

Nachhaltigkeitsbericht 2017





Schätzte Damen und Herren,

die Postbank blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 zurück. Wir haben mit der Postbank Management Agenda viel geschafft: Wir haben unsere neuen Kontomodelle für Privat- und Geschäftskunden mit Erfolg eingeführt und die Wertpapieroffensive mit sehr guter Kundenresonanz gestartet. Gleichzeitig haben wir unser Vertriebsmodell neu strukturiert. So haben wir inzwischen 29 Großfilialen eröffnet, in denen wir den Kundinnen und Kunden unsere gesamte Leistungspalette unter einem Dach anbieten.

Die zahlreichen Fortschritte sind der Verdienst unserer engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und das Resultat ihrer harten und professionellen Arbeit. Ihre Leistung ist umso höher zu bewerten, als 2017 mit strategischen Veränderungen für uns alle ein besonderes und in einem weiterhin widrigen Marktumfeld herausforderndes Jahr war. Umso mehr freue ich mich, dass bei der Mitarbeiterbefragung 2017 die Identifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit der Postbank und ihrem Leitbild nochmals zugenommen hat.

Auch bei der Digitalisierung sind wir gut vorangekommen, wie Sie in diesem Bericht an verschiedenen Stellen lesen können. Neben der digitalen Kontoeröffnung ist es seit Mitte 2017 möglich, einen Ratenkredit vollständig digital innerhalb weniger Minuten vom Sofa aus abzuschließen. Durch digitale Prozesse ersparen wir unseren Kundinnen und Kunden nicht nur unnötige Wege und Zeit, wir entlasten die Umwelt auch von CO₂-intensiven Transporten und Tonnen an gedrucktem Papier.

In diesem Bericht haben wir viele Beispiele zusammengetragen, wie wir im vergangenen Jahr unseren Teil dazu beigetragen haben, dass die Ziele der Agenda 2030 der Vereinten Nationen erreicht werden können. Wir sind zuversichtlich, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind, die Zukunft der Postbank im Sinne aller Anspruchsgruppen erfolgreich gestalten zu können.

Als Unterzeichner des UN Global Compact fühlen wir uns dessen zehn Prinzipien verpflichtet und legen hiermit unseren Fortschrittsbericht vor. Wir wollen Ihnen in diesem Bericht einen Einblick geben, wie wir unsere unternehmerische Verantwortung im Jahr 2017 wahrgenommen haben und wie wir den Ansprüchen unserer Stakeholder gerecht geworden sind. Wir laden Sie ein, sich von unserer Weiterentwicklung selbst zu überzeugen, und freuen uns auf Ihre Rückmeldung.

Mit freundlichen Grüßen
Ihr



Frank Strauß
Vorstandsvorsitzender, Deutsche Postbank AG



Inhalt

Vorwort	3
Inhalt	4
Einleitung	6
Unternehmensporträt	6
Nachhaltigkeitsleitbild	7
Nachhaltigkeitsmanagement	8
Stakeholder-Dialog	10
Analyse wesentlicher Themen	13
Corporate Responsibility Programm	17
Nachhaltigkeit im Bankgeschäft	22
Kundinnen und Kunden	23
Kundenbeirat	23
Kundenorientierung und Verbraucherschutz	25
Demografischer Wandel	30
Produkte	33
Soziale Produkte und Dienstleistungen	33
Ökologische Produkte und Dienstleistungen	35
Unternehmen	38
Unternehmensentwicklung	38
Unternehmensführung	42
Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage	48
Compliance und Geldwäscherschutz	50
Datenschutz und Informationssicherheit	52
Soziale Nachhaltigkeit	56
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	57
Personalmanagement	57
Aus- und Weiterbildung	62
Leben und Arbeiten	70
Gesundheit	73
Vielfalt, Integration und Wertschätzung	76
Gesellschaft	78
Soziales Engagement	78
Studium	85
Spenden	86

Ökologische Nachhaltigkeit	88
Umweltmanagementsystem	89
Umweltleitlinie	89
Zertifizierung nach ISO 14001	90
Energiemanagement-System nach ISO 50001	90
Energie- und Umweltziele	91
Umweltfreundliche Bürogebäude	94
Green IT	97
Umweltbilanz	102
Anhang	106
Über diesen Bericht	107
Leitlinien	108
Initiativen und Mitgliedschaften	110
Fortschrittsbericht nach UN Global Compact	111
GRI Content Index	112
Glossar	115
Der Postbank Konzern in Zahlen	121
Impressum	122

Mehr Info:
hier klicken!

Diese Schaltfläche führt zu weiteren
Informationen im Internet

102-1



Diese Symbole verweisen auf den GRI Content
Index auf den Seiten 112–114.

Unternehmensporträt | Die Postbank Gruppe (Deutsche Postbank AG mit Tochtergesellschaften, im Folgenden „Postbank“) ist mit einer Bilanzsumme von 145 Milliarden EUR und 17.441 Beschäftigten (FTE) einer der großen Finanzdienstleister Deutschlands. Ihr Schwerpunkt ist das Geschäft mit Privatkunden sowie kleinen und mittelständischen Unternehmen. Geld- und Kapitalmarktaktivitäten ergänzen das Profil der Bank.

Die Marken der Postbank



Hauptmarke. Führende Bank für Privatkunden, Geschäfts- und Firmenkunden



Produzentenmarke für Bausparen und Baufinanzierung



Produzentenmarke für Immobilienfinanzierung, Kredite – für Privatkunden und Absatzfinanzierung

Über 3.000 mobile Berater und Makler unterstützen ihre Kunden vor allem bei der Baufinanzierung und Altersvorsorge.

Im Online- und Telefon-Banking nimmt die Postbank eine Spitzenposition in Deutschland ein. Rund 9 Millionen Kundenkonten sind zum Online-Banking freigeschaltet, über 9 Millionen Konten verfügen über einen Zugang zum Telefon-Banking.

Geschäfts- und Firmenkunden

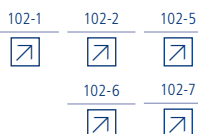
Rund 300.000 Unternehmen in Deutschland sind Kunden der Postbank. Im Bereich Geschäftskunden betreut die Bank Selbstständige, Freiberufler, Gewerbetreibende, Vereine und Wohnungseigentümergeinschaften. Sie bietet ihnen einfache und attraktive Lösungen an, die die wesentlichen Bedürfnisse zu Zahlungsverkehr, Finanzierung, Geldanlage und Vorsorge abdecken.

Im Geschäft mit ihren Firmenkunden stützt die Postbank sich auf ihre Kernkompetenzen. Sie bietet Lösungen rund um den Zahlungsverkehr, gewerbliche Immobilienfinanzierung, klassische Unternehmensfinanzierungen für den Mittelstand, Factoring und Leasing sowie Anlagemanagement. Die PB Firmenkunden AG, ein Unternehmen der Postbank Gruppe, betreut die Firmenkunden der Postbank persönlich und telefonisch. (Stand: 31.12.2017)

Privatkunden

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

Die Postbank ist für ihre Kundinnen und Kunden bequem erreichbar, in der Filiale, online oder per Telefon. Sie verfügt über das dichteste Filialnetz einer Bank in Deutschland. In ihren eigenen rund 1.000 Filialen bietet sie neben umfangreichen Finanzdienstleistungen auch Postdienstleistungen an. Hinzu kommen rund 4.300 Partnerfilialen der Deutschen Post, in denen ausgewählte Finanzdienstleistungen der Postbank erhältlich sind, sowie 700 Beratungszentren der Postbank Finanzberatung.



Nachhaltigkeitsleitbild | Die Postbank hat ihr Nachhaltigkeitskonzept auf die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen gegründet. Als Unterzeichner hat sie sich verpflichtet, die Prinzipien der UN-Initiative für unternehmerische Verantwortung aktiv zu unterstützen und in die Praxis umzusetzen. Die Postbank verpflichtet sich, in ihrem Verantwortungsbereich dazu beizutragen, dass die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (SDG) umgesetzt werden.

Die Grundlinien unseres Verständnisses von unternehmerischer Verantwortung haben wir 2011 in unserem Nachhaltigkeitsleitbild formuliert. Es folgt dem international gebräuchlichen ESG-Konzept. Es differenziert nach Umweltthemen (Environment), sozialen Themen (Social) und Themen der Unternehmensführung (Governance, Nachhaltigkeit im Bankgeschäft).

