentlichen Strafzahlungen oder Bußgeldbescheide gegen die Commerzbank bekannt. Auch im Zusammenhang mit der Zurverfügungstellung und Verwendung von Produkten und Dienstleistungen der Commerzbank sowie für die Nichteinhaltung von Rechtsvorschriften im Umweltbereich gab es im Berichtszeitraum keine wesentlichen Bußgelder.

Datenschutz

Der Bereichsvorstand Group Security ist zugleich der Datenschutzbeauftragte der Commerzbank. Die Mitarbeiter der ihm zugeordneten Abteilung Datenschutz überwachen die Einhaltung von datenschutzrechtlichen Bestimmungen, Richtlinien und Verfahrensanweisungen. Der Schutz personenbezogener Daten und Kundendaten wird durch technisch-organisatorische Maßnahmen gesetzeskonform sichergestellt. Neben der Zutrittskontrolle zu Rechenzentren umfassen diese

- › die Zugangskontrolle, etwa durch Passwörter und Zugriffskontrollen über Berechtigungssysteme,
- › die Weitergabekontrolle, zum Beispiel durch Verschlüsselung der Übertragungskanäle,
- › die Eingabekontrolle durch Logging von Zugriffen auf Daten,
- › die Auftragskontrolle durch Überwachung und Steuerung von Auftragnehmern im Rahmen von Auslagerungen,
- › die Verfügbarkeitskontrolle durch Business-Continuity-Management-(BCM-)Maßnahmen,
- › die Trennungskontrolle durch die separierte Speicherung von Datenbeständen für unterschiedliche Zwecke.

Im Jahr 2012 gingen 178 Beschwerden im Zusammenhang mit dem Schutz von Kundendaten ein. In den meisten Fällen wurde reklamiert, dass diese unbefugt an Dritte zur Kenntnis gelangt seien. Von den eingegangenen Beschwerden wurden etwa 85 Prozent als begründet eingestuft. 4 Prozent der Beschwerden wurden von Aufsichtsbehörden direkt oder auf Anregung von Kunden vorgebracht. Auch hier handelte es sich zum Teil um Fälle, in denen Kundendaten unbefugt an Dritte zur Kenntnis gelangt waren. Darüber hinaus ging es um Falschankünfte im Zusammenhang mit Rücklastschriften, vermeintlich überflüssige Datenerhebungen sowie Anfragen zur Protokollierung im Online-Banking.

Die Sicherstellung des Kundendatenschutzes national wie international ist auch künftig ein wesentliches Ziel der Commerzbank. Unsere Schulungsmaßnahmen zum Datenschutz haben wir unlängst intensiviert. Zu den bedeutsamsten Initiativen zählt die Schulung „Datenschutz-Praxis“ der Commerzbank-Akademie.

Geschäftspartner

Die Commerzbank erwartet Rechtschaffenheit und gesetzeskonformes Handeln auch von ihren Geschäftspartnern. Mit Lieferanten, Serviceunternehmen und sonstigen Vertragspartnern werden daher Integritätsklauseln vereinbart. Diese verpflichten sie dazu, Korruption zu unterbinden und diesbezügliche Vorfälle zu melden. Ein Verstoß gegen die Integritätsklauseln wird konsequent verfolgt und kann zur fristlosen Auflösung des Vertragsverhältnisses führen.

Möglichkeiten der Einflussnahme

Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und sonstige Stakeholder der Commerzbank haben jederzeit die Möglichkeit, sich kritisch zu äußern und ihre Empfehlungen an den Vorstand zu richten. Für die Bearbeitung schriftlicher Hinweise von Kunden ist in erster Linie das Qualitätsmanagement der Bank zuständig. Aktionäre können ihre Stellungnahmen oder Fragen bei der jährlichen ordentlichen Hauptversammlung per Brief und E-Mail einbringen oder persönlich vortragen. Die Kommentierung oder Beantwortung erfolgt direkt

durch den Vorstand oder den Aufsichtsrat. Durch Gegen- oder Erweiterungsanträge zur Tagesordnung haben Aktionäre die Möglichkeit, den Ablauf der Hauptversammlung mitzubestimmen. Auf Antrag der Aktionäre kann darüber hinaus eine außerordentliche Hauptversammlung einberufen werden.

Bei der Zusammensetzung des Aufsichtsrats haben die Mitarbeiter der Commerzbank ein weitgehendes Mitbestimmungsrecht. Die Hälfte der Mitglieder des Gremiums wird von den Arbeitnehmern gewählt. Gemäß § 27 Abs. 3 Mitbestimmungsgesetz wurde ein Vermittlungsausschuss gebildet. Er musste im Geschäftsjahr 2012 nicht zusammentreten.

Markt und Kunden

Im Sinne einer nachhaltigen Geschäftspolitik sind die Kundenzufriedenheit und die Etablierung langfristiger Kundenbindungen ein zentrales Anliegen der Commerzbank. Wir möchten unseren Kunden als fairer und kompetenter Partner zur Seite stehen. Um ihre Wünsche und Interessen zu ermitteln, führen wir regelmäßige Befragungen durch. Sie bilden die Grundlage für die – oftmals gemeinsam mit den Vertretern des Kundenbeirats vollzogene – Weiterentwicklung unserer Produkte.

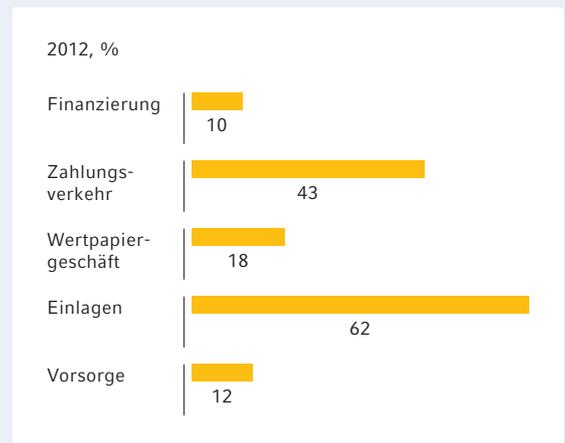
Sowohl bei der Analyse von Finanzierungsrisiken als auch bei der Auswahl von Anlageprodukten berücksichtigen wir Nachhaltigkeitsaspekte. Die Palette nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen will die Commerzbank in Zukunft noch erweitern. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Privat- und Firmenkunden dabei, in erneuerbare Energien zu investieren und diese sinnvoll zu nutzen.

Überdies stehen wir im regelmäßigen Austausch mit nationalen wie internationalen Regulierungs- und Aufsichtsbehörden sowie den Verantwortlichen in der Politik, um auf die Klarheit und Verlässlichkeit von Regelungen zu Produkten und Dienstleistungen hinzuwirken – im Interesse unserer Kunden sowie einer langfristigen Planungsfähigkeit.

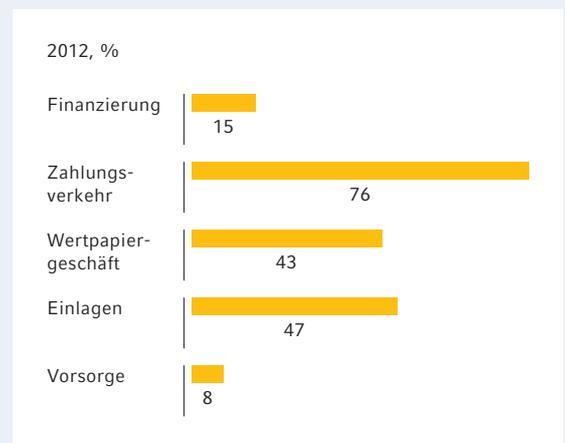
Kundenstruktur

Die Commerzbank hat eines der dichtesten Filialnetze der Privatbanken in Deutschland. Unseren rund 11 Millionen Privatkunden stehen 10 000 Berater in 1 200 Filialen zur Verfügung. Im Segment Privatkunden werden auch vermögende Wealth-Management-Kunden sowie Kleinunternehmer als sogenannte Geschäftskunden betreut. Zu den Kunden der Mittelstandsbank gehören insbesondere Unternehmen aus dem Mittelstand mit einem Umsatz zwischen 2,5 und 500 Millionen Euro pro Jahr, aber auch Großunternehmen mit einem Jahresumsatz über 500 Millionen Euro. Der weitaus größte Teil des Kreditvolumens unserer Kunden aus den Konzernbereichen Mittelstand Inland sowie Großkunden & International ist in Deutschland gebucht. Der Rest verteilt sich primär auf Westeuropa sowie Asien und Osteuropa.

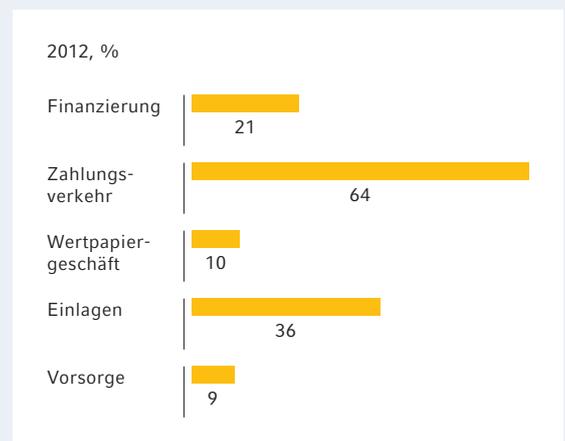
Produktnutzung Privatkunden



Produktnutzung Wealth Management



Produktnutzung Geschäftskunden



Kundenanteil gemäß Größenklasse am Produkt- und Dienstleistungsportfolio der Mittelstandsbank



Nachhaltigkeit in Kreditvergabe, Projekt- und Exportfinanzierung

Maßgeblich für die Kreditvergabe der Commerzbank ist und bleibt die Sicherheit der Rückzahlung. Im Sinne einer nachhaltigen Geschäftspolitik fließen in das Rating unserer Firmenkunden künftig auch deren Perspektiven für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung ein. Diese werden über Planzahlen und Branchenperspektiven bewertet.

Rund 90 Prozent unserer cashflow-orientierten Projektfinanzierungen/strukturierten Finanzierungen werden in Europa abgewickelt. Dabei überwachen wir die Einhaltung der nationalen Umweltrichtlinien im Rahmen einer sorgfältigen Projektprüfung (Due Diligence). Für die fachgerechte Abschätzung möglicher Umweltrisiken ziehen wir externe Experten hinzu. An Projekten in Entwicklungsländern beteiligt sich die Commerzbank nur in Ausnahmefällen. Bei der Finanzierung dieser Projekte arbeiten wir entweder mit supranationalen Institutionen wie der International Finance Corporation (IFC) oder nationalen Exportkreditversicherungen zusammen. Somit gelten automatisch die Standards der supranationalen Institutionen oder der nationalen Exportkreditversicherungen (Common Approaches) der OECD.

Die Commerzbank zählt bei der Abwicklung des Exportzahlungsverkehrs und von Exportakkreditiven zu den führenden Instituten in der Eurozone. Die Mittelstandsbank begleitet ihre überwiegend deutschen und europäischen Kunden beim Export langlebiger Investitionsgüter mit liefergebundenen Krediten. Diese sind überwiegend durch Garantien der Exportländer abgesichert. Bei der Beurteilung der Umweltrelevanz der Geschäfte stützt sich die Bank auf die Prüfungen, die

die staatlichen Kreditversicherer im Rahmen des Garantievergabeprozesses in allen Fällen durchführen. In Deutschland erfolgen diese Prüfungen durch ein Konsortium aus Euler Hermes Kreditversicherungs-AG und PricewaterhouseCoopers AG.

Nachhaltigkeitsangebote im Privatkundengeschäft

Die Commerzbank bietet bereits seit 2004 eine unabhängige und neutrale Fondsauswahl. Auf der Basis wissenschaftlich fundierter Kennzahlen bewerten wir in Deutschland zugelassene Fonds und identifizieren für unsere Kunden Fondsmanager, die eine überdurchschnittliche Performance erzielen. Darüber hinaus erfolgt fortlaufend eine gezielte Marktbeobachtung durch unsere Kapitalmarktexperten. Unsere Anlageberatung haben wir 2011 durch eine umfangreiche Nachhaltigkeitsprüfung ergänzt. Um in das Commerzbank-Nachhaltigkeitsdepot aufgenommen zu werden, müssen Aktien einen dreistufigen Filterprozess durchlaufen (vgl. S. 15). Bei Wertpapierdepots unserer Wealth-Management-Kunden nehmen wir auf Wunsch eine umfangreiche individuelle Risikoanalyse vor. In die quantitative Bewertung fließen etwa eine Risikoübersicht und die Schwankungsbreite der Wertpapiere ein. Die qualitative Bewertung erfasst das Emittenten- und das Zinsänderungsrisiko. Die Analyse der Stärken und Schwächen des Portfolios ermöglicht fundierte Handlungsempfehlungen.

Die Commerzbank bietet ihren Kunden unternehmerische Beteiligungen im Bereich der Solarenergie. Dazu gehört beispielsweise der CFB 179 – Solar-Deutschlandportfolio 4, eine Beteiligung an der Düsseldorfer HAJOLUCA Beteiligungsgesellschaft mbH & Co. Solarkraftwerke KG. Das Platzierungsvolumen betrug im Berichtsjahr 2012 rund 7,9 Millionen Euro. Dies entspricht einem Anteil von rund 17,4 Prozent an der gesamten Produktklasse (45,1 Millionen Euro).

Die Commerzbank bietet darüber hinaus eine Auswahl an nachhaltigen Investmentfonds. Zu den Produkten gehören

- › Sarasin OekoSar Equity – Global,
- › Pioneer Funds Global Ecology,
- › Pictet Water.

Auch bei anderen Finanzprodukten für unsere Privatkunden kommen Nachhaltigkeitsgesichtspunkte zum Tragen. Das Bauspargeschäft der Commerzbank etwa hatte 2012 einen Umfang von 1,98 Milliarden Euro. Daneben haben die Absicherung von Risiken und die private Altersvorsorge in den vergangenen Jahren stark an Bedeutung gewonnen. Die Riester-Vorsorge oder das Produkt „Wohn-Riester“, bei dem Kunden selbst

genutztes Wohneigentum in die staatlich geförderte Altersvorsorge einbeziehen können, sollen vor allem der Prävention von Altersarmut dienen. Die Bewertungssumme der Riester-Vorsorgeprodukte bei der Commerzbank beträgt derzeit rund 400 Millionen Euro. Im Jahr 2012 wurden Verträge im Umfang von 160 Millionen Euro abgeschlossen. Zum Vorsorgeprogramm der Commerzbank gehören darüber hinaus private Berufsunfähigkeits-, Pflege- und Lebensversicherungen. Im Bereich der Altersvorsorge bietet die Commerzbank Produkte mit ökologischem Schwerpunkt, etwa fondsgebundene Versicherungen wie Allianz RCM Global Sustainability und Allianz Global Ecotrends.

Finanzierung erneuerbarer Energien

Mit dem Center of Competence Renewable Energies (CoC RE) gehört die Commerzbank zu den weltweit größten Finanzierern von erneuerbaren Energien (vgl. S. 27 f.). Das Kreditportfolio des CoC RE umfasste 2012 rund 5,1 Milliarden Euro, davon 3,6 Milliarden Euro in Form von Projekt- und 1,5 Milliarden Euro in Form von Unternehmensfinanzierungen. Nach Technologien aufgeschlüsselt entfielen 66 Prozent der Projektfinanzierungen auf Windenergie (61 Prozent Onshore, 5 Prozent Offshore), 29 Prozent auf Solarenergie und die restlichen 5 Prozent verteilen sich unter anderem auf Bioenergie und Wasserkraft.

Insgesamt vermeiden die von der Commerzbank finanzierten Windenergie-, Fotovoltaik- und Bioenergieanlagen jährlich Emissionen in Höhe von 10 170 384 Tonnen CO₂. Dies entspricht etwa 10 Prozent aller CO₂-Emissionen, die in Deutschland 2012 durch die Nutzung von regenerativem Strom vermieden wurden.

Portfolioübersicht CoC RE nach Märkten

%	2010	2011	2012
Deutschland	65	65	61
Europa (exkl. Deutschland)	22	22	25
Nordamerika	3	3	5
Rest der Welt	10	10	9

Portfolioübersicht CoC RE nach Technologien

%	2010	2011	2012
Solar	19	26	29
Wind	73	68	66
davon Offshore	0	3	5
davon Onshore	73	65	61
Andere	8	6	5

Für mittelständische Unternehmen wird die Stromproduktion über eine Fotovoltaikanlage insbesondere für den Eigenverbrauch immer attraktiver. Mit „SolarLight“ bietet die Commerzbank ein schlankes, standardisiertes Verfahren zur Finanzierung dieser Anlagen bereits ab einem Volumen von 250 000 Euro. Der Einsatz bewährter Technik und die Zusammenarbeit mit erfahrenen Fachleuten ermöglichen eine schnelle Prüfung und ein vereinfachtes Handling. Im Rahmen von „SolarLight“ bietet die Commerzbank Finanzierungen bis zu 17 Jahren an und integriert nach Möglichkeit günstige Darlehen der KfW. Insgesamt 52 Finanzierungen mit einem Gesamtvolumen von 57 Millionen Euro wurden seit der Einführung des Produkts im Oktober 2010 abgeschlossen. Allein im Jahr 2012 wurden 18 Finanzierungen mit einem Gesamtvolumen von knapp 28 Millionen Euro durchgeführt. Die jährliche CO₂-Einsparung aller unter „SolarLight“ finanzierten Projekte betrug Ende 2012 rund 24 634 Tonnen.

Für private Kunden und Geschäftskunden bietet die Commerzbank Finanzierungen im Rahmen verschiedener Umwelt- und Energiesparprogramme. Gegebenenfalls in Kooperation mit öffentlichen Förderbanken finanzieren wir Fotovoltaikanlagen oder unterstützen den Kauf emissionsarmer Nutzfahrzeuge. Institutionellen Investoren wie Versicherungen und Pensionskassen bietet die Commerzbank die Möglichkeit, im Rahmen eines Green Loan Funds einen Teil des Portfolios zu übernehmen (vgl. S. 27).

Emissionshandel

Die Commerzbank bietet als einer der führenden Akteure im europäischen Emissionsrechtehandel ihren Kunden ein professionelles Management von CO₂-Risiken. Im September 2011 haben wir gemeinsam mit der Fluggesellschaft Airberlin das erste Geschäft über Emissionsrechte für den Luftverkehr in Europa abgeschlossen. Der Handel mit European Union Aviation Allowances (AEUAs) war ein wichtiger Meilenstein in der Entwicklung des EU-Emissionsrechtehandels (EU ETS). Nach wie vor ist der europäische Emissionshandel der größte Emissionsmarkt, auch wenn die Preise pro Tonne CO₂ in den vergangenen zwei Jahren von 20 Euro auf 4 Euro gefallen sind.

Kundenzufriedenheit

Den Grad der Zufriedenheit unserer Privatkunden messen wir mit dem Net Promoter Score (NPS), einem international anerkannten Standard. Monatlich werden rund 14 000 Kunden in einem kurzen Telefoninterview gefragt, ob sie ihre Commerzbank-Filiale weiterempfehlen würden. Der NPS konnte im Jahr 2012 um 33 Prozentpunkte gesteigert werden.

Im Privatkundengeschäft wurde 2012 ein neuer Beratungsprozess eingeführt, der konsequent auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet ist. Der IT-gestützte „Kundenkompass“ gewährleistet eine einheitliche, strukturierte und umfassende Beratung in jeder Commerzbank-Filiale (vgl. S. 22 f.). Bis zum Jahresende 2012 wurden damit mehr als 750 000 Kundengespräche geführt. Zuvor wurden unsere Privatkundenberater zwei bis drei Tage in der Anwendung des Kundenkompasses geschult. Im November 2012 führten wir bei neu eröffneten Girokonten zudem eine Zufriedenheitsgarantie ein (vgl. S. 23 f.).

Die Kunden der Mittelstandsbank befragen wir mindestens einmal im Jahr, ob sie mit der Commerzbank und ihrem Leistungsspektrum zufrieden sind. Die letzte Kundenbefragung fand Ende 2012 unter knapp 7 000 Unternehmen statt (vgl. S. 25).

Um die Bedeutung der Kundenzufriedenheit für das Geschäft der Commerzbank zu unterstreichen, hat diese Einfluss auf die variable Vergütung aller Vertriebsmitarbeiter im Privatkundengeschäft (vgl. S. 24 und 35).

Kundenbeschwerden

Die finanzielle Sicherheit unserer Kunden zu schützen, ist ein zentrales Anliegen der Commerzbank. Als Vorreiter im Bankensektor hat die Commerzbank eine Kundenanwältin ernannt, die sich für die Wahrung der Kundeninteressen einsetzt und insbesondere komplexe Folgebeschwerden für beide Seiten tragbar schlichtet (vgl. S. 25). In besonders schwierigen Fällen wird sie dabei vom Schlichtungsrat beraten – einer Gruppe von Kundenvertretern, die auch dem Kundenbeirat angehören. Im Berichtszeitraum wurde die Kundenanwältin gut 600 Mal aktiv.

Unseren Kundenbeirat (vgl. S. 25) haben wir nach Ablauf der ersten Amtszeit im Berichtsjahr personell und inhaltlich neu aufgestellt. Seine 25 ehrenamtlichen Mitglieder beraten das Management im Privatkundensegment und wirken an der Entwicklung und Verbesserung von Produkten, Dienstleistungen und Prozessen mit.

Die Zahl der Kundenanliegen und -beschwerden ging im Privatkundensegment 2012 um 40 Prozent zurück.

Produktverantwortung

Die Commerzbank informiert ihre Kunden vollständig und korrekt über Chancen und Risiken von Finanzprodukten. Unsere Werbemittel stellen alle für den Kunden relevanten Informationen in verständlicher Form dar.

Darüber hinaus erstellen wir Protokolle unserer Beratungsgespräche. Neben dem Kundenkompass (vgl. S. 22 f.) unterstützt die „EVA-Anlageberatung“ unsere Mitarbeiter bei Kundengesprächen. Über diese Computeranwendung wird das Beratungsprotokoll erstellt und zusammen mit allen relevanten Produktinformationen versandt. Der Kunde kann dabei alle Beratungsschritte am Bildschirm mitverfolgen.

Das neue Anlegerschutzgesetz verlangt einen sogenannten Sachkundenachweis für alle in der Anlageberatung tätigen Mitarbeiter. Mehr als 94 Prozent unserer Berater im Segment Privatkunden verfügten Ende 2012 über die geforderte Ausbildung und Berufserfahrung. Etwa 100 Mitarbeiter durchliefen zusätzliche Qualifizierungsmaßnahmen. Vorschriftsmäßig wurden alle Berater der Commerzbank zum 1. November 2012 bei der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) registriert.

Beratung von Stiftungen und Kirchen

Das Stiftungsmanagement der Commerzbank AG betreut derzeit rund 300 selbstständige und unselbstständige gemeinnützige Stiftungen. Als Träger unselbstständiger Stiftungen fungiert mit der CommerzStiftungsTreuhand GmbH eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Bank. Über die Unterstützung des laufenden Geschäftsbetriebs und das Angebot stiftungsgerechter Vermögensanlagen hinaus fördert die Commerzbank die Gründung neuer Stiftungen durch umfassende Beratung. Auch Kirchen und kirchliche Institutionen berät die Commerzbank unter genauer Beachtung ihrer Zielsetzungen und internen Anlagerichtlinien, unter anderem mit einem nachhaltigkeitsorientierten Angebot (vgl. S. 27).

Best of European Business Award

Im März 2012 erhielt die Commerzbank den „Best of European Business Award“ (BEB) für ihre erfolgreiche und nachhaltige Unternehmensstrategie in Afrika. Zum siebten Mal zeichnete die internationale Strategieberatung Roland Berger damit deutsche Unternehmen aus, die in Afrika innovative Geschäftsmodelle verfolgen, sich nachhaltig engagieren und mit den Volkswirtschaften des Kontinents partnerschaftlich zusammenarbeiten.

Ökologie

Seit 2008 verfügt die Commerzbank über ein Umweltmanagementsystem, das nach ISO 14001 zertifiziert ist. Im Fokus unseres Umweltmanagements steht derzeit die Senkung des Energieverbrauchs in Gebäuden sowie durch Dienstreisen. Sie haben mit 61 Prozent beziehungsweise 31 Prozent den größten Anteil an den Treibhausgasemissionen (Carbon Footprint) der Commerzbank.

Die ökologischen Initiativen im Rahmen unseres Bankgeschäfts konzentrieren sich auf die Finanzierung von Unternehmen und Projekten, die sich mit dem Ausbau erneuerbarer Energien, der Steigerung der Energieeffizienz und der Reduktion von CO₂-Emissionen befassen (vgl. S. 27).

Die Commerzbank hat klare Regeln für eine umweltverträgliche Geschäftstätigkeit geschaffen. Die aktualisierten Umweltschleitlinien wurden im November 2011 vom Gesamtvorstand verabschiedet. Sie sind im Wortlaut im Nachhaltigkeitsportal im Internet zu finden.

Verantwortung für die Umwelt

Die Commerzbank versteht Umweltschutz als Führungsaufgabe. Daher tragen alle Führungskräfte – angefangen beim Vorstand – die Verantwortung für die Umsetzung der vereinbarten Umweltziele. Der betriebliche Umweltschutz ist Teil der Konzerneinheit „Group Services – Organisation“ und wird vom betrieblichen Umweltbeauftragten der Commerzbank geleitet. Die Vertreter des betrieblichen Umweltschutzes sind mit allen relevanten Unternehmensbereichen und dem Konzernbetriebsrat systematisch vernetzt. Im Konzernumweltausschuss tauschen sie sich regelmäßig aus. Dieser tagte im Berichtszeitraum zweimal unter Vorsitz des Commerzbank-Vorstands Frank Annuscheit. Zu den diskutierten Themen gehörten die externe Zertifizierung des Umweltmanagementsystems im Jahr 2012, die Vorbereitung der Re-Zertifizierung 2013 sowie die Erarbeitung und Verabschiedung des neuen Klimaziels (vgl. S. 17).

Klima

Als Finanzdienstleister steht für uns die Optimierung des Ressourcenverbrauchs im Mittelpunkt des betrieblichen Umweltschutzes. Vor allem beim Gebäude- und bei der Organisation von Dienst-

reisen kann die Commerzbank direkten Einfluss auf die Umwelt nehmen. Das Hauptziel unserer Maßnahmen ist die Reduktion der CO₂-Emissionen im Rahmen der Klimastrategie. Sie umfasst die vier Handlungsfelder

- › betriebliches Umweltmanagement,
- › Kompensation nicht vermeidbarer CO₂-Emissionen,
- › klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen,
- › Kommunikation des Klimaschutzes.

Aus der Klimastrategie leiten wir konkrete Maßnahmen ab, deren Wirksamkeit unter anderem an unserer Bilanz der Treibhausgasemissionen abzulesen ist.

Im Rahmen der Umwelt-Initiative CDP (vormals: Carbon Disclosure Project) konnten wir 2012 unseren Disclosure Score um 2 Punkte auf 79 von 100 möglichen Punkten verbessern. Im „Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI)“, in den wir im Vorjahr erstmals aufgestiegen waren, wurden wir dennoch nicht abgebildet. Die Schwelle dafür lag mit 81 Punkten deutlich höher als im Vorjahr (73). Grund dafür ist eine größere Grundgesamtheit durch die Aufnahme der Schweiz in die Auswertung (jetzt: DACH-Region) sowie ein insgesamt gestiegenes Qualitätsniveau.

CDP

CDP ist eine international tätige gemeinnützige Organisation, die einmal jährlich Informationen zu Chancen und Risiken des Klimawandels, CO₂-Emissionen sowie Klimaschutzziele und -maßnahmen von Unternehmen abfragt. Genutzt werden diese Daten vorrangig von institutionellen Investoren, die sie beispielsweise bei Investitions- und Versicherungsentscheidungen mit einbeziehen. Der Disclosure Score gibt Auskunft über die Ausführlichkeit und Transparenz der klimarelevanten Berichterstattung.

Umweltmanagement

Das 2008 eingeführte Umweltmanagementsystem der Commerzbank AG in Deutschland ist in Übereinstimmung mit dem Standard ISO 14001 durch Det Norske Veritas (DNV) zertifiziert. Der Abdeckungsgrad der Mitarbeiter im Berichtszeitraum beträgt wie im Vorjahr 100 Prozent. Die Re-Zertifizierung durch DNV wurde im Juni 2013 erfolgreich abgeschlossen.



› **Umweltpolitik**
www.nachhaltigkeit.commerzbank.de
> Ökologie

› **CDP**
www.cdproject.net

Alle umweltrelevanten Daten werden vom Umweltmanagement angefordert und anschließend von den einzelnen Fachabteilungen erhoben, analysiert und qualitätsgesichert. Das Umweltmanagement validiert die Daten, ermittelt daraus die entstehenden CO₂-Emissionen und erstellt den Carbon Footprint der Bank. Dieser wird, genauso wie die Datenermittlung, von DNV extern verifiziert. Dies erfolgt seit 2010 angelehnt an die ISO 14064-3.

Energieverbrauch

Der direkte Verbrauch von fossilen Brenn- und Treibstoffen hat gegenüber dem Vorjahr um 2,5 Prozent zugenommen. Hauptsächlich liegt dies am erhöhten Treibstoffverbrauch. Die Commerzbank ist um die vermehrte Nutzung von Fernwärme bemüht. Ölheizungen werden nach und nach durch umweltfreundlichere Systeme ersetzt und tragen mittlerweile nur noch wenige Prozent zum Energieverbrauch bei. Zu einer Reduzierung des Erdgasverbrauchs trugen Filialkonsolidierungen bei.

Sowohl der Energieverbrauch für Strom als auch für Fernwärme ging 2012 deutlich zurück (vgl. S. 64). Der gesamte indirekte Energieverbrauch nahm um 14 Prozent ab. Der Ökostromanteil am indirekten Energieverbrauch lag 2012 bei 91,8 Prozent (89,5 Prozent

aus Wasserkraft zuzüglich 22 Prozent Anteil erneuerbarer Energien am Strommix, das heißt gewichtet 2,3 Prozent) und liegt seit dem 1. Januar 2013 bei 100 Prozent.

Um Investitionen in weitere Erneuerbare-Energien-Anlagen und damit die Energiewende zu fördern, hat die Commerzbank für die Jahre 2013 bis 2015 Ökostrom mit Herkunftsnachweisen aus neuen Wasserkraftwerken ausgeschrieben. Dabei fordern wir ausdrücklich einen Neuanlagenanteil (Erzeugungsanlagen, Kraftwerke) von 100 Prozent. Für das Gesamtvolumen aller Liegenschaften in Deutschland liefert der Anbieter Repower AG für die Jahre 2013 bis 2015 die Herkunftsnachweise aus fest ausgewählten Wasserkraftwerken in Norwegen.

Direkter Energieverbrauch der Commerzbank AG (Inland)

MWh	2010	2011	2012
Erdgas	151 368	138 357	137 840
Heizöl (schwer, leicht)	2 100	2 367	1 744
Notstromdiesel	-	33	199
Diesel (Treibstoff) ¹	60 935	61 944	64 016
Benzin (Treibstoff) ¹	4 585	1 682	5 630
Gesamt	218 988	204 383	209 429

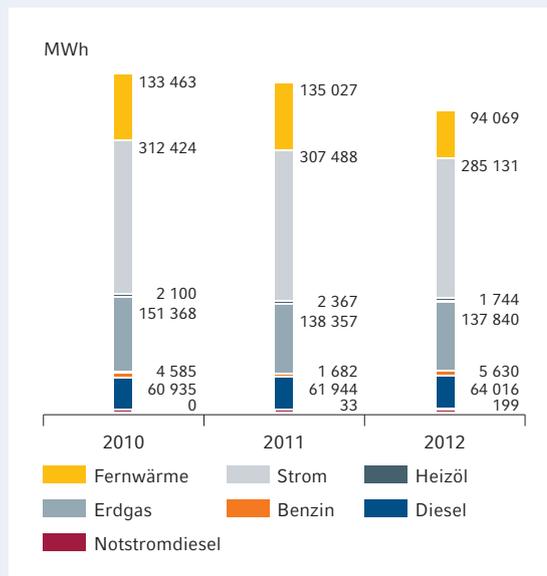
¹ Der Berechnung des Benzin- und Dieserverbrauchs der Fahrzeuge liegen der dienstliche Anteil der Bankwagen sowie der Verbrauch aller Pool-Fahrzeuge zugrunde. Ersterer lag 2012 bei 55,6 Prozent der Fahrleistung.

Indirekter Energieverbrauch durch Strom und Fernwärme der Commerzbank AG (Inland)

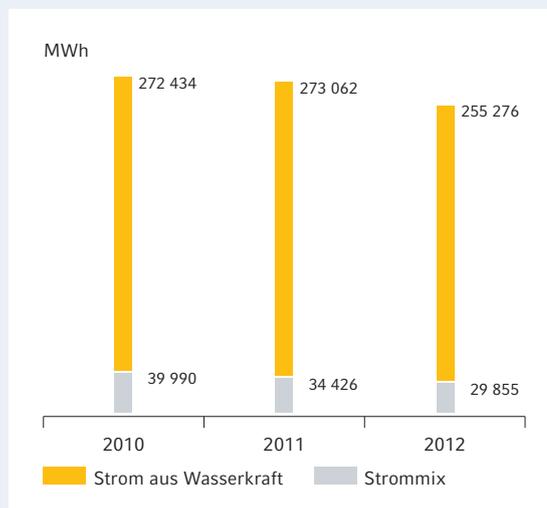
MWh	2010	2011	2012
Energieverbrauch Strom	312 424	307 488	285 131
aus Wasserkraft	272 434	273 062	255 276
aus Strommix Deutschland	39 990	34 426	29 855
Energieverbrauch Fernwärme ¹	133 463	135 027	94 069
Gesamt	445 887	442 515	379 200

¹ Gemäß VfU-Standard 2013 wird als „Standardmix Wärme“ der Mix aus einem Gaskraftwerk mit Kraft-Wärme-Kopplung angenommen.

Energieverbrauch nach Energieträger



Anteil Strom aus Wasserkraft



Seit der Umstellung auf den neuen Markenauftritt 2011 spart die Commerzbank jährlich 5,3 Millionen Kilowattstunden Strom ein: Anstelle von Glühlampen oder Leuchtstoffröhren produzieren seither energieeffiziente Leuchtdioden (LED) das Licht in den Schaufenstern und in der Außenbeleuchtung. Aufgrund ihrer längeren Lebensdauer verringern sich zudem die Wartungskosten.

Im Rahmen von Langzeittests und Pilotprojekten prüfen wir auch den Einsatz von LEDs in unseren Innenräumen. Neben der Beleuchtungsstärke und der Qualität der Farbwiedergabe, die für die Arbeitsqualität unserer Mitarbeiter ausschlaggebend sind, messen wir dabei auch den verbrauchten Strom. Demnach könnte die Commerzbank allein in ihrer Frankfurter Zentrale im „neuen Hochhaus“ pro Jahr zwischen 280 000 und 350 000 Kilowattstunden Strom einsparen. Einen ähnlichen Test führen wir in der Selbstbedienungszone einer Filiale in Frankfurt durch.

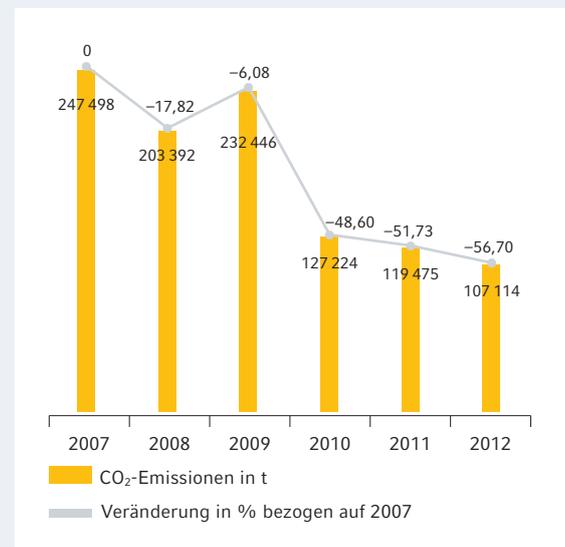
Auch im Bereich der Green IT konnten wir im Berichtsjahr wichtige Einsparungen erzielen. Durch die Umstellung der Kälteerzeugung von Absorber- auf Kompressionskälte im gesamten Dienstleistungszentrum (DLZ) im Februar 2012 sank der sogenannte Power-Usage-Effectiveness-(PUE-)Wert von 1,99 im Jahr 2011 auf 1,71. Damit einher ging unter anderem eine jährliche Gesamteinsparung von 21 188 000 kWh Fernwärme. Die kumulierte Kosteneinsparung beträgt 1 444 000 Euro. Vereinfacht ausgedrückt gibt der PUE-Wert an, welche Energiemenge eingesetzt werden muss, um die Referenzmenge der Energieverbraucher zu kühlen, wobei 1,0 den Basisverbrauch darstellt. Unser Ziel, den PUE-Wert auf 1,6 abzusenken, verfolgen wir 2013 weiter.

CO₂-Emissionen

Die Commerzbank hatte bereits 2010 ihr selbst gestecktes Ziel erfüllt, die Treibhausgasemissionen bis 2011 um 30 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2007 zu senken. Mit einer Reduzierung um rund 52 Prozent bis Ende 2011 wurde es sogar weit übertroffen (vgl. S. 17). 2012 lag die Reduktion bereits bei 56,7 Prozent.

Für unser neues Klimaziel wurden alle relevanten Kennzahlen und Einsparpotenziale analysiert, um daraus weitere Reduktionsmaßnahmen abzuleiten. Wir wollen unsere CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2020 um weitere 20 Prozent senken und damit im Vergleich zum Jahr 2007 eine Verringerung um insgesamt 70 Prozent erreichen.

Veränderung der CO₂-Emissionen 2007 bis 2012



Ermittelt wurden die CO₂-Emissionen der Commerzbank gemäß dem vom Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU) entwickelten Standards. Dabei fand das Kennzahlen-Update vom April 2013 Beachtung.

In unserer Berichterstattung zu Treibhausgasemissionen unterscheiden wir gemäß Green-House-Gas-(GHG-)Protokoll folgende Emissionsarten:

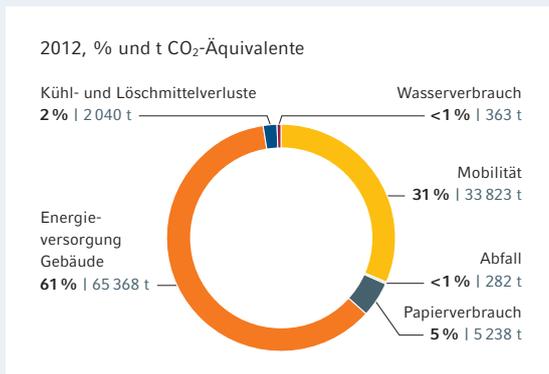
- › Scope 1: alle direkten Emissionen,
- › Scope 2: alle indirekten Emissionen, die zum Beispiel bei der Erzeugung von Elektrizität, Dampf oder Wärmeenergie entstehen, die das Unternehmen von externer Seite bezieht,
- › Scope 3: alle übrigen indirekten Emissionen im Bereich Logistik, Materialverbrauch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

Im Berichtszeitraum konnten wir die absoluten Treibhausgasemissionen erneut um rund 10 Prozent reduzieren: von 119 475 Tonnen CO₂ (2011) auf 107 114 Tonnen CO₂ (2012). Verantwortlich dafür ist vor allem ein Rückgang der Scope-2-Emissionen aufgrund von Energieeffizienzmaßnahmen und Filialkonsolidierungen. Einen weiteren Beitrag leistete der verringerte Emissionsfaktor für den deutschen Strommix aufgrund des steigenden Anteils an erneuerbaren Energien.

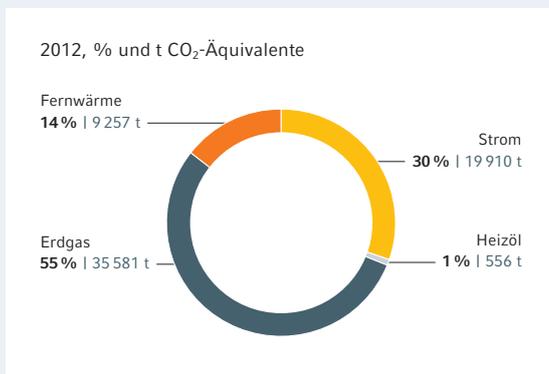
CO₂-Bilanz nach Scopes



CO₂-Bilanz nach Verbräuchen



Anteil Energieträger an CO₂-Bilanz



Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen (THG-Emissionen) der Commerzbank AG (Inland)

t CO ₂ -Äquivalente	2010	2011	2012
Scope 1: Direkte THG-Emissionen			
Energieversorgung Gebäude	31 293	28 732	28 504
Erdgas	30 728	28 086	27 981
Heizöl	565	637	469
Notstromdiesel ¹	-	9	54
Dienstreisen (Pkw)	16 716	16 787	17 417
Bankwagen ²	14 921	15 010	15 753
Pool-Fahrzeuge	1 795	1 777	1 664
Kühl- und Löschmittelverluste ³	-	-	2 040
Kühlmittel	-	-	2 040
Löschmittel	-	-	0
Gesamt Scope 1	48 009	45 519	47 961
Scope 2: Indirekte THG-Emissionen			
Energieversorgung	43 832	40 169	24 659
Strom	30 699	26 882	16 898
Fernwärme ⁴	13 133	13 287	7 761
Gesamt Scope 2	43 832	40 169	24 659
Scope 3: Sonstige indirekte THG-Emissionen			
Papierverbrauch ⁵	6 123	5 875	5 238
Energieversorgung	8 451	7 749	12 205
Erdgas (aus vor- und nachgelagerten Emissionen)	8 346	7 629	7 600
Heizöl (aus vor- und nachgelagerten Emissionen)	105	118	87
Notstromdiesel (aus vor- und nachgelagerten Emissionen)	-	2	10
Fernwärme (aus vor- und nachgelagerten Emissionen) ⁶	-	-	1 496
EE-Strom (Vorstufen und Umwandlungsverluste) ⁶	-	-	3 012
Dienstreisen ⁷	18 961	18 912	16 406
Flugzeuge	5 502	6 021	4 093
Bahn	1 414	1 402	1 177
Pkw (aus vor- und nachgelagerten Emissionen)	7 591	7 623	7 908
Geschäftsfahrten mit indirektem Einfluss ⁸	4 454	3 866	3 228
Wasser	449	407	363
Entsorgung Abfall ⁹	1 399	845	282
Gesamt Scope 3	35 383	33 788	34 494
Gesamt Scope 1 + 2 + 3	127 224	119 476	107 114

¹ Ein valides Verfahren zur Messung der Verbrauchsmengen wurde Anfang 2011 implementiert. Für das Berichtsjahr 2012 konnten erstmals Emissionen umfassend ermittelt und verifiziert werden.

² Der dienstliche Anteil an Bankwagen wird 2012 mit 55,6 Prozent der Fahrleistung angenommen und berücksichtigt. Grundlage dafür sind Statistiken von Kraftfahrt-Bundesamt, Statistischem Bundesamt und Berechnungen des DIW Berlin.

³ Kühl- und Löschmittelverluste wurden angelehnt an den neuen VfU-Standard erstmals für 2012 erhoben.

⁴ Rückgang der Fernwärmemenge durch Umstellung der Kälteerzeugung und Einsatz effizienterer IT-Hardware (dies bedingt geringeren Kältebedarf) im Rechenzentrum.

⁵ Papierverbrauch ohne extern beauftragte Druckerzeugnisse.

⁶ Die vor- und nachgelagerten Emissionen werden durch die aktuellen Kennzahlen stärker berücksichtigt.

⁷ Bahn- und Flugreisen sind im Rahmen eines Programms zum Sachkostenmanagement deutlich zurückgegangen.

⁸ Dienstreisen mit privaten Pkw; seit 2012 auch Taxi- und Mietwagenfahrten.

⁹ Der Rückgang der CO₂-Emissionen beim Abfall im Jahr 2012 ist auf das Ende des Bauprojekts „Silberturm“ und die Auflösung eines Großgebäudes im Vorjahr zurückzuführen.

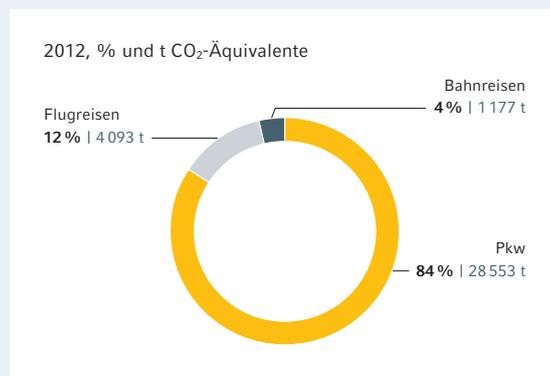
Da wir in die Erhebung erstmals auch Kühl- und Löschmittelverluste einbezogen haben, erhöhten sich die Scope-1-Emissionen gegenüber 2011 um rund 5 Prozent. Ebenso erhöhten sich die Scope-3-Emissionen, vor allem durch die verstärkte Einbeziehung vor- und nachgelagerter Emissionen.

Dienstreisen

Mit einem Anteil von etwa 31 Prozent trug die Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter 2012 wesentlich zu unserem Ausstoß von Treibhausgasen bei. Fahrten mit dem Pkw machten dabei den größten Teil aus. Erheblichen Einfluss auf die Bilanz haben zudem die Dienstreisen mit dem Flugzeug, auch wenn die dadurch verursachten Emissionen im Vergleich zu 2011 um 32 Prozent zurückgegangen sind.

Die Dienstreiserichtlinie der Commerzbank schreibt vor, bei Kurzstrecken weitgehend auf Flugreisen zu verzichten, Mitfahrmöglichkeiten zu prüfen und, wo möglich, technische Alternativen wie Video- und Telefonkonferenzen zu nutzen. In unserem Intranet weisen wir eigens auf diese Möglichkeiten hin.

Anteil Verkehrsmittel an CO₂-Bilanz

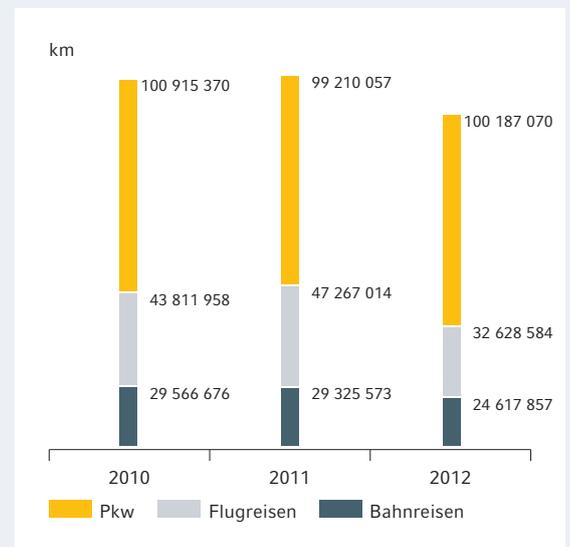


Dienstreisen der Commerzbank AG (Inland)

km	2010	2011	2012
Pkw (AG Inland)	100 915 370	99 210 057	100 187 070
Bankwagen (AT-Leasing)	76 128 161	76 581 976	80 379 607
Pool-Fahrzeuge	9 160 274	9 064 911	8 482 136
Privat abgerechnete km	15 626 935	13 563 170	10 094 946
Mietwagen- und Taxifahrten ¹	–	–	1 230 381
Flugreisen Konzern	56 472 616	57 026 623	40 662 206
AG Inland	43 811 958	47 267 014	32 628 584
Tochterunternehmen Inland	12 660 658	9 759 609	8 033 622
Bahnreisen Konzern	33 006 470	31 773 573	26 042 417
AG Inland	29 566 676	29 325 573	24 617 857
Tochterunternehmen Inland	3 439 794	2 448 000	1 424 560

¹ Taxi- und Mietwagenfahrten wurden für 2012 erstmals erhoben.

Mobilität nach Verkehrsmitteln



Bei Fernstrecken setzt die Commerzbank Anreize zur Nutzung der – gegenüber Flugzeugen – umweltfreundlicheren Bahn. Eine Aktion zum Umtausch der Bahn-Card in die Bahn-Card Business erzeugte in der Belegschaft hohe Aufmerksamkeit und steigerte die Nachfrage unter den Mitarbeitern deutlich. Insgesamt konnten 2012 die innerdeutschen Flugstrecken um über 3,9 Millionen Kilometer beziehungsweise über 38 Prozent gegenüber 2011 reduziert werden.

Da die Commerzbank Bahn-Corporate-Kunde ist, reisen unsere Mitarbeiter seit April 2013 im Fernverkehr zu 100 Prozent mit Ökostrom. Seit Dezember 2012 wird bei der Buchung einer Fahrkarte mit der Bahn-Card für die Deutsche Bahn zugleich auch das City-Ticket zur Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs am Abfahrts- und Zielort mitgebucht.

Bei der Ausschreibung von Hotelübernachtungen macht das Travel Management der Commerzbank seit 2011 die Erfüllung von Umweltstandards zum Gegenstand der Verhandlungen. Die zunächst freiwilligen Informationen zum Umweltengagement der Hotels fordern wir seit 2012 verpflichtend ein. Seit 2013 gilt es als Auswahlkriterium: Bei gleichem Preis erhält das Hotel mit dem besseren Umweltengagement den Zuschlag.

Dienstwagen

Zur Einsparung von Energie und Emissionen trägt auch unsere nachhaltige Fahrzeugpolitik bei. Durch eine bewusste Auswahl von verbrauchsärmeren Bankwagen und Pool-Fahrzeugen sowie Anreizsystemen für Nutzer konnte der durchschnittliche Treibstoffverbrauch

von 2011 auf 2012 gemäß Herstellerangaben von 5,6 auf 5,5 l/100 km gesenkt werden. Dies entspricht einer Reduktion der CO₂-Emissionen von 149 auf 145 g/km. Die CO₂-Emissionen der im Berichtszeitraum bestellten Neuwagen betragen im Durchschnitt 137 g/km.

Bankwagen sind Fahrzeuge, die eine optionale betriebliche Zusatzleistung für alle außertariflich bezahlten Mitarbeiter der Bank darstellen. Die Treibstoffpauschale, die sie neben den Leasingkosten dafür entrichten müssen, ist nach dem CO₂-Ausstoß des Fahrzeugs gestaffelt.

Im Rahmen der Fahrzeugkonfiguration stellen wir die Energieeffizienz mit einem Energie-Label dar, das dem Interessenten auf einen Blick den Verbrauch des Fahrzeugs anzeigt. Seit Ende 2011 können neben Hybrid- auch Erdgasfahrzeuge bestellt werden.

Unsere Fahrzeugpolitik werden wir künftig weiter an umweltpolitische Aspekte anpassen und die Mitarbeiter noch stärker für den Treibstoffverbrauch sensibilisieren. Entsprechende Informationen stellen wir im Intranet sowie in den Fahrermappen zur Verfügung.

Weitere Emissionen

Bei der Berechnung unseres Carbon Footprints berücksichtigen wir neben den CO₂-Emissionen auch die CO₂-Äquivalente der zwei ebenfalls im Kyoto-Protokoll genannten Treibhausgase Distickstoffmonoxid (N₂O) und Methan (CH₄) entsprechend ihrem Beitrag zur atmosphärischen Erwärmung.

Die Verwendung von Ozon abbauenden Stoffen ist nicht wesentlich für die Commerzbank. In immer weniger Klimasystemen setzen wir das heute für Neugeräte nicht mehr zugelassene Chlordifluormethan ein. Im Rahmen eines bankweiten Projekts tauschen wir die Altgeräte innerhalb der gesetzlichen Übergangsfristen aus.

Die nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen wollen wir schrittweise kompensieren. Geeignete Maßnahmen werden in enger Kooperation mit dem Center of Competence Renewable Energies (CoC RE) und dem Geschäftsfeld Emissionshandel erarbeitet. Wie bereits im Vorjahr haben wir auch 2012 die Hauptversammlung klimaneutral gestellt.

Papierverbrauch

Der absolute Papierverbrauch ist 2012 gegenüber dem Vorjahr deutlich um 10,8 Prozent zurückgegangen. Die Menge an Frischfaserpapier konnte sogar um 14,8 Prozent gesenkt werden. Obwohl der mit dem Papierverbrauch verbundene Anteil an CO₂-Emissionen an der

Papier und Tonerverbrauch sowie Einsatz von Recyclingpapier bei der Commerzbank AG (Inland)

	2010	2011	2012
Papierverbrauch			
Frischfaser, ECF ¹ (t)	4 259	4 055	3 453
› davon nicht zertifiziert	2 260	895	169
› davon FSC-zertifiziert	1 999	2 872	2 322
› davon PEFC-zertifiziert	0	288	962
Recyclingpapier (t)	836	833	906
Gesamtverbrauch (t)	5 095	4 888	4 359
Anteil Recyclingpapier, Blauer-Engel-zertifiziert (%)	16,4	17,0	20,8
Anteil Frischfaser, FSC-zertifiziert (%)	39,2	58,8	53,3
Tonerverbrauch (t)²	105	96	72
für Drucker (Stück)	79 904	73 513	54 676
für Kopierer (Stück)	603	615	448

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

² Toner inklusive Tinte.

gesamten CO₂-Bilanz des Konzerns mit 4,9 Prozent relativ gering ist (2011: 4,9 Prozent), werden dessen ökologische Konsequenzen nicht vernachlässigt.

Die Commerzbank legt großen Wert auf die Nutzung von umweltverträglichen Papierarten. Bereits im Oktober 2008 haben wir im Zuge des neuen Markenauftritts einen nachhaltigen Papierstandard für Drucker- und Kopierpapier festgeschrieben. Er sieht vor, dass wir für den internen Gebrauch ausschließlich nach dem Blauen Engel zertifiziertes Recyclingpapier und für den externen Gebrauch nach FSC (Forest Stewardship Council) zertifiziertes Papier verwenden. Seit Januar 2012 werden die maschinell von der Bank erstellten Dokumente auf nach PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) zertifiziertem Papier gedruckt.

Unseren Mitarbeitern wurde das Thema im Berichtszeitraum durch verschiedene Kommunikationsmaßnahmen näher gebracht. So gestalteten Nachwuchskräfte der Konzerneinheit „Organisation“ Plakate, die für die Nutzung von Recyclingpapier sensibilisieren.

Wo möglich, verzichten wir auf Papier. Die Verbindungsnachweise der betrieblichen Handyverträge können seit Oktober 2012 nur noch elektronisch abgerufen werden. Unser Mobilfunkdienstleister spart damit rund 42 000 Seiten Papier pro Monat.

Unsere Mitarbeiterzeitschrift kann seit Anfang 2013 wahlweise über eine Online-App gelesen werden. Mit der Druckauflage verringern sich auch der Papierverbrauch sowie die Transporte.

Die Bestellmenge an Kopierpapier ist 2012 um 17 Prozent zurückgegangen. Hierzu hat die Voreinstellung der Drucker auf Doppelseitendruck einen wesentlichen Beitrag geleistet.

Abfallentsorgung

Zum systematischen Umweltmanagement der Commerzbank gehört eine koordinierte und fachgerechte Entsorgung von Abfall mit einem effizienten Recycling nahezu aller Abfallfraktionen. Das 2010 erstellte Abfallkonzept der Commerzbank beinhaltet eine Anpassung und Vereinfachung der Entsorgungsprozesse (zum Beispiel die zentrale Entsorgung von Tonern und harten Datenträgern) sowie eine Konzentration auf möglichst wenige, bundesweit tätige Entsorgungsdienstleister. Dafür haben wir alle Entsorgungsleistungen neu ausgeschrieben. Seit April 2012 beauftragen wir nur noch einen bundesweit agierenden Dienstleister.

Abfall der Commerzbank AG (Inland) nach Entsorgungsweg

t	2010	2011	2012
Abfälle zur Verwertung/ Recycling ¹	13 186	32 555	16 106
davon Papierabfall	6 144	9 618	8 369
davon Elektronikschrott	–	–	156
Abfälle zur Verbrennung	2 407	1 006	461
Deponieabfälle ²	325	264	72
Sonderabfälle ³	1	101	5
Gesamt Abfälle	15 919	33 926	16 644

¹ Der Rückgang der Abfallmenge ist vor allem auf den Abschluss der Sanierung des Silberturms, eines Gebäudes der ehemaligen Dresdner Bank, und den Einmaleffekt aus der Auflösung eines Großgebäudes im Jahr 2011 zurückzuführen. Die Recyclingquote konnte mit 96,8 Prozent leicht gegenüber dem Vorjahr (96 Prozent) gesteigert werden.

² Bei den Deponieabfällen handelt es sich überwiegend um Bau- und Abbruchabfälle zur Deponierung.

³ Die Sonderabfälle im Jahr 2011 waren gefährliche Abfälle aus der Sanierung des Silberturms. Der deutliche Rückgang resultiert aus dem Abschluss dieses Bauprojekts. Die aufwendige Sanierung des bis 1978 errichteten, 166 Meter hohen Silberturms wurde am 31. Dezember 2011 abgeschlossen. Das Gebäude wurde gemäß den Standards der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V. (DGNB) zertifiziert.

Im Berichtszeitraum konnten wir die Transparenz der Abfalldaten dadurch sowie durch eine differenziertere Datenabfrage und eine intensivere Einbindung der Datenlieferanten nochmals steigern.

Über 96 Prozent des Abfalls wurden 2012 einer Wiederverwertung und Recyclingprozessen zugeführt. Im Bankbetrieb selbst fällt hauptsächlich Papier an, das wir unter strikter Einhaltung der Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes entsorgen.

Abfall der Commerzbank AG (Inland) nach Kategorie

t	2010	2011	2012
Gefährlicher Abfall ¹	491	170	122
Nicht gefährlicher Abfall	15 428	33 755	16 522
Gesamt Abfälle	15 919	33 925	16 644

¹ Im Jahr 2012 stammten rund 66 t der gefährlichen Abfälle aus der Entsorgung von Verpflegungsautomaten in der Zentrale der Commerzbank (Elektroschrott).

Wasser

Die Commerzbank verwendet ausschließlich Trinkwasser in ihren Gebäuden. Der Verbrauch im Jahr 2012 betrug 485 178 m³ (2011: 543 419 m³). An den größten Standorten findet eine monatliche Kontrolle der Verbrauchsmengen statt, sodass bei einem erhöhten Wasserverbrauch Optimierungsmaßnahmen ergriffen werden können.

Als Folge der Wassernutzung hat die Commerzbank 2012 etwa 452 177 m³ Abwasser in die normale Kanalisation eingeleitet (2011: 509 668 m³). Dieser Wert liegt rund 33 000 m³ unter dem Frischwasserverbrauch, da unter anderem in Kühltürmen Wasser verdunstet, das nicht in die Kanalisation zurückgelangt.

Biodiversität

Direkt beeinflussen wir die Biodiversität durch unsere Geschäftstätigkeit nicht. Dennoch unterstützt die Commerzbank den Erhalt der Artenvielfalt. Seit Ende 2010 beteiligen wir uns am Forum Biodiversität des Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU) sowie an der Entwicklung von speziell für die Finanzbranche geeigneten Prinzipien zum Erhalt der Biodiversität. Damit verbundene Maßnahmen betreffen nicht das Gebäudeportfolio der Commerzbank, sondern das Bankgeschäft an sich – um Biodiversitätsrisiken und -chancen bei Investitionen

und Projektfinanzierungen noch stärker zu berücksichtigen. Im Rahmen des Reputationsrisiko-Managements werden ökologische Risiken einschließlich Biodiversitätsaspekten geprüft.

Gebäudeoptimierung im Bestand

Die Optimierung von Gebäuden zählt zu den wichtigsten Zielen des betrieblichen Umweltmanagements. Die Commerzbank strebt an, das Gallileo-Hochhaus in Frankfurt – die Zentrale der ehemaligen Dresdner Bank – von 2012 bis 2015 nach dem international anerkannten Nachhaltigkeitsstandard Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) in der Kategorie „Existing Building in Operations and Maintenance“ zertifizieren zu lassen (Bestandszertifizierung). Neben der Gebäudeperformance (zum Beispiel Energie- und Wasserverbräuche) werden dabei auch Betriebs- und Gebäudemanagementprozesse (zum Beispiel technischer Betrieb, Einkauf sowie Ver- und Entsorgungsstrategien) analysiert und bewertet sowie auf Nachhaltigkeitsanforderungen hin überprüft. Verbesserungspotenziale wurden dadurch bereits unter anderem in der Regelungstechnik und Steuerung des Gebäudes erkannt.

Nachhaltige Beschaffung

Die Commerzbank hat bereits 2006 einen „Standard für nachhaltige Beschaffung“ eingeführt. Er ergänzt unsere Einkaufsrichtlinie und wird regelmäßig aktualisiert. Die von uns erworbenen Produkte und Dienstleistungen sollten möglichst umwelt- und klimafreundlich sein und dürfen die Gesundheit nicht beeinträchtigen. Sie müssen unter menschenwürdigen Bedingungen produziert werden und möglichst für eine Kreislaufwirtschaft geeignet sein.

Im Rahmen der LEED-Zertifizierung wird der Einkauf von Büroausstattung, Elektrogeräten, Leuchtmitteln, Baumaterialien und Nahrungsmitteln auf Nachhaltigkeit hin überprüft. Ebenso wird deren Entsorgung analysiert, um Verbesserungspotenzial ermitteln zu können.

Unsere internen Umweltleitlinien wurden Anfang 2012 den 100 wichtigsten Dienstleistern und Lieferanten bekannt gemacht. Zur Qualitätssicherung wurde zudem ein elektronischer Lieferantenselbstauskunftsbogen ausgegeben, der auch Fragen zu Nachhaltigkeitsaspekten enthält. So werden die Lieferanten zum Beispiel aufgefordert, die Recyclingquote ihrer Produkte anzugeben.

Umweltschutzinvestitionen

Der betriebliche Umweltschutz ist mit Investitionen verbunden. Die Aufwendungen für das zentrale Umweltmanagement liegen bei jährlich rund 650 000 Euro, wobei Mehrkosten für den Einkauf umweltfreundlicher Materialien nicht berücksichtigt sind. Die Kosten für Entsorgung sind von rund 2 000 000 Euro im Jahr 2010 auf 1 705 000 Euro im Jahr 2012 gesunken. Für den Bezug von Ökostrom hatten wir 2012 Mehrausgaben in Höhe von 590 000 Euro.

Mitarbeiter

Grundlage der Personalpolitik der Commerzbank ist die Wahrung einer vertrauensvollen Unternehmenskultur. Ein partnerschaftlicher und fairer Umgang ist Voraussetzung für unseren langfristigen Erfolg. Für die Betreuung und Entwicklung unseres Personals trägt der Bereich Group Human Resources eine wesentliche Verantwortung. Zu den wichtigsten Zielen zählen eine sozial verträgliche Umsetzung der strategischen Agenda bis 2016, die Optimierung der Aus- und Weiterbildung, die Erleichterung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie die Förderung der Vielfalt im Unternehmen. Auch der Weiterentwicklung von Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz messen wir eine große Bedeutung zu.

Mitarbeiterstruktur

Zum Jahresende 2012 waren 37 668 Mitarbeiter in der Commerzbank AG beschäftigt. Gegenüber dem Jahresende 2011 entspricht dies einem Rückgang um 1 189 Mitarbeiter. Die Mehrheit der Mitarbeiter hat einen unbefristeten Arbeitsvertrag. Beinahe ein Viertel der Belegschaft arbeitet in Teilzeit.

Dafür bestehen vielfältige Möglichkeiten zur Gestaltung der Arbeitszeit. In fast allen Betrieben werden variable Arbeitszeiten genutzt. Hier werden Bandbreiten festgelegt, in denen die Arbeitsteams eigenverantwortlich die tägliche Besetzung regeln. Daneben gibt es eine Vielzahl von Teilzeitmodellen, Jahresarbeitszeit, Sabbaticals und die Möglichkeit der Telearbeit. Diese können natürlich auch von Führungskräften genutzt werden.

Mitarbeiter der Commerzbank AG

Kopfzahlen	2010	2011	2012
Gesamtzahl Beschäftigte Konzern	59 101	58 160	53 601
Gesamtzahl Beschäftigte AG (Inland)	39 695	38 857	37 668

Gesamtbelegschaft der Commerzbank AG nach Beschäftigungsart

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Außertarifliche Mitarbeiter	18 251	46,0	18 046	46,4	17 574	46,7
Tarifliche Mitarbeiter ¹	21 008	52,9	20 431	52,6	19 764	52,4
Gewerbliche Mitarbeiter/ Sonstige	436	1,1	380	1,0	330	0,9
Gesamt	39 695	100	38 857	100	37 668	100

¹ Einschließlich Auszubildende.

Beschäftigungsquoten (Vollzeit/Teilzeit) der Commerzbank AG

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Vollzeit ¹	27 565	75,6	27 797	78,0	26 465	76,8
Teilzeit ¹	8 888	24,4	7 834	22,0	8 003	23,2

¹ Ohne Nachwuchskräfte.

Belegschaft der Commerzbank AG gemäß Vertrag (befristet/unbefristet)

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Festanstellung	36 940	93	35 304	91	34 203	91
Befristeter Arbeitsvertrag	2 755	7	3 553	9	3 465	9

Gesamtbelegschaft nach Geschlecht

	2010		2011		2012	
	Personen	%	Personen	%	Personen	%
männlich	19 851	50	19 345	50	18 628	49
weiblich	19 844	50	19 512	50	19 040	51

Arbeitsorte der Mitarbeiter der Commerzbank AG

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Standort Frankfurt	14 603	36,8	13 329	34,3	12 887	34,2
Übriges Deutschland	25 092	63,2	25 528	65,7	24 781	65,8

Mitarbeiterfluktuation

Im Berichtsjahr lag die Fluktuationsquote bei 4,1 Prozent. Sie ist gegenüber dem Vorjahr um 0,7 Prozent gesunken. Seit dem Jahr 2011 erfassen wir über einen Online-Fragebogen systematisch die Gründe für Mitarbeiterkündigungen und nutzen sie für Verbesserungsmaßnahmen. Gegebenenfalls werden auch Interviews geführt. Ein Teil der befragten Mitarbeiter gibt an, nur eingeschränkte Karrieremöglichkeiten und Perspektiven innerhalb der Bank zu sehen, einige erachten ihre Leistungen als nicht angemessen vergütet. Meistens jedoch liegen die Kündigungsgründe im privaten Umfeld, wie zum Beispiel der Wunsch nach einer räumlichen Veränderung. Und häufig geben die Mitarbeiter in den Interviews an, dass sie es nicht ausschließen würden, zu einem späteren Zeitpunkt wieder in die Commerzbank einzutreten. In ausgewählten Fällen werden Kontakte zu ehemaligen Mitarbeitern gepflegt.

Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretern

Die Zusammenarbeit zwischen der Arbeitnehmer- und Arbeitgeberseite der Commerzbank ist durch eine kritische und zugleich vertrauensvolle Partnerschaft geprägt. Die gemeinsam getroffenen Betriebsvereinbarungen haben den Zielen der Bank genauso Rechnung getragen wie den sozialen Interessen der Mitarbeiter. Das wird auch für die Zukunft gelten.

Im Januar 2013 hat die Commerzbank Gespräche mit den Arbeitnehmervertretern aufgenommen, um über die Umsetzung der strategischen Agenda bis 2016 zu verhandeln. Im Juni 2013 wurde hierzu eine Einigung mit den Arbeitnehmervertretern erzielt (vgl. S. 36). Dazu zählt unter anderem ein konditionierter Kündigungsschutz: Die Bank wird bis zum 31. Dezember 2014 keine betriebsbedingten Beendigungskündigungen gegenüber dem deutschen Kündigungsschutz unterliegenden Mitarbeitern aussprechen, sofern bis zum 31. Dezember 2013 ein Abbau von 350 Vollzeitkapazitäten (VZK) erreicht wurde. Der Schutz verlängert sich um ein Jahr, wenn Ende 2014 ein Abbau von 1 500 VZK realisiert wurde beziehungsweise gilt bis Ende 2016 bei einem Abbau von insgesamt 2 500 VZK bis Ende 2015.

Mitarbeiterfluktuation der Commerzbank AG nach Alter

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Austritte Mitarbeiter unter 30 Jahre	394	5,2	506	1,5	302	10,1
Austritte Mitarbeiter 30–50 Jahre	768	3,2	806	2,5	734	3,5
Austritte Mitarbeiter über 50 Jahre	555	8,1	262	0,8	314	3,5
Austritte Mitarbeiter gesamt	1 717	4,3	1 574	4,8	1 350	4,1

Mitarbeiterfluktuation der Commerzbank AG nach Geschlecht

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Austritte weiblicher Mitarbeiter	792	4,0	690	2,1	570	3,8
Austritte männlicher Mitarbeiter	925	4,7	884	2,7	780	4,5
Austritte Mitarbeiter gesamt	1 717	4,3	1 574	4,8	1 350	4,1

Mitarbeiterfluktuation der Commerzbank AG nach Region

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Standort Frankfurt	434	3,0	454	3,8	499	4,2
Übriges Deutschland	1 283	5,1	1 120	5,4	851	4,1
Gesamt	1 717	4,3	1 574	4,8	1 350	4,1

Mitarbeiterfluktuation der Commerzbank AG nach Austrittsgründen

	2010		2011		2012	
	gesamt	%	gesamt	%	gesamt	%
Arbeitnehmerkündigungen	668	1,7	820	2,2	628	1,9
Arbeitgeberkündigungen	12	0,03	15	0,04	21	0,1
Einvernehmliche Lösungen	607	1,5	468	1,6	627	1,9
(Vor-)Ruhestand/ Alterszeit	119	0,3	99	0,9	86	0,3
Berufsunfähigkeit/Tod	1	0,01	31	0,2	74	0,2

Vielfalt

Im Jahr 2006 hat die Commerzbank die „Charta der Vielfalt“ unterschrieben, eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen. Damit bekennen wir uns zu einer Kultur, die auf der Wertschätzung aller Mitarbeiter basiert. Das Diversity Management der Commerzbank hat das Ziel, diese Wertschätzung zu fördern sowie Vorurteile abzubauen, um die Vielfalt der Mitarbeiter für erfolgreiche Geschäftsprozesse zu nutzen.

Mit der Gründung des „Global Diversity Councils“ im März 2012 wurde die konzernweite Umsetzung von Diversity-Maßnahmen institutionalisiert und in der Unternehmensstrategie verankert (vgl. S. 33). Die Beteiligung aller Geschäftsbereiche und die Unterstützung durch regionale Councils ermöglichen es, länderspezifische Unterschiede zu berücksichtigen und individuellen Bedürfnissen gerecht zu werden.

Konzernweit möchte die Commerzbank auf allen Führungsebenen ein ausgeglicheneres Verhältnis von Männern und Frauen erreichen (vgl. S. 33). Bis zum Jahr 2015 haben sich die einzelnen Geschäftsbereiche der Commerzbank individuelle Besetzungsziele gesetzt. Daraus ergibt sich für die Gesamtbank bis Ende 2015 eine Zielquote von 30 Prozent für Frauen in Führungspositionen. Den Planwert für 2012 haben wir mit 25,7 Prozent leicht übertroffen.

Ländertypisch haben sich folgende Schwerpunkte ergeben: In den USA wird im Dialog mit dem Management erarbeitet, wie eine vielfältige Belegschaft zum geschäftlichen Erfolg beitragen kann. In England stand die Einführung von Angeboten zur Kinderbetreuung im Fokus und konnte erfolgreich umgesetzt werden. Asien setzt auf Kommunikation und Training, um die Diversity-Aktivitäten bekannt zu machen. Trainingsangebote haben auch in Westeuropa die erste Priorität, während an den verschiedenen Standorten in Osteuropa neben Training auch „Keep in Touch“-Angebote und neue Arbeitszeitmodelle erarbeitet werden.

Anteil weiblicher Mitarbeiter der Commerzbank AG (Inland) nach Führungsebenen

%	2010	2011	2012
Frauenanteil der Commerzbank insgesamt	50	50,4	50,8
Frauenanteil der Führungsebenen (FE) 1-4 gesamt	23	23,1	24,0
Führungsebene 4	29	28,8	28,9
Führungsebene 3	13	14,1	16,9
Führungsebene 2	11	11,7	11,9
Führungsebene 1	5	9,3	4,7

Alters- und Geschlechtsstruktur der Mitarbeiter der Commerzbank AG

%	2012	
	männlich	weiblich
bis 19	318	354
20-24	1 434	1 605
25-29	1 266	1 495
30-34	1 471	1 716
35-39	2 192	2 272
40-44	3 158	3 419
45-49	3 716	3 656
50-54	2 826	2 648
55-59	1 990	1 707
ab 60	257	168

Altersstruktur im Vorstand

	2010	2011	2012
ab 60 Jahre	-	-	-
50-59 Jahre	2	2	5
40-49 Jahre	8	7	4
30-39 Jahre	-	-	-
bis 30 Jahre	-	-	-

Die Commerzbank hatte im Jahr 2012 insgesamt 1 870 Pflichtarbeitsplätze für behinderte Menschen. 1 845 von ihnen waren besetzt und 25 unbesetzt.

Im Jahr 2012 waren fast 4,93 Prozent der Arbeitsplätze mit schwerbehinderten und gleichgestellten Kollegen besetzt. Damit war im Jahr 2012 die gesetzliche Pflichtplatzquote nahezu erfüllt. Weiterhin macht es sich der Projektkreis Barrierefreiheit zur Aufgabe, vorhandene Barrieren sukzessive zu reduzieren beziehungsweise abzuschaffen, um damit Kunden und Mitarbeiter nachhaltig zu unterstützen.

Vergütung

Für mehr als 97 Prozent der Belegschaft gelten kollektivrechtliche Regelungen. Die Gehälter der tieferen Gehaltsstufen werden über den Manteltarifvertrag für das private Bankgewerbe geregelt. Die am niedrigsten eingruppierten Mitarbeiter (insgesamt zwei) liegen derzeit in Tarifgruppe 1 im 8. Berufsjahr (2 402 Euro). Es werden also an keinem Geschäftsstandort Mitarbeiter im Mindestlohnsegment beschäftigt. Mitarbeiter mit höheren Gehältern erhalten eine außertarifliche Vergütung. Um die Bedeutung der Kundenzufriedenheit für das Geschäft der Commerzbank zu unterstreichen, hat sie künftig Einfluss auf die variable Vergütung aller Mitarbeiter im Privatkundenvertrieb (vgl. S. 24 und 35).

Gehaltsstruktur der Commerzbank AG (Inland): Geschlechterverhältnis in den einzelnen Tarifgruppen

	2010		2011		2012	
	männlich	weiblich	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Auszubildende ¹	1 100	1 197	1 204	1 139	1 205	1 068
>TG 1-3	16	39	20	66	20	102
>TG 4-6	1 389	4 564	1 302	4 326	1 222	4 077
>TG 7-9	4 192	8 676	3 991	8 523	3 848	8 348
>AT ²	13 015	5 243	12 693	5 356	12 221	5 357
Stunden-, Monats- und sonstiger Lohn	139	125	135	102	112	88

¹ Auszubildende werden erstmals getrennt ausgewiesen.

² Angaben gegenüber der letzten Berichterstattung angepasst, da nun Auszubildende als Einzelposten ausgewiesen werden.

Betriebliche Zusatzleistungen

Als Teil der Gesamtvergütung stellt die Commerzbank ein umfangreiches und attraktives Angebot an betrieblichen Zusatzleistungen für die Mitarbeiter zur Verfügung. Die Leistungen dienen der Mitarbeiterbindung und Stärkung der Identifikation mit dem Unternehmen (vgl. S. 34). Ziel der Commerzbank ist es, das Angebot an Zusatzleistungen stetig zu optimieren und möglichst viele Mitarbeiter zu erreichen. Die Leistungen der betrieblichen Altersversorgung gelten jedoch nur für Mitarbeiter mit einem unbefristeten Arbeitsverhältnis unter Einschluss der Auszubildenden.

Mitarbeiterzufriedenheit

Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung vom Herbst 2011 zeigten eine hohe Zufriedenheit mit dem jeweiligen näheren Arbeitsumfeld. Positiv bewertet wurden sowohl der Umgang miteinander als auch die Unternehmenskultur. Viele Teams arbeiten gut zusammen, Leistungsansprüche und Kundenorientierung sind hoch. Gleichzeitig identifizieren sich die Führungskräfte in besonderem Maße mit der Bank. Kritischer wurden die beruflichen Weiterentwicklungsmöglichkeiten gesehen. Um diese zu verbessern, hat die Commerzbank unter anderem die „Commerzbank-Akademie“ entwickelt (vgl. S. 32). Die Folgebefragung zum Mitarbeiterengagement im Frühjahr 2013 hat eine deutliche Verbesserung insbesondere im Privatkundensegment aufgezeigt (vgl. S. 22).

Aus- und Weiterbildung

Von den am 31. Dezember 2012 in der Commerzbank AG Inland beschäftigten 37 668 Mitarbeitern befanden sich 2 273 in einer Berufsausbildung. 2012 haben wir circa 900 Auszubildende und Studierende dualer Hochschulen eingestellt. Sie lassen sich entweder zu Bankkaufleuten, Kaufleuten für Bürokommunikation oder Immobilienkaufleuten ausbilden. Generell bilden wir über unseren Bedarf hinaus aus, um möglichst vielen

Schülern diese Chance zu bieten. Im Berichtsjahr haben wir zwei Drittel aller interessierten Auszubildenden übernommen und ihnen eine aussichtsreiche berufliche Perspektive in der Bank eröffnet. Des Weiteren beschäftigt die Bank durchschnittlich 164 Mitarbeiter als Trainees, im Schnitt gehörten 373 als Studierende zum Commerzbank-Studienkreis. Darüber hinaus waren im Berichtsjahr rund 750 akademische Praktikanten bei uns tätig.

Ausbildung in der Commerzbank AG (Inland)

	2010	2011	2012
Gesamtzahl der Auszubildenden	2 299	2 343	2 273
Ausbildungsquote (in % des Stammpersonals)	6,8	6,7	6,7
Übernahmequote (in %)	66,3	66,0	65,8

Die Commerzbank fördert ihre Nachwuchskräfte von Beginn an und bietet attraktive Entwicklungsmöglichkeiten im Rahmen einer Fach-, Führungs- oder Projektlaufbahn. Die Führungs- und Projektlaufbahnen werden von umfangreichen Qualifizierungsmaßnahmen begleitet. Sowohl das Commerzbank-Management-Programm (CMP) als auch das Commerzbank-Projektmanagement-Programm (CPP) sind in zwei Phasen gegliedert: Das Development-Programm begleitet unsere Mitarbeiter vor der Übernahme der Zielfunktion, das Professional-Programm danach (vgl. S. 32).

Im September 2012 endete das erste Jahr des größten Mentoring-Programms in der Geschichte der Bank. 353 Mentoren begleiteten 573 Mentees bei ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung. Der Gesamtvorstand, Führungskräfte der ersten und zweiten Ebene sowie Projektmanager der zweiten Projektmanagementebene stehen künftig als Mentoren zur Verfügung. Die Mentees sind Führungskräfte der zweiten,

dritten und vierten Ebene sowie Mitarbeiter aus der Fach- und Projektlaufbahn. Sie kommen aus einem anderen Vorstandsbereich als der Mentor, der zwei Führungsebenen über ihnen in Funktion ist.

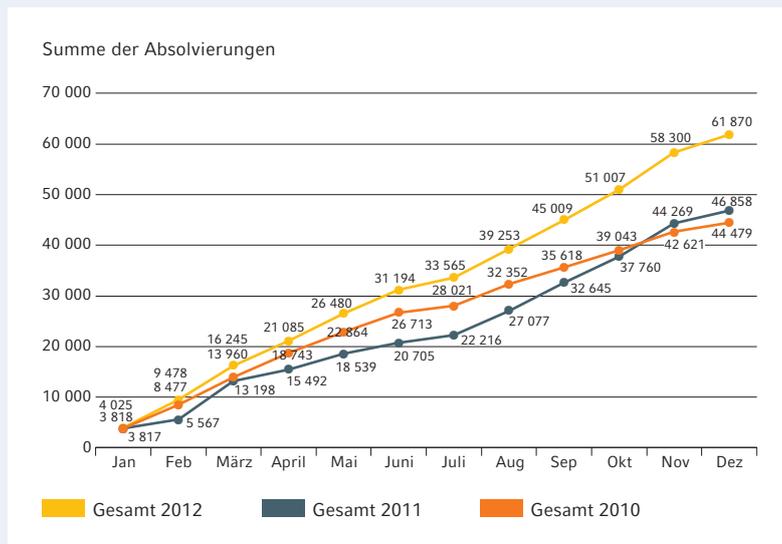
Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung je Mitarbeiter¹

	2012
Stundenzahl pro Jahr	25,4

¹ Berechnung: $\frac{\text{Stunden insgesamt}}{\text{Gesamtzahl der Mitarbeiter}}$

In den vergangenen Jahren ist die Zahl der absolvierten Trainingsmaßnahmen kontinuierlich gestiegen. 2012 haben unsere Mitarbeiter an knapp 62 000 Schulungen teilgenommen.

Absolvierte Schulungen und Trainingsmaßnahmen im Jahresvergleich



Um mit potenziellen Nachwuchskräften in Kontakt zu kommen, nutzt die Commerzbank unter anderem den Facebook-Auftritt „Commerzbank Career“ mit rund 13 000 Fans (Stand Mitte 2013). Beim Social-Media-Engagement gehören wir zu den aktivsten Dax-Unternehmen und sind insgesamt auf sieben Plattformen präsent. Schüler und Studenten spricht die Commerzbank auch direkt an. So führten wir im Berichtsjahr zahlreiche Bewerbertrainings an Schulen durch. Zudem beteiligte sich die Bank an Nachwuchsförderprogrammen (vgl. S. 32 und 77).

Das Projekt „Management meets Campus“ umfasst 34 Hochschulkooperationen, davon 6 im europäischen Ausland. Manager der Bank führen gemeinsam mit interdisziplinären Hochschulteams Gastvorlesungen, Fallstudien und Workshops durch.

Ideenmanagement

Im Jahr 2012 haben wir unser Ideenmanagement weiterentwickelt, indem wir das Intranetportal „ComIdee“ in „WikIdee“ überführt haben (vgl. S. 33 f.). Abzüglich aller Kosten liegt der vom Ideenmanagement im Jahr 2012 erzielte Nutzen auf der Grundlage einer durchschnittlichen fünfjährigen Anwendungsdauer bei rund 3,22 Millionen Euro.

Feedback-Kultur

Ein offenes und klares Feedback ist bei der Commerzbank selbstverständlich: Mit jedem Mitarbeiter wird einmal im Jahr ein Gespräch geführt, in dem dessen Leistung und das Erreichen von Zielen beurteilt werden. Zentraler Bestandteil der Förderung von Führungskräften ist das 360°-Feedback. Bei der Methodik des 360°-Feedbacks erhalten Vorstand, Executives sowie Führungskräfte und Projektmanager der zweiten Ebene eine umfassende Rückmeldung von verschiedenen Personengruppen (Vorgesetzte, Kollegen und Mitarbeiter). Ab 2013 findet das 360°-Feedback regelmäßig in einem Turnus von zwei Jahren statt.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Zu den wichtigen Aufgaben der Bereiche Group Organisation und Group Human Resources gehören die Arbeitssicherheit und der Gesundheitsschutz. Mit dem Kreismodell zur Durchführung von Gefährdungsbeurteilungen bauen wir seit 2012 den Gesundheitsschutz und die Prävention weiter aus. Damit wollen wir physische und verstärkt psychische Belastungen am Arbeitsplatz systematisch identifizieren und von vornherein verhindern beziehungsweise abbauen. Als erstes Dax-Unternehmen in Deutschland wurde das Gesundheitsmanagement der Commerzbank vom Technischen Überwachungsverein (TÜV Süd Management-Service) zertifiziert.

Im „Beschäftigtenbeirat Gesundheit“ diskutieren 45 Mitarbeiter aus nahezu allen Konzernbereichen mit dem Personalvorstand und dem Gesamtbetriebsratsvorsitzenden über die wichtigsten Gesundheitsthemen.

Die Krankenquote der Commerzbank lag 2012 bei 4,1 Prozent, wobei Dauerkrankte nicht eingeschlossen sind. Im Jahr 2012 betrug die Unfallquote für die Commerzbank in Deutschland 14,6 je 1 000 Mitarbeiter (2011: 15,0) und lag damit erneut auf einem niedrigen Niveau unterhalb der Quoten der zuständigen gesetzlichen Unfallversicherung. Es ereignete sich im Berichtsjahr kein Unfall mit Todesfolge.

Anzahl der Arbeitsunfälle nach Region

	2010			2011			2012		
	Standort Frankfurt	Übriges Deutschland	Gesamt	Standort Frankfurt	Übriges Deutschland	Gesamt	Standort Frankfurt	Übriges Deutschland	Gesamt
Arbeits- und Wegeunfälle (mehr als 3 Tage Arbeitsunfähigkeit)	106	228	334	95	176	271	80	162	242
davon reine Betriebsunfälle	23	59	82	26	40	66	13	49	62

Bei der Arbeitssicherheit nimmt die Tätigkeit der Fachkräfte für Arbeitssicherheit (FASI) eine zentrale Rolle ein: Sie führen in allen Betriebseinheiten regelmäßig Betriebsbegehungen durch und beraten zu allen Belangen der Arbeitssicherheit.

Die Commerzbank bietet Schulungen, Beratungen und Maßnahmen zur Gesundheitsförderung an. Mitarbeiter und ihre im Haushalt lebenden Angehörigen können eine externe Beratung in schwierigen Berufs- und Lebenssituationen in Anspruch nehmen, das sogenannte „Employee Assistance Programme (EAP)“. Im Rahmen des EAP finden Mitarbeiter den richtigen Ansprechpartner zum Beispiel bei Stress, Suchtgefährdung oder familiären Problemen. Mitarbeiter, die sich diskriminiert oder gemobbt fühlen, können das Angebot ebenfalls in Anspruch nehmen. Die Experten beantworten vertraulich Fragen, geben Auskünfte und suchen gemeinsam mit den Betroffenen nach Lösungen. 2012 wurden über 500 Beratungen vorgenommen.

Der Gesamtbetriebsrat und das Gesundheitsmanagement der Commerzbank haben im Jahr 2011 das Netzwerk „Horizont“ für Burn-out-Betroffene gegründet. Horizont bietet den Betroffenen eine Austausch- und Informationsplattform. Zudem besteht ein intensiver Kontakt zum Betriebsrat und dem Gesundheitsmanagement.

Zur Stärkung des Gesundheitsbewusstseins unserer Mitarbeiter haben wir 2011 das interaktive Training „Gesund in der Commerzbank“ gestartet. Das im Intranet abrufbare Programm sensibilisiert und gibt Tipps für die Praxis zu den Themen Gesundheit am Arbeitsplatz, Stressmanagement, Suchtprävention sowie Bewegung und Ernährung. Im September 2012 wurde zudem das Seminarprogramm „Erfolgreich und gesund führen“ initiiert (vgl. S. 36).

Unsere Betriebsärzte geben Tipps zur gesunden Ernährung sowie zur Suchtvermeidung und entwickeln persönliche Strategien für den Umgang mit Stress. Um Krankheiten vorzubeugen, bieten wir regelmäßige Augenuntersuchungen, Blutdruckmessungen, Gewichtskontrollen und Maßnahmen zur Diabetesvorsorge.

Wir fördern die sportliche Betätigung unserer Mitarbeiter im größten Netzwerk der Bank. Die bundesweit 160 Betriebssportgemeinschaften der Commerzbank bieten alle gängigen Sportarten und zählen rund 17 000 Mitglieder. In der Leitung und Organisation zeigen rund 1 000 Mitarbeiter ehrenamtliches Engagement. Bei den Sportwettkämpfen der Commerzbank, den „ComGames“, können unsere Sportler Teamgeist beweisen und sich im bundesweiten Wettbewerb messen.

Betriebliches Eingliederungsmanagement

Das Betriebliche Eingliederungsmanagement (BEM) der Commerzbank richtet sich an Mitarbeiter, die in einem Zeitraum von zwölf Monaten mehr als sechs Wochen krank waren. Gemeinsam mit dem Mitarbeiter werden individuelle Lösungen und präventive Maßnahmen entwickelt. Wir möchten es den Betroffenen ermöglichen, im beruflichen Alltag schnell wieder Fuß zu fassen und dauerhaft gesund in der Bank zu arbeiten.

Gesellschaft

Die Commerzbank weiß, dass sie nur in einem intakten und zukunftsfähigen Gemeinwesen erfolgreich sein kann. Dafür setzt sie sich mit finanziellen Mitteln und Personalkapazitäten ein. Ihr gesellschaftliches Engagement drückt sich in der Tätigkeit von neun Stiftungen, der Unterstützung des freiwilligen Mitarbeiterengagements und zahlreichen Kooperations- und Sponsoringprojekten aus. Es ist wesentlich durch die Commerzbank-Spendenrichtlinie sowie die Satzung und die Grundsätze der Stiftungen bestimmt.

Für die Umsetzung ist die in der Unternehmenskommunikation angesiedelte Abteilung Corporate Responsibility zuständig, die sich beim freiwilligen Mitarbeiterengagement mit der Personalabteilung und bei der Sportförderung mit dem Sponsoring abstimmt. Für die eigenständig handelnden Stiftungen bildet das Stiftungszentrum den Rahmen.

Spendenrichtlinie

Mit einer Spendenrichtlinie hat die Commerzbank im Juni 2012 klare Rahmenbedingungen für das Spendenwesen definiert. Insbesondere darf eine Spende nicht mit der Geschäfts- und Verhaltensethik der Commerzbank, den Compliance-Grundsätzen (zum Beispiel der Global Anti-Fraud Policy und der Global Anti-Corruption Policy) sowie speziell definierten Ausschlusskriterien in Konflikt stehen. Spenden, die zu einem Interessenkonflikt führen könnten, sind zu vermeiden.

Als Spendenempfänger ausgeschlossen sind vom Verfassungsschutz beobachtete Vereinigungen und Sekten sowie Organisationen, vor denen das Deutsche Zentrum für soziale Fragen ausdrücklich warnt. Auch die Stiftungen folgen der Spendenrichtlinie der Commerzbank. Die Commerzbank tätigt keine Geldzuwendungen an Parteien, parteinahe Institutionen oder Politiker.

Stiftungen

Stiftungsengagement ist für die Commerzbank integraler Bestandteil ihrer unternehmerischen Verantwortung. Die verschiedenen Stiftungen der Bank – die Commerzbank-Stiftung, die Jürgen Ponto-Stiftung, die Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank und die sechs Sozialstiftungen – sind im Commerzbank-Stiftungszentrum organisatorisch zusammengefasst. Die Entscheidung über zu fördernde Projekte treffen die Kuratoren der einzelnen Stiftungen gemäß dem jeweiligen Stiftungszweck. Bei den Sozialstiftungen liegt die Entscheidungskompetenz bei den Stiftungsvorständen.

Fördervolumen des Stiftungszentrums

€	2010	2011	2012
Commerzbank-Stiftung	1 463 000	1 417 000	1 385 000
Jürgen Ponto-Stiftung	198 000	243 000	422 000
Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank	318 000	242 000	225 000
Sozialstiftungen	408 500	493 000	502 000
Gesamt	2 387 500	2 395 000	2 534 000

Dotationskapital des Stiftungszentrums

Mio. €	2010	2011	2012
Commerzbank-Stiftung	58,0	58,0	58,0
Jürgen Ponto-Stiftung	11,8	11,8	11,8
Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank	7,7	7,7	7,7
Sozialstiftungen	20,2	20,2	20,2
Gesamt	97,7	97,7	97,7

Commerzbank-Stiftung

Die 1970 gegründete Commerzbank-Stiftung unterstützt Projekte in den Bereichen Wissenschaft und Kultur sowie soziale Initiativen. Gemeinsam mit der Stiftung der Deutschen Wirtschaft startete die Commerzbank-Stiftung 2012 erstmals ein mehrjähriges Kooperationsprojekt. Ziel von „Universum Wirtschaft. Impulse für Lehrer von morgen“ ist es, die

ökonomische Bildung von Lehrern zu verbessern und ihnen praxisorientierte Möglichkeiten zu vermitteln, das Thema Wirtschaft ansprechend im Unterricht zu integrieren. Teilnehmen können zurzeit Berliner Lehr- amtsstudierende und junge Lehrer aller Fachrichtungen und Schulformen.

Spendenstruktur Commerzbank-Stiftung

Empfänger	2010	2011	2012
Soziales Engagement (%)	23,2	14,2	15,3
Kunst und Kultur (%)	41,2	40,7	39,9
Bildung und Forschung (%)	35,6	45,1	44,8
Gesamtausgaben (€)	1 463 000	1 417 000	1 385 000

Jürgen Ponto-Stiftung

Seit 1977 engagiert sich die Jürgen Ponto-Stiftung für die künstlerische Nachwuchsförderung in Deutschland.

Spendenstruktur Jürgen Ponto-Stiftung

Empfänger	2010	2011	2012
Soziales Engagement (%)	–	–	–
Kunst und Kultur (%)	100	100	100
Bildung und Forschung (%)	–	–	–
Gesamtausgaben (€)	198 000	243 000	422 000

Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank

Die Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank fördert seit 20 Jahren kulturelle und wissenschaftliche Projekte in Dresden. Beispielsweise hat die Stiftung im Wintersemester 2012/2013 in enger Kooperation mit der Hochschule für Bildende Künste und der Stadt Dresden das neue Stipendiatenprogramm „Schools of Art“ ins Leben gerufen, das den künstlerischen Austausch an europäischen Universitäten beleben möchte.

Spendenstruktur Kulturstiftung Dresden der Dresdner Bank

Empfänger	2010	2011	2012
Soziales Engagement (%)	–	–	–
Kunst und Kultur (%)	93,1	91,5	81,2
Bildung und Forschung (%)	6,9	8,5	18,8
Gesamtausgaben (€)	318 000	242 000	225 000

Sozialstiftungen der Commerzbank

Die sechs Sozialstiftungen der Commerzbank kümmern sich um Mitarbeiter und Pensionäre sowie deren Angehörige, wenn diese unverschuldet in Not geraten sind (vgl. S. 45).

Dotationskapital der Sozialstiftungen

Mio. €	2010	2011	2012
„Bankdirektor Amandus de la Roy“-Stiftung	11,2	11,2	11,2
Stiftung Meier Bruck	4,5	4,5	4,5
„Hugo Zinsser“-Stiftung	3,3	3,3	3,3
Alfred-Prahm-Stiftung	0,6	0,6	0,6
Max-Grunow-Stiftung	0,3	0,3	0,3
„Charlotte Seibold“-Stiftung	0,3	0,3	0,3
Summe	20,2	20,2	20,2

Finanzielle Allgemeinbildung

Die Krise 2008/2009 hat gezeigt, dass viele Institutionen, Produkte und Prozesse am Finanzmarkt für die meisten Kunden in ihrer Komplexität nicht mehr nachvollziehbar sind. Die Commerzbank will deshalb zur finanziellen Allgemeinbildung insbesondere in Schulen beitragen und hat dafür verschiedene Projekte unterstützt und initiiert:

- › Business@school: Das Projekt der Boston Consulting Group (BCG) soll Wirtschaftsthemen anschaulich und praxisnah vermitteln. In seinem Rahmen beschäftigen sich Schüler der gymnasialen Oberstufe ein Jahr intensiv mit dem Thema Ökonomie. Im Schuljahr 2012/2013 engagierten sich 33 Mitarbeiter der Commerzbank auf freiwilliger Basis als Schulbetreuer. Für das Schuljahr 2013/2014 haben sich bereits 51 Betreuer gemeldet. Führungskräfte aus dem Topmanagement beteiligen sich darüber hinaus ehrenamtlich als Jurymitglieder bei den Regionalentscheidungen und dem Europafinale.
- › Commerzbank meets school: Das Zielschulkonzept der Commerzbank ermöglicht Schülern frühzeitig einen Blick in die Arbeitswelt, um so auf die spätere Berufswahl vorbereitet zu werden. Führungskräfte der Commerzbank fungieren bei diesem Projekt als „Zielschulcaptains“: Sie führen Bewerbertrainings sowie Planspiele mit Fallbeispielen durch und halten Fachvorträge an den teilnehmenden Schulen.

Bildungsgerechtigkeit

Bei der Bildungsförderung wurde im Jahr 2013 ein Strategiewechsel vollzogen. Zwar soll besonders leistungsstarken Schülerinnen und Schülern auch weiterhin eine optimale Förderung ermöglicht werden. Doch im Fokus unserer Bemühungen steht künftig das Ziel der Bildungsgerechtigkeit (vgl. S. 40 f.): Wir wollen jungen Menschen mit Migrationshintergrund oder aus einem schwächeren sozialen Umfeld den Weg zu einer zukunftsfähigen Ausbildung ebnen:

- › Bildungspaten-Programm: Seit 2013 unterstützen Commerzbanker bildungsbenachteiligte Jugendliche im Übergang von der Schule zum Beruf (vgl. S. 40 f.).
- › Initiative „Joblinge“: In diesem Projekt, initiiert von der Boston Consulting Group (BCG) und der Eberhard-von-Kuenheim-Stiftung, erwerben schulmüde Jugendliche wichtige Schlüsselqualifikationen, trainieren soziale Kompetenzen und erarbeiten sich gezielt ihren Ausbildungsplatz. Jedem „Jobling“ wird ein Mentor zur Seite gestellt; auch hier engagieren sich Commerzbank-Mitarbeiter ehrenamtlich. Bisher haben zahlreiche Joblinge an der Berufsorientierung in unserem Hause teilgenommen und ein mehrwöchiges Praktikum absolviert. Drei von ihnen haben darüber hinaus im August 2012 ihre Ausbildung bei uns begonnen.
- › Stipendienprogramm START: Gemeinsam mit der START-Stiftung, einer Tochter der gemeinnützigen Hertie-Stiftung, bietet die Bank engagierten Jugendlichen mit Migrationshintergrund die Möglichkeit zu einer höheren Schulbildung. Wir engagieren uns vor allem im Rahmen von Bewerbertrainings und Berufsorientierungsveranstaltungen. Seit 2012 unterstützt uns auch ein Mitarbeiter, der selbst START-Alumni ist.

Commerzbank-Umweltpraktikum

Seit 1990 bietet die Commerzbank interessierten Studierenden das Commerzbank-Umweltpraktikum. Jährlich absolvieren rund 50 Studierende unterschiedlicher Fachbereiche ein mehrmonatiges Praktikum in einem von 25 deutschen Nationalparks, Naturparks oder Biosphärenreservaten. Die Bank sorgt für die finanzielle Ausstattung und die organisatorische Betreuung. 2007 wurde das Commerzbank-Umweltpraktikum als offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ausgezeichnet. 2012 stellten wir es bei der „Woche der Umwelt“ des Bundespräsidenten im Park von Schloss Bellevue vor.

Sportförderung

Unsere Projekte im Bereich der Sportförderung sehen wir als einen Beitrag, Teamgeist und Fairness in der Gesellschaft zu fördern:

- › Mit dem Projekt „Das Grüne Band für vorbildliche Talentförderung im Verein“ honoriert die Commerzbank seit 1986 erstklassige Nachwuchsförderung im Leistungssport. Der Wettbewerb wird jährlich zusammen mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) ausgerichtet. Vergeben werden 50-mal 5 000 Euro Förderprämien an Vereine, die sich – unabhängig von Größe und Popularität der Sportart – durch herausragende Nachwuchsarbeit sowie sportliche Erfolge auszeichnen.
- › Eine weitere Initiative ist das Mädchenfußballprojekt „Girls Wanted“, das wir seit 2011 unterstützen. Zielgruppe sind Mädchen im Alter von 8 bis 16 Jahren. In dreitägigen Fußballcamps oder dem jährlichen Soccerfestival mit über 600 Teilnehmerinnen geht es für sie, neben dem Fußballspiel, um Werte wie Teamgeist, Toleranz und Leistung.
- › Im Bereich der Nachwuchsförderung unterstützen wir zudem das Projekt „DFB-Junior-Coach“ des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) (vgl. S. 41 f.).

Mitarbeiterengagement

Die Commerzbank unterstützt das „Corporate Volunteering“ durch die Freistellung ihrer Mitarbeiter und mit der Übernahme anfallender Kosten (vgl. S. 42 f.).

- › Eine der größten Aktionen im Berichtszeitraum war der Malteser Social Day. An der ersten „Social-Day-Woche“ vom 17. bis 24. September 2012 beteiligten sich bundesweit 430 Mitarbeiter an mehr als 30 Projekten an 17 Standorten.
- › Im Rahmen des 2011 gestarteten Projekts „Unternehmer packen an“ wurden 2012 sieben Projekte im gesamten Bundesgebiet realisiert. Insgesamt 116 Bank- und Firmenkundenmitarbeiter renovierten Spielplätze, Kindergärten und Schulen. Zudem wurden rund 55 000 Euro für Baumaterialien gespendet.

Austausch mit der Politik

Für den Dialog mit der Politik unterhält die Commerzbank Verbindungsbüros in Berlin und Brüssel. Mit der Initiative „Commerzbank im Dialog“ wurde 2010 ein Forum geschaffen, um mit Entscheidungsträgern aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft über aktuelle gesellschafts- und wirtschaftspolitische Herausforderungen zu diskutieren. Auch im Jahr 2012 fanden wieder Veranstaltungen in Berlin und Brüssel statt. So war die Eurostaatsschuldenkrise beispielsweise Gegenstand einer Diskussionsrunde in Brüssel, an der neben Commerzbank-Chef Martin Blessing, Jörg Asmussen, Mitglied des EZB-Direktoriums, Robert A. Pollard, Gesandter der USA bei der EU, der Europaabgeordnete Alexander Graf Lambsdorff sowie EU-Kommissar Günther Oettinger teilnahmen. Ein weiteres Format ist das regelmäßig im Verbindungsbüro Berlin stattfindende „Politische Frühstück“. 2012 gab es insgesamt neun dieser Veranstaltungen.

Mitgliedschaften

Mit der Teilnahme an renommierten Initiativen und Vereinigungen bekennt sich die Commerzbank zu ihrer Verantwortung im Bereich der Finanzdienstleistungen:

- › Bundesdeutscher Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (BAUM) (Mitglied seit 1985)
- › Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU) (Mitglied seit 2006)
- › Netzwerk Umwelt und Nachhaltigkeit (NeUN) – vormals Netzwerk Büro- und Gebäudeökologie Rhein-Main (NGB) (Mitglied seit 2006)
- › Umweltforum Rhein-Main e. V. (Mitglied seit 2009)
- › Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen e. V. (DGNB) (Mitglied seit 2010)
- › Transparency International (Mitglied seit 2011)
- › UPJ e. V. (Mitglied seit 2013)

Im Zuge dieser Mitgliedschaften ist die Commerzbank an der Entwicklung neuer Standards und Themen wesentlich beteiligt. So richteten wir im Rahmen des Netzwerks Umwelt und Nachhaltigkeit (NeUN) des Umweltforums Rhein-Main (UFO) für Mitglieder und interessierte Gäste im Mai 2012 eine Veranstaltung zum Thema „Ökologie und Nachhaltigkeitsratings“ in der Konzernzentrale der Commerzbank aus.

Weiterhin sind wir Teilnehmer an folgenden Initiativen:

- › CDP – vormals Carbon Disclosure Project (seit 2002)
- › UN Global Compact (seit 2006)
- › „Finanz-Forum: Klimawandel“ des VfU – vormals im Bundesministerium für Bildung und Forschung (seit 2007)
- › Charta der Vielfalt (unterzeichnet 2008)
- › „Aktionswoche Klima und Finanzen“ des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Januar 2010)
- › Dax-30-Erklärung zu „Frauen in Führungspositionen“ (unterzeichnet 2011)

Infrastruktureller Beitrag

Das Angebot hochwertiger Finanzdienstleistungen, das den Menschen in allen Teilen des Landes zur Verfügung steht, betrachten wir als wichtigen infrastrukturellen Beitrag. Unser Filialnetz ist unter den privaten Banken in Deutschland eines der dichtesten. Der geplante Stellenabbau wird nicht dazu führen, dass sich die Commerzbank aus der Fläche zurückzieht und Filialen schließt.

Um die Dienstleistungen der Commerzbank für alle gesellschaftlichen Gruppen zugänglich zu machen, legen wir großen Wert auf die barrierefreie Gestaltung unserer Filialen und haben dies bei allen Um- und Neubauten im Blick. Bei den Geldautomaten achten wir auf eine leicht verständliche Benutzerführung und die optimale Zugänglichkeit für alle Nutzergruppen.

GRI-Index

Global-Compact-Prinzipien	Index nach GRI	Erfüllung	Seite
1 Strategie und Analyse			
1–10	1.1 Vorwort des Vorstands	v	4f. Vorwort
	1.2 Zentrale Nachhaltigkeitsauswirkungen, -risiken und -chancen	v	10, 12 Nachhaltige Unternehmensführung, 48 Strategie, 50ff. CR-Programm, 54f. Governance, Organisatorische Neuordnung
2 Organisationsprofil			
	2.1 Name des Unternehmens	v	1 Über diesen Bericht
	2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	v	6f. Die Commerzbank: Partner für Privat- und Firmenkunden, Struktur und Organisation
	2.3 Geschäftsbereiche und Unternehmensstruktur	v	6f. Struktur und Organisation
	2.4 Hauptsitz des Unternehmens	v	6 Die Commerzbank: Partner für Privat- und Firmenkunden
	2.5 Anzahl/Name der Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt	v	6f. Struktur und Organisation
	2.6 Eigentümerstruktur und Rechtsform	v	6 Die Commerzbank: Partner für Privat- und Firmenkunden, Aktionärsstruktur
	2.7 Bediente Märkte	v	6f. Die Commerzbank: Partner für Privat- und Firmenkunden, Strategische Agenda bis 2016, 58f. Kundenstruktur
	2.8 Größe der Organisation	v	U2 Ausgewählte Kennzahlen; GB 76–78, 185
	2.9 Wesentliche Änderungen der Unternehmens- und Eigentümerstruktur im Berichtszeitraum	v	7 Kapitalerhöhung im April 2013; GB 68–70, 194
	2.10 Erhaltene Auszeichnungen	v	22f. Auf dem richtigen Weg, Kundenkompass mit Topnote bewertet, 25f. Überzeugte Kunden, 34 WikIdee: Kreativität lohnt sich, 61 Best of European Business Award; GB 13
3 Berichtsparameter			
	3.1 Berichtszeitraum	v	1 Über diesen Bericht
	3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	v	2011 (ausführlich), 2012 (Statusbericht)
	3.3 Berichtszyklus	v	1 Formale Aspekte
	3.4 Ansprechpartner	v	84 Kontakt und Impressum
	3.5 Prozesse zur Definition des Berichtsinhalts	v	1 Qualitative und quantitative Berichtsinhalte, 49 Wesentlichkeitsanalyse
	3.6 Bilanzierungsgrenzen des Berichts	v	1 Über diesen Bericht
	3.7 Darstellung spezieller Einschränkungen des Berichtsumfangs	v	Keine
	3.8 Grundlage für Berichterstattung über Joint Ventures etc.	v	1 Über diesen Bericht
	3.9 Messverfahren und Basis der Datenberechnung	v	1 Qualitative und quantitative Berichtsinhalte, 62ff. Umweltmanagement, Energieverbrauch, CO ₂ -Emissionen, 73f. Aus- und Weiterbildung, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
	3.10 Neuformulierungen/Änderung bei der Darstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	v	73 Vergütung
	3.11 Änderung bei der Berücksichtigung von Themen und bei den angewandten Messverfahren	v	64ff. CO ₂ -Emissionen, Dienstreisen
	3.12 GRI-Index	v	80–83
	3.13 Externe Verifizierung der Aussagen	v	Keine
4 Governance, Verpflichtungen und Engagement			
1–10	4.1 Führungsstruktur inklusive Nachhaltigkeitsverantwortung	v	54 Organisatorische Neuordnung; GB 17f., 32f.
	4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	v	GB 335
	4.3 Für Unternehmen ohne Aufsichtsrat: unabhängige Mitglieder des Leitungsorgans	v	57 Möglichkeiten der Einflussnahme; GB 335
	4.4 Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an den Vorstand	v	57 Möglichkeiten der Einflussnahme
	4.5 Verknüpfung der Vergütung des oberen Managements mit der Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	v	34f. Neue Grundsätze für Managementvergütung, Net Promoter Score: Kundenzufriedenheit zahlt sich aus, 61 Kundenzufriedenheit; GB 35ff.

Global-Compact-Prinzipien	Index nach GRI	Erfüllung	Seite	
4 Governance, Verpflichtungen und Engagement (Fortsetzung)				
	4.6	Vermeidung von Interessenkonflikten	v	GB 33
1–10	4.7	Know-how der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	v	54f. Governance, Organisatorische Neuordnung, Reputationsrisiko-Management; GB 30f.
1–10	4.8	Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	v	12f. Werte und Richtlinien, Richtlinien und Positionen
	4.9	Verfahren auf Vorstands-/Aufsichtsratsebene zur Überwachung ökologischer, ökonomischer, sozialer Chancen und Risiken	v	35f. Gesundheitsmanagement jetzt TÜV-zertifiziert, 54f. Reputationsrisiko-Management, 62 Verantwortung für die Umwelt
	4.10	Verfahren zur Beurteilung der Leistungen des Aufsichtsrats	v	GB 33
7	4.11	Ansätze für präventives Handeln	v	48 Strategie, 54f. Reputationsrisiko-Management, Compliance
1–10	4.12	Teilnahme an und Unterstützung von externen Initiativen	v	56 Nulltoleranzprinzip, 79 Mitgliedschaften
	4.13	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	v	79 Mitgliedschaften
1–10	4.14	Einbezogene Stakeholdergruppen	v	1 Über diesen Bericht
	4.15	Identifikation der für das Unternehmen relevanten Stakeholder	v	1 Über diesen Bericht
	4.16	Ansätze für den Stakeholderdialog	v	26 Kompetente Unterstützung im Ausland, 33f. Wikldee: Kreativität lohnt sich, 40 Aktiv im Dialog, 49 Wesentlichkeitsanalyse, 57 Möglichkeiten der Einflussnahme, 61 Kundenzufriedenheit, 71 Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretern, 73 Mitarbeiterzufriedenheit, 79 Austausch mit der Politik
1–10	4.17	Stellungnahme zu zentralen Anliegen der Stakeholder	v	1 Über diesen Bericht, Qualitative und quantitative Berichtsinhalte, 49 Wesentlichkeitsanalyse
5 Managementansätze und Leistungsindikatoren				
1–10	Produkt- und Dienstleistungsauswirkungen – Managementansatz		v	12ff. Werte und Richtlinien, Nachhaltigkeit stärker im Kerngeschäft verankern, Mindeststandards für Palmöl, Richtlinien und Positionen, OECD-Richtlinie zu Edelmetallen, 15 Nachhaltigkeitsrisiken durch Investments vermeiden, 48 Strategie, 54f. Governance, Reputationsrisiko-Management
	FS6	Anteil des Portfolios der Geschäftsbereiche nach Region, Größe und Branche	t ¹	58f. Kundenstruktur
1–6	FS7	Geldwert von Produkten und Dienstleistungen mit sozialem Nutzen	v	59f. Nachhaltigkeitsangebote im Privatkundengeschäft
7–9	FS8	Geldwert von Produkten und Dienstleistungen mit ökologischem Nutzen	v	59f. Nachhaltigkeitsangebote im Privatkundengeschäft, Finanzierung erneuerbarer Energien
1–10	FS9	Umfang und Häufigkeit von Audits zur Bewertung der Umsetzung ökologischer und sozialer Policies sowie Verfahren zur Risikoprüfung	v	54f. Reputationsrisiko-Management
1–10	FS10	Anteil und Anzahl von Unternehmen im Portfolio, bei denen sich die berichtende Organisation mit umweltrelevanten und gesellschaftlichen Aspekten befasst hat	t ²	12f. Nachhaltigkeit stärker im Kerngeschäft verankern, 15 Nachhaltigkeitsrisiken durch Investments vermeiden, 27 Nachhaltigkeit für Investoren
1–10	FS11	Anteil des Anlagevermögens, das (in positiver oder negativer Weise) auf umweltrelevante oder soziale Aspekte geprüft wurde	v	15 Nachhaltigkeitsrisiken durch Investments vermeiden
1–10	FS12	Abstimmungsrichtlinien zu ökologischen und sozialen Fragen bei Aktienbesitz	v	Keine
1, 6, 7	Ökonomische Leistungsindikatoren – Managementansatz		v	48 Strategie, 58 Kundenstruktur, 69 Nachhaltige Beschaffung, 72 Vergütung, 76 Gesellschaft
	EC1	Erwirtschafteter und verteilter Wert	v	U2 Ausgewählte Kennzahlen, 7 Geschäftsentwicklung 2012, 76f. Stiftungen; GB 181
7	EC2	Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	v	55 Risiken des Klimawandels, 60 Finanzierung erneuerbarer Energien
1, 6	EC3	Betriebliche soziale Zuwendungen	v	73 Betriebliche Zusatzleistungen; GB 251ff.
	EC4	Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	v	Keine signifikanten Zuwendungen im Berichtsjahr erhalten. Zur Entwicklung der Staatsbeteiligung siehe S. 6f. Aktionärsstruktur, Kapitalerhöhung im April 2013
1, 6	EC5	Verhältnis der Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn	v	72 Vergütung
	EC6	Zahlungen an lokale Zulieferer	v	Keine Politik; 69 Nachhaltige Beschaffung
6	EC7	Einstellung lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen	v	Keine Politik
	EC8	Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen, die vorrangig im öffentlichen Interesse erfolgen	v	78 Commerzbank-Umweltpraktikum
	EC9	Wesentliche indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	n	
7–9	Ökologische Leistungsindikatoren – Managementansatz		v	51f. CR-Programm, 54ff. Reputationsrisiko-Management, Strafzahlungen, 59f. Nachhaltigkeitsangebote im Privatkundengeschäft, Finanzierung erneuerbarer Energien, 62ff. Ökologie, Verantwortung für die Umwelt, Umweltmanagement, Energieverbrauch, CO ₂ -Emissionen, Dienstreisen, Dienstwagen, Papierverbrauch, Abfallentsorgung, Wasser, Biodiversität

Global-Compact-Prinzipien	Index nach GRI	Erfüllung	Seite
5 Managementansätze und Leistungsindikatoren (Fortsetzung)			
8, 9	EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	v	67 Papierverbrauch
8, 9	EN2 Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	v	67 Papierverbrauch
8	EN3 Direkter Energieverbrauch	v	63 Energieverbrauch 209 429 MWh = 753 944,4 GJ
8	EN4 Indirekter Energieverbrauch	v	63 Energieverbrauch 379 200 MWh = 1 365 120 GJ
7	EN5 Eingesparte Energie aufgrund von umweltbewusstem Einsatz und Effizienzsteigerungen	v	16 Umweltmanagement unterstützt Effizienzmaßnahmen, 64 Energieverbrauch
9	EN6 Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen mit höherer Energieeffizienz	v	59f. Nachhaltigkeitsangebote im Privatkundengeschäft, Finanzierung erneuerbarer Energien
8	EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energiebedarfs	v	66 Dienstreisen
8	EN8 Gesamter Wasserverbrauch nach Quellen	v	68 Wasser
8	EN9 Von Entnahme wesentlich betroffene Wasserquellen	n	
8	EN10 Zurückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser	n	
8	EN11 Grundstücke in oder angrenzend an Schutzgebiete	v	Keine Standorte
8	EN12 Auswirkungen auf Biodiversität in geschützten Gebieten	v	68f. Biodiversität
8	EN13 Geschützte/wiederhergestellte natürliche Lebensräume	n	
8	EN14 Strategien/Maßnahmen/Pläne zum Schutz der Biodiversität	n	
8	EN15 Gefährdete Arten, Bedrohungsgrad	n	
8, 9	EN16 Direkte und indirekte Emissionen klimarelevanter Gase	v	64f. CO ₂ -Emissionen
8	EN17 Andere indirekte Treibhausgasemissionen	v	65 CO ₂ -Emissionen
7–9	EN18 Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen	v	64 CO ₂ -Emissionen, 66f. Dienstreisen, Dienstwagen
8	EN19 Emissionen Ozon abbauender Stoffe	v	67 Weitere Emissionen
8	EN20 NO _x , SO _x und andere wesentliche Emissionen	n ³	
8	EN21 Abwasser nach Art und Menge	v	68 Wasser
8	EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	v	68 Abfallentsorgung
8	EN23 Freisetzung von Schadstoffen	v	Keine
	EN24 Transport von gefährlichen Sonderabfällen nach Gewicht	n	
	EN25 Erheblich von Abwasser betroffene Gewässer/Lebensräume	n	
7–9	EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen	v	54f. Reputationsrisiko-Management, 59f. Nachhaltigkeitsangebote im Privatkundengeschäft, Finanzierung erneuerbarer Energien
	EN27 Anteil von Produkten, deren Verpackungen wiederverwendet wurden	n ³	
	EN28 Strafen für Nichteinhaltung der Rechtsvorschriften im Umweltbereich	v	56 Strafzahlungen
8	EN29 Umweltauswirkungen von Transport und Verkehr	v	65ff. CO ₂ -Emissionen, Dienstreisen, Dienstwagen
7, 8	EN30 Ausgaben/Investitionen für Umweltschutz	v	69 Umweltschutzinvestitionen
1, 3, 6	Arbeitsumfeld und -bedingungen – Managementansatz	v	48 Strategie, 52f. CR-Programm, 70ff. Mitarbeiter, Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretern, Vielfalt, Aus- und Weiterbildung, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
	LA1 Angaben zur Gesamtbelegschaft	v	70 Mitarbeiterstruktur
6	LA2 Mitarbeiterfluktuation	v	71 Mitarbeiterfluktuation
	LA3 Betriebliche Leistungen nur für Stammbesellschaft	v	73 Betriebliche Zusatzleistungen
1, 3	LA4 Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen	v	72f. Vergütung
1, 3	LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	v	71 Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretern
	LA6 Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, der in Arbeitsschuttsausschüssen vertreten wird, die die Arbeitsschutzprogramme überwachen und darüber beraten	n	
1	LA7 Ausfalltage, Verletzungen und Todesfälle	v	74f. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
	LA8 Gesundheitsvorsorge, Beratungsangebote	v	74f. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
	LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	n	
	LA10 Aus-/Weiterbildung: Stunden nach Mitarbeiterkategorien	t ⁴	74 Aus- und Weiterbildung
	LA11 Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	t	32f. Commerzbank-Akademie gestartet, 73f. Aus- und Weiterbildung
	LA12 Prozentzahl der Beschäftigten, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten	v	74 Feedback-Kultur
1, 6	LA13 Mitarbeiterstruktur/Diversität des Managements	v	72 Vielfalt
1, 6	LA14 Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	v	73 Vergütung

Global-Compact-Prinzipien	Index nach GRI	Erfüllung	Seite
5 Managementansätze und Leistungsindikatoren (Fortsetzung)			
1–6	Menschenrechte – Managementansatz	v	12f. Werte und Richtlinien, Richtlinien und Positionen, 48 Strategie, 54f. Reputationsrisiko-Management, 69 Nachhaltige Beschaffung, 72 Vielfalt
1–6	HR1 Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder dementsprechend geprüft werden	v	54f. Reputationsrisiko-Management
1–6	HR2 Überprüfung der Lieferanten auf Einhaltung der Menschenrechte	v	69 Nachhaltige Beschaffung
1–6	HR3 Schulungen zu Menschenrechtsaspekten	t	12 Nachhaltigkeit stärker im Kerngeschäft verankern
1, 2, 6	HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	v	75 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
1–3	HR5 Versammlungs- und Kollektivverhandlungsfreiheit	v	69 Nachhaltige Beschaffung, 71 Zusammenarbeit mit Arbeitnehmervertretern
1, 2, 5	HR6 Grundsätze und Maßnahmen zur Verhinderung von Kinderarbeit	v	69 Nachhaltige Beschaffung
1, 2, 4	HR7 Grundsätze und Maßnahmen zur Verhinderung von Zwangsarbeit	v	69 Nachhaltige Beschaffung
1, 2	HR8 Schulung des Sicherheitspersonals zu Menschenrechten	n	
	HR9 Verstöße gegen Rechte von Ureinwohnern und Maßnahmen	n	
10	Gesellschaft – Managementansatz	v	48 Strategie, 53 CR-Programm, 54ff. Governance, Compliance, Detaillierte Gefährdungsanalyse, Nulltoleranzprinzip, Umfassende Schulungen, Strafzahlungen, 58 Markt und Kunden, 76 Gesellschaft
	SO1 Programme und Verfahren, die die Auswirkungen von Geschäftstätigkeiten auf das Gemeinwesen bewerten und regeln	v	38, 40 Sozial engagieren, zukunftsfähig bleiben, 79 Infrastruktureller Beitrag
	FS13 Zugang zu dünn besiedelten oder wirtschaftlich benachteiligten Regionen	v	79 Infrastruktureller Beitrag
	FS14 Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu Finanzdienstleistungen für benachteiligte Personengruppen	v	79 Infrastruktureller Beitrag
10	SO2 Analyse von Korruptionsrisiken	v	55f. Detaillierte Gefährdungsanalyse
10	SO3 Schulungen bezüglich Antikorruption	v	56 Umfassende Schulungen
10	SO4 Antikorruptionsmaßnahmen	v	56 Nulltoleranzprinzip
1–10	SO5 Politische Meinungsbildung und Lobbying-Aktivitäten	v	58 Markt und Kunden, 79 Austausch mit der Politik
	SO6 Gesamtwert Zuwendungen an politische Parteien, Politiker etc.	v	76 Spendenrichtlinie
	SO7 Klagen wegen wettbewerbswidrigen Verhaltens und Ergebnisse	v	56 Strafzahlungen
	SO8 Strafen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	v	56 Strafzahlungen
1, 8	Produktverantwortung – Managementansatz (inkl. FS15)	v	48 Strategie, 54ff. Governance, Compliance, Datenschutz, 58 Markt und Kunden, 61 Kundenzufriedenheit, Produktverantwortung
1, 8	PR1 Lebenszyklusstadien, in denen Sicherheits- und Gesundheitsauswirkungen von Produkten analysiert werden	n ³	
	PR2 Verstöße gegen Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften	n ³	
8	PR3 Produkt- und Servicekennzeichnung	v	61 Produktverantwortung
	PR4 Verstöße gegen Verhaltensregeln zur Kennzeichnung von Produkt- und Dienstleistungsinformationen	v	56 Strafzahlungen
	PR5 Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit	v	61 Kundenzufriedenheit
	FS16 Initiativen zur Förderung finanzspezifischer Kenntnisse nach Zielgruppen	v	77 Finanzielle Allgemeinbildung
	PR6 Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung	v	61 Produktverantwortung
	PR7 Verstöße gegen Vorschriften in Bezug auf Werbung	v	56 Strafzahlungen
	PR8 Gesamtzahl der Beschwerden zum Datenschutz	v	56f. Datenschutz
	PR9 Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf die Zurverfügungstellung und Verwendung von Produkten und Dienstleistungen	v	56 Strafzahlungen

v = voll, t = teilweise, n = nicht; GB = Geschäftsbericht 2012; = Zusatzindikatoren.

¹ Wir berichten noch keine Aufschlüsselung der Geschäftstätigkeit nach Branchen, da die Daten bisher nicht vorliegen.

Es ist jedoch geplant, entsprechende Daten in den nächsten ein bis zwei Jahren zu erheben.

² Wir berichten noch keine Zahl der Unternehmen, mit denen wir im Austausch stehen, da die Daten bisher nicht vorliegen.

Die Datenerfassung gestaltet sich schwieriger als vermutet, sodass wir auch nicht wie ursprünglich geplant 2014 dazu berichten können, sondern vermutlich erst 2016.

³ Dieser Indikator ist für die Commerzbank AG als ein Unternehmen der Finanzbranche nicht anwendbar.

⁴ Wir berichten die Stunden nicht aufgeschlüsselt nach Mitarbeiterkategorie, da die Daten nicht vorliegen. Es ist jedoch geplant, entsprechende Daten in den nächsten zwei bis drei Jahren zu erfassen.

Kontakt und Impressum

Herausgeber

Commerzbank AG
Kaiserplatz
Frankfurt am Main
Postanschrift: 60261 Frankfurt
Telefon: +49 69 136-20
www.commerzbank.de

Verantwortlich

Group Communications
Corporate Responsibility

Ansprechpartner

Heike Heuberger
Thekla Wießner
Stefan Gringel
Telefon: +49 69 136-44552
Telefax: +49 69 136-56928
nachhaltigkeit@commerzbank.com

Konzeption, Text und GRI-Beratung

akzente kommunikation und
beratung gmbH, München

Gestaltung

wirDesign Berlin Braunschweig

Bildnachweis

Jack Affleck (Titel)
contrast photoagentur (S. 42 unteres Bild)
Thomas Dashuber (S. 4)
Die Familienunternehmer – ASU/Maria
Schulz (S. 26)
Charlie Dombrow/F1online (S. 28)
Bernd Euring (S. 36)
Getty Images 2013 (S. 41)
Markus Hintzen (S. 10/11, 20/21, 30/31,
44)
Marc Jacquemin (S. 45 oben links und
rechts)
Thomas Klewar (S. 15)
Catrin Moritz (S. 27)
Picture Alliance/DSM (S. 42 oberes Bild)
plainpicture (S. 38/39)
Jens Storkan, Storkan Illustrationsdesign
(S. 8/9)
Andre Zelck (S. 45 unten)
alle übrigen Bilder: Commerzbank-
Konzern

Papier

Circle matt White,
100 % Altpapier, ausgezeichnet mit
dem blauen Umweltengel und dem
EU Eco-Label, FSC-zertifiziert

Druck

Zarbock GmbH & Co. KG,
Frankfurt am Main

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. 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. Sie haben daher nur zum Zeitpunkt der Veröffentlichung Gültigkeit. Wir übernehmen keine Verpflichtung, die zukunftsgerichteten Aussagen angesichts neuer Informationen oder unerwarteter Ereignisse zu aktualisieren.



Dieser Bericht liegt auch in englischer Sprache vor. Beide Sprachfassungen sowie weiterführende Informationen zum Thema unternehmerische Verantwortung finden Sie im Nachhaltigkeitsportal der Commerzbank, das laufend aktualisiert wird: www.nachhaltigkeit.commerzbank.de

Der vorliegende Bericht wurde klimaneutral gestellt. Die durch Herstellung und Verteilung dieser Publikation verursachten Treibhausgasemissionen in Höhe von 5 530 kg CO₂-Äquivalenten wurden durch Investitionen in Klimaschutzprojekte aus dem Nature Office Portfolio kompensiert.



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Commerzbank AG** ihren Bericht „Bericht zur unternehmerischen Verantwortung 2013“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A erfüllt.

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

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

Amsterdam, 27. August 2013

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex".

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



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

Disclaimer: *Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 26. August 2013. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.*

Commerzbank AG
Zentrale
Kaiserplatz
Frankfurt am Main
www.commerzbank.de

Postanschrift
60261 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 136-20
info@commerzbank.com

Corporate Responsibility
Tel. +49 69 136-44552
Fax +49 69 136-56928
nachhaltigkeit@commerzbank.com