

# Auf gutem Grund

Nachhaltigkeitsbericht 2015

# Über den Bericht

Für die Berlin Hyp ist Nachhaltigkeit (NH) ein wesentlicher Bestandteil der Unternehmensstrategie, der kontinuierlich in die tägliche Arbeit integriert wird. Mit diesem Bericht informieren wir über unseren Fortschritt in den fünf Handlungsfeldern Unternehmen, Markt, Umwelt, Mitarbeiter und gesellschaftliches Engagement.

Dabei stellen wir die wesentlichen finanziellen und nichtfinanziellen Informationen dar, die notwendig sind, um unsere Leistung umfassend bewerten zu können. Die Kennzahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2015.

Seit 2013 berichtet die Berlin Hyp jährlich über ihr Nachhaltigkeitsmanagement. Bei der Erstellung dieses Nachhaltigkeitsberichts haben wir uns an die Report-Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) gehalten. Erstmals richten wir uns nach dem Berichtsstandard der GRI, G4, und geben Auskunft über alle geforderten Standardangaben und Indikatoren gemäß der Option „Kern“. Zudem dienen die Informationen dieses Berichts zugleich als Fortschrittsbericht für die Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact.

Die Nachhaltigkeitsberichte der Berlin Hyp sowie ergänzende Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit finden Sie im Internet unter

[www.berlinhyp.de/unternehmen/nachhaltigkeit](http://www.berlinhyp.de/unternehmen/nachhaltigkeit)

Auf einen Druck der Veröffentlichungen verzichten wir aus Gründen der Nachhaltigkeit.

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	
Vorstandsbrief (Verpflichtung des Vorstands)	5
<b>Unternehmen</b>	
Berlin Hyp – Partnerschaft als Fundament	8
<b>Geschäft</b>	
Gedeihendes Geschäft	16
<b>Verantwortung</b>	
Die Berlin Hyp als attraktiver Arbeitgeber	24
Wachsendes Bewusstsein, wachsende Verantwortung in der Lieferkette	28
<b>Engagement</b>	
Gesellschaftliches Engagement	34
<b>Überblick</b>	
Personalkennzahlen	40
Kennzahlen Betriebsökologie und Beschaffung	44
Nachhaltigkeitsprogramm und Fortschrittsbericht	46
Engagement in Institutionen	48
Ratings	50
GRI G4 Content Index	51
<b>Service</b>	
Ansprechpartner	54
Impressum	55



Jan Bettink  
Vorsitzender des Vorstands

Roman Berninger  
Mitglied des Vorstands

Gero Bergmann  
Mitglied des Vorstands

Dr. Michael Schieble  
Generalbevollmächtigter



## Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf gutem Grund – Nachhaltigkeit gehört zu den Grundprinzipien unserer Bank. Entsprechend sind wir auch aufgestellt: Nachhaltigkeit wird von unserem Vorstandsvorsitzenden verantwortet und ist in der Unternehmensstrategie verankert. Klar zeigen wir in unserem Handeln, dass wir neben ökonomischen Aspekten auch ökologische und soziale berücksichtigen. Dabei stehen Nachhaltigkeit und wirtschaftliches Handeln in keinem Widerspruch. Im Gegenteil! Der langfristige wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens setzt voraus, die wirtschaftlichen Belange mit den ökologischen und sozialen in Einklang zu bringen.

Kontinuierlich arbeiten wir an der Weiterentwicklung unseres Nachhaltigkeitsmanagements und freuen uns, Ihnen unsere Fortschritte zu präsentieren.

In der Tat haben wir im Berichtszeitraum 2015 viel erreicht. Besonders stolz sind wir darauf, Ende April 2015 als erste Bank einen Grünen Pfandbrief im Benchmarkformat emittiert zu haben. Der überaus große Erfolg der Anleihe bestätigte unsere Pionierarbeit und spiegelt zugleich das ständig zunehmende ökologische Bewusstsein auch am Kapitalmarkt wider.

Innerhalb des ersten Jahres nach der Emission konnten wir das Volumen der Green Building Finanzierungen in unserem Hypothekendeckungsstock sogar um mehr als 50 Prozent von ursprünglich 657 Mio. Euro auf 1.021 Mio. Euro (Stichtag 27. Februar 2016) steigern. Mit der Jahresberichterstattung zum Grünen Pfandbrief haben wir wiederum Neuland betreten. Als erste deutsche Geschäftsbank veröffentlichten wir ein Impact Reporting, also eine Schätzung zur Quantifizierung der erzielten CO<sub>2</sub>-Einsparung durch die für den Grünen Pfandbrief refinanzierten Darlehen. Je nachdem, welche Benchmark zugrunde gelegt wird, werden mit jeder Million Nominalwert des Grünen Pfandbriefs zwischen 6,9 und 34,8 Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr eingespart. Auch wenn die Spanne groß ist, ist dies in jedem Fall ein ökologischer Mehrwert, der sich sehen lassen kann!

Den Emissionserlös der Anleihe verwenden wir ausschließlich für neue Finanzierungen von nach strengen ökologischen und nachhaltigen Kriterien erbauten Gebäuden. Wir wollen dieses Geschäft weiter ausbauen und forcieren deshalb derartige Kreditengagements erfolgreich durch eine preisliche Incen-

tivierung. Die Resonanz auf dem Markt stimmt uns optimistisch.

Auch in ökologischer Hinsicht entwickeln wir unser Nachhaltigkeitsmanagement kontinuierlich weiter. Ende 2015 haben wir darum die Einführung eines nach EMAS zertifizierten Umweltmanagementsystems in der Berlin Hyp auf den Weg gebracht, die bis Ende 2016 abgeschlossen sein soll. Wir gehen davon aus, dass wir nach Überprüfung der umweltrelevanten Bereiche die Ressourcen- und Energieeffizienz erhöhen können.

Im Rahmen von Mitarbeiterveranstaltungen sowie laufenden Intranet-Informationen werden wir unsere Mitarbeiter über die reine Information hinaus auch aktiv in die Verbesserungsprozesse einbeziehen, nicht zuletzt um so die Identifikation mit den umweltbezogenen Unternehmenszielen zu erhöhen.

Darüber hinaus haben wir für das laufende Jahr einen umfangreichen Maßnahmenkatalog aufgestellt, den wir Ihnen im Anhang dieses Berichts vorstellen möchten. Er zeigt in seiner Vielfalt und Tiefe, welche Bedeutung der Themenkomplex Nachhaltigkeit in der Berlin Hyp hat.

Hervorheben möchten wir bereits an dieser Stelle, dass wir – nachdem wir 2015 einen Nachhaltigkeitsfilter für Eigenanlagen konzipiert haben – aktuell an einer Verbesserung der Gesamtprozesskoordination bei Green Building Finanzierungen sowie Green Bond Refinanzierungen arbeiten.

Wir laden Sie auf den folgenden Seiten unseres Nachhaltigkeitsberichts 2015 ein, unsere Vorgehensweise und Fortschritte auf ökonomischem, ökologischem und sozialen Gebiet kennenzulernen. Dabei ist uns bewusst, dass wir uns in einem Prozess befinden, der weiterer und andauernder Anstrengungen und Schritte bedarf. Dieser Herausforderung stellen wir uns täglich aufs Neue. Unser Ziel ist es, mit den auf gutem Grund gesetzten Maßnahmen Verantwortung zu übernehmen und auszubauen. Deshalb ist uns Ihre Meinung zu unserem Nachhaltigkeitsengagement sehr wichtig! Bitte lassen Sie uns wissen, was Ihnen gut oder weniger gut gefallen hat.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Vorstand





## Potenziale erkennen

Der Berlin Hyp ist es wichtig, Potenziale zu erkennen – um sie voll ausschöpfen zu können. Wachstum kann sich so stabil entfalten. Und zur vollen Blüte gelangen. Gemeinsame Werte und Vertrauen sind dabei der Nährboden.

## Berlin Hyp – Partnerschaft als Fundament

Die Berlin Hyp ist auf großvolumige Immobilienfinanzierungen für professionelle Investoren und Wohnungsunternehmen spezialisiert. Ihr klarer Fokus, nahezu 150 Jahre Erfahrung und die Nähe zur Sparkassen-Finanzgruppe kennzeichnen sie als eine der führenden deutschen Immobilien- und Pfandbriefbanken. Mit Hauptsitz in Berlin, über Geschäftsstellen in Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, München und Stuttgart bedienen wir den deutschen Immobilienmarkt und darüber hinaus mit Zweigstellen an ausgewählten Auslandsstandorten auch die Märkte angrenzender europäischer Staaten. Es ist uns wichtig, unseren Kunden kurze Wege zu kompetenten Ansprechpartnern zu bieten.

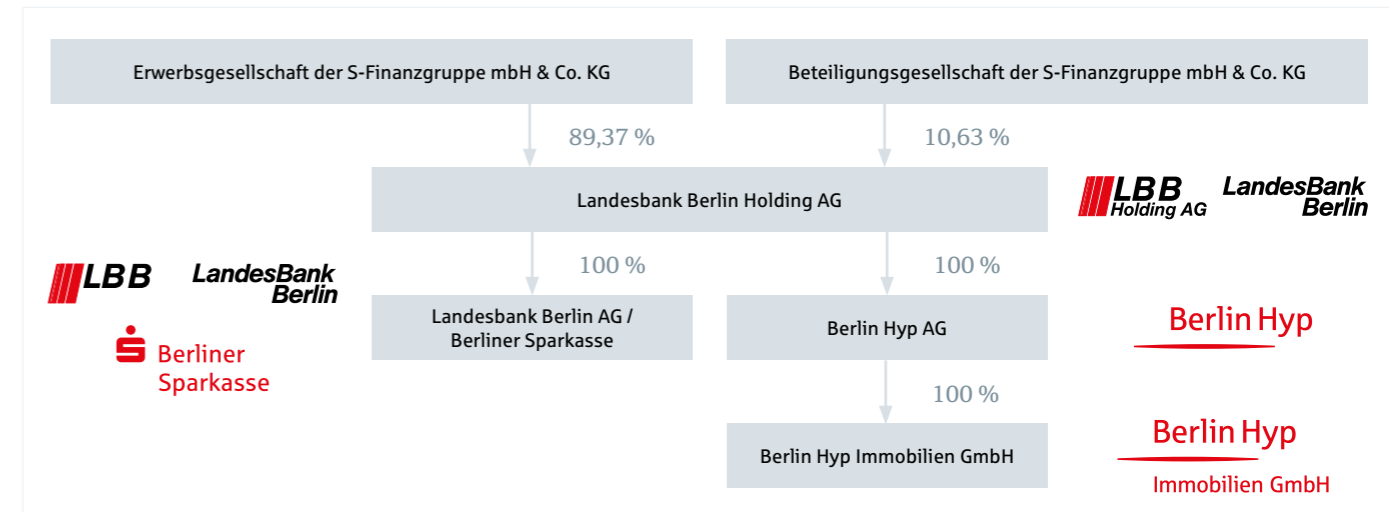
Die Immobilie steht bei uns im Mittelpunkt. Dabei basieren unsere individuellen Konzepte auf einem tiefen Verständnis der Immobilie und des Immobilienmarkts. Kurze Entscheidungswege und aufeinander abgestimmte Prozesse ermöglichen es uns, schnelle, flexible und verlässliche Aussagen zu treffen und durchdachte Lösungen für unsere Kunden zu entwickeln. Rund um das Kerngeschäft konzipieren wir darüber hinaus zukunftsorientierte Produkte und Dienstleistungen, die den Kunden einen echten Mehrwert bieten.

Mit unseren Kompetenzen und finanziellen Möglichkeiten sind wir bestens für großvolumige und kom-



Die Berlin Hyp AG ist eine Aktiengesellschaft deutschen Rechts mit Sitz in Berlin. Sie ist im Handelsregister des Amtsgerichts Charlottenburg unter der Nummer HRB 56 530 eingetragen und unterliegt der Kontrolle der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht, Graurheindorfer Straße 108, 53117 Bonn (www.bafin.de). Sie ist dort unter der Nummer 104022 registriert. Nach der Neupositionierung war 2015 das erste Jahr, in dem die Berlin Hyp als selbstständiger Immobilienfinanzierer unter dem Dach der Landesbank Berlin Holding AG fungierte. Seit dem 1. Januar 2015 ist sie eine eigenständige Schwester der Berliner Sparkasse.

plexe Finanzierungen aufgestellt und werden in diesem Segment zunehmend auch für unsere Verbundpartner, die Sparkassen, zum starken Partner, je nach Bedarf, im Konsortium als Konsortialführer oder auch als Konsorte. Die Berlin Hyp will ihre Partnerschaften zu Sparkassen weiter intensivieren und damit einen Beitrag zum weiteren Erfolg der Sparkassen-Finanzgruppe leisten. Zu diesem Zweck wurde das Verbundgeschäft dezentralisiert und neben den Kundenbetreuern auch Sparkassenbetreuer in allen deutschen Geschäftsstellen der Berlin Hyp integriert. Durch diesen Schritt will die Bank zukünftig noch näher am Kunden sein. Das Produkt- und



Dienstleistungsangebot für die Sparkassen-Finanzgruppe soll ausgebaut und die Zusammenarbeit weiter verstärkt werden.

Die Berlin Hyp refinanziert sich hauptsächlich über den Kapitalmarkt und genießt dort den Ruf eines leistungsfähigen Partners. Sie tritt hierbei als Emittent von Hypotheken- und Öffentlichen Pfandbriefen sowie Senior Unsecured und Nachrangschuldverschreibungen auf. Pfandbriefe sind unsere primären Refinanzierungsinstrumente.

Wir unterliegen als Pfandbriefemittent den Bestimmungen des Pfandbriefgesetzes. Somit sind unsere Pfandbriefemissionen durch entsprechende Deckungsstöcke voll besichert. Alle Emissionen werden an der Börse Berlin gehandelt. Nur hier findet durch die Berlin Hyp oder eine unserer Konsortialbanken eine Kursregulierung statt.

### Geschäftsentwicklung der Berlin Hyp

Die Berlin Hyp verzeichnete 2015 ein sehr gutes Geschäftsjahr und hat damit ihre Stellung als eine der führenden Immobilien- und Pfandbriefbanken in Deutschland gestärkt. Trotz der annähernden Verdoppelung der Bankenabgabe und einer Zuführung zum Sonderposten gemäß § 340g HGB in Höhe von 20,0 Mio. Euro konnte ein sehr erfreuliches Ergebnis von 93,0 Mio. Euro vor Steuern und Gewinnabführung erreicht werden. Das 2015 erzielte Neugeschäft war ausgesprochen positiv. Mit einem Volumen in Höhe von 4,4 Mrd. Euro wurde das bereits sehr gute Vorjahresergebnis von 4,0 Mrd. Euro erneut übertrif-

fen. Hinzu kamen Prolongationen von 1,0 Mrd. Euro, sodass sich das gesamte Neugeschäftsvolumen auf 5,4 Mrd. Euro summierte (Vorjahr 5,0 Mrd. Euro).

Erneut hat die Berlin Hyp im Geschäftsjahr 2015 ihre Stellung als eine der führenden Immobilien- und Pfandbriefbanken in Deutschland gestärkt. Im Rahmen ihrer Finanzierungsaktivitäten blieb die Bank ihrer konservativen Risikostrategie und ihrem Fokus auf erstklassige Immobilien treu.

Weiter gefestigt und intensiviert werden konnte das Verbundgeschäft innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe.

Das Gesamtvolumen des im Bereich Verbund gemeinsam getätigten Geschäfts betrug rund 1,0 Mrd. Euro. Davon entfielen 719 Mio. Euro auf das gemeinsame Konsortialgeschäft mit Sparkassen sowie 284 Mio. Euro auf ImmoSchuldschein-Transaktionen. Die Berlin Hyp arrangierte drei ImmoSchuldscheine und platzierte sie erfolgreich am Markt. Bis heute haben sich insgesamt 74 verschiedene Sparkassen an den platzierten Produkten beteiligt.

Die Berlin Hyp wird durch einen gesamtverantwortlichen Vorstand geführt. Er besteht aus drei Vorstandsmitgliedern. Dem Aufsichtsrat gehörten im Geschäftsjahr 2015 insgesamt 15 Mitglieder an.

Der Aufsichtsrat bildet drei Ausschüsse: den Personal- und Strategieausschuss, den Kreditausschuss und den Prüfungsausschuss.

**Aus der Bilanz in Mio. €**

	31.12.2015	31.12.2014
Forderungen an Kreditinstitute	673	891
Forderungen an Kunden	20.610	20.645
darunter:		
a) Hypothekendarlehen	17.898	17.721
b) Kommunalkredite	2.652	2.908
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	6.297	8.286
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden	6.349	7.046
darunter:		
a) Hypotheken-Namenspfandbriefe	2.479	2.667
b) Öffentliche Namenspfandbriefe	1.246	1.383
Verbriefte Verbindlichkeiten	13.383	12.644
darunter:		
a) Hypothekenspfandbriefe	7.926	7.231
b) Öffentliche Pfandbriefe	1.650	1.650
Ausgewiesenes Eigenkapital	936	936
Bilanzsumme	28.544	30.428

**Aus der Ertragsrechnung in Mio. €**

	2015	2014
Zinsüberschuss	223,3	219,3
Provisionsüberschuss	30,8	28,7
Personalaufwand	76,5	63,0
Andere Verwaltungsaufwendungen	43,2	43,9
Abschreibungen auf Sachanlagen	4,1	4,6
Verwaltungsaufwendungen	123,8	111,5
Risikovorsorge	18,8	8,5
Betriebsergebnis	126,1	121,9
Finanzanlageergebnis	0,6	2,7
Bankenabgabe	11,4	6,5
Einstellung Fonds für allgemeine Bankrisiken	20,0	50,0
Außerordentlicher Aufwand	2,1	2,1
Ergebnisabführung	92,0	68,1
Jahresüberschuss	0,0	0,0
Cost-Income-Ratio in %	46,1	46,1
Eigenkapitalrentabilität in %	11,1	13,3

**Geschäftsentwicklung in Mio. €**

	2015	2014
Darlehenszusagen	4.445	4.031
Darlehensneugeschäft	4.445	4.031
davon: Wohnungsbaudarlehen	799	1.852
gewerbliche Beleihungen	3.646	2.179
Kommunalgeschäft	0	0
Prolongationen (Kapitalbindungen ≥ 1 Jahr)	958	1.010
NPL	447	591

**Aufsichtsrechtliche Kennzahlen in Mio. €\***

	31.12.2015	31.12.2014
Hartes Kernkapital (CET1)	1.007	1.005
Zusätzliches Kernkapital (AT1)	0	0
Kernkapital (T1)	1.007	1.005
Ergänzungskapital (T2)	316	379
Eigenmittel/Gesamtkapital (Total Capital)	1.323	1.384
RWA	7.598	8.087
Harte Kernkapitalquote (CET1-Ratio) in %	13,3	12,4
Kernkapitalquote (T1-Ratio) in %	13,3	12,4
Gesamtkapitalquote (Total Capital-Ratio) in %	17,4	17,1
Leverage Ratio in %	3,5	-

**Sonstiges**

	31.12.2015	31.12.2014
Anzahl der Beschäftigten (Stichtag)	576	544

Die Atmosphäre im Unternehmen spiegelt diesen Wert wieder: Unsere Mitarbeiter genießen es, für ein Unternehmen mit unserer Tradition, unseren Produkten und in einem Team passionierter Kollegen zu arbeiten.

**Wachsen durch gemeinsame Werte und Vertrauen**

Gemeinsame Werte und Vertrauen sowie Qualitätsbewusstsein und Leistungsbereitschaft sind Voraussetzungen für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Die Berlin Hyp legt größten Wert auf die Qualität ihrer Leistungen. Diese Einstellung beeinflusst unser gesamtes Handeln. Unsere Werte repräsentieren, wofür wir als Unternehmen, Geschäftspartner und Arbeitgeber stehen und nachhaltiges Wachstum erfordert, dass wir nicht nur nach langjährigen Werten leben, sondern bereit sind, unsere Maßstäbe anzupassen und uns neuen Herausforderungen stellen.

Diese Einstellung bestimmt unser tägliches Verhalten im Geschäftsleben und schafft eine inspirierende Atmosphäre im Unternehmen. Wir sind fest in der Gesellschaft verwurzelt. Das heißt, dass wir Mensch und Umwelt mit größter Sorgfalt begegnen und uns Gedanken machen, wie wir auch über das Geschäftliche hinaus sinnvoll zur nachhaltigen Entwicklung dieses Umfelds beitragen können.

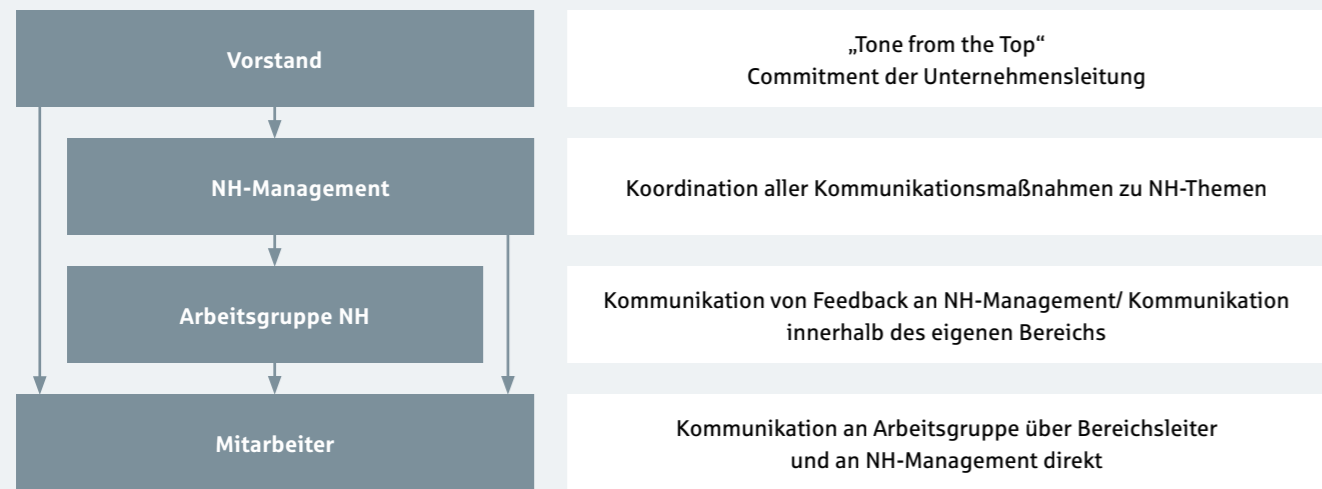
Unsere Haltung dokumentieren wir auch durch die Anerkennung der zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen zu Menschenrechten, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Anti-Korruption.

Viele unserer Mitarbeiter tragen mit ihrem ganz persönlichen Engagement dazu bei, dass wir als Unternehmen verantwortungsvoll handeln. Mit unseren Stakeholdern stehen wir regelmäßig im Dialog und tauschen uns über ihre und unsere Erwartungshaltungen aus. Die Ergebnisse werden jährlich ausgewertet und wurden im Berichtsjahr den Mitarbeitern erstmalig im Rahmen eines großen Informations-Markts präsentiert. Zwei Jahre nach dem Markenrelaunch war es an der Zeit, sich kritisch zu hinterfragen. Welchen Teil des Weges konnten wir erfolgreich absolvieren? Wo müssen wir nachbessern, wo erfüllen wir unsere eigene Erwartungshaltung noch nicht?

Erfreulich viele Kolleginnen und Kollegen fanden den Weg in die Cafeteria des Berliner Hauptstandortes, um ihr Stimmungsbild abzugeben. Dies ist nicht nur aufgrund der ausgelobten Spende an das Kinderhaus pro Teilnehmer am Infomarkt ein toller Erfolg, sondern zeigt auch die Bereitschaft der Mitarbeiter aktiv am Zielbild der Berlin Hyp und dessen Umsetzung mitzuarbeiten.



### Kommunikationswege



Kreditgeschäft, sowie die Personalpolitik setzen für alle Mitarbeiter einen verbindlichen Orientierungsrahmen für ein verantwortungsbewusstes Handeln und schaffen damit die Basis für eine nachhaltige Unternehmensführung in allen Geschäftsbereichen.

Unsere Ethik-Richtlinie beschreibt Werte, Prinzipien und Methoden, welche die Geschäftstätigkeit der Berlin Hyp auszeichnen. Sie beinhaltet die Selbstverpflichtung aller Mitarbeiter der Berlin Hyp gegenüber unseren Kunden, Vertriebspartnern, Dienstleistern und den übrigen Marktteilnehmern, fair, ethisch und rechtlich korrekt zu handeln.

Unser Nachhaltigkeitsleitbild dient der Sicherung und Steigerung des Unternehmenswertes.

**Leitsatz 1:**  
Wir verfolgen eine langfristig orientierte, verantwortungs- und risikobewusste Geschäftspolitik und tragen so verlässlich zu einer positiven Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft bei.

**Leitsatz 2:**  
Wir begrüßen den freiwilligen Einbezug ökologischer und sozialer Aspekte in die Immobilienwirtschaft und in den Kapitalmarkt. Wir verbessern kontinuierlich unseren eigenen ökologischen und sozialen „Fußabdruck“.

Die Ergebnisse des Infomarkts und der Kundenbefragung wurden vom Vorstand in der Vorstandsklausur im Januar 2016 besprochen und das weitere Vorgehen erörtert.

**Systematisches Nachhaltigkeitsmanagement**  
Unser nachhaltiges Engagement haben wir sowohl strategisch als auch operativ fest verankert. Nachdem 2013 Vorbereitungen und richtungsweisende Entscheidungen getroffen wurden, nahm 2014 das systematische Nachhaltigkeitsmanagement in der Berlin Hyp seine Arbeit auf. Seitdem wird das Engagement zur Nachhaltigkeit im Bereich Unternehmensentwicklung koordiniert und vorangetrieben. Die Nachhaltigkeitsziele der Berlin Hyp, die Umwelt- und Klimastrategie, konkrete Leitlinien für das Anlage- und

#### Leitsatz 3:

Wir übernehmen Verantwortung für die Qualität unserer Arbeit. Wir verhalten uns fair, halten die Gesetze ein und orientieren uns darüber hinaus an freiwilligen, relevanten Standards.

#### Leitsatz 4:

Wir bieten unseren Mitarbeitern langfristige Berufsperspektiven in Verbindung mit einem umfassenden Weiterbildungsangebot. Wir fördern die soziale Vielfalt und den Erhalt der Gesundheit in unserem Unternehmen und wir unterstützen unsere Mitarbeiter in sozialen Notlagen.

Unsere wirtschaftlichen Ziele werden unter Einhaltung aller gesetzlichen Vorgaben, Verordnungen und Vorschriften realisiert. Die Einhaltung des geltenden Rechts ist eine Selbstverständlichkeit für alle Mitarbeiter und wird von unseren Kunden und Geschäftspartnern erwartet.

#### Bestechung und Korruption

Bestechung und jede andere Form der Korruption sind in der Berlin Hyp verboten. Für die Annahme und Gewährung von Geschenken und Einladungen bestehen enge Vorgaben, die bereits den Anschein der Einschränkung der Unvoreingenommenheit der Mitarbeiter vermeiden sollen. Im Berichtsjahr sind in der Berlin Hyp keine Fälle von Korruption bekannt geworden.

#### Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung

Wir leisten einen aktiven Beitrag zur Bekämpfung von Wirtschaftskriminalität. Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und sonstige strafbare Handlungen werden mit allen verfügbaren Mitteln verfolgt.

#### Compliance

Die Einhaltung von gesetzlichen Bestimmungen, regulatorischen Standards und die Erfüllung der weiteren, von der Berlin Hyp selbst gesetzten ethischen Standards und Anforderungen einschließlich der allgemeinen Verhaltensregeln und des Nachhaltigkeitsleitbilds, wird als Compliance bezeichnet.

Der Vorstandsstab Compliance wirkt darauf hin, dass sich alle Mitarbeiter den unternehmensinternen Compliance-Grundsätzen entsprechend verhalten, um die Berlin Hyp vor Reputationsschäden zu bewahren. Die Befolgung dieser Compliance-Grundsätze ist für alle Mitarbeiter verbindlich.

Jeder Einzelne ist im Rahmen seiner Aufgabenstellung dafür verantwortlich, die relevanten und aktuellen Anforderungen zu kennen und einzuhalten. Darüber hinaus müssen alle Mitarbeiter in regelmäßigen Abständen Lernprogramme mit anschließenden Tests zu den Themen Compliance, Geldwäsche, Datenschutz und sonstigen strafbaren Handlungen absolvieren und bestehen.

#### Nachhaltig überzeugen, von Nachhaltigkeit überzeugt

Im betrieblichen Alltag ist die Umsetzung der Nachhaltigkeitsziele ein Schnittstellenthema. Dabei legen wir Wert darauf, dass alle Mitarbeiter bereichsübergreifend im Unternehmen ihren Beitrag zum nachhaltigen Wirtschaften leisten. Im Intranet der Berlin Hyp werden die Mitarbeiter über eine 2015 eingeführte Rubrik „Nachhaltigkeit und Ideenmanagement“ über die Nachhaltigkeitsaktivitäten in der Berlin Hyp informiert. Regelmäßig gehen seitdem neue Vorschläge und Ideen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit des Unternehmens ein. Sie werden in einem transparenten Prozess bewertet und prämiert.

Darüber hinaus fand 2015 eine Nachhaltigkeitswoche am Standort Berlin statt, in der die Mitarbeiter sich über die Nachhaltigkeitsstrategie des Hauses, die unterschiedlichen Aspekte und Aktivitäten und die Erwartungshaltung der verschiedenen Stakeholder informieren konnten.

Die Berlin Hyp wurde für das soziale Engagement ihrer Mitarbeiter mit dem Immobilienmanager Award 2015 in der Kategorie „Social Responsibility“ ausgezeichnet und hält seit Februar 2015 von der oekom research AG, einer der weltweit führenden Ratingagenturen in der Bewertung nachhaltiger Anlagen, den „Prime“-Status.

Die Bewertung erfolgte auf Grundlage von mehr als 100 qualitativen und quantitativen Umwelt- und Sozialkriterien. Alles in allem eine erfreuliche Entwicklung, die uns stolz sein lässt und zusätzlich motiviert, weiterhin ehrgeizig unsere Nachhaltigkeitsziele zu verfolgen.



## Gediehendes Geschäft

Eine intensive Beschäftigung mit dem Markt, präzise Kenntnisse und hervorragende Produkte sind der Dünger für unser Geschäft. Unsere Kunden wissen, dass sie sich auf die Berlin Hyp verlassen können. Und das viele Jahre und Jahrzehnte lang. Denn die Berlin Hyp steht für nachhaltiges Wachstum.



## Gedeihendes Geschäft

Ein bedeutender Schritt im Rahmen des Konzernumbaus der Landesbank Berlin zur Sparkasse der Hauptstadt war 2015 die Verselbständigung der Berlin Hyp zu einer eigenständigen geschäftlichen Bank und damit verbunden die Positionierung als Immobilienfinanzierer der Sparkassen-Finanzgruppe.

Den Vertrieb haben wir in Folge neu aufgeteilt: in einen rein inländischen Bereich mit allen deutschen Geschäftsstellen und in einen Bereich, der sich mit den internationalen Kunden im In- und Ausland sowie dem Syndizierungsgeschäft beschäftigt. Unser Vertriebsnetz in Deutschland haben wir kürzlich um eine Geschäftsstelle in Stuttgart erweitert. Dadurch kann Baden-Württemberg künftig intensiver betreut werden.

Entsprechend der Kundenbedürfnisse hat die Berlin Hyp 2015 das Verbundgeschäft mit den deutschen Sparkassen dezentralisiert und die Präsenz in den Kernregionen Deutschlands erhöht. Parallel verstärken vor Ort ansässige Gutachter die deutschen Geschäftsstellen, um die lokale Präsenz und Expertise zu erweitern.

Die Neustrukturierung in Inlands- und Auslandsgeschäft sowie die Verschmelzung des Verbundgeschäfts mit dem Kerngeschäft der Bank wird es uns ermöglichen, gemeinsam mit den Sparkassen neue Kunden zu erreichen. Verbundgeschäft und Kerngeschäft bilden ein sich gegenseitig förderndes Miteinander.

Der große Erfolg der vergangenen Jahre ist neben der Betreuung einiger großer Bestandhalter im Wesentlichen auf eine sehr intensive Betreuung der lokalen Wohnungswirtschaft zurückzuführen. Regionalität als Erfolgsfaktor – dieses Prinzip wenden wir auf unser gesamtes deutsches Vertriebsnetz an.

Das Segment Wohnen bietet durch die enge Verknüpfung der regionalen Wohnungsbaugesellschaften mit den Sparkassen besondere Chancen, gemeinsam erfolgreich zu sein, und die Beziehung zu den Sparkassen und den Kunden auch im großvolumigen Finanzierungsbereich zu stärken. Durch die im Verbundgeschäft geknüpften Geschäftsbeziehungen mit den Sparkassen, die zumeist die Hausbankfunktion für viele regionale Wohnungsbaugesellschaften übernehmen, ergeben sich in diesem Kundensegment vielfältige Ansätze in der gewerb-

lichen Immobilienfinanzierung. Hier ist der Vorteil einer dezentralen Kundenbetreuung besonders deutlich erkennbar.

Erfreulich entwickelt sich auch unser Geschäft im Ausland, wo wir in den Metropolen Paris, Amsterdam und Warschau vertreten sind und durch das hier akquirierte Neugeschäft unsere Ertragslage stabilisieren und zur Risikodiversifikation beitragen.

### Unsere Kunden

Ganz gleich, ob Sparkasse, Investor, Wohnungsunternehmen, Wohnungsbaugenossenschaften oder Projektentwickler, unsere Kunden sind Profis auf ihrem Gebiet und schätzen einen zuverlässigen Partner an ihrer Seite.

Von der Idee bis zur Umsetzung steht ihnen die Bank mit Rat und Tat zur Seite. Um dem Kunden zeitnah und zuverlässig eine Rückmeldung zu seiner Finanzierungsanfrage geben zu können, ist ein effektiver Bearbeitungs- und Entscheidungsprozess etabliert worden. Mit dem für jede größere Finanzierung eingesetzten „Deal-Team“ wird Expertenwissen aus den Bereichen Vertrieb, Kredit, Wertermittlung und Recht frühzeitig zusammengeführt und der Abstimmungsprozess damit gebündelt.

Grundsätzlich ist unser Ansatz, dem Kunden ein wertvoller Partner zu sein, auch im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen und Trends. Unsere Vertriebsmitarbeiter befassen sich detailliert mit regionalen Märkten und ortsspezifischen Gegebenheiten. Durch die vorgenommene Dezentralisierung sprechen sie die Sprache ihrer Kunden sehr viel besser und können eine vertrauensvolle Nähe aufbauen. Diese regionale Vernetzung bietet einen nachhaltigen Mehrwert für unsere Kunden.

Ein wesentlicher Ansatz unseres Verbundgeschäfts ist, dass wir Sparkassen im Bereich der gewerblichen Immobilienfinanzierung immer dann unterstützen können, wenn sie aufgrund der Größe der Finanzierung, der Lage des Beleihungsobjekts oder der Komplexität des Projekts Unterstützung innerhalb des Verbunds benötigen.

Darüber hinaus stellen wir den Instituten ein umfassendes Spektrum an Produkten und Dienstleistungen zur Verfügung. In diesem Zusammenhang erweitern wir kontinuierlich unsere Produktpalette.



Wir beraten Sparkassen in allen verbundrelevanten Fragen und unterstützen sie bei der Marktpositionierung.

Die Berlin Hyp stellt ihren Kunden regelmäßig fachspezifische Publikationen auf der Unternehmenswebsite zur Verfügung, die als professionelles Instrumentarium für die eigenen Entscheidungsprozesse genutzt werden können:

### Publikationen für Kunden und Sparkassen

- Wohnmarktreport Berlin
- Einzelhandel- /Logistikstudie
- Aktuelle Trendbarometer
- Bewertung von Standardrendite-Immobilien
- Allgemeine Newsletter
- Informationen für die Sparkassengruppe

### Unsere Produkte

Die Berlin Hyp bietet ein breitgefächertes Leistungsspektrum rund um die Immobilienfinanzierung. Individuelle Finanzierungslösungen im gewerblichen Immobilienbereich zeichnen uns aus. Wir finanzieren unter anderem Büro-, Logistik-, Einzelhandels- und Wohnimmobilien als Einzelobjekt oder im Portfolio und sind in der Lage, mit unserer

Produktpalette auf die Individualität der spezifischen Immobilienfinanzierung einzugehen. Neben klassischen Hypothekendarlehen bieten wir Avale, Rückavale und Zwischenfinanzierungen an. Mit Hilfe unserer hauseigenen Wertermittlungsabteilung sind wir in der Lage, jede Immobilie nach modernsten Standards zu bewerten. Eine Finanzierung ist für uns mehr als nur ein Vorgang, bei dem ein Bauvorhaben gedanklich entwickelt wird. Gemeinsam erstellen wir den Wünschen, Vorstellungen und Möglichkeiten unserer Kunden gemäß den Finanzierungsplan – individuell und aus einer Hand.

Unser ImmoSchuldschein stellt eine Verbindung aus klassischem Schuldschein mit einer Absicherung über Grundschulden auf Immobilien dar und ist auch für sie ein interessantes Finanzierungsprodukt. Gerade in Zeiten knapper werdender Fremdfinanzierungsmittel sind alternative und stabile Refinanzierungsmöglichkeiten gefragt.

Der typische Emittent des ImmoSchuldscheins ist ein gut aufgestelltes Immobilienunternehmen in Deutschland, das ein Immobilienportfolio in Deutschland besitzt, den Fokus auf Bestandshaltung setzt und über ausgesuchte gute Bonitäten

verfügt. Wir bleiben während der gesamten Laufzeit mit über 50 Prozent an dem Kredit beteiligt, halten den gesamten Nachrang und übernehmen das gesamte Servicing.

Die Berlin Hyp wird auch in Zukunft die Zusammenarbeit mit den Sparkassen weiter ausbauen. Bei großvolumigen Engagements treten wir als Finanzierungspartner auf. Im Rahmen des Immobilien-Konsortialgeschäfts bieten wir ein „Full Service“-Paket rund um den syndizierten Kredit an. Wir übernehmen hierbei sämtliche im Zusammenhang mit der Immobilien-Transaktion stehenden Aufgaben – von der Anbahnung der Finanzierung bis hin zur vollständigen Rückzahlung des Kredits.

Entsprechend den Anforderungen und des Bedarfs jedes einzelnen Kunden fungieren wir als Arrangeur, Darlehensmanager bzw. Sicherheitenagent und Zahlstelle. Diese Funktionen umfassen neben der anfänglichen Strukturierung der Transaktion als Arrangeur sämtliche Überwachungstätigkeiten bezüglich des Kredits sowie die notwendige Vertretung des Konsortiums nach außen.

Das Produkt ImmoKonsortial ist ein standardisiertes Verfahren zur Finanzierung von Immobilienvorhaben für Sparkassenkunden mit einem Gesamtkreditvolumen zwischen 3 Mio. und 20 Mio. Euro.

Dadurch können die Sparkassen ihre Kunden somit beispielsweise bei Vorhaben außerhalb ihres Geschäftsgebiets begleiten oder wenn die Großkreditgrenzen für diesen Kunden bereits ausgeschöpft sind.

Die Bearbeitung der gemeinsamen Finanzierungen erfolgt in einem vereinfachten und schnellen Verfahren. Die verbindliche Kreditentscheidung treffen wir dabei in nur neun Arbeitstagen.

Auch im Bereich der Immobilienbewertung unterstützen wir Sparkassen mit einem breiten Leistungsspektrum:

- Erstellen von Gutachten mit eigenen zertifizierten Gutachtern im Großraum Berlin
- Für Wohnimmobilien
- Für Gewerbeimmobilien
- Für Managementimmobilien, wie Hotels, Einkaufszentren
- Organisieren von Gutachten deutschlandweit
- Für die Beauftragung mit Vertrauensgutachtern der Berlin Hyp
- Für die Bearbeitung von großen Beständen bei Wohnimmobilien
- Plausibilisieren von Gutachten für selbst erstellte Immobiliengutachten der Sparkassen
- Für in den Sparkassen eingereichte Fremdgutachten
- Durchführen von Informationsveranstaltungen bei den Sachverständigenkonferenzen der Regionalverbände

Darüber hinaus unterstützen wir unsere Kunden bei der Bewertung im Kleindarlehensgeschäft in Berlin.

Für die Objektarten Einfamilienhäuser, Doppelhäuser, Reihenhäuser und Eigentumswohnungen stellen wir für die Objektparameter Mieten, Bodenwerte und ETW-Kaufpreise Marktinformationen zur Verfügung. Die Zusammenstellung der einzelnen Kenngrößen für Berlin, aufgeteilt nach den einzelnen Bezirken, wird regelmäßig aktualisiert.

Zusätzlich besteht die Möglichkeit, detaillierte Informationen über das Internet zu beziehen. Die Abfrage

der Vergleichsmieten und Bodenrichtwerte ist kostenlos. Die Abfrage der ETW-Preise über das Portal des Gutachterausschusses ist ebenfalls kostenlos.

Durch konsequente Marktbeobachtung und Mitwirkung in Gremien sind unsere Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand. Die hauseigene Research-Abteilung ermöglicht den Gutachtern, zeitnah Trends zu erkennen und sie unmittelbar in die Bewertung mit einfließen zu lassen.

Die Berlin Hyp refinanziert sich über den Kapitalmarkt. Sie tritt hierbei als Emittent von Hypotheken- und Öffentlichen Pfandbriefen, Senior Unsecured sowie Nachrangschuldverschreibungen auf.

Sie emittiert Hypothekendarlehen auf Basis des § 1,1 Satz 1 PfandBG. Die Hypothekendarlehen für den Deckungsstock gewähren wir auf Basis der § 13 bis 17 des PfandBG.

Der geografische Schwerpunkt unseres Hypothekengeschäfts liegt in Deutschland und hier v.a. auf den Ballungszentren der alten Bundesländer. Eine weitere Diversifizierung unserer Deckungsmasse erreichen wir durch unser Geschäft in ausgewählten europäischen Ländern. Die Berlin Hyp unterhält hierzu Vertriebsstandorte in Amsterdam, Paris und Warschau.

Öffentliche Pfandbriefe emittiert die Berlin Hyp auf Basis des § 1,1 Satz 2 PfandBG. Die Anforderungen hinsichtlich der Deckungsstockfähigkeit von Kommundarlehen werden in §20 PfandBG definiert.

Immer mehr Menschen achten beim Konsum auf nachhaltig gehandelte Waren und Dienstleistungen – Tendenz steigend. Auch in Sachen Geldanlagen und Finanzdienstleistungen wird das Thema Nachhaltigkeit immer wichtiger.

#### **Nachhaltige Immobilienfinanzierung**

Mit ihrer Geschäftstätigkeit leistet die Immobilienwirtschaft einen wichtigen Beitrag zum wirtschaftlichen und sozialen Wohlergehen. Die von ihr entwickelte, realisierte und erhaltene Infrastruktur schafft grundlegende Werte für eine Volkswirtschaft und ist die Ausgangsbasis für Gewerbetätigkeit und Wohnungswirtschaft.

Die Berlin Hyp hat ein besonderes Interesse daran, dass ihre Kunden Immobilien errichten bzw. erwerben und betreiben, deren Werthaltigkeit auch durch eine professionelle Berücksichtigung ökologischer, ökonomischer und sozialer Kriterien abgesichert wird.

Aufgrund dieser Bedeutung und auch aufgrund der langen Nutzungsphasen von Immobilien ist die ergänzende Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Immobilienfinanzierung ein wichtiger Aspekt, u.a. um eine dauerhafte Werthaltigkeit des Engagements sicherzustellen.

Um dieses Interesse angemessen wahrzunehmen, definiert unsere „Richtlinie zur nachhaltigen Immobilienfinanzierung“ die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten auf den verschiedenen Stufen der Immobilienfinanzierung.

Wir orientieren uns an den Prinzipien des „Zentralen Immobilienausschuss e.V.“ (ZIA) für das Branchencluster „Finanzierung“ in Abhängigkeit von der jeweils praktischen Relevanz für den einzelnen Geschäftsvorfall.







**Diese Prinzipien lauten wie folgt:**

1. Wir berücksichtigen Zukunftssicherheit und nachhaltige Ressourcenallokation der Immobilie in besonderer Weise bei unserer Kreditentscheidung.
2. Wir setzen uns dafür ein, dass Nachhaltigkeitsaspekte in die Bewertung von Immobilien einfließen.
3. Im Rahmen unserer Finanzierungsgespräche sind nachhaltiges Bauen, insbesondere Möglichkeiten zur Verbesserung von Energieeffizienz und Umweltbilanz wichtige Parameter.
4. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Einführung nachhaltiger Nutzungskonzepte für ihre Bestands- und Neubauimmobilien.
5. Bei Kreditentscheidungen, Bewertungen und in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden finden Green Leases besondere Berücksichtigung.

Um die besondere Bedeutung zu unterstreichen, hat der Vorstand die preisliche Incentivierung von Green Building-Finanzierungen beschlossen.

**Nachhaltige Refinanzierung**

Die Berlin Hyp bietet mit ihren Kapitalmarktprodukten Anlegern eine sichere und langfristige Form der Geldanlage. Megatrends wie der Klimawandel, die zunehmende Verstädterung, die demografische Entwicklung, aber auch die steigende Bedeutung von Nachhaltigkeit am Kapitalmarkt haben einen wesentlichen Einfluss auf unsere Geschäftstätigkeit. Wir sind stolz, mit einem neuen Produkt einen seit Jahren erkennbaren Trend nachhaltigen Handelns im Bankwesen unterstützt zu haben. Als Vorreiter in unserer Branche konnten wir im April 2015 einen grünen Pfandbrief im Volumen von 500 Mio. Euro emittieren.

Das Alleinstellungsmerkmal dieses grünen Pfandbriefs ist, dass jede grundpfandrechlich besicherte Immobilie, die in der Deckungsmasse für den grünen Pfandbrief gekennzeichnet wird, entweder strenge ökologische Standards oder ein geeignetes Energieeffizienz- oder Green-Building-Zertifikat international anerkannter Zertifizierungsgesellschaften erfüllen muss.

Der Deckungsstock des grünen Pfandbriefs zeichnet sich besonders durch den hohen Zertifizierungsgrad der vorhandenen Finanzierungen in Bezug auf Nachhaltigkeit aus. So verfügen die finanzierten Immobilien mindestens über ein LEED-Zertifikat der Stufe „Silber“ oder besser, eine BREEAM-Bescheinigung von mindestens „Good“, einem DGNB-Zertifikat mit der Note „Silber“ oder besser sowie eine HQE-Bescheinigung von mindestens „Basic“ und einem Dutch-Energy-Performance-Zertifikat der Stufe „A“ und höher. Im Zuge der konsequenten strategischen Ausrichtung der Bank zum Thema Nachhaltigkeit wurden zudem strenge interne Standards erarbeitet, die es ermöglichen, die Nachhaltigkeit eines Gebäudes auch ohne Zertifizierung zu prämiieren.

Rechtlich haftet dem Pfandbriefgläubiger über die entsprechend gekennzeichneten Darlehen hinaus der gesamte Hypothekendeckungsbestand.

Zusätzlich sollen alle Emissionserlöse wiederum in die Refinanzierung bestehender und künftiger gewerblicher Green-Building-Finanzierungen fließen.

Entsprechend groß war die Nachfrage: Mit einem Orderbuch von nahezu 2 Mrd. Euro war die Anleihe vierfach überzeichnet.

Deutsche Investoren waren mit 71 Prozent beteiligt, gefolgt von skandinavischen mit 13 Prozent und Anlegern aus Österreich und der Schweiz mit acht Prozent. Bemerkenswert ist darüber hinaus, dass rund 48 Prozent der Emission an nachhaltige Investoren gegangen sind.

*„Der Grüne Pfandbrief verbindet das Beste aus zwei Welten. Er ist ein Hypothekendarlehen im Sinne des Pfandbriefgesetzes und erfüllt somit all die strengen Anforderungen, die das Gesetz stellt. Gleichzeitig weist er die formale, den Green Bond Principles folgende Struktur eines Green Bonds auf – mit klar definierten Angaben zur Verwendung des Emissionserlöses, einem besonders transparenten Reporting und einer, die Nachhaltigkeit und den ökologischen Mehrwert der Anleihe bestätigenden, Second Party Opinion der Nachhaltigkeitsratingagentur oekom.“*

GERO BERGMANN,  
VORSTAND DER BERLIN HYP

Die Berlin Hyp hat für die Emission des ersten Grünen Pfandbriefs bei den The Cover Awards in Barcelona im September 2015 die Auszeichnung „Best Debut Deal“ erhalten. Die The Cover Awards werden von dem Fachmagazin Global Capital und seinem auf Covered Bonds spezialisierten Portal The Cover vergeben. Zwei weitere Prämierungen erhielt die Bank 2016.

**Ablehnung kontroverser Geschäfte und Geschäftspraktiken**

Ethische Aspekte werden bei der Bewertung von Geschäftstransaktionen sowohl im Finanzierungsbereich und Investmentbereich berücksichtigt. Es gilt der Grundsatz der ethischen Verantwortung. Zu diesem Zweck haben wir entsprechende Anlagekriterien festgelegt. Wir vergeben keine Kredite an Kunden und investieren nicht in Unternehmen, die die definierten Kriterien verletzen. Die ethischen Kriterien bei der Finanzierung leiten sich ab aus den zehn Prinzipien des UN Global Compact sowie aus den Compliance-Anforderungen des Unternehmens.

**Verantwortung als Verbundpartner der Sparkassen**  
Über unsere Verantwortung als ein bedeutender gewerblicher Immobilienfinanzierer in Deutsch-



land und ausgewählten Kernmärkten in Europa hinaus, haben wir eine besondere Marktstellung als Verbundpartner in der Sparkassen-Finanzgruppe. Überall in Deutschland engagieren sich die Sparkassen für eine wirtschaftlich, sozial und ökologisch zukunftsfähige Entwicklung. Wir stehen ihnen mit unserer Expertise als Partner für großvolumige Immobilienfinanzierungen zur Seite.

**Umwelt und Sicherheit**

Wir sind uns unserer Verantwortung für eine umweltgerechte Entwicklung bewusst. Daher sind wir stets bemüht, unsere direkten und indirekten Auswirkungen auf die natürliche Umwelt zu minimieren und, wo möglich, zu vermeiden.

Wir gehen in unserem eigenen Geschäftsbetrieb mit natürlichen Ressourcen effizient und sorgsam um und berücksichtigen dies auch bei unserer eigenen Vermögensanlage und im Kreditgeschäft.





## Wachsende Verantwortung

Mit dem Erfolg wächst auch das Maß der Verantwortung: gegenüber Kunden und Mitarbeitern, der Umwelt und der Gesellschaft. Wir begreifen Erfolg als etwas Organisches, denn zufriedene Kunden, moderne Arbeitsbedingungen und nachhaltige Produkte hängen miteinander zusammen – und voneinander ab.

## Die Berlin Hyp als attraktiver Arbeitgeber



Sichere Arbeitsplätze und sorgsamer Umgang mit Umwelt und Ressourcen sehen wir als grundlegende Voraussetzung, dauerhaft Werte zu schaffen. Damit übernehmen wir bewusst Verantwortung gegenüber der Gesellschaft.

Auf der Grundlage der jährlichen Mitarbeitergespräche und der aktuellen und künftigen Aufgabenstruktur der Mitarbeiter führt die Bank gezielte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen durch.

Neben Fachseminaren werden Persönlichkeitsseminare, Sprach- und IT-Seminare bedarfsgerecht angeboten. Die standardisierten Angebote werden ergänzt um Veranstaltungen, spezifisch für spezielle oder neue Themen entwickelt und jeweils zeitnah durchgeführt werden.

Das Geschäftsjahr 2015 war das erste Jahr der Selbstständigkeit der Berlin Hyp. Das war für viele Bereiche der Bank eine große Herausforderung. Natürlich hat auch der Bereich Personal viele Themen in diesem Zusammenhang auf dem Tisch gehabt. Ganz konkret führte die Verselbstständigung der Berlin Hyp dazu, dass die Personalarbeit an die neue Bedarfslage des Hauses angepasst wurde. Die Berlin Hyp als eigenständiger gewerblicher Immobilienfinanzierer hat in vieler Hinsicht eigene Anforderungen. Diese spiegeln sich in speziellen Fachkräfteprogrammen, aber auch in der Nachwuchsarbeit wider.

Schwerpunkte wurden hier bei dem Traineeprogramm und dem Angebot für Dual Studierende gelegt. Letztgenanntes richtet sich an Abiturienten und verbindet das wissenschaftliche Studium an einer Hochschule mit intensiven Praxiseinsätzen in der Berlin Hyp über eine Gesamtdauer von drei Jahren.

Das Trainee-Programm richtet sich dagegen direkt an Hochschulabsolventen und bietet die Möglichkeit, innerhalb von 18 Monaten Experte im zukünftigen Einsatzgebiet zu werden. Hierzu lernen die Trainees relevante Bereiche kennen und arbeiten eigenverantwortlich in ihrem Einsatzbereich mit. Um bereits frühzeitig Studierende für unser Haus zu interessieren und an uns zu binden, bieten wir auch Tätigkeiten als Werkstudenten an.

Auch beim Thema Mitarbeiterbefragung sind wir einen eigenständigen Weg gegangen. Wir haben festgestellt, dass das sogenannte „Stimmungsbarometer“, eine webbasierte Kurzumfrage zu Kernthemen um Führung, Gesundheit und Kommunikation, keine angemessene Resonanz in der Belegschaft hatte. In der Konsequenz machten wir uns auf die Suche nach einem alternativen Instrument, das besser zur Unternehmensgröße und Kultur unseres Hauses passt. Dabei kamen uns im Ergebnis die gute Vernetzung und das Verständnis der Organisationseinheiten des Hauses untereinander zugute.

Im Sommer 2015 wurde eine umfassende Kundenbefragung zur Kundenzufriedenheit und zur Servicequalität durchgeführt. In einer bereichsübergreifenden Zusammenarbeit wurde ein Mitarbeiter-Infomarkt auf die Beine gestellt. Den Mitarbeitern wurden nicht nur die Ergebnisse der Kundenumfrage vorgestellt, sondern auch Raum gegeben, ihre Anregungen und Kommentare zur Arbeitgebermarke Berlin Hyp, zur

Marktpositionierung und zu Innovationsfeldern zu platzieren. Ein solches Vorgehen passt optimal zum Selbstverständnis der Berlin Hyp, die Belegschaft in Veränderungsprozesse einzubinden und so die Identifikation mit der Bank zu stärken. Der Mitarbeiter-Infomarkt war ein voller Erfolg! Weit über 75 Prozent der Belegschaft haben sich beteiligt. Ein Ergebnis, das man mit Online-Umfragen nicht erreicht. Hierauf kann das gesamte Haus stolz sein.

Auch im Bereich Personal spielt das Thema Nachhaltigkeit eine wichtige Rolle. Bereits eine Bestandsaufnahme vom Nachhaltigkeitsmanagement in der Berlin Hyp 2014 bestätigte unser bisheriges Vorgehen und unsere Schwerpunkte. Dabei konnten wir auf eine gute Basis aufsetzen. So gibt es beispielsweise bereits seit längerer Zeit eine Vereinbarung mit der Arbeitnehmervertretung zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Im Rahmen des Gesundheitsmanagements werden unter anderem in den Räumlichkeiten der Bank Sport- und Präventionskurse angeboten. Darüber hinaus können sich die Mitarbeiter im Zuge unserer Zusammenarbeit mit dem Fürstenberg Institut bei privaten, beruflichen oder gesundheitlichen Problemen an kompetente Gesprächspartner des Instituts wenden. Auch ein Familienservice wird dort angeboten,

der unter anderem bei den Themen Kinderbetreuung und Pflege von Angehörigen unterstützend wirkt.

Eine Neuerung ist der 2015 eingeführte Soziale Tag. Hierbei handelt es sich um die Möglichkeit unserer Mitarbeiter, freiwillig einen Tag im Kalenderjahr eine soziale Einrichtung ihrer Wahl zu unterstützen. Sie können dies allein oder gemeinsam mit Kollegen tun. Die Einsatzorte sind vielfältig: Schulen, Flüchtlingsunterkünfte sowie Einrichtungen zur Kinderbetreuung.

Den Sozialen Tag haben wir zusätzlich fest in unserem Traineeprogramm verankert. Die Trainees unterstützen an diesem Tag gemeinsam eine selbst ausgewählte soziale Institution. Im vergangenen Jahr organisierten sie ein Sportfest im Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e.V. Das war für alle Beteiligten ein Riesenspaß und sorgte für beeindruckende Erinnerungen an einen erlebnisreichen Tag mit den Kindern.

### Diversity

Auch widmeten wir uns 2015 dem Thema Diversity. Im Rahmen unserer Aktionswoche Nachhaltigkeit haben wir einen Schnupperkurs zu Diversity und eigenen Vorurteilen angeboten. Außerdem haben wir speziell das Thema „Frauen in Führungspositionen“ bearbeitet. Hierbei haben wir festgestellt, dass wir im Vergleich mit anderen Instituten der

### Erlebnisbericht von Rieko Bordeaux Sporttag im Kinderhaus ein voller Erfolg

„An einem Freitag wurde der Sporttag von den sieben „Oktober-Trainees“ auf seine Praxistauglichkeit erprobt. Die „glorreichen Sieben“ planten und veranstalteten einen Sporttag im Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e.V.“

Kurz vor Schulende positionierten wir uns an strategisch wichtigen Punkten im Kinderhaus, um bei strahlendem Sonnenschein die nach und nach eintrudelnden Kinder und Jugendlichen zum sportlichen Wettstreit einzuladen. Die Kids konnten an verschiedenen Stationen Fußball, Basketball, Brennball, Tischtennis und Kicker spielen, ihre nach einer langen Schulwoche verbleibende Energie verbrennen und durch ihre Teilnahme Stempel auf einer persönlichen Teilnehmerkarte sammeln.

Zusätzlich zur sportlichen Betätigung wurden in der Gemeinschaftsküche der Einrichtung viele Kilo Obst und Gemüse zu

gesunden Smoothies gemixt. Auch hier durften die Kinder mit Hand anlegen, zahlreiche verschiedene Geschmacksrichtungen entwerfen und sich so neben gesunden Getränken einen Stempel für die persönliche Teilnehmerkarte verdienen.

Höhepunkt des Tages war ein großes Kickerturnier mit allen Kindern. Aufgrund des von den jungen Bankern ausgerufenen Turniers mit Wettbewerbscharakter wurde dieser Programmpunkt zu einem besonderen Spektakel des Sozialen Tags der Oktober-Trainees.

Dieser fand sein Finale in der feierlichen Preisverleihung, bei der schlussendlich die abgestempelten Teilnehmerkarten nur noch eine Nebenrolle spielten. Es gab für alle Kinder und Jugendlichen von der Bank und ihren Mitarbeitern gespendete Preise sowie Süßigkeiten.

Das Kinderhaus erhielt als Sammelspende Berlin Hyp-Fußbälle und Tischtennisschläger.“



Branche bereits gut aufgestellt sind. Jedoch wollen wir uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen oder nur gesetzlichen Anforderungen gerecht werden.

Wir haben den Ehrgeiz, die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen – wie es der Gesetzgeber nennt –, als Teil der Unternehmenskultur zu implementieren. Daher war es uns wichtig, die gesamte Belegschaft mitzunehmen. Dies erfolgte mittels Workshops, in denen wir wichtige Impulse von der Belegschaft zur weiteren Ausgestaltung des Themas aufgenommen haben und diese nun weiter verfolgen.

#### **Persönlichkeitsentwicklungsmaßnahmen für Führungskräfte**

Bei unseren Personalentwicklungsmaßnahmen legten wir im Jahr 2015 den Fokus auf unsere Führungskultur und starteten mit dem SeitenWechsel® ein neues Programm für Führungskräfte. Dabei haben die Führungskräfte die Möglichkeit, mit einem Blick über den Tellerrand hinaus für fünf Tage als Praktikant in einer sozialen Institution in eine völlig andere Welt einzutauchen. Das Programm wurde von Beginn an sehr gut angenommen.

Alle Teilnehmer gewannen wertvolle Erkenntnisse für ihre tägliche Arbeit als Führungskraft in der

Berlin Hyp, insbesondere hinsichtlich der Wahrnehmung ihrer Mitarbeiter. Einige haben über ihre Erfahrungen aus den unterschiedlichen sozialen Einrichtungen, wie z.B. Wohngemeinschaften für Behinderte und Demenzerkrankte sowie Flüchtlingsunterkünften, z.B. via Intranet oder auf einer Betriebsversammlung, berichtet. Das war sehr ergreifend.

#### **Qualifizierungsmaßnahmen für Nachwuchskräfte**

Für unsere jüngeren Mitarbeiter starten wir das neue Programm „Spitzenqualifizierung für Young Professionals“. Im Zuge dieses Programms wird jährlich jeweils ein Platz im Mentoring-Programm IMMOMENT von IMMOEBS und ein Platz im Kontaktstudium Immobilienökonomie der IREBS Immobilienakademie ausgeschrieben. Mit dieser Maßnahme möchten wir insbesondere Engagement, Ehrgeiz sowie Eigeninitiative unserer jüngeren Talente fördern und sie bei ihrer persönlichen Entwicklung unterstützen.

Eine Umfrage 2015 unter den Mitarbeitern hat ergeben, dass ein Interesse an Eltern-Kind-Arbeitsplätzen in der Bank besteht. Wir haben deshalb in diesem Jahr im Rahmen eines Pilotvorhabens zwei solcher Arbeitsplätze in den Räumlichkeiten unseres Hauses eingerichtet.

Auch zukünftig stehen viele spannende Themen auf

ren werde. In dieser Woche werde ich viel, vor allem aber eine gesteigerte Form der Demut lernen.

Ich verbringe die nächsten Tage mit Kleiderausgabe im Haus Leo, Kinder beschäftigen, Neuankömmlinge in der Notunterkunft empfangen, Deutsch unterrichten und vieles mehr. Bank, materieller Komfort und Erfolg im Beruf erscheinen in weiter Ferne. Ich fühle soziale Verantwortung, und ich nehme sie wahr. Meine Zufriedenheit wird immer wieder relativiert durch die Erkenntnis, dass ich von meinem Arbeitgeber während meiner Zeit bei den Flüchtlingen bezahlt werde.

Ich bin nicht selbstlos, nicht Philanthrop, ich darf nicht der Held vor meinen Kindern sein. Die Woche endet, und ich bin mir sehr bewusst, dass ich aus dem Haus Leo und der Notunterkunft mehr mitnehme, als ich dort gelassen habe, unter anderem einen respektvollen und demütigen Blick auf diejenigen, die jeden Tag viel selbstloser und menschlicher sind als ich.“

#### **Auszug aus dem Erfahrungsbericht von Assem El Alami, Bereichsleiter: „Leo, Aslan und die Kleiderkammer“**

„Montagmorgen, ich trete durch die Tür der Lehrter Straße 67 und bin noch der Banker, der leitende Angestellte eines Immobilienfinanzierers. Die Adresse liegt in einfacher Wohnlage, in der Nähe des Hauptbahnhofs, das Gebäude ist eine Mischung aus Studentenwohnheim und einfachem Sozialen Wohnungsbau. In ein paar Stunden erscheint alles ein wenig anders. Ich wechsle die Seiten.

Ich treffe auf Daniel. Er bietet mir sehr früh im Gespräch das „Sozialarbeiter-Du“ an. Ich tauche ein in eine Welt, in der man sich duzt, in der eine Bilanzsumme oder Eigenkapitalrentabilität unbedeutend sind, in der das Überleben von Menschen ermöglicht wird, die teilweise mehrere Tausend Kilometer, einige tagelang zu Fuß, hinter sich gebracht haben. Ich bin im Flüchtlingshaus Leo der Berliner Stadtmission, eine von zwei Einrichtungen, in denen ich während meines Seitenwechsels hospitiere

der Agenda, die sich im Rahmen der Mitarbeiterbeteiligungen, seien es die bereits erwähnten Workshops oder der Mitarbeiter-Infomarkt, herauskristallisiert haben. Wir motivieren unsere Mitarbeiter weiter, an der Entwicklung unseres Unternehmens aktiv teilzunehmen, Impulse zu setzen und in diesem Prozess Verantwortung zu übernehmen.

#### **BSG Berlin Hyp e.V.**

Seit über 20 Jahren fördert der Betriebssport in der Berlin Hyp die Fitness der Mitarbeiter und das Betriebsklima im Unternehmen. Dabei ist die Bank Hauptsponsor der im Landessportbund organisierten Betriebssportgemeinschaft Berlin Hyp e.V. Diese unterstützt mehr als 300 Mitarbeiter bei der Ausübung ihrer sportlichen Interessen. Das Konzept der BSG Berlin Hyp e.V. baut auf drei Säulen auf. Zuerst ist hier die Förderung der sportlichen Aktivitäten zu nennen. Aus Kostengründen werden von der BSG keine Sportstätten betrieben beziehungsweise angemietet. Die Sportförderung wird über eine Bezuschussung zur nachgewiesenen sportlichen Betätigung der aktiven BSG Mitglieder vorgenommen.

Derzeit wird ein Sport treibender Mitarbeiter mit 15 Euro pro Monat unterstützt. Dieser Betrag steht dem Mitglied für Eintrittsgelder zu öffentlichen Sportstätten oder für Mitgliedsbeiträge in Sportvereinen zur Verfügung. Die zuschussberechtigten Sportarten sind in der Satzung der BSG festgeschrieben. Aktuell werden 20 Sportarten mit zum größten Teil Teamorientierter Ausrichtung unterstützt.

Hier knüpft sich auch das Band zur zweiten Säule. Der Teamgedanke ist wesentlicher Bestandteil der Arbeit des Vereins. Die BSG organisiert den Auftritt der Berlin Hyp bei Sportveranstaltungen wie dem Berliner Firmenlauf, dem Velothon und der 5x5 km Teamstaffel im Tiergarten. Schon die Vorbereitung auf diese Großveranstaltungen bedingt ein gemeinsames Training, welches die Mitarbeiter der Berlin Hyp näher zusammenrücken lässt. Durch gemeinsame Erlebnisse stärkt sich der bereichsübergreifende Teamgedanke in der Bank. Das fördert die Vernetzung der Kollegen untereinander auf eine sehr angenehme Art und Weise.

Über die Teilnahme an verschiedenen Fußballturnieren vernetzt sich die Bank zusätzlich in die Branche. Das Miteinander in der Bank wird durch eine Vielzahl an gut besuchten Veranstaltungen für die Mitarbeiter der Berlin Hyp zusätzlich gefördert. In erster Li-



nie sind hier die regelmäßigen Feste im Sommer und in der Vorweihnachtszeit zu nennen. Aber auch Turniere im Bürotisch-Tennis, Völkerball und Beachvolleyball bringen die Menschen in der Bank zusammen. Die dritte Säule vernetzt die Mitglieder in ihrer Freizeit. Unter dem Motto „Mit der BSG unterwegs“ entdecken interessierte Mitarbeiter neue Sportarten. Im letzten Jahr konnten so Sportarten wie Klettern, Paddeln, Kart fahren und Golf ausprobiert werden.

Immer öfter treffen sich Mitglieder in ihrer Freizeit zu organisierten Trainingseinheiten in den Sparten Beachvolleyball, Fußball, Laufen und Radfahren. Sie folgen damit dem Beispiel der Traditionssparte Bowling, die seit Jahren einen regelmäßigen Trainingsbetrieb mit Vereinsmeisterschaft und Vereinsfahrt pflegt.



## Wachsendes Bewusstsein, wachsende Verantwortung in der Lieferkette

Die Berlin Hyp berücksichtigt bei der Beschaffung von Gütern und Leistungen nicht nur wirtschaftliche, sondern auch soziale, ethische und ökologische Aspekte. Die Zukunft gestalten wir mit Lieferanten, die fair produzieren, integer wirtschaften und den Umweltschutz im Blick haben.

Unsere Lieferanten stammen ganz überwiegend aus Deutschland und unterliegen den strengen nationalen Vorgaben in Bezug auf Menschenrechte. Seit 2014 regelt darüber hinaus unsere Richtlinie zur Nachhaltigkeit für Lieferanten und Dienstleister die Art und Weise der Zusammenarbeit. Neben der Einhaltung der 10 Prinzipien des UN Global Compact der Vereinten Nationen enthält die Richtlinie die Anforderungen an die Lieferanten und Dienstleister der Bank ebenfalls eine entsprechende Richtlinie innerhalb ihrer eigenen Lieferkette weiterzugeben, um die Einhaltung der Standards zu fördern.

Mit der Einführung des Nachhaltigkeitsmanagements und der oben genannten Richtlinie wurde 2014 erstmals eine systematische Befragung der

wichtigsten Lieferanten und Dienstleister zu Umweltschutz, Arbeitsnormen, Menschenrechten und Anti-Korruption durchgeführt. Damit wurden 50 Prozent des Beschaffungsvolumens des zentralen Einkaufs und des IT-Einkaufs abgedeckt.

Im Berichtsjahr veränderten wir den Prozess dahingehend, dass eine Anlage zur Nachhaltigkeit zum Pflichtbestandteil aller neuen Verträge sowie Vertragsverlängerungen im Beschaffungsmanagement beigefügt wurde. Wir halten dies für eine ziel führende Vorgehensweise, die bereits nach der Einführung im letzten Quartal 2015 zu intensiven Gesprächen mit einzelnen Dienstleistern geführt hat. Auch diesen Austausch mit unseren Geschäftspartnern verstehen wir als Teil der Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung. Dabei geht es uns weniger um die Ausübung von Druck auf die häufig mittelständigen Dienstleister oder Lieferanten, sondern um Wissenstransfer und gute Partnerschaft.



*„Die Anlage zur Nachhaltigkeit für Lieferanten und Dienstleister ist notwendig, um eine nachhaltige Wertschöpfungskette zu gewährleisten und ein wichtiger Schritt zur Verbesserung der Arbeits- und Umweltbedingungen in unserer Gesellschaft.“*

RALF BEHNKE,  
NACHHALTIGKEITSBEAUFTRAGTER DER BERLIN HYP

### Umweltschutz bei uns

Nicht nur in Bezug auf unser Finanzierungs geschäft und die Produkte der Berlin Hyp beschäftigen wir uns mit der Frage, wie wir dazu beitragen können, die Umwelt für morgen zu bewahren.

Wir wollen die ökologischen Auswirkungen unseres Geschäftsbetriebs grundsätzlich so gering halten, wie es für ein Unternehmen der Finanzbranche angemessen ist. Als eine der wichtigsten Herausforderungen unserer Zeit gilt der Klimawandel. Viele Folgen des globalen Wandels, wie Bevölkerungswachstum, Sicherheit der Energieversorgung, Verlust der biologischen Vielfalt und Knappheit von Trinkwasser und Nahrung, sind eng mit dem Klimawandel verbunden.

Die Berlin Hyp hat auf Basis dieser Überlegungen in einer Reihe von Richtlinien die klimarelevanten Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit geregelt:

- Die „Richtlinie zur nachhaltigen Immobilienfinanzierung“ beschreibt die Berücksichtigung energetisch relevanter Bewertungsstandards in der Immobilienbewertung und zeigt auf, wie energetische Sachverhalte in die Kreditvergabe einfließen können.
- In der Richtlinie „Betrieblicher Umweltschutz“ wird die Ermittlung und Optimierung der durch den Geschäftsbetrieb der Berlin Hyp verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen beschrieben.
- In der Richtlinie „Nachhaltigkeit für Lieferanten und Dienstleister“ werden energetische Sachverhalte in die Bewertung der Umweltleistung von Lieferanten mit einbezogen.
- In der Dienstreiseordnung wie auch der Dienstwagenordnung der Berlin Hyp wird eine CO<sub>2</sub>-reduzierende Reisegestaltung bzw. Dienstwagenwahl vorgegeben. Dieser Maßnahmengruppe

ist auch das Angebot des Arbeitgebers an die Mitarbeiter, ein Job-Ticket zu nutzen, zuzuordnen.

Der betriebliche Umweltschutz der Berlin Hyp gewährleistet eine sichere Einhaltung der relevanten umweltrechtlichen Vorschriften. Er leistet darüber hinaus Beiträge für den sorgsam Umgang mit natürlichen Ressourcen. Im jährlich fortgeschriebenen Umweltprogramm dokumentieren wir Maßnahmen zur Weiterentwicklung unserer Umweltleistung. Die formulierten Ziele sind messbar, zeitlich terminiert, und die für die Zielerreichung Verantwortlichen sind benannt.

Bezüglich unserer Umweltbilanz haben wir uns 2015 neue Ziele gesteckt: Am 25. November 2015 hat sich die Berlin Hyp schriftlich verpflichtet, ein „Umweltmanagementsystem“ einzuführen. Dieses soll Ende 2016 nach dem europäischen Standard „EMAS“ zertifiziert werden. EMAS steht für „Eco-Management and Audit Scheme“, einem von der Europäischen Gemeinschaft entwickelten Instrument für Unternehmen, die ihre Umweltleistung verbessern wollen. Als modernes umweltpolitisches Instrument setzt EMAS auf die freiwillige Teilnahme von Unternehmen und geht über die gesetzlichen Regelungen hinaus. Strukturen und Instrumente des Systems bieten eine hervorragende Basis, um der umfassenden unternehmerischen Verantwortung gerecht zu werden.

### Ermittlung der Umweltkennzahlen

Seit 2014 beschäftigen wir uns systematisch mit dem Ressourcenmanagement und erfassen unsere Verbrauchswerte mit Hilfe des VfU Berechnungstool für Umweltkennzahlen. Der Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. (VfU) ist ein Netzwerk von Finanzdienstleistern aus Deutschland, Österreich, Schweiz und Liechtenstein. Seit 1995 arbeiten der Verein und seine Mitglieder zu Themen des nachhaltigen Managements im Finanzsektor. Die VfU-Kennzahlen und das Tool sind ein weltweit anerkannter Standard für die Bilanzierung der betrieblichen Umweltkennzahlen bei Finanzinstituten und damit ein wichtiger Baustein im Umweltmanagement seiner Anwender.

Für das Geschäftsjahr 2014 wurden die erstmalig erhobenen Umweltkennzahlen nicht veröffentlicht, sondern ausschließlich den Rating-Agenturen zur Verfügung gestellt.

Für die Erfassung der VFU-Kennzahlen für 2015 wurde die Datei zur Erfassung und Berechnung der Kennzahlen in der Internationalen Fassung vom 16.11.2015 – Version 1.0 des Updates 2015 verwendet.

#### Energieeffizienz

Wir freuen uns, dass wir zum Vorjahr nicht nur den Stromverbrauch pro Mitarbeiter um acht Prozent auf 5.216 kWh senken konnten, sondern außerdem seit dem 1. Januar 2016 100 Prozent Ökostrom aus Wasserkraftwerken beziehen.

Der Papierverbrauch stieg erwartungsgemäß im Vergleich zum Vorjahr um sieben kg auf 36 kg pro Kopf. Maßgeblich verantwortlich dafür sind zahlreiche laufende Projekte innerhalb des Hauses sowie eine erhöhte Anzahl von Kundenanschriften aufgrund der Neupositionierung der Berlin Hyp als eigenständigem Immobilienfinanzierer innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe. Verwendet wurde für die Kundenmailings ausschließlich Papier von der UmweltDruckerei GmbH, gedruckt auf Recycling Circle Offset Premium White Papier (mit Euro Blume Siegel).

und Privatfahrten zur Verfügung. Während die Zahl der Dienstwagen im Berichtsjahr in Folge der Eröffnung eines neuen Standorts in Stuttgart und aufgrund der Ausstattung der Standorte mit je zwei Fahrzeugen für die ansässigen Wertermittler anstieg, wurde die Zahl der Poolfahrzeuge von fünf auf drei KFZ reduziert. Dabei gelten seit dem 2. Quartal 2016 für die Neuanschaffung von Dienstfahrzeugen restriktive CO<sub>2</sub>-Obergrenzen (z.B. 120 g/km in der oberen Mittelklasse). Neu angeschafft wurden drei Poolfahrzeuge für den Hauptstandort Berlin.

Auch die Scope 3-Emissionen aus Fernwärme erhöhten sich durch die oben bereits erwähnte Anpassung in der Erfassungstabelle des VfU um 60 t. Hinzu kamen die aus der erweiterten Fahrzeugflotte gestiegenen Emissionswerte (+89 t) sowie der erhöhte Papierverbrauch. Die gesunkenen Emissionswerte aus Strom- und Wasserverbrauch (-19 t) können diese Steigerung nicht kompensieren, so dass der CO<sub>2</sub>-Ausstoß Scope 3 insgesamt um 155 t, das heißt 31 Prozent im Berichtsjahr anstieg.

#### „Grünes Licht für die Berlin Hyp!“

... denn seit dem 1. Januar 2016 bezieht die Berlin Hyp 100 Prozent Ökostrom aus der Kraft des Wassers! Gar nicht so einfach: dem Wechsel vorausgegangen waren im vergangenen Jahr zunächst die Kündigung des bestehenden Vertrags und eine anschließende genaue Auswahl in Frage kommender Anbieter für Ökostrom. Dazu gab es auch Gespräche mit Experten.

Ökostrom kommt aus erneuerbaren Energiequellen wie Sonne, Wind, Wasser und einigen anderen. Seine Produktion ist sauber, weil bei ihr kein CO<sub>2</sub> entsteht, das die Atmosphäre verschmutzt und den Klimawandel begünstigt. So wird die Umwelt durch die Produktion von Ökostrom geschont. Darüber

hinaus wird aber auch der Ökostromanteil im Strom-Mix gesteigert, wodurch konventionelle Strom-Arten verdrängt werden. Und das fördert wiederum die Energiewende.

Die von E.ON für uns ab Januar bereitgestellte Strommenge wird zu 100 Prozent aus Wasserkraft gewonnen. Der Nachweis darüber erfolgt über Guarantees of Origin (GoO), die die Anforderungen an Herkunftsnachweise gemäß EU-Richtlinie 2009/28/EG erfüllen.

Trotzdem gilt: Der beste Ökostrom ist der Strom, der gar nicht verbraucht wird! Der sinnvolle Umgang mit Ressourcen steht für 2016 ganz oben auf der Agenda des Nachhaltigkeitsmanagements.

Die Scope 2-Emissionen erhöhten sich 2015 um insgesamt vier Prozent (62 t). Hintergrund ist kein gesteigener Verbrauch, sondern eine Anpassung des Umrechnungsfaktors für Fernwärme mit Standardmix in der VfU-Tabelle, die zu einem höheren Emissionswert führt. Die CO<sub>2</sub>-Einsparung Scope 2 aus Strom in Höhe von -90 t kompensiert einen Teil der rein formelbedingten Erhöhung von 152 t Scope 2 aus Fernwärme.

*„Ich finde das einen guten Schritt in die richtige Richtung, auch gerade in Hinblick auf die Aussage am Ende des Artikels, dass der sinnvolle Umgang mit Ressourcen im Vordergrund stehen soll.“*

BERNHARD LOH,  
RECHT

2015 lag der Verbrauch von Fernwärme pro Mitarbeiter bei 4.174 kWh. Er konnte im Vergleich zum Vorjahr um drei Prozent reduziert werden.

#### Ressourcenverbrauch

Der Pro-Kopf-Wasserverbrauch lag 2015 bei 12 m<sup>3</sup> 12.000 l. Das sind bei 224 Arbeitstagen in dem Jahr ca. 54 l am Tag. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Berlin Hyp keine eigene Kantine unterhält, da die Mitarbeiter an den zentral gelegenen Standorten eine breite Auswahl an externen Verpflegungsmöglichkeiten haben.

Als Büro-, sowie Kopierpapier verwenden wir ausschließlich FSC-zertifiziertes Papier. Auch die erhöhte Anzahl der gedruckten Geschäftsberichte in Deutsch und Englisch führte zu dem Anstieg. Ein im Berichtsjahr begonnenes Projekt zur „Digitalen Kreditakte“ wird zwar auch zunächst zum Papierverbrauch beigetragen haben, sollte sich aber ab 2016 im Gegensatz positiv auf den Ressourcenverbrauch auswirken. Das Gleiche gilt für den 2016 beschlossenen Verzicht auf gedruckte Exemplare des Geschäftsberichts.

#### CO<sub>2</sub>-Emissionen

Die Scope 1-Emissionen betragen für das Berichtsjahr insgesamt 303 t und haben sich damit um 23 Prozent erhöht. Insgesamt resultieren 301 t aus Dienstfahrten mit der eigenen Fahrzeugflotte. Der Wert wurde über die Kilometerstände der Fahrzeuge ermittelt, die einmal im Jahr abgefragt werden. Die Fahrzeugflotte besteht aus Dienstwagen und Poolfahrzeugen. Die Dienstwagen stehen für alle Dienst-







## Blühendes Engagement

In jedem Menschen steckt etwas, das der Gesellschaft nützlich sein kann. Deshalb engagieren wir uns für das Kinderhaus Berlin Mark-Brandenburg e.V. und Künstler im Rahmen der Kunstmesse POSITIONS Berlin®. Wir sorgen dafür, dass dieses Engagement auch weiterhin blüht – um gesellschaftliche Nachhaltigkeit zu bewirken.



# Gesellschaftliches Engagement

## Kinderhaus - Kleine wie große Helden

Unser gesellschaftliches Engagement ist ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur geworden: sowohl die Planung der Aktivitäten im Namen der Bank, als auch das Engagement der Mitarbeiter.

Unsere Kooperation mit dem Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e.V. zeichnet sich durch gegenseitigen Respekt und Vertrauen aus. Im Laufe der seit mehr als zehn Jahren bestehenden Zusammenarbeit ist ein Verhältnis entstanden, das sich positiv auf alle Aktivitäten auswirkt, wie z.B. die Starterwäschekörbe für die Jugendlichen, die aus dem Kinderhaus ausziehen und ihren ersten eigenen Haushalt gründen, die Schultütenpatenschaft für Erstklässler oder die Wunschkartenaktion, bei der unsere Mitarbeiter die Weihnachtswünsche der Kinder erfüllen.

Unsere Mitarbeiter sind mit Herz und Seele dabei. Im Kinderhaus wohnen viele kleine und große Helden, die jeden Tag ihr Leben meistern. Gerade in ihrem Leben muss Platz und Zeit für Abwechslung sein. Dafür sorgt das Kinderhaus mit einer jährlichen Herbstfahrt, an der ca. 300 Kinder und Jugendliche und 150 Erwachsene teilnehmen.

Für die Kinder ist die Herbstfahrt ein wichtiger Höhepunkt im Jahr. Sie sorgt immer langfristig für Gesprächsstoff und schweißt alle zusammen. Für die Organisatoren stellt die Fahrt sowohl eine finanzielle als auch eine logistische Herausforderung dar. Das Kinderhaus freute sich daher sehr über die Entscheidung unseres Vorstands, die Kosten für die Herbstfahrt 2015 komplett zu übernehmen. Die Fahrt ging Ende Oktober nach Gwениkow, am Ruppiner See in Brandenburg.

Unter dem diesjährigen Motto „Helden, die Geschichten schreiben“ sollten die Kinder der einzelnen Projektgruppen Szenen aus Büchern so darstellen, dass für alle erkennbar ist, um welchen Helden es geht. Helden für die Kinder waren zum Beispiel die Biene Maja, Spiderman, die drei ???, Ritter Rost, Harry Potter und viele andere mehr.

Außerdem haben die Kinder eine Heldentat aufgeschrieben, die sie erlebt haben: eine Begebenheit aus ihrem wirklichen Leben, die aber als fantastische Geschichte mit den Helden aus dem Buch beschrieben werden sollte. Aus diesen vielen Geschichten ist das „Heldenbuch“ des Kinderhauses entstanden.

Auszug aus dem Heldenbuch, eine Geschichte aus der Projektgruppe Karowline:

„Der älteste heißt Lucas und möchte gern der Anführer der Gruppe sein. Doch keiner der anderen gesteht ihm diese Rolle zu. Nikola ist der zweitälteste und steht in hoher Konkurrenz zu Lucas. Die beiden bestimmen das Klima der Gruppe. Der jüngste Junge heißt Dave. Er ist sehr klein und schlank. Dave möchte mit jedem befreundet sein und kann schwer mit Grenzen umgehen.

Unsere vier Mädchen sind Leonie, Angelina, Nele und Pia. Leonie ist zwar die älteste, aber dafür sehr klein. Man kann sie leicht unterschätzen. Sie weiß, was sie will und kann sich durchsetzen. Angelina ist die Anführerin von den Mädels. Sie ist sehr dominant und willensstark. Alle Mädels wollen mit ihr befreundet sein, doch sie entscheidet, mit wem sie spielt. Nele ist unser emotionalstes Kind. Sie ist immer auf der Suche nach Zuneigung. Und es fällt ihr schwer, den Tag zu überstehen, wenn sie diese nicht ausreichend bekommt. Unsere jüngste ist Pia. Sie ist die wahre Anführerin der Gruppe. Sie ist klein, süß und frech. Sie weiß ganz genau, was sie machen muss, um ihren Willen zu bekommen.

Alle sieben Kinder leben zusammen im Kinderhaus und haben dasselbe Problem: Sie müssen miteinander leben und auskommen, wollen dem anderen aber nichts zugestehen und schon gar nicht soll jemand bevorzugt werden. Jeder ist sich selbst der Nächste.

An einem Donnerstag begaben sich die Kinder auf eine Reise in die tiefen Wälder von Gadow. Sie kamen an eine große Schlucht, die sie nur auf einem Baumstamm überqueren konnten. Unter ihnen ein Fluss, der aus einer grünen dicken Flüssigkeit bestand. Der Stamm war an einigen Stellen schmaler und an anderen sehr rutschig. Nach und nach begaben sie sich auf den Stamm und versuchten mit Ruhe und innerlicher Aufregung, diesen zu überqueren. Lucas, Angelina und Niko schafften es hinüber, weil sie mutig genug waren. Die anderen vier Kinder waren schlauer und entdeckten einen geheimen Weg, wo sie ganz bequem auf die andere Seite kamen.

Und wieder war es der Gruppe nicht vergönnt, zusammen etwas zu schaffen. Sie liefen ihres Weges weiter und kamen bei einer verzauberten Burg vorbei. Alle stürmten hinein und bestiegen die geheimen Türme und erforschten die dunkelsten Ecken. Als sich nach einer Weile alle im Hauptsaal trafen, um den weiteren Weg zu besprechen, stellten sie fest, dass Dave verschwunden war. Keiner brauchte etwas zu sagen, alle wussten sofort, dass sie ihn suchen mussten. Lucas und Nikola übernahmen den oberen Teil, die Mädchen suchten unten und im äußeren Bereich.

Sie riefen seinen Namen und suchten jeden Winkel der Burg nach ihm ab. Lucas entdeckte als erster einen geheimen Weg. Er rief voller Aufregung alle Kinder zu sich und zeigte ihnen den dunklen Eingang. Gemeinsam gingen sie hindurch und kamen an einem kleinen Waldstück an, wo der Weg weiter in ein gigantisches Labyrinth führte. Wieder riefen alle seinen Namen. Dave antwortete und rief: „Ich bin hier drin und habe mich verlaufen.“ Sie konnten hören, dass Dave Angst hatte und weinte. Sie sagten ihm, dass er dort warten soll, wo er gerade steht, sie kommen rein und werden ihn holen.

Alle gingen gemeinsam hinein. Sie ermutigten sich mit Worten, das Labyrinth zu bewältigen, denn sie mussten Dave retten. Da alle zusammenhielten und jeder seine Idee einbringen konnte, schafften sie gemeinsam den Weg und fanden Dave. Dieser war überglücklich und freute sich sehr, als er die anderen sah. Zusammen schafften sie es, das Labyrinth zu verlassen und wieder gesund und munter im Schloss anzukommen. Nach diesem aufregenden Tag aßen sie gemeinsam Abendbrot und fielen alle zusammen sehr, sehr müde in ihre Betten.

**Und die Moral von der Geschichte!?**

**Zusammen ist man stärker und kann jedes Hindernis überwinden.“**







### Kinderhaus - Abc-Schützen

Unsere Mitarbeiter, die sich als Paten für ABC-Schützen an der diesjährigen Schultütenaktion beteiligt haben, sorgten dafür, dass die Schultüten zum ersehnten Highlight des Einschulungstages wurden.

Die Vorstellungen der Kinder in Bezug auf Motive und Befüllung wurden in Steckbriefform aufbereitet und frühzeitig verteilt. Ob einzelne Paten oder ganze Paten-Abteilungen, die Wünsche wurden sorgfältig abgearbeitet. Teilweise waren sie so individuell, dass Kreativität gefragt war. Wie im Fall eines Zwillingspaars, die sich beide den „Grüffelo“ als Thema ausgesucht hatten.

Rechtzeitig vor Schulbeginn wurden einer sichtlich gerührten Petra Kaufmann, stellvertretene Leiterin des Kinderhauses, elf großzügig gefüllte und liebevoll gepackte und gestaltete Schultüten für ihre Schützlinge überreicht. Die strahlenden Kinderaugen sind den Paten nicht entgangen: Petra Kaufmann hat, wie versprochen, Fotos der einzelnen Kinder mit ihren Tüten gemacht und den Paten übergeben.

### Die Berlin Hyp als Förderer der Kunst

2015 übernahm die Berlin Hyp im Rahmen der Initiative Lichtenberg Open ART (LOA Berlin) eine Kids-Patenschaft übernommen und damit erstmals die Kunstförderung mit ihrem Engagement im Kinderhaus verbinden können. LOA Berlin ist eine Kunst- und Bildungsinitiative der HOWOGE Wohnungsbaugesellschaft mbH mit dem Ziel, eine Urban-Art-Galerie quer durch den Bezirk Lichtenberg und Berlin zu schaffen. Neben den LOA Artists, die die großen Hauptfassaden der Hochhäuser der HOWOGE gestalten, fußt die Initiative auf den Säulen LOA Talents und LOA Kids. Kinder, Jugendliche und junge Talente erhalten hier die Möglichkeit, in ihrer eigenen Kreativität zu wachsen und individuelle Ideen zu verwirklichen.

Die Kids-Patenschaft der Berlin Hyp ermöglichte Kindern aus dem Kinderhaus einen dreitägigen Workshop. In dieser kreativen Zeit planten die jungen Talente gemeinsam mit drei Künstlern die Neugestaltung einer Wand im Eingangsbereich des Kinderhauses und setzten die Ideen auch um. Neben der Gestaltung der großen Wand, hatten die Kinder die Gelegenheit, kleine Leinwände für



sich selber zu bemalen. Hierzu hatten die Künstler Spraydosen und Schablonen mitgebracht. Die Begeisterung war riesig.

Weiterhin unterstützte die Berlin Hyp auch die POSITIONS Berlin®. Seit einigen Jahren vergeben wir gemeinsam einen Kunstpreis, mit dem junge Künstler und Absolventen von Hochschulen gefördert werden. Eine vierköpfige Jury aus verschiedenen Abteilungen der Bank, hatte es bei der großen Anzahl an Künstlern auf der Messe nicht leicht, sich für zwei Newcomer zu entscheiden. Die Preisträger 2015 waren Franziska Stünkel und Tessa Wolkenstorfer, deren Werke 2016 jeweils in einer Einzelausstellung in den Räumlichkeiten der Berlin Hyp ausgestellt werden, sowie Nina Hannah Kornatz und Wolfgang Ganter, die ihre Werke ebenfalls in der Berlin Hyp präsentieren werden.

Die Ausstellungen der Gewinner des Vorjahres, Angelika Arend und Olrik Kohlhoff, wurden 2015 in gleicher Weise einem breiten Publikum zugänglich gemacht und waren ein großer Erfolg.



Preisverleihung POSITIONS: v. l. Nicole Hanke, Franziska Stünkel, Kristian Jarmuschek, Wolfgang Ganter, Nicole Herbst (Tessa Wolkenstorfer und Nina Hannah Kornatz sind abwesend)





## Ausgereifte Fakten

Nachhaltigkeit ist nachweisbar: mit Zahlen, Daten und Fakten der Berlin Hyp. Überzeugen Sie sich selbst und erfahren Sie in Personal- und Umweltkennzahlen, wie und wo nachhaltiges Handeln der Berlin Hyp fruchtet. Auch unser Nachhaltigkeitsprogramm und unser Fortschrittsbericht zeugen von ausgereifter Nachhaltigkeit.

# Personalkennzahlen

## Personalkennzahlen

Stichtag 31.12.2015

	Gesamt	Davon Frauen	Davon Männer
<b>Mitarbeiterentwicklung &amp; Struktur</b>			
Anzahl der Mitarbeiter (ohne Vorstände & Generalbevollmächtigten, Leiharbeitnehmer)	576	292	284
Davon in Berlin	530		
Davon in den deutschen Geschäftsstellen	35		
Davon in Polen	4		
Davon in Frankreich	3		
Davon in den Niederlanden	4		
Darin enthalten befristete Verträge (ohne Dual Studierende/Trainees/Werkstudenten/Praktikanten)	9		
Darin enthalten Dual Studierende/Trainees*	11		
Darin enthalten Werkstudenten/Praktikanten*	6		
Vollzeit	447	180	267
Teilzeit	129	112	17
Tariflich Beschäftigte	232	150	82
Außertariflich Beschäftigte	344	142	202
Fluktuationsquote (inkl. Vorruhestand)**	1,80 %		
Durchschnittsalter in Jahren**	45,1		
Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in Jahren**	16,1		
Anteil Arbeitnehmer mit Behinderung**	7,53 %		
Zuzüglich Leiharbeitnehmer	5		
<b>Oberste Leitungsgremien</b>			
Anzahl Vorstandsmitglieder (inkl. Generalbevollmächtigten)	4	0	4
Anzahl Aufsichtsratsmitglieder	15	1	14
<b>Anteil Frauen in Führungspositionen</b>			
Anteil Frauen/gesamte Leitung**	28,00 %		
Anteil Frauen/Bereichsleitung**	21,43 %		
Anteil Frauen/Abteilungsleitung**	26,00 %		
Anteil Frauen/Teamleitung**	45,45 %		
<b>Mitarbeiterqualifizierung</b>			
Fortbildungstage	2.354,06		
Durchschnittliches Fortbildungsbudget pro Mitarbeiter	1.362,10		
<b>Unfälle/Krankheiten</b>			
Anzahl Unfälle	5		
Ausfalltage gesamt	67		
Längster unfallbedingter Ausfall in Tagen	20		
Krankenquote gesamt	6,18 %		
Krankenquote Dauerkranke	1,58 %		

\* bei Ausbildungsverträgen handelt es sich immer um befristete Verträge

\*\* berechnet auf das Stammpersonal (ohne VO/GenBev/Ausbildung)

### Gesellschaftlich/Soziale Leistungsindikatoren Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

#### Managementansatz

Ein solides Fundament ist die Voraussetzung jeder Immobilie. Das Gleiche gilt für Unternehmen und ihre Mitarbeiter. Das hohe Engagement und die Kompetenz der Mitarbeiter der Berlin Hyp AG begründen den wirtschaftlichen Erfolg und die stabile Entwicklung unseres Unternehmens. Ob fachliche Qualifizierung oder Entwicklung der persönlichen Kompetenzen, wir unterstützen und fördern die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter kontinuierlich.

#### Beschäftigung

##### Gesamtbelegschaft nach Beschäftigungsart, Arbeitsvertrag und Region

Die Berlin Hyp beschäftigte zum 31. Dezember 2015 576 Mitarbeiter (Vorjahr: 544 Mitarbeiter), von denen 50,7 Prozent weiblich waren. Die Teilzeitquote betrug 22,4 Prozent. Von den 292 Mitarbeiterinnen und den 284 Mitarbeitern waren 129 in Teilzeit und 447 in Vollzeit beschäftigt. 98 Prozent der Mitarbeiter waren in Deutschland angestellt.

#### Mitarbeiterfluktuation

Die Fluktuationsquote betrug im Jahr 2015 1,8 Prozent.

#### Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten und nicht Mitarbeitern mit einem befristeten Arbeitsvertrag oder Teilzeitkräften gewährt werden (GRI-Zusatzindikator)

Alle betrieblichen Sozialleistungen stehen Festangestellten wie auch Teilzeitkräften und befristeten Mitarbeitern zur Verfügung.

#### Arbeitnehmer-/Arbeitgeberverhältnis

##### Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen

Die Anzahl der Tarifangestellten betrug im Jahr 2015 mehr als 40 Prozent.

#### Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen

Im Falle wesentlicher betrieblicher Veränderungen würde die Berlin Hyp alle Mitteilungsfristen wie sie sich aus dem Arbeitsrecht und dem Mitbestimmungsgesetz ergeben einhalten. Wesentliche betriebliche Veränderungen wären auch Gegenstand der Abstimmungen zwischen Unternehmensleitung und Betriebsrat.

#### Grundzüge des Vergütungssystems für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats

Das Vergütungssystem des Vorstands und des Aufsichtsrats wird in einem gesonderten Vergütungsbericht als Teil des Lageberichts veröffentlicht. Zudem wird im Anhang eine individualisierte Aufschlüsselung der Bezüge der Vorstands- und Aufsichtsratsmitglieder vorgenommen, entsprechend den Vorgaben des DCGK aufgeteilt nach fixen und variablen Bestandteilen.

Unsere Vergütungssysteme sind darauf ausgerichtet, negativen Anreizen und Interessenkollisionen entgegenzuwirken. Insbesondere durch die Vereinbarung individueller jährlicher Ziele wird das Risikoverhalten der Mitarbeiter auf die Strategie der Berlin Hyp ausgerichtet. Bei der Ausgestaltung der Vergütungssysteme wurden die Anforderungen der Institutsvergütungsverordnung entsprechend berücksichtigt.

#### Betriebliche Altersversorgung

Das Thema betriebliche Altersversorgung ist angesichts der Entwicklungen bei der gesetzlichen Rentenversicherung ein „Dauerbrenner“, da sie als eine Säule der Altersversorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt. Neben anderen zusätzlichen Leistungen des Arbeitgebers ist die Altersvorsorge ein wichtiger Baustein. In der Berlin Hyp gibt es aus der Historie heraus mehrere verschiedene betriebliche Versorgungssysteme, die Leistungen bei Alter, Invalidität und Tod zusagen.

#### Arbeitsschutz

##### Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, der in Arbeitsschutzausschüssen vertreten wird (GRI-Zusatzindikator)

Alle Arbeitnehmer der Berlin Hyp werden durch den Arbeitsschutzausschuss (ASA) vertreten.

#### Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie Summe der arbeitsbedingten Todesfälle

2015 gab es fünf Unfälle mit insgesamt 67 Ausfalltagen. Der längste unfallbedingte Einzelausfall betrug 20 Tage. Die Krankenquote betrug 6,18 Prozent und die Krankenquote der Dauerkranken betrug 1,58 Prozent. Es kam – wie schon seit Jahren – nicht zu arbeitsbedingten Todesfällen.



**Schulungen, Beratungsangebote, Vorsorge- und Risikokontrollprogramme für Mitarbeiter und ihre Familien in Bezug auf ernste Krankheiten**

Ernste Krankheiten sind durch die bei der Berlin Hyp erforderlichen Tätigkeiten grundsätzlich nicht zu befürchten. Sollten solche Erkrankungen wider Erwarten doch auftreten, erfolgt eine Betreuung durch das betriebliche Gesundheitsmanagement. Dieses ist auf verschiedene Handlungsfelder ausgerichtet ist und verfolgt das Ziel, Mitarbeiter durch Überwindung von Arbeitsunfähigkeit und Vorbeugung erneuter Arbeitsunfähigkeit, Erhalt und Förderung der Arbeitsfähigkeit und der Fitness gesund und arbeitsfähig zu halten.

**Arbeitsschutzthemen, die in förmlichen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden (GRI-Zusatzindikator)**

Alle Arbeitsschutzthemen werden im Einvernehmen mit dem Betriebsrat gehandhabt.

**Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten (GRI-Zusatzindikator)**

100 Prozent der Mitarbeiter erhalten jährlich eine Leistungsbeurteilung und einen Entwicklungsplan.

**Vielfalt und Chancengleichheit**

**Zusammensetzung der Belegschaft nach Kategorie hinsichtlich Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und anderen Indikatoren für Vielfalt**

Über die Relation männlich/weiblich und die Altersstruktur hinaus wird dieser Indikator derzeit nicht berichtet.

**Verhältnis des Grundgehalts für Männer zum Grundgehalt für Frauen nach Mitarbeiterkategorie**

Das Gehalt der Tarifangestellten wird gemäß des Tarifvertrags der privaten Banken festgelegt. Da die darauf basierende Stellenbewertung unabhängig vom Stelleninhaber erfolgt, wird unabhängig vom Geschlecht für gleiche Aufgaben auch gleich vergütet. Das gleiche gilt für die außertariflichen Mitarbeiter bei vergleichbaren Tätigkeiten.

**Menschenrechte Managementansatz**

Die Berlin Hyp legt die Anerkennung der Menschenrechte ihrem unternehmerischen Handeln immer zu Grunde.

**Investitions- und Beschaffungspraktiken**

**Wesentliche Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden**

Investitionsvereinbarungen, die Menschenrechte berühren, sind nicht Bestandteil der Geschäftstätigkeit der Berlin Hyp.

**Wesentliche Zulieferer und Auftragnehmer, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden**

Die Berlin Hyp hat im Berichtsjahr mit einer Modernisierung ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten in Bezug auf Lieferanten und Dienstleister begonnen. Teil der Aktivitäten ist die Erweiterung der bisherigen Maßnahmen zu Nachhaltigkeit im Lieferantenmanagement um einen systematischen Befragungs- und Überwachungsprozess. Darüber hinaus stammen die Lieferanten der Berlin Hyp ganz überwiegend aus Deutschland und unterliegen den nationalen gesetzlichen Vorgaben auch in Bezug auf Menschenrechte. Sollten bei einem Lieferanten Menschenrechtsverletzungen bekannt werden, würden wir die Geschäftsverbindung beenden.

**Gleichbehandlung**

**Vorfälle von Diskriminierung**

Im Berichtsjahr kam es zu keinen Vorfällen von Diskriminierung.

**Vereinigungsfreiheit**

**Geschäftstätigkeiten, bei denen die Vereinigungsfreiheit oder das Recht zu Kollektivverhandlungen erheblich gefährdet sein könnten und Maßnahmen zu deren Schutz**

Für die Berlin Hyp aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit nicht relevant.

**Kinderarbeit**

**Geschäftstätigkeiten, bei denen ein erhebliches Risiko auf Kinderarbeit besteht und Maßnahmen zur Abschaffung von Kinderarbeit**

Für die Berlin Hyp aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit nicht relevant.

**Zwangs und Pflichtarbeit**

**Geschäftstätigkeiten, bei denen ein erhebliches Risiko auf Zwangsarbeit besteht und Maßnahmen zur Abschaffung von Zwangsarbeit**

Für die Berlin Hyp aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit nicht relevant.

**Gesellschaft**

**Managementansatz**

Die Abteilung Compliance der Berlin Hyp AG wirkt darauf hin, dass sich alle Mitarbeiter den Compliance-Grundsätzen entsprechend verhalten. Die Befolgung der Compliance-Grundsätze ist für alle Mitarbeiter verbindlich. Jeder Einzelne ist im Rahmen seiner Aufgabenstellung dafür verantwortlich, die relevanten rechtlichen Anforderungen und die unternehmensspezifischen Verhaltensanforderungen und Anweisungen zu kennen und einzuhalten. Führungskräfte sind verpflichtet mit gutem Beispiel voranzugehen und erster Ratgeber bei allen Fragen, Hinweisen und Bedenken zu integrem Verhalten und Handeln zu sein.

Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, Compliance vertraulich über den Verdacht von Unregelmäßigkeiten zu informieren. Kein Hinweisgeber muss Nachteile befürchten. Dies gilt selbst dann, wenn sich die Mitteilung als unbegründet erweisen sollte.

**Gemeinwesen**

**Art, Umfang und Wirksamkeit von Programmen und Verfahrensweisen, die die Auswirkungen von Geschäftstätigkeiten auf das Gemeinwesen bewerten und regeln**

Eine Wertschöpfungsanalyse aufgrund der Geschäftstätigkeit der Berlin Hyp erfolgt aktuell noch nicht.

**Zugang zu dünn besiedelten oder wirtschaftlich benachteiligten Regionen**

Für die Berlin Hyp aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit nicht relevant.

**Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu Finanzdienstleistungen für benachteiligte Personengruppen**

Für die Berlin Hyp aufgrund ihrer Geschäftstätigkeit nicht relevant.

**Korruption**

**Geschäftseinheiten, die auf Korruptionsrisiken hin untersucht wurden**

Präventive Analysen und Maßnahmen, insbesondere eine ausführliche Compliance-Policy, zur Verhinderung von Korruptionsrisiken existieren bzw. erfolgen in allen Geschäftseinheiten durch Compliance und Interne Revision auch im Rahmen von deren regelmäßigen Überprüfungen.

**Prozentsatz der Angestellten, die in der Antikorruptionspolitik und den Antikorruptionsverfahren der Organisation geschult wurden**

Alle Mitarbeiter (100Prozent) der Berlin Hyp müssen regelmäßig an einer Online Schulung zu Compliance teilnehmen, in der das Korruptionsrisiko ausführlich behandelt wird.

**In Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen**

Im Berichtsjahr gab es keine Korruptionsvorfälle.

**Politik**

**Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying**

Die Berlin Hyp beteiligt sich an der politischen Willensbildung ausschließlich über ihr Engagement in Branchenverbänden.

**Zuwendungen an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen (GRI-Zusatzindikator)**

Gemäß den Compliance-Regelungen der Berlin Hyp sind Spenden an politische Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen verboten.

**Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung (GRI-Zusatzindikator)**

Keine.

**Wesentliche Bußgelder (Geldwert) und Anzahl nicht-monetärer Strafen wegen Verstoßes gegen Rechtsvorschriften**

Keine.

## Kennzahlen Betriebsökologie und Beschaffung

Energieverbrauch	2013		2014		2015		Veränderung gesamt	in %
Stromverbrauch in MWh	3.085	-173	2.912	-153	2.759	-326	-11	
Fernwärme für Raunheizung, Raumlufttechnik und Warmwasser in MWh	3.383	-1.178	2.205	3	2.208	-1.175	-35	
Dieseltreibstoff für Notstromaggregate in Liter (2013 2, ab 2014 3 Notstromaggregate)	600	380	980	-260	720	120	20	

Papierverbrauch in kg	2013		2014		2015		Veränderung gesamt	in %
Kopierpapier	13.120	2.380	15.500	3.500	19.000	5.880	45	
Drucksachen	n.a.		969	669	1.638	669	69	

Wasserverbrauch in m <sup>3</sup>	2013		2014		2015		Veränderung gesamt	in %
Trinkwasser	11.241	-4.438	6.803	-393	6.410	-4.831	-43	

Abfall in kg	2013		2014		2015		Veränderung gesamt	in %
Gemischter Siedlungsabfall	53.900	3.330	57.230	15.248	72.478	18.578	34	
Altpapier/Hausmüll	21.750	-9.424	12.326	-1.890	10.436	-11.314	-52	
Altpapier/Datenschutztonne	64.200	-60.112	4.088	0	4.088	-60.112	-94	
Altmetall	500	0	500	0	500	0	0	
EDV-Schrott	1.000	0	1.000	70	1.070	70	7	
<b>Abfall gesamt</b>	<b>141.350</b>	<b>-66.206</b>	<b>75.144</b>	<b>13.428</b>	<b>88.572</b>	<b>-52.778</b>	<b>-104</b>	

CO <sub>2</sub> in t	2014		Veränderung	2015		in %
Scope 1 - direkte Treibhausgas-Emissionen	247	56	303	23		
Scope 2 - indirekte Treibhausgas-Emissionen	1.602	-22	1.580	-1		
Scope 3 - Treibhausgas-Emissionen der Lieferkette	493	145	638	29		
<b>Abfall gesamt</b>	<b>2.342</b>	<b>179</b>	<b>2.521</b>			

CO <sub>2</sub> in t	Scope 1		Scope 2		Scope 3	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Strom			1.420	1.330	167	159
Heizung		2	182	334	35	95
Verkehr	247	301			233	322
Papier					21	26
Wasser					6	5
Abfall					31	41
Kühl- und Löschmittel						
<b>Gesamt</b>	<b>247</b>	<b>303</b>	<b>1.602</b>	<b>1.664</b>	<b>493</b>	<b>648</b>
Veränderung nominal	56		62		155	
Veränderung in %	23 %		4 %		31 %	

CO <sub>2</sub> in kg pro Kopf	Scope 1		Scope 2		Scope 3	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Strom			2.773,44	2.514,18	326,17	300,57
Heizung		3,78	355,47	631,38	68,36	179,58
Verkehr	449,09	529,93			423,64	566,90
Papier					41,02	49,15
Wasser					11,72	9,45
Abfall					60,55	77,50
Kühl- und Löschmittel						
<b>Gesamt</b>	<b>449,09</b>	<b>533,71</b>	<b>3.128,91</b>	<b>3.145,56</b>	<b>931,45</b>	<b>1.183,16</b>
Veränderung nominal	84,62		16,65		251,71	
Veränderung in %	19 %		0,53 %		27,02 %	



# Nachhaltigkeitsprogramm und Fortschrittsbericht

Unser Nachhaltigkeitsprogramm gehört zu den wesentlichen Instrumenten unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Dieses gibt einen klaren Überblick über unsere Maßnahmen.

In den regelmäßig stattfindenden Sitzungen unseres Arbeitskreises Nachhaltigkeit kontrollieren wir den Status der einzelnen Maßnahmen und berichten an den Vorstand weiter.

Erledigte Maßnahmen 2015	Maßnahmen
NH-Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neues Widget für NH-Themen im Intranet</li> <li>• NH-Woche, Diversity, Brillenaktion, Fahrradaktionstag, Mitarbeiter-Infomarkt</li> <li>• Befragung von Geschäftspartnern zum Thema Nachhaltigkeit</li> <li>• NH-Kommunikationsfahrplan (extern)</li> </ul>
Ökologie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wechsel zu „grünem Strom“ nach Überprüfung der aktuellen Verträge</li> <li>• Einführung von Poolfahrrädern</li> <li>• Aufnahme einer NH-Anlage zu den Dienstleisterverträgen</li> <li>• Berücksichtigung Öko-Zertifikate im IT-Bereich (Hardware)</li> </ul>
Ökonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AA Produkt Grüner Pfandbrief zur Berücksichtigung von NH-Aspekten in der Immobilienfinanzierung</li> <li>• Berücksichtigung von NH-Aspekten im Fragenkatalog Kreditbereich</li> <li>• Erweiterung der „Richtlinie zur nachhaltigen Immobilienfinanzierung“ (u.a. Auswahl/Erfassung Engagements mit Zertifizierung)</li> <li>• Nachhaltigkeitsfilter Depot A</li> <li>• Bewerbung immobilienmanager-Award 2016, Kategorie Nachhaltigkeit („Grüner Pfandbrief“)</li> </ul>
Soziales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einführung „Sozialer Tag“</li> <li>• Fortsetzung Kooperation Fürstenberg-Institut (Employee-Assistance-Program)</li> <li>• Schaffung von Instrumenten zur gleichberechtigten Teilhabe von Frauen und Männern in Führungspositionen der 2. und 3. Ebene</li> <li>• Fahrradaktionstag im Rahmen der NH-Woche; Aufruf an die Mitarbeiter, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu kommen</li> <li>• Interaktive Vortragsveranstaltung „Diversity-Wo lebe ich meine Vorurteile“ mit Kurzvortrag und Diskussion /Ext. Referent/NH-Woche</li> <li>• LOA-Lichtenberg-Open-Art/ Künstler machen mit Kindern des Kinderhauses ein Projekt</li> <li>• Finanzielle Unterstützung der Herbstfahrt 2015 Kinderhaus</li> <li>• „Schultüten-Projekt“ Kinderhaus</li> <li>• Fortsetzung der „Wunschkartenaktion“ Kinderhaus</li> <li>• Richtlinie zu Spenden- und Sponsoring/Lobbyismus</li> <li>• Förderung von jungen Künstler in Zusammenarbeit mit der „POSITIONS Berlin“</li> </ul>

Neue Maßnahmen 2016	Maßnahmen	Terminvorgabe
NH-Management	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NH-Bericht 2015 (nach G4)</li> <li>• Stakeholderbefragung - Wesentlichkeitsanalyse</li> <li>• Nachhaltigkeitswoche/ -tage für Mitarbeiter</li> <li>• Impulsseminar für alle Mitarbeiter</li> <li>• Vorbereitung NH-Bericht 2016 (Layout und Texte)</li> </ul>	<p>30.06.2016</p> <p>30.09.2016</p> <p>30.11.2016</p> <p>15.10.2016</p> <p>31.12.2016</p>
Ökologie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erneute Überprüfung der aktuellen Verträge Entsorgung ggf. Anpassung</li> <li>• Zielquote für neue Dienstleister, die die Vertragsanlage Nachhaltigkeit unterschrieben haben 60 %</li> <li>• Einführung eines „Umweltmanagementsystems“</li> <li>• Herabsetzung der CO<sub>2</sub>-Grenze für Dienstwagen auf 120g/km für alle Fahrzeuge, Incentivierung bei der Auswahl von Hybridfahrzeugen (AA Dienstwagen für VO und Mitarbeiter)</li> <li>• Schulungen/Sensibilisierungen aller Mitarbeiter aufgrund EMAS-Anforderungen</li> </ul>	<p>31.12.2016</p> <p>30.06.2016</p> <p>31.12.2016</p> <p>31.12.2016</p> <p>31.12.2016</p>
Ökonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtprozesskoordination Green Building Finanzierungen und Green Bond Refinanzierungen</li> <li>• Festlegung von Kriterien zur Einstufung einer Finanzierung als Green Bond-fähig</li> <li>• Erstellung Dokumentation zu finanzierten Green Buildings</li> <li>• Erweiterung der „Richtlinie zur nachhaltigen Immobilienfinanzierung“ (u.a. Auswahl/Erfassung Engagements mit Zertifizierung) aufgrund EMAS-Anforderungen</li> <li>• quartalsweise Überprüfung „Blacklist“ für Depot A sowie des aktuellen Bestandes</li> <li>• „Blacklist“ für Kredit inkl. quartalsweise Überprüfung</li> <li>• Entwicklung eines bankinternen Standards bzw. eines Rahmenwerks für grüne Finanzierungen</li> </ul>	<p>31.12.2016</p> <p>31.08.2016</p> <p>31.12.2016</p> <p>31.10.2016</p> <p>31.12.2016</p> <p>31.12.2016</p> <p>31.07.2016</p>
Soziales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenfassung unserer Grundsätze und Werte aus bestehenden Richtlinien in einen Code of Conduct</li> <li>• Mitwirken einer Gruppe von Mitarbeitern an der Herbstfahrt des Kinderhauses für einen Tag</li> <li>• Gemeinsames CSR-Projekt der ZIA-Mitgliedsunternehmen</li> </ul>	<p>31.05.2016</p> <p>31.10.2016</p> <p>31.12.2016</p>

## Engagement in Institutionen

Die Mitarbeiter der Berlin Hyp bringen ihre Erfahrungen und ihr Fachwissen regelmäßig in einer Reihe von Institutionen ein. Dadurch stellt die Berlin Hyp gleichzeitig auch sicher, dass sich das Unternehmen an den aktuellsten Branchenstandards orientiert – inklusive den Standards zu Nachhaltigkeit.

- Appraisal Institute
- BFW Bundesverband Freier Immobilien- und Wohnungsunternehmen e.V.
- CBRE Financial Council
- Deutscher Sparkassen- und Giroverband
- DV Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V.
- DVFA Deutsche Vereinigung für Finanzanalyse und Asset Management
- GIF Gesellschaft für Immobilienforschung e.V.
- Green Bond Principles der ICMA International Capital Market Association
- HypZert
- RICS Royal Institution of Chartered Surveyors
- ULI Urban Land Institute
- vdp Verband Deutscher Pfandbriefbanken
- ZIA Zentraler Immobilien Ausschuss

Damit unsere Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand zu Nachhaltigkeitsthemen sind, nehmen wir auch an den Treffen unterschiedlicher Nachhaltigkeits-Arbeitskreise und Ausschüsse teil. Dazu gehören u.a.: Ausschuss Nachhaltigkeit und Energie, Arbeitskreis der Nachhaltigkeitsbeauftragten, Arbeitskreis CSR des **ZIA**, sowie Arbeitskreis Nachhaltigkeitsberichterstattung des **DSGV**.

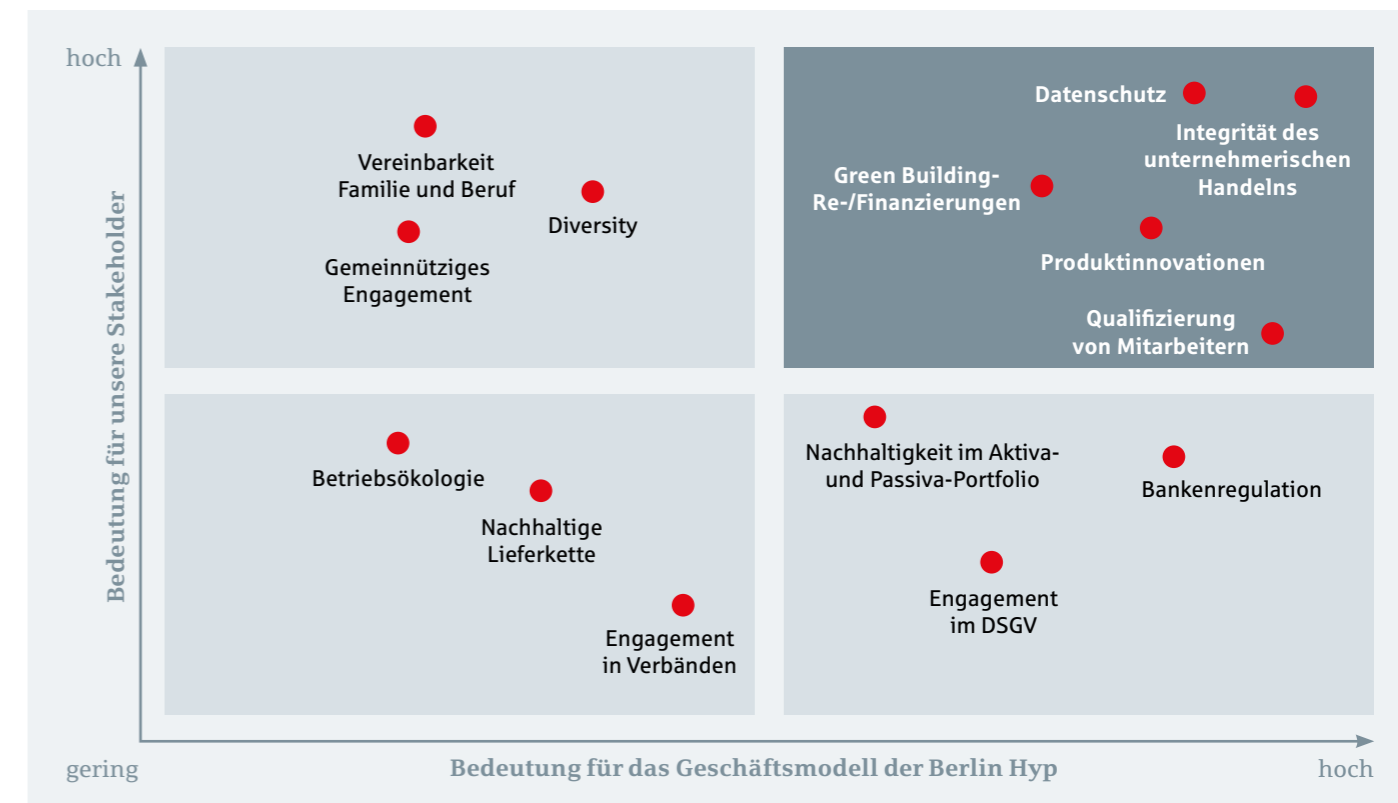
Unser wirtschaftlicher Erfolg soll nachhaltig, also mit einer langfristigen Perspektive, sein. Damit übernehmen wir eine über das Gesetzliche hinausgehende Verantwortung gegenüber Eigentümern, Kunden, Mitarbeitern und der Gesellschaft. Diese Haltung dokumentieren wir auch durch die Anerkennung der zehn Prinzipien des **Global Compact der Vereinten Nationen** zu Menschenrechten, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Anti-Korruption.



## Wesentlichkeitsmatrix

Mit unseren externen und internen Stakeholdern pflegen wir einen konstruktiven und offenen Austausch. Dabei profitieren wir von dem Wissen und dem Erfahrungsschatz. Wir treffen uns mit ihnen zum Beispiel zu Einzelgesprächen, Konferenzen und in eigenen Veranstaltungen. Im Berichtszeitraum haben wir zudem eine Kunden- sowie eine Mitarbeiterbefragung durchgeführt, die auch unsere Maßnahmenplanung maßgeblich beeinflusst.

Die Abbildung der Wesentlichkeitsmatrix zeigt eine Bewertung der Relevanz von Nachhaltigkeitsthemen sowohl aus Stakeholder- als auch Unternehmensperspektive. Die in der Übersicht genannten Themen stellen wir dementsprechend im Bericht heraus.





## Ratings

	Social Rating	C	„Prime“
	Environmental Rating	C	„Prime“
	Gesamtrating	C	„Prime“
	Öffentliche Pfandbriefe	A	„very positive“
	Hypothekendarlehen	CCC	„neutral“
	Unbesicherte Anleihen	CCC	„neutral“
	Social	76 von 100	„Outperformer“
	Environment	56 von 100	„Average Performer“
	Governance	55 von 100	„Average Performer“
	Gesamtrating	63 von 100	„Average Performer“



## GRI G4 Content Index

Dieser Text entspricht den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) in der Version G4.

Er wurde in Übereinstimmung mit der Option „Kern“ erstellt.



Allgemeine Standardangaben	Seite	Auslassungen
<b>Strategie und Analyse</b>		
G4-1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	5	
<b>Organisationsprofil</b>		
G4-3 Name des Unternehmens	8	
G4-4 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	16-21	
G4-5 Hauptsitz des Unternehmens	8	
G4-6 Länder, in denen das Unternehmen schwerpunktmäßig operiert	8	
G4-7 Rechtsform und Eigentümerstruktur	8-9	
G4-8 Wesentliche Märkte	8-9, 16-21	
G4-9 Größe des Unternehmens	8-11	
G4-10 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen, Geschlecht und Regionen	40	
G4-11 Anteil Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen	41	
G4-12 Beschreibung der Lieferkette	28-29	
G4-13 Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum	2	
G4-14 Umsetzung des Vorsorgeansatzes oder Vorsorgeprinzips	28-29	
G4-15 Unterstützung externer Initiativen	48	
G4-16 Mitgliedschaften	48	
<b>Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>		
G5-17 Liste der konsolidierten Unternehmen	9	
G4-18 Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung des Aspekts und Umsetzung der Berichterstattungsgrundsätze zur Festlegung der Berichtsinhalte	49	
G4-19 Wesentliche Aspekte, die im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte ermittelt wurden	49	
G4-20 Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens	49	
G4-21 Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens	49	
G4-22 Auswirkung/Gründe jeder Neudarstellung einer Information aus früheren Berichten	-	
G4-23 Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen	49	
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>		
G4-24 Einbezogene Stakeholder-Gruppen	9	
G4-25 Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der eingebundenen Stakeholder	49	
G4-26 Ansatz für den Stakeholder-Dialog einschließlich der Häufigkeit der Einbindung nach Art und Gruppen	11, 49	
G4-27 Wichtigste Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder in den Bericht aufgenommen wurden	49	

### Allgemeine Standardangaben

	Seite	Auslassungen
<b>Berichtsprofil</b>		
G4-28 Berichtszeitraum	2	
G4-29 Datum des letzten Berichts	2	
G4-30 Berichtszyklus	2	
G4-31 Kontaktstelle für Fragen bezüglich des Berichts oder seiner Inhalte	54	
G4-32 Gewählte „In Übereinstimmung“-Option, Core oder Comprehensive	2	
G4-33 Prüfung des Berichts	-	
<b>Unternehmensführung</b>		
G4-34 Führungsstruktur	9	
<b>Ethik und Integrität</b>		
G4-56 Werte, Grundsätze, Verhaltensstandards, -normen	11-13, 20-21, 24-31, 34-37	

### Spezifische Standardangaben

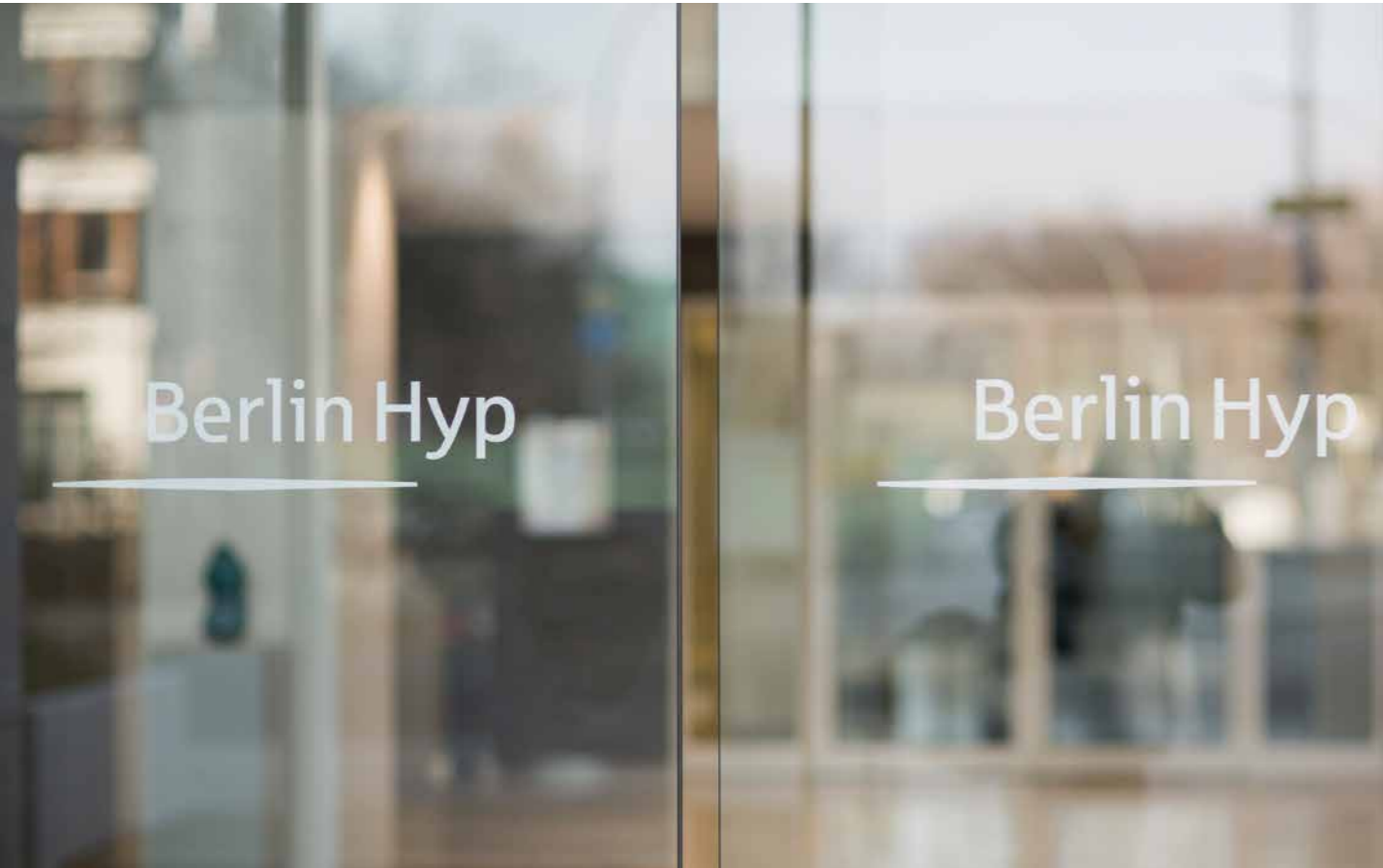
	Seite	Auslassungen
<b>Ökonomie</b>		
Aspekt: Wirtschaftliche Leistung – Managementansatz	16-21	
G4-EC1 Erwirtschafteter und verteilter Wert	9-11, 20-21	
G4-EC3 Deckung der Verpflichtungen aus leistungsorientiertem Pensionsplan	41, GB	
G4-EC4 Finanzielle Unterstützung durch Regierungen	-	
Aspekt: Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen – Managementansatz	19-21, 28	
G4 EC8 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	18-21	
Aspekt: Beschaffung	28	
<b>Ökologie</b>		
Aspekt: Energie – Managementansatz	29	
G4-EN3 Energieverbrauch innerhalb des Unternehmens	30-31	
G4-EN4 Energieverbrauch außerhalb des Unternehmens	20, 21, 28-31	
G4-EN6 Reduzierung Energieverbrauch	30-31, 46-47	
Aspekt: Emissionen – Managementansatz	29	
G4-EN15 Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	30, 45	
G4-EN16 Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)	31, 45	
G4-EN17 Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)	31, 45	
Aspekt: Produkte und Dienstleistungen – Managementansatz	17-21	
G4-EN27 Verringerung der Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	19-21	
Aspekt: Compliance	13, 43	
Aspekt: Transport – Managementansatz	29	

### Spezifische Standardangaben

	Seite	Auslassungen
<b>Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen</b>		
Aspekt: Beschäftigung – Managementansatz	41	
G4-LA1 Neueinstellungen und Mitarbeiterfluktuation	40-41	
G4-LA2 Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte	41	
Aspekt: Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnis – Managementansatz	41	
G4-LA4 Mitteilungsfristen bzgl. wesentlicher betrieblicher Veränderungen	41	
Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz – Managementansatz	25, 27, 41-42	
G4-LA6 Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie Summe der arbeitsbedingten Todesfälle	41	
G4-LA7 Arbeitnehmer mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung	-	
Aspekt Aus- und Weiterbildung – Managementansatz	24-26	
G4-LA9 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	40	
G4-LA10 Programme zum dauerhaften Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit	24, GB 87-88	
G4-LA11 Anteil der Mitarbeiter mit regelmäßiger Leistungsbeurteilung und Karriereplanung	42	
Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit – Managementansatz	42	
G4-LA12 Zusammensetzung der Kontrollorgane und der Mitarbeiter nach Diversitätsaspekten	40	
Aspekt: Gleicher Lohn für Frauen und Männer – Managementansatz	42	
<b>Menschenrechte</b>		
Aspekt: Gleichbehandlung – Managementansatz	26, 46-48	
G4-HR3 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	42	
Aspekt: Lieferantenbewertung bzgl. Menschenrechte – Managementansatz	28-29	
G4-HR11 Wesentliche Auswirkungen auf Menschenrechte in der Lieferkette	28-29	
<b>Gesellschaft</b>		
Aspekt: Korruptionsbekämpfung – Managementansatz	13, 43	
G4-SO3 Anteil der auf Korruptionsrisiken überprüften Geschäftsstandorte und ermittelte Risiken	43	
G4-SO4 Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	43	
G4-SO5 Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	43	
Aspekt: Compliance – Managementansatz	43	
G4-SO8 Bußgelder und Sanktionen wegen Gesetzesverstößen	43	
<b>Produktverantwortung</b>		
Aspekt: Schutz der Privatsphäre des Kunden – Managementansatz	43, GB 86	
G4-PR8 Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf Datenschutz und Verletzung der Privatsphäre	-	
Aspekt: Compliance	13, 43	
G4-PR9 Wesentliche Bußgelder bzgl. Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	-	



## Ansprechpartner



Berlin Hyp AG  
Ralf Behnke  
Nachhaltigkeitsbeauftragter  
Budapester Straße 1  
10787 Berlin  
T +49 30 2599 9350  
F +49 30 2599 998 9350  
[www.berlinhyp.de](http://www.berlinhyp.de)

Wichtige Unternehmensnachrichten können  
Sie unmittelbar nach Veröffentlichung unter  
[www.berlinhyp.de](http://www.berlinhyp.de) abrufen.

Eine Anmerkung zum Gebrauch der männlichen  
Form von Personen in unserem Geschäftsbericht:  
Um eine leichtere Lesbarkeit zu ermöglichen,  
wird – wie überwiegend üblich – oft nur die  
männliche Form verwendet, wobei selbstver-  
ständlich auch Frauen einbezogen sind.

## Impressum

### Herausgeber

Berlin Hyp AG  
Kommunikation und Strategie  
Budapester Straße 1  
10787 Berlin

### Konzeption und Gestaltung

#### Layout und Satz

zielgruppe kreativ  
Gesellschaft für Marketing  
und Kommunikation mbH  
Friedenstraße 8  
12489 Berlin

### Fotografie

weerapat1003 (Titel- und Rückseite, Seite 6, 14,  
22, 32, 38); Dirk Mathesius (Seite 4, 18, 19, 20,  
28, 31 links, 54); Berlin Hyp (Seite 17, 24, 27, 31  
rechts, 34, 36, 37); Masterfile (Seite 21); Ptrouche  
(Seite 35)