2015 haben die Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen 17 Sustainable Development Goals (SDG) verabschiedet, um eine globale Transformation hin zu einer gerechteren und nachhaltigeren Gesellschaft einzuleiten. Die Postbank will in ihrem Verantwortungsbereich zur Erreichung dieser Ziele beitragen. Wir machen das sichtbar, indem wir in diesem Bericht SDG-Piktogramme verwenden, wo wir in unserem Handeln einen Beitrag zur Verwirklichung der SDG sehen.

Nachhaltigkeitsleitbild



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

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

Unserem Leitbild fühlen wir uns als eine der größten Privatkundenbanken Deutschlands verpflichtet. «

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Diese Symbole verweisen auf die nachhaltigen Entwicklungsziele der Vereinten Nationen.

Nachhaltigkeitsmanagement | *Die Postbank geht sorgsam mit sozialen, ökologischen und ökonomischen Ressourcen um. Damit leistet sie einen Beitrag zu einer lebenswerten Zukunft für kommende Generationen. Ökologische und soziale Risiken begrenzt sie durch ein aktives Nachhaltigkeitsmanagement, das sie kontinuierlich weiterentwickelt. Sie begreift nachhaltiges Handeln als Chance zur Verbesserung ihrer Position im Wettbewerb.*

Organisation

Die Postbank hat ihr 2009 gestartetes Umweltmanagementsystem zu einem umfassenden Nachhaltigkeitsmanagementsystem ausgebaut. Sie setzt sich Ziele nicht nur für Umwelt- und Klimaschutz, sondern auch für ihr soziales und ökonomisches Handeln und überprüft deren Einhaltung. Im Vordergrund steht dabei die Nachhaltigkeit ihres Kerngeschäftes, flankiert von Zielen zur sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit. Mit Hilfe des Nachhaltigkeitsmanagements sorgt die Bank dafür, dass ihre Nachhaltigkeitsstrategie für das Geschäftsverhalten jeder Mitarbeiterin und jedes Mitarbeiters Orientierung bietet und ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategien und täglichen Geschäftsentscheidungen wird.

Das Nachhaltigkeitsmanagementsystem der Postbank erfüllt die Anforderungen der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 und wird regelmäßig durch eine externe, anerkannte Zertifizierungsgesellschaft geprüft und zertifiziert.

2016 hat die Postbank zusätzlich ein zertifiziertes Energiemanagementsystem nach ISO 50001 errichtet. Sie trägt damit der besonderen Bedeutung Rechnung, die der Energieverbrauch für den Klimaschutz spielt.

Die Funktion „Nachhaltigkeit“ ist dem Ressort „Vorstandsvorsitz“ zugeordnet. Der Vorstandsvorsitzende ernennt den Nachhaltigkeitsbeauftragten, der für die

operative Umsetzung und Steuerung aller nachhaltigkeitsrelevanten Themen verantwortlich ist.

Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit

Das „Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit“ ist für die ressort- und standortübergreifende nachhaltige Entwicklung des Unternehmens zuständig. Es wird vom Nachhaltigkeitsbeauftragten geleitet und setzt sich aus dem Energiemanagementbeauftragten, den Energie- und Umweltbeauftragten der Standorte und den Umweltbeauftragten der Ressorts zusammen.

- **Nachhaltigkeitsbeauftragter**
Der Nachhaltigkeitsbeauftragte fungiert zugleich als Umweltmanagementbeauftragter (UMB) nach ISO 14001. Er hat fachliche Weisungskompetenz gegenüber den Umweltbeauftragten und den internen Auditoren in Bezug auf das Umweltmanagementsystem.
- **Energiemanagementbeauftragter**
Der Energiemanagementbeauftragte ist verantwortlich für die Entwicklung, Etablierung, Pflege und Umsetzung des Energiemanagementsystems (EMS) nach ISO 50001. Er hat seinen Sitz im Bereich Corporate Real Estate Management und berichtet an den Vorstand des Ressorts IT/Operations.



- **Umwelt- und Energiebeauftragte**

Im Kompetenzzentrum für Nachhaltigkeit ist jeweils ein Repräsentant (Umweltbeauftragter) jedes Ressorts und jedes Großstandorts vertreten. In den Ressorts fungieren die Umweltbeauftragten zugleich als Ansprechpartner für Fragen der sozialen und ökonomischen Nachhaltigkeit. In den Standorten sind die Umweltbeauftragten zugleich die Energiebeauftragten. Dadurch wird die operative Umsetzung und Kontrolle von nachhaltigkeitsbezogenen Maßnahmen im ganzen Unternehmen sichergestellt. Der stetige Informations- und Ideenaustausch untereinander gewährleistet eine kontinuierliche Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagementsystems.



Interne Auditierung des Standorts Hameln. September 2017

- **Interne Umweltauditoren**

Speziell geschulte Mitglieder des Kompetenzzentrums für Nachhaltigkeit nehmen zusätzlich die Aufgaben von internen Auditoren wahr. Sie sind unter Leitung des Nachhaltigkeitsbeauftragten für die Durchführung und Auswertung von internen Audits zum Umweltmanagementsystem zuständig und werden unter Berücksichtigung ihrer Unabhängigkeit für die Prüfungen eingesetzt. Die internen Auditoren prüfen u. a. die Einhaltung ökologischer Standards und die Umsetzung eingeleiteter Maßnahmen.



Umweltkomitee. Bonn, Oktober 2017

- **Umweltkomitees**

Die Sitzungen der Umweltkomitees dienen den Umwelt- und Energiebeauftragten als gemeinsame direkte Kommunikationsplattform. Innerhalb der Komitees werden interdisziplinäre bzw. operative Aufgaben wahrgenommen und entschieden.

Stakeholder-Dialog | *Die Postbank pflegt den Austausch mit ihren Stakeholdern. Sie nutzt den Ideenreichtum ihrer Kunden und Mitarbeiter/-innen zur Verbesserung ihres Angebots. In der Auseinandersetzung mit differierenden Ansprüchen erleichtert ein etablierter Dialog das gegenseitige Verständnis und die Suche nach Kompromissen. Daraus ergeben sich Chancen zur nachhaltigen Weiterentwicklung der Bank.*

Wir richten unser Engagement gleichermaßen auf unsere Kunden, unsere Beschäftigten, unsere Eigentümer und die Gesellschaft aus.

Für **unsere Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden** sind wir ein fairer, einfacher und qualitätsbewusster Partner. Wir bieten eine einzigartige Kombination aus Nähe und digitaler Welt für jedermann.

Für **unsere Mitarbeiter/-innen** sind wir ein attraktiver Arbeitgeber mit einer wertschätzenden und partnerschaftlichen Kultur. Wir führen als Vorbilder aktiv, klar und direkt und entwickeln unsere Mitarbeiter/-innen weiter.



Für **unsere Eigentümer** schaffen wir nachhaltig Wert durch profitables Wachstum im deutschen Heimatmarkt. Wir sind ein gut vernetzter Teil der Deutsche Bank Gruppe mit eigenständiger, starker Identität.

Innerhalb der Gesellschaft verhalten wir uns verantwortungsvoll und bringen uns als Bank mit unserem persönlichen Einsatz ein.



Stakeholder-Gruppen

Die wichtigsten Stakeholder der Postbank sind

- Kundinnen und Kunden
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Eigentümerin
- öffentliche Institutionen und Behörden
- Nichtregierungsorganisationen
- Gesellschaft

Im Dialog mit diesen Gruppen überprüft die Postbank kritisch ihre Geschäftstätigkeit. Ihr Ziel ist eine breite gesellschaftliche Legitimation für ihr Handeln.

Dialogformen

• Kundenbeirat

Der Kundenbeirat hat die Aufgabe, die Services und Produkte der Postbank kritisch zu beobachten, Anregungen für Verbesserungen zu geben und neue Angebote mitzuentwickeln. Auf diese Weise kann die Kundenperspektive entscheidend dazu beitragen, dass Produkte und Dienstleistungen der Postbank stetig besser, verständlicher und unkomplizierter werden und damit die Kundenerlebnisqualität steigt.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Kundenbeirat“.

• Kundenbefragung

Die Postbank befragt ihre Kundinnen und Kunden regelmäßig zur Zufriedenheit mit den Services und Produkten der Bank sowie zur Markenbekanntheit und Markenperformance. Ferner wird die Bindung der Kunden an das Unternehmen Postbank ermittelt. Zur Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse für diesen Bericht hat die Postbank ihre Kundinnen und Kunden im November und Dezember 2017 erneut befragt, wie wichtig ihnen das soziale, ökologische und ökonomisch nachhaltige Engagement ihrer Bank ist.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Analyse wesentlicher Themen“.

• Beschwerdemanagement

Die Postbank betrachtet Kundenbeschwerden als Chance. Durch professionelles Beschwerdemanagement versucht sie, auch diejenigen Kundinnen und Kunden von ihrer Leistung zu überzeugen, die im ersten Schritt nicht zufrieden waren. Darüber hinaus gewinnt die Bank durch das Beschwerdemanagement wertvolle Informationen darüber, was sie an ihren Produkten und Dienstleistungen verbessern kann, um die Zufriedenheit ihrer Kunden zu steigern.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Kundenorientierung und Verbraucherschutz“.

• Social Media

Auf Social-Media-Plattformen wie Facebook und Twitter pflegt die Postbank einen aktiven Dialog mit Kunden und Nichtkunden. Dabei steht der Service im Vordergrund. Das Social-Media-Team der Bank beantwortet auf direktem Weg Fragen, bietet Hilfestellungen an und gibt Tipps und Informationen.



www.facebook.com/postbank



www.twitter.com/postbank

• Kundenzeitschriften, eMagazine und Newsletter

In verschiedenen Kundenmedien informiert die Postbank zu Finanzthemen und Produkten. Beispiele dafür sind die Zeitschrift „Wohnen“ und der dazugehörige Newsletter. Für Geschäfts- und Firmenkunden gibt es das eMagazin „Perspektiven“. Hinzu kommen Newsletter für Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden.

• Postbank Dialog

Der Vorstandsvorsitzende, die Vorstände und die Geschäftsfeldverantwortlichen besuchen regelmäßig die Standorte der Bank. Der regelmäßige Dialog mit den Beschäftigten ist mittlerweile ein fest institutionalisiertes Steuerungsinstrument.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Unternehmensführung“.





Townhall-Meeting. Bonn, März 2017

- **Mitarbeiterbefragung**

Die Postbank befragt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jährlich zur Identifikation mit ihrem Unternehmen, zur Zufriedenheit mit ihren Arbeitsbedingungen und zum Verhalten ihrer Vorgesetzten. Mit 71 % war die Beteiligungsquote 2017 so hoch wie noch nie.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Personalmanagement“.

- **Ideenmanagement**

Die Ideen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden in einem systematischen Prozess gesammelt, bewertet und prämiert. Viele Produkte und Geschäftsprozesse konnten so bereits verbessert werden. Durch das Ideenmanagement kann jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter an der Verbesserung seines Arbeitsbereichs und der Bank insgesamt

mitwirken. Die Kreativität ihrer Beschäftigten ist für die Postbank eine wertvolle Ressource.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Unternehmensführung“.

- **Hinweisgebersystem**

Beschäftigte sollen mutmaßliche Verstöße gegen Gesetze, Regelungen, Vorschriften oder interne Richtlinien melden – gegebenenfalls auch anonym. Zur Risikofrüherkennung und Missstandsbekämpfung bietet die Abteilung Konzernsicherheit verschiedene interne Kommunikationswege an. Das innerbetriebliche Hinweisgebersystem dient Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zur Meldung von Anhaltspunkten und sichert vertrauliche und – wenn gewünscht – anonyme Behandlung zu.

- **Mitarbeit in Organisationen und Initiativen**

Die Postbank hat sich mehreren Organisationen und Initiativen angeschlossen, die der nachhaltigen Entwicklung von Finanzdienstleistungen dienen. Beispiele dafür sind der Arbeitskreis Nachhaltigkeit im Bankenverband (BdB) und der Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU). Für die Postbank sind diese Institutionen wichtige Foren zum Austausch von Ideen und Erfahrungen.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Initiativen und Mitgliedschaften“.

- **nachhaltigkeit@postbank.de**

Um den Kontakt zu ihren Stakeholdern und zu Interessenten an Themen der nachhaltigen Unternehmensführung zu erleichtern, hat das Nachhaltigkeits-Team der Postbank **nachhaltigkeit@postbank.de** als zentrale E-Mail-Adresse eingerichtet.

nachhaltigkeit@postbank.de



Analyse wesentlicher Themen | *Die Postbank bewertet wesentliche, nicht finanzielle Themenfelder in einem strukturierten Prozess. Damit will sie eine quantitativ angemessene und qualitativ hochwertige Berichterstattung gewährleisten, die den unterschiedlichen thematischen Interessen ihrer Stakeholder gerecht wird. Sie will gesellschaftliche und ökologische Risiken verringern und Chancen zur nachhaltigen Entwicklung ihres Geschäftes wahrnehmen.*

Zur Erstellung des vorliegenden Berichtes hat die Postbank eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Die Analyse dient der Identifikation und Bewertung relevanter, nicht finanzieller Themen, die von den Stakeholdern an die Postbank herangetragen worden sind. Darüber hinaus wurden Felder ökonomischer, ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit herausgearbeitet, die für die Postbank selbst von großer Bedeutung sind oder in Zukunft sein werden. Ziel war es, eine quantitativ angemessene und qualitativ hochwertige Berichterstattung sowie eine adäquate Behandlung aller spezifischen Themen zu gewährleisten.

Als Grundlage der Analyse diente der nachfolgend beschriebene Prozess.

Ermittlung relevanter Themenfelder

Zunächst hat die Postbank unter Einbeziehung ihrer Anspruchsgruppen alle relevanten Themen zusammengetragen, die theoretisch zur Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts infrage kommen. Quellen der Themenliste waren die bereits praktizierten Formen des Stakeholder-Dialogs, die jedoch zum Zweck einer genaueren Analyse in einigen Punkten erweitert wurden.

Das kontinuierliche Kundenbindungstracking im Privatkundensegment wird seit 2014 einmal jährlich um Themen zum sozialen, ökologischen und ökonomischen Engagement der Bank erweitert. Aus den Ergebnissen können wir ableiten, wie wichtig unseren Kundinnen und Kunden unternehmerische Verantwortung bei der

Wahl ihrer Bankverbindung ist. Nachdem 2016 ökologische und soziale Aspekte bei den befragten Kunden gegenüber dem Vorjahr an Bedeutung verloren hatten, sind die Werte 2017 im Trend wieder gestiegen: 70 % der Befragten (2016: 63 %) finden es wichtig oder sehr wichtig, dass ihre Bank ein fairer und verantwortungsbewusster Arbeitgeber ist. 51 % (2016: 40 %) erwarten, dass ihre Bank den Geschäftsbetrieb umweltbewusst/klimaneutral gestaltet. 48 % (2016: 36 %) wollen, dass ihre Bank auch Produkte anbietet, die den Umwelt- und Klimaschutz unterstützen. Ebenfalls 48 % (2016: 36 %) finden es wichtig, dass ihre Bank sich für soziale und gesellschaftliche Projekte engagiert. Und 43 % (2016: 35 %) erwarten von ihrer Bank auch Produkte, die soziale oder gesellschaftliche Projekte unterstützen. Wir sehen in den gestiegenen Werten einen Ansporn, auch künftig unsere Geschäftstätigkeit ökologisch und sozial verantwortungsbewusst zu gestalten.

Die Mitarbeiterbefragung 2017 enthielt neben Themen wie Unternehmensbindung auch Fragen zum Leitbild der Postbank. Die Identifikation mit dem Leitbild hat sich gegenüber dem Vorjahr um einen Prozentpunkt auf 66 % verbessert.

Weitere Informationen zur Mitarbeiterbefragung 2017, siehe Kapitel „Personalmanagement“.

Die so ermittelten Anliegen und Themen wurden den Bereichen „Nachhaltigkeit im Bankgeschäft“, „Soziale Nachhaltigkeit“ und „Ökologische Nachhaltigkeit“ zugeordnet und priorisiert.



Priorisierung und Bewertung

Die Bewertung der gesammelten Themen nach Relevanz und Wesentlichkeit für die Berichterstattung erfolgte in zwei Stufen. In einem ersten Schritt wurden die Antworten nach der Häufigkeit ihrer Nennung bzw. der prozentualen Höhe der Zustimmungswerte geordnet. Anschließend wurden die so priorisierten Themen in einem kleinen Expertenteam der Postbank diskutiert und mit den für die Bank als wesentlich erachteten Themen abgeglichen. Dabei haben sich gegenüber dem Vorjahr keine Änderungen ergeben. Als Schnittmenge ergibt sich die nachfolgend abgebildete Wesentlichkeitsmatrix.

Kontrolle

Die Postbank versteht Nachhaltigkeit als einen kontinuierlichen Entwicklungsprozess. Dementsprechend werden die in diesem Nachhaltigkeitsbericht aufgenommenen wesentlichen Themen bei der Erstellung des nächsten Nachhaltigkeitsberichts einer erneuten Überprüfung unterzogen.



Abgrenzung der ermittelten wesentlichen Handlungsfelder

	Thema	Beschreibung	Auswirkung	Betroffene Stakeholder	Weiterführende Informationen
Bank-geschäft	Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit	Ausrichtung des Mitarbeiter/-innen-Handelns stets mit Blick auf die Kundin/den Kunden, Fokussierung auf das Kundenwohl	intern/extern	Kunden, Mitarbeiter/-innen	Kapitel Kundinnen und Kunden: Kundenbeirat, Kundenorientierung und Verbraucherschutz, demografischer Wandel; Kapitel Unternehmen: Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage, Datenschutz und Informationssicherheit
Sozial	Fairer und verantwortungsbewusster Arbeitgeber	Respektvoller Umgang mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, angemessene Vergütung, Sozialleistungen	intern/extern	(zukünftige) Mitarbeiter/-innen	Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Informationen über Vergütungssysteme, Leben und Arbeiten, Gesundheit, Vielfalt, Integration und Wertschätzung
	Identifikation der Beschäftigten mit der Postbank	Hohe Leistungsbereitschaft über das erforderte Maß, Achtung und Umsetzung des Postbank Leitbildes	intern	Mitarbeiter/-innen	Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Mitarbeiterbefragung
	Schaffung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen	Fortsetzung der bestehenden Ausbildungsberufe, Schaffung neuer Ausbildungsplätze, Einstellung neuer Mitarbeiter/-innen	intern/extern	(zukünftige) Mitarbeiter/-innen	Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Personalmanagement, Daten und Fakten, Kennzahlen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Aus- und Weiterbildung
	Produktangebote, die soziale/gesellschaftliche Projekte unterstützen	Verkauf von Produkten in den Filialen der Postbank mit sozialem/gesellschaftlichem Mehrwert	intern/extern	Kunden, Nichtregierungsorganisationen, Gesellschaft	Kapitel Gesellschaft: Spenden; Kapitel Produkte: nachhaltige Produkte
	Mitarbeiterentwicklung	Aus- und Weiterbildung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern	intern/extern	(zukünftige) Mitarbeiter/-innen	Kapitel Personalmanagement: Aus- und Weiterbildung
	Soziale Einrichtungen fördern	Unterstützung sozialer Einrichtungen durch finanzielle und nicht-finanzielle Hilfe	intern/extern	Kunden, Nichtregierungsorganisationen, Gesellschaft	Kapitel Gesellschaft: soziales Engagement, Bildung, Spenden
	Kultur, Sport, Bildung fördern	Bereitstellung von Spielgeräten und Lernmaterialien, Unterstützung von Hochschulen, Unterstützung von Schulen und anderen Kindereinrichtungen	intern/extern	Kunden, Nichtregierungsorganisationen, Gesellschaft	Kapitel Gesellschaft: soziales Engagement, Bildung, Spenden
Öko-logisch	Berücksichtigung von Klima und Umwelt bei Produkten und Geschäftsbetrieb	Verringerung Energieverbrauch und CO ₂ -Ausstoß, sorgsamer Umgang mit Ressourcen, Offenlegung ökologisch-relevanter Daten, Einhaltung gesetzlicher Vorschriften	intern/extern	Kunden, Mitarbeiter/-innen, Nichtregierungsorganisationen	Kapitel Ökologische Nachhaltigkeit; Kapitel Produkte: Ökologische Produkte und Dienstleistungen


Chancen und Risiken

Studien belegen: Unternehmen, die ihre sozialen und ökologischen Chancen und Risiken kennen und managen, haben im Wettbewerb langfristig Vorteile. Sie sind weniger anfällig für Skandale und sie sind widerstandsfähiger gegenüber externen

Schocks. Sie sind stabiler, weil sie von der Bevölkerung und ihrer eigenen Belegschaft akzeptiert werden. Diese Erkenntnis liegt auch der Darstellung dieses Berichts zugrunde. Die folgende Übersicht zeigt, wo wir unsere wesentlichen Risiken und Chancen im ökologischen und sozialen Zusammenhang sehen.

Chancen und Risiken				
	Thema	Chancen	Risiken	Weiterführende Informationen
Bank-geschäft	Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit	Erfolgreiche Geschäftsentwicklung; hohe Kundenbindung, Weiterempfehlung	Abwanderung; Reputationsrisiken; Compliance-Mängel	Kapitel Kundinnen und Kunden: Kundenbeirat, Kundenorientierung und Verbraucherschutz, demografischer Wandel; Kapitel Unternehmen: Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage, Datenschutz und Informationssicherheit
Sozial	Fairer und verantwortungsbewusster Arbeitgeber	Motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter; hohe Leistungsbereitschaft; Treue zum Unternehmen	Erhöhte Fluktuation; Rekrutierungsprobleme; erhöhter Krankenstand	Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Informationen über Vergütungssysteme, Leben und Arbeiten, Gesundheit, Vielfalt, Integration und Wertschätzung
	Identifikation der Beschäftigten mit der Postbank	Gutes Betriebsklima; Weiterempfehlung des Arbeitgebers; Bindung von Know-how	Innere Kündigung, verringerte Leistungsbereitschaft	Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Mitarbeiterbefragung
	Schaffung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen	Attraktivität als Arbeitgeber; Dynamik durch Vielfalt	Mangel an Fach- und Führungskräften; Überalterung der Belegschaft; schwindende Innovationskraft	Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Personalmanagement, Daten und Fakten, Kennzahlen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Aus- und Weiterbildung
	Produktangebote, die soziale/gesellschaftliche Projekte unterstützen	Bindung sozial engagierter Kunden; Imagegewinn; Cross-Selling	Abwanderung zu Spezialanbietern	Kapitel Gesellschaft: Spenden; Kapitel Produkte: nachhaltige Produkte
	Mitarbeiterentwicklung	Talente erkennen, fördern und binden	Verlust talentierter, leistungsbereiter Mitarbeiter/-innen	Kapitel Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Personalmanagement, Aus- und Weiterbildung
	Soziale Einrichtungen fördern	Steigerung der Reputation	Verlust gesellschaftlicher Akzeptanz	Kapitel Gesellschaft: soziales Engagement, Bildung, Spenden
	Kultur, Sport, Bildung fördern	Steigerung der Reputation	Verlust gesellschaftlicher Akzeptanz	Kapitel Gesellschaft: soziales Engagement, Bildung, Spenden
Öko-logisch	Berücksichtigung von Klima und Umwelt bei Produkten und Geschäftsbetrieb	Kostenvorteile durch Ressourceneffizienz; Steigerung der Reputation; Bindung umweltbewusster Kunden	Reputationsrisiken; Abwanderung umweltbewusster Kunden; mangelnde regionale Akzeptanz	Kapitel ökologische Nachhaltigkeit; Kapitel Produkte: ökologische Produkte und Dienstleistungen





Corporate Responsibility Programm | *Die Postbank setzt sich Jahr für Jahr Ziele für die Nachhaltigkeit ihres Handelns. Im Zentrum steht die Verantwortung für ihr Kerngeschäft. Sie wird flankiert durch den verantwortungsvollen Umgang mit sozialen und ökologischen Ressourcen und Risiken. Die Ziele sind mit konkreten Maßnahmen zur Umsetzung unterlegt. Ziele und Maßnahmen werden im Corporate Responsibility Programm zusammengefasst und nach Ablauf des Jahres auf ihre Umsetzung überprüft. Aus den Ergebnissen werden anschließend die Konsequenzen für das Folgejahr abgeleitet.*

Nachhaltigkeitsmanagement

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Weiterentwicklung der Postbank Nachhaltigkeit	<i>Anpassung der Nachhaltigkeitsberichterstattung an den neuen Standard der Global Reporting Initiative</i>	31.06.2018	neu
Sensibilisierung der Beschäftigten in Bezug auf Nachhaltigkeit	Angebot von E-Learning-Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen	fortlaufend	fortlaufend
	Regelmäßige Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen für Mitarbeiter/-innen im Intranet und in der Mitarbeiterzeitschrift	fortlaufend	fortlaufend
	Integration regionaler Nachhaltigkeitsthemen in die Standortdialoge der Region West	fortlaufend	fortlaufend
	Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die interne Informationsveranstaltung „First Tuesday“ des Chief Digital Office	neuer Termin: 31.12.2018	in Arbeit
	Erprobung von „Urban Gardening“ am Standort des Chief Digital Office in Bonn	31.12.2017	erledigt
Engagement in externen Nachhaltigkeitsprojekten und -aktionen	Teilnahme an der Aktion „Stadtradeln“ am Standort Bonn	fortlaufend	fortlaufend
	Teilnahme an der Aktion „Earth Hour“ an geeigneten Standorten	fortlaufend	fortlaufend
	Umweltpartnerschaft mit der Stadt Hamburg	fortlaufend	fortlaufend
	<i>Ausweitung der Aktion „Stadtradeln“ auf mindestens zwei weitere Standorte</i>	31.12.2018	neu

Nachhaltigkeit im Bankgeschäft

Produkte

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Verkauf ökologischer Produkte und Dienstleistungen	Angebot von Online-Produkten und digitalen Services: Reduzierung von papierhaften Prozessen und Transportwegen	fortlaufend	fortlaufend
	Vermittlung von KfW-Förderdarlehen zur energieeffizienten Sanierung und zum energieeffizienten Bauen	fortlaufend	fortlaufend
	Absatz von Papiererzeugnissen aus nachhaltiger Forstwirtschaft und Recycling-Papier	fortlaufend	fortlaufend
Unterstützung sozialer Institutionen im Produktverkauf	VISA Card „Save the Children“ für Mitarbeiter/-innen: Postbank Spende von einem Cent pro umgesetztem Euro	fortlaufend	fortlaufend

Kundenorientierung, Prozesse und Services

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Optimierung Bargeldlogistik	Ausbau der Kassenterminals mit Cash-Recycling-Funktion – weniger Geldtransporte und mehr Sicherheit für die Mitarbeiter/-innen in den Filialen	31.12.2017	erledigt
Verkürzung der Wartezeiten im Postbank Filialvertrieb in der Vorweihnachtszeit	Einsatz von Kollegen aus allen Bereichen der Bank und von Aushilfen zur Serviceverbesserung im sog. Starkverkehr	fortlaufend	fortlaufend
Serviceverbesserung durch Digitalisierung	Ausbau und weitere Verbreitung der BHW App für Berater. Ermöglicht den Verkauf von Bausparverträgen mittels eSignature ohne Papier und Porto	neuer Termin: 31.12.2018	in Arbeit
	Digitalisierung der Baufinanzierung: Reduzierung Papier, digitale Einreichung, Self-Service	31.12.2018	in Arbeit
	Digitalisierung des Ratenkredits: kein Papiervertrag, digitale Dokumentenauswertung	31.12.2017	erledigt
	Einführung der virtuellen Wohnungsbesichtigung im Internet-Portal „Meine Immobilie“	31.12.2017	erledigt
	<i>Neugestaltung der Postbank Webseite in responsivem Design, das sich automatisch allen mobilen Endgeräten anpasst</i>	31.12.2018	neu

Risikomanagement

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Verringerung ökologischer und sozialer Risiken aus dem Kerngeschäft	Konzentration auf den Mittelstand im Kreditgeschäft mit Firmenkunden unter Berücksichtigung von Reputationsrisiken	fortlaufend	fortlaufend
	Veröffentlichung von Leitlinien zu ökologischen und sozialen Risiken im Firmenkundenkreditgeschäft	31.12.2017	erledigt
	Präzisierung und Ergänzung des Supplier Code of Conduct in Form einer Compliance-Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner	31.12.2017	erledigt

Soziale Nachhaltigkeit

Engagement für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Gesund am Arbeitsplatz	Gesundheitsangebote außerhalb der Arbeitszeit an den Standorten (z. B. Kleingruppentrainings, Individualberatungen, Screenings)	fortlaufend	fortlaufend
	Installation von automatisierten externen Defibrillatoren an den Standorten Essen und Dortmund	31.12.2017	erledigt
Vereinbarkeit von Beruf und Familie	Konzernweite Ausweitung des Konzeptes „mobiles Arbeiten“. Bis zu 20 % der regulären Arbeitszeit können zu Hause oder unterwegs erbracht werden	31.12.2018	in Arbeit
Mitarbeiter/-innen fördern, Arbeitsbedingungen verbessern	Angebot von Mitarbeiter-Stipendien zur berufsbegleitenden Qualifizierung	fortlaufend	fortlaufend
	Stipendien für Mitarbeiterkinder (Schüleraustausch/Community Service Programme)	fortlaufend	fortlaufend
	Identifizierung und Förderung besonderer Talente (Talentmanagement)	fortlaufend	fortlaufend
	Einführung von Mentoring und Hospitationsangeboten zur Förderung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern	31.12.2017	erledigt
	Angebot von Creative Thinking Workshops zur Förderung von Kreativität und Innovation	31.12.2017	erledigt
	<i>Analyse der 68 Bürogebäude der Postbank mit dem Ziel, attraktivere Arbeitsplätze zu schaffen, die modernen Anforderungen an Gesundheit und Nachhaltigkeit entsprechen</i>	<i>fortlaufend</i>	<i>neu</i>
	<i>Bonn: Zusammenführung der auf 9 Standorte im Stadtgebiet verstreuten Belegschaft in einem neuen Bürogebäude mit modernen Arbeitsplätzen</i>	<i>31.12.2021</i>	<i>neu</i>
Förderung von Vielfalt	<i>Führungskräfte mit kritischen Ergebnissen in der Mitarbeiterbefragung durchlaufen einen strukturierten Reflexions- und Verbesserungsprozess</i>	<i>30.06.2018</i>	<i>neu</i>
	Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen (Zielwerte angepasst)	Neuer Termin: 30.06.2020	in Arbeit
	<i>„Woman Digital“: Thematisierung der Chancen von Frauen in den „DigiTalks“ des Chief Digital Office</i>	<i>31.12.2018</i>	<i>neu</i>

Gesellschaftliches Engagement

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Bildungsförderung	Vergabe externer Stipendien für Hochschulen am Standort Bonn-Rhein-Sieg	fortlaufend	fortlaufend
	Förderung von talentierten Studierenden, Stiftungen und Lehrstühlen	fortlaufend	fortlaufend
Unterstützung sozialer Institutionen	Aktion „Bälle für Deutschland“: Unterstützung von Vereinen, Schulen und Kindergärten mit Postbank Fußballen	fortlaufend	fortlaufend
	Förderung des sozialen Engagements der Beschäftigten durch Aktionstage zugunsten von „Wir für Kinder“ und zugunsten der Flüchtlingshilfe: Mitarbeiter-Förderung bis zu 1.000 EUR für soziale Projekte und Freistellung von der Arbeit für einen Tag	fortlaufend	fortlaufend
	Integrationsprojekt „Miteinander stark!“ zusammen mit „Save the Children“ (Pilotierung 2017 erfolgreich abgeschlossen)	fortlaufend	fortlaufend

Ökologische Nachhaltigkeit

Umweltmanagement und Controlling

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Verbesserung des Umweltmanagements und der Umweltbilanzierung	Entwicklung quantitativer Erfolgsindikatoren (Umwelt-KPIs) für die Organisationseinheiten des Ressorts IT und Operations	31.12.2017	erledigt
	Anpassung des Umweltmanagementsystems an die zusätzlichen Anforderungen aus der Neufassung der ISO 14001:2015	31.12.2017	erledigt

Betriebsökologie

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Reduzierung von Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen	Reduktion der Treibhausgasemissionen durch Reisemanagement, Energieeffizienz und Ökostrom (Mittelfristziel)	31.12.2020	in Arbeit
	Investitionen in die Energieeffizienz der Bürogebäude (Mittelfristziel)	31.12.2020	in Arbeit
	Austausch von Arbeitsplatz-PCs gegen Thin Clients (Maßnahme angepasst)	31.12.2018	in Arbeit
	Erneuerung der Datensicherungssysteme in Frankfurt und Bonn	Neuer Termin: 31.12.2018	in Arbeit
	Datenspeicherung: Teilaustausch konventioneller Platten gegen SSDs	31.12.2017	erledigt
	Server Konsolidierung: Reduzierung von 12 Unix Servern auf 6 Server	31.12.2017	erledigt
	Ersetzen der IBM-Storage Systeme in Bonn durch effizientere Systeme im Rechenzentrum Frankfurt	31.12.2017	erledigt
	Leipzig: Erstellung eines Leuchtmittelaustauschspiegels für die Tiefgarage zur Prüfung, ob die Umstellung auf LED lohnt	31.12.2017	erledigt
	Essen: Umbau Rückkühlanlage auf Trockenkühlung sowie Optimierung Raumlufttechnik zur Verbesserung der Energieeffizienz	31.12.2017	erledigt
	München: Austausch der Kühlgeräte in den Serverräumen gegen eine energieeffizientere Anlage	31.12.2017	nicht umgesetzt
	<i>Datenspeicherung, Phase 2: Austausch konventioneller Platten gegen SSD; Abschaltung von 5 von 7 Systemen ohne SSD</i>	31.12.2018	neu
	<i>Erneuerung der Video-Überwachungsanlage im Rechenzentrum Bonn; das neue System benötigt 75 % weniger Energie</i>	31.12.2018	neu
	<i>München: Austausch der Beleuchtung im Flur der DSL Bank gegen LED</i>	31.12.2018	neu
	<i>Frankfurt: Umbau der Rückkühlanlage auf ein adiabates System zur Verbesserung der Energieeffizienz</i>	31.12.2018	neu
	Geringerer Verbrauch natürlicher Ressourcen	Erhöhung der Recyclingpapierquote	31.12.2018
Verringerung des Verbrauchs von Druck- und Kopierpapier sowie Druckerfarbe		fortlaufend	neu
Verkleinerung der Druckerflotte		31.12.2018	neu

Nachhaltigkeit im Bankgeschäft



Kundinnen und Kunden | *Die Postbank stellt ihre Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt. Sie pflegt einen intensiven Dialog mit ihnen und will ein fairer und verlässlicher Geschäftspartner für sie sein. Sie schützt ihre Interessen als Verbraucher. Bei der Beratung zu Wertpapiergeschäften oder zur Kreditaufnahme weist die Bank ihre Kundinnen und Kunden auf mögliche Risiken hin. In der Kommunikation mit ihren Kundinnen und Kunden achtet die Postbank auf Transparenz und Verständlichkeit. Für ältere Menschen stellt sie besondere Informations- und Beratungsangebote bereit.*

Kundenbeirat

Der Postbank Kundenbeirat hat den Auftrag, die Services und die Produkte der Bank kritisch zu beobachten, Anregungen für Weiterentwicklungen zu geben und neue Angebote mitzugestalten. Die Beiräte nehmen dafür unter anderem an Online-Befragungen, Produkt- und Service-Tests oder Workshops teil. Die Mitglieder des Kerngremiums werden zudem zweimal jährlich zu einer Tagung mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Führungskräften der Postbank eingeladen. Sie sind ehrenamtlich tätig.

Die Amtszeit des fünften Kundenbeirats hat im Mai 2017 begonnen. Auf der letzten Tagung wurden beispielsweise die folgenden Themen diskutiert: Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich aus der Digitalisierung für die Banklandschaft? Wie sehen zukünftig Filialen aus? Welche Bedürfnisse haben Kunden hinsichtlich einer flächendeckenden Bargeldversorgung oder einer Versorgung mit weiteren Selbstbedienungsgeräten? Wie lässt sich die Wertpapierberatung der



102-43





Der Kundenbeirat ist zu einer festen Größe und einem wichtigen Bestandteil der Postbank geworden. Dank seiner Arbeit haben wir die Möglichkeit, unsere Kunden direkt in die Gestaltungsprozesse zu für sie relevante Themen einzubeziehen. Durch den seit vielen Jahren bewährten Dialog gewinnen wir beispielsweise in der Produktentwicklung und bei unseren Kundenprozessen wichtige Erkenntnisse, welche Leistungen bei unseren Kunden gut ankommen und welche nicht.«

Susanne Klöß-Braekler, Vorstand Privatkunden,
Schirmherrin des Postbank Kundenbeirats

Bank optimieren, und wie kann der Kundenbeschwerdeprozess kundengerecht digitalisiert werden? Diese und viele weitere Fragen werden den Postbank Kundenbeirat in seiner Amtszeit bis April 2020 begleiten. Damit leisten seine Mitglieder einen wertvollen Beitrag zur kundenorientierten Weiterentwicklung der Postbank.

Der Kundenbeirat wurde 2006 ins Leben gerufen. Er wird jeweils für den Zeitraum von drei Jahren bestimmt. Der Beirat setzt sich aus einem bis zu 30-köpfigen Kerngremium und einem rund 2.800 Mitglieder umfassenden erweiterten Beirat zusammen. Die Mitglieder müssen eine aktive Geschäftsbeziehung zur Postbank haben und sollten sich für Finanzthemen interessieren.

Für Anregungen und Fragen können sich die Kundenbeiräte jederzeit an die E-Mail-Adresse kundenbeirat@postbank.de wenden.



Kontakt unter
kundenbeirat@postbank.de

102-43



Kundenorientierung und Verbraucherschutz

Faire Beratung

Die gegenwärtig niedrigen Zinsen beleben weiterhin die Nachfrage nach Immobilien und Wertpapierprodukten. Bei beiden Produktgruppen spielt eine faire und sachkundige Beratung eine wichtige Rolle. Im Interesse ihrer Kundinnen und Kunden achtet die Postbank auf eine qualitativ hochwertige Beratung – in der Filiale ebenso wie im mobilen Vertrieb. Ihre Berater erhalten regelmäßig Schulungen und Aus-/Weiterbildungen, um die Interessen ihrer Kundinnen und Kunden sachgerecht zu ermitteln und ihnen bedarfsgerechte Produkte anbieten zu können. Das Beratungsangebot wird flankiert durch ein transparentes Preismodell sowie eine Auswahl an einfachen und verständlichen Produkten.

Seit 2016 hat die Postbank mehr als 200 Beraterinnen und Berater zu Wertpapier-spezialisten ausgebildet. Sie beraten Anlagekunden nach dem sogenannten VZI-Prozess: verfügbar, zurückgelegt, investiert. Auf der Grundlage einer umfassenden Analyse der finanziellen Gesamtsituation des Kunden entwickeln sie konservative Anlagestrategien, um trotz Niedrigzinsen Renditen über dem Inflationsniveau zu erzielen.

Basis jeder Beratung im Wertpapiergeschäft sind die Erfahrungen und Kenntnisse der Anleger/-innen. Daneben ist ihre Rendite-

erwartung und die Risikoneigung wesentliches Merkmal der Beratung. Im Rahmen der Produktempfehlung wird stets Wert auf eine diversifizierte Anlage gelegt.

Vertriebsvorgaben steuern wir so, dass die berechtigten Interessen unserer Kundinnen und Kunden stets gewahrt bleiben. Wir überwachen die Abläufe im Wertpapiergeschäft. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Qualität der Beratung.

Verantwortungsvolle Kreditvergabe

Bei der Vergabe von Krediten schützt die Postbank ihre Kundinnen und Kunden vor Überschuldung. Zu jedem Kreditantrag ist die Analyse ihrer persönlichen Situation mittels moderner „Scoringverfahren“ verpflichtend. Ein Kreditengagement kommt nur zustande, wenn nach Abzug von Zins und Tilgung ein ausreichender finanzieller Spielraum erhalten bleibt. Zum Schutz von Minderjährigen werden in Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften weder Dispositions- noch Ratenkredite an Personen unter 18 Jahren vergeben.

Als Mitglied des Bankenfachverbandes hat sich die Postbank verpflichtet, die zehn Leitlinien des Kodex „Verantwortungsvolle Kreditvergabe für Verbraucher“ anzuwenden.



102-17



Im Anlageberatungstest, den **Euro am Sonntag** zusammen mit dem Deutschen Kundeninstitut durchgeführt hat, wurde die Postbank in der Kategorie „Anlageempfehlung“ mit „sehr gut“ ausgezeichnet. Um die Beratungen von 14 Filialbanken zu testen, legten anonyme Testkundinnen und -kunden mit unterschiedlichen Risikoneigungen 25.000 EUR für 10 Jahre an. Der Test wurde in der Ausgabe 2/2017 von Euro am Sonntag veröffentlicht.

Im **WirtschaftsWoche-Vertrauensindex**, erschienen in der Ausgabe 41/2017, belegt die Postbank den 1. Platz in der Branche „Banken – bundesweit“. Dies ist das Ergebnis einer breit angelegten Kunden-Online-Befragung der ServiceValue GmbH. Insgesamt wurden 972 Unternehmen aus 77 Branchen von ihren Kundinnen und Kunden bewertet.

In der Ratenkredit-Studie des **Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ)** im Auftrag von **n-tv** belegt die Postbank Platz 1. Hierzu wurden Service und Produktkonditionen von 15 Finanzinstituten untersucht. Die Postbank verfügt über den besten Internetauftritt mit sehr umfangreichen Informationen und Features zum Thema Ratenkredit. Neben einem überzeugenden Service bietet sie insbesondere beim Onlineabschluss relativ günstige Effektivzinsen. Die Ergebnisse der Studie wurden unter www.n-tv.de veröffentlicht.



Umgang mit Beschwerden

In Beschwerden sieht die Postbank eine wichtige Informationsquelle für die Verbesserung ihres Angebots und zugleich eine Chance, Kundinnen und Kunden dauerhaft an sich zu binden – auch wenn sie zunächst unzufrieden waren. Denn ein Kunde, dessen Beschwerde zu seiner Zufriedenheit erledigt wird, fühlt sich in seiner Entscheidung für die Postbank im Nachhinein bestätigt. So kann aus einer zunächst negativen Erfahrung ein nachhaltig positives Kundenerlebnis werden. Die Vorgaben der europäischen Leitlinien zur Beschwerdeabwicklung für den Wertpapierhandel und das Bankenwesen haben wir 2017 genutzt, unsere Beschwerdeprozesse zu optimieren, für die Kunden transparenter zu gestalten und auf unserer Homepage zu kommunizieren. Gleichzeitig haben wir die bankinterne Bearbeitung von Beschwerden effizienter gestaltet. Mittels der strukturierten Beschwerdeerfassung, der Analyse der relevanten Daten und eines zielgerichteten Beschwerde-Reportings können wir Schwachstellen schnell identifizieren und beseitigen. Bei geplanten Vertriebsprojekten oder der Einführung neuer Produkte und Dienstleistungen beziehen wir das Beschwerdemanagement frühzeitig ein und nutzen es als Frühindikator für die Projektsteuerung. Der Erfolg dieser Maßnahmen spiegelt sich in der Anzahl der Beschwerden wider. Sie sind 2017 im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangen.

Bargeldversorgung und Cash Recycling

Bei der Verbesserung ihrer Bargeldlogistik ist die Postbank 2017 weiter vorangekommen. Seit 2014 baut sie in ihren Filialen ein automatisches Kassensystem auf, das den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern am Schalter das Geldzählen abnimmt. Die neuen Kassen optimieren die Bargeldlogistik durch Cash Recycling, vermeiden Fehler bei der Ein- und Auszahlung und verringern das Risiko von Überfällen.

Ende 2017 waren bereits 662 Filialen mit rund 1.600 der neuen Kassensysteme ausgestattet.

Cash Recycling bieten wir auch bei Geldautomaten an, die von unseren Kundinnen und Kunden selbst bedient werden. Geldautomaten mit Einzahlungsfunktion verringern die Notwendigkeit zu Bargeldtransporten, weil der Automat eingezahltes Geld wieder ausgibt. Ende 2017 verfügte das Postbank Netz über 415 Geldautomaten mit Einzahlungsfunktion, davon 147 Geräte mit Münzeinzahlungsfunktion. Alle neuen Großfilialen werden künftig mit Geldautomaten ausgestattet, die auch Einzahlungen entgegennehmen.

Die Postbank hat sich mit anderen deutschen Geschäftsbanken zur Cash Group zusammengeschlossen. Dadurch genießen die Kundinnen und Kunden von Postbank, Commerzbank, Deutsche Bank, HypoVereinsbank und ihren jeweiligen Tochterunternehmen ein hohes Maß an Komfort, Flexibilität und Kostenersparnis bei der Bargeldversorgung. Deutschlandweit können die Kunden der beteiligten Institute an mehr als 9.000 Geldautomaten gebührenfrei Bargeld abheben. Enthalten sind darin auch die Cash Recycling Systeme an rund 1.300 Shell-Tankstellen. Cash Recycling hat einen positiven Effekt für die Umwelt: Da die Automaten aus den Bareinnahmen der Tankstelle bestückt werden, entfallen seit Aufnahme des Betriebes Ende 2010 jeden Monat rund 800 Geldtransportfahrten.



Marken-, Produkt- und Kundenkommunikation

Bei der Kundenkommunikation strebt die Postbank ressourcenschonende Verfahren an. Im Einklang mit der Paper Policy der Bank ist der Verzicht auf Chlorbleiche und die ausschließliche Verwendung von Papier aus zertifiziert nachhaltigem Anbau ebenso selbstverständlich, wie der möglichst sparsame Einsatz von Materialien und kurze Transportwege. So sparen wir nicht nur natürliche Ressourcen, sondern auch Kosten ein.

Unsere Marken- und Produktkommunikation ist darauf ausgerichtet, unsere Kundinnen und Kunden sowie Interessenten umfassend und verlässlich zu informieren.

Die Werbemittel werden so ausgewählt und gestaltet, dass sie bei der Entscheidungsfindung eine zuverlässige Hilfestellung geben. In unseren Kundenmedien sprechen wir auch Fragen des Verbraucherschutzes aktiv an.

Im Verkehr mit ihren Geschäftspartnern nutzt die Bank auch digitale Grußkarten, die ohne Papier und Porto verschickt werden.



Ohne Papier und Transport: digitale Grußkarte

Verständliche Kundenschriften

Aus Sicht der Kundenkommunikation brachte das Jahr 2017 zahlreiche Herausforderungen mit sich. Fortschreitende Digitalisierung, Neuerungen bei der Legitimation und gesetzliche Änderungen waren zentrale Themen, zu denen wir unsere Kundinnen und Kunden informiert haben. Viel Fachchinesisch musste dazu in verständliche Sprache übersetzt werden. Denn wir haben uns zum Ziel gesetzt, dass unsere Briefe, E-Mails und Webseiten einfach, verständlich und gut lesbar sind. Seit 2011 arbeitet ein Team von Kommunikations-Experten daran, Texte der Bank kundenfreundlich zu gestalten. Bis Ende 2017 sind rund 2.000 Briefe, E-Mail-Bausteine usw. gemeinsam mit Juristen und Bank-Fachleuten überarbeitet worden. Das entspricht mehr als 200 Millionen Kunden-Kontakten. Die Postbank nutzt eine spezielle Software, mit der ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Verständlichkeit ihrer Texte messen und verbessern können. Zusätzlich bietet sie Schulungen und die Beratung durch Experten an.

102-17



Im Magazin „Wohnen“ gibt die BHW Bausparkasse Informationen rund um die eigenen vier Wände

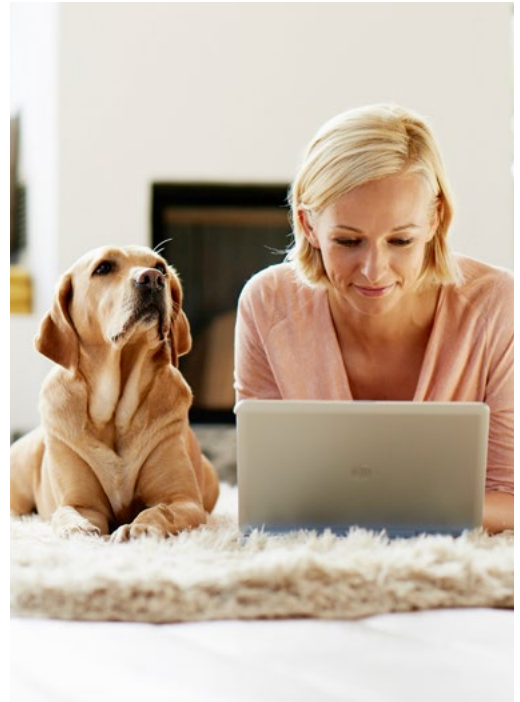


„themenwelten“

Die „themenwelten“ der Postbank bieten übersichtlich und verständlich dargestellt Informationen rund um die Themen Geld und Finanzen. Sie sind seit 2016 ein fester Bestandteil des Online-Auftritts der Bank. Die themenwelten enthalten Artikel, Videos, Downloads und Checklisten sowie Tipps und Planungshilfen zu praktischen Finanzfragen. Dabei spielt es keine Rolle, ob das Angebot mit dem Computer, dem Tablet oder dem Smartphone genutzt wird. Das Informationsangebot gliedert sich in die Rubriken Bauen & Wohnen, Geld & Finanzen, Beruf & Vorsorge, Rente & Nachlass sowie Innovationen.

Weihnachtshelfer in den Filialen

In den Wochen vor und nach Weihnachten herrscht in den Filialen der Postbank Hochbetrieb. Um die Wartezeiten für unsere Kundinnen und Kunden trotz allem so gering wie möglich zu halten, helfen Mitarbeiter/-innen und Führungskräfte aus der Zentrale und den Standorten ihren Kolleginnen und Kollegen als Aushilfen im Weihnachtsverkehr. 2017 haben 1.456 Weihnachtshelfer im Filialvertrieb unterstützt. Sie waren in 661 Filialen in ganz Deutschland im Einsatz und haben dabei an 6.868 Arbeitstagen praktische Hilfe geleistet. Sie haben Pakete und Päckchen im Backoffice bearbeitet und Kundenfragen beantwortet, mobile Kassenmodule bedient oder an anderer Stelle angepackt, wo es gerade nötig war.



Alle Jahre wieder: Weihnachtshelfer krepeln in den Filialen die Ärmel hoch

Zwei Wochen vor Weihnachten stapelten sich – wie jedes Jahr – Päckchen und Pakete in den Postbank Filialen. Und wieder griffen Mitarbeiter der gesamten Postbank ihren Kollegen vor Ort beherzt unter die Arme. So schafften es die Geschenke rechtzeitig unter den Tannenbaum.

Von seinem Büro in Stendal aus sieht Marco Dräger, wie die Schlange in der gegenüberliegenden Postbank Filiale wächst und wächst. Der selbstständige Immobilienberater arbeitet mit den Filialen in Stendal und Rathenow zusammen und hat schon manchen Tipp zum Immobilienkauf oder -verkauf von den Kollegen am Schalter erhalten. „Jetzt möchte ich gern etwas zurückgeben“, begründet Dräger seinen Einsatz als Weihnachtshelfer. Bereits im zweiten Jahr steht er am Morgen des 11. Dezember 2017 pünktlich um 9 Uhr an der Tür, als Filialleiterin Gabriele Daßler die Filiale öffnet. Zunächst sind die Schließfächer dran. Die Korrespondenz von Rechtsanwälten und anderen Geschäftskunden wurde schon um 8 Uhr angeliefert und muss möglichst schon einsortiert sein, bevor der Andrang mit Weihnachtspaketen so richtig losgeht.



„Mein Weihnachtshelfer-Einsatz ist mein Dankeschön an die Kollegen am Schalter.“
(Marco Dräger, selbstständiger Immobilienberater)

Schlangen vor den Schaltern

An allen drei Schaltern wachsen die Schlangen. Die Mitarbeiterinnen sind dankbar für jeden Handgriff, den Marco Dräger ihnen abnimmt: Pakete stapeln, im Regal suchen, beim Falten des Packsets helfen, zusätzliche Briefmarken aufkleben, fehlende Postleitzahlen finden. Vor allem aber ist Dräger heute Laufbursche: Statt mit Kunden über den Hauskauf zu sprechen, belädt er den Container, den später ein DHL Lkw abholen wird, um die Ladung zum Verteilzentrum nach Magdeburg zu bringen. Im Gegenzug bringt der DHL Fahrer immer wieder Paketnachschub: Auch Pakete, bei denen die Adressaten nicht zu Hause angetroffen wurden, oder für die in den Packstationen kein Platz mehr war, kommen zurück. Marco Dräger hilft der Kollegin beim Einscannen und schaut sich suchend um: Wo können diese neuen Pakete noch gestapelt werden? Jeder noch so kleine Winkel ist schon belegt. Um 17.30 Uhr lässt der Betrieb nach. Für Dräger ist jetzt gleich Feierabend. „Ich habe diesen Tag gerne investiert, um die Kollegen zu entlasten. Hier und da hatten sie dadurch auch noch mal Zeit für eine Beratung.“ Für ihn steht fest: Nächstes Jahr ist er wieder dabei.

Die Weihnachtshelfer-Aktion

Seit wann? Die Aktion Weihnachtshelfer startete 2006; damals machten 896 Mitarbeiter mit. 2017 waren es bereits 1.457 Helfer, darunter drei Vorstände der Postbank.

Das Ziel: Weihnachtshelfer erhalten einen Einblick in den Filialbetrieb und entlasten ihre Kolleginnen und Kollegen in der arbeitsreichsten und hektischsten Zeit des Jahres.

Warum? Während des Starkverkehrs in der Vorweihnachtszeit fallen in den Filialen doppelt so viele Pakete wie an normalen Tagen an.

Bilanz: kürzere Schlangen, weniger Stress und Wertschätzung für die Leistung des Filialvertriebs – auch an den restlichen Tagen des Jahres.

Demografischer Wandel



Wir wollen, dass unsere Produkte, Produktinformationen und die Ausstattung der Filialen auch für ältere Menschen attraktiv sind. Damit tragen wir der Tatsache Rechnung, dass der Anteil älterer Menschen an der Bevölkerung weiter zunimmt. Für diese Zielgruppe stellen wir spezifische Informations- und Beratungsangebote bereit. Ein Schwerpunkt liegt auf den Themen Vorsorgen, Vererben, Versichern und Wohnen im Alter.

Rente und Nachlass

Im Bereich „Rente & Nachlass“ der „themenwelten“ informieren wir zu Fragen, die vor allem Menschen ab 50 beschäftigen. Unser Ziel ist es, Orientierungshilfe zu leisten: mit Informationen, interaktiven Formularen, Ratgebern zum Download und Checklisten. Das Informationsangebot umfasst Themen wie Rente und Steuern, Planung für den Ruhestand, Vorsorge und Finanzen, Versicherungen, Schenken und Vererben, Vollmachten und Verfügungen sowie altersgerechtes Wohnen. Die Resonanz und das Kundenfeedback zeigen, dass der Informationsbedarf groß ist.



Ratgeber Vollmachten

Finanzielles und Persönliches sicher regeln



Wegweiser für Hinterbliebene

Alles Wichtige zur Nachlassabwicklung



Erben und Vererben

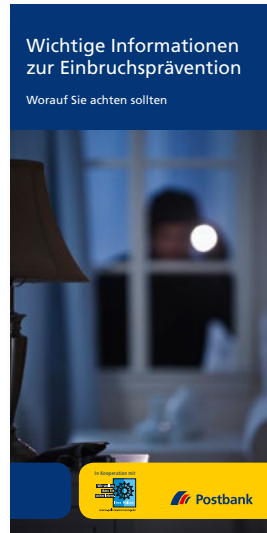
Um dem wachsenden Informationsbedarf zum Thema „Erben und Vererben“ gerecht zu werden, hat die Postbank 2007 eine „Erbenhotline“ (0800 1008 904) eingerichtet. Speziell geschulte Mitarbeiter in den Callcentern der Postbank stehen den Kunden zu diesem Thema telefonisch fast rund um die Uhr zur Verfügung und geben hilfreiche Informationen, etwa zur Erbabwicklung und zu Rechtsfragen, die Erbschaften betreffen. Ergänzt wird das Angebot durch Broschüren wie den „Ratgeber Vollmachten“ und den „Wegweiser für Hinterbliebene“.

Erbenhotline: 0800 1008 904



Betrugsprävention

Ältere Menschen sind noch immer häufig das Ziel von Betrugsversuchen. Zur Vorbeugung hat die Postbank mehrere Informationsmedien entwickelt, die sich gezielt an Senioren wenden. Themen wie der sogenannte Enkeltrick, Betrug bei Geldgeschäften, Betrug am Geldautomaten und Einbruch werden in leicht verständlicher Weise behandelt. Neben der Aufklärung über Betrugsmethoden werden Präventionsmaßnahmen dargestellt, um die Kunden vor Schäden zu bewahren. Die Broschüren werden regelmäßig überarbeitet und um neue Betrugsmethoden ergänzt. Sie sind in den Filialen der Postbank erhältlich und auch online auf der Internetseite der Postbank abrufbar.



Polizei dankt der Filiale Straubing

Fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Filiale Straubing wurden von der Kriminalpolizei Straubing für vorbildliches Verhalten ausgezeichnet. Durch ihre Erfahrung und ihr Engagement bewahrten sie achtmal Kunden davor, dass sie Opfer von Betrügern wurden. Die Postbank warnt regelmäßig vor den immer neuen Betrugsmaschen der Kriminellen.



Werner Sika (Leiter Kripo Straubing, links) ehrt Mitarbeiter/-innen der Filiale Straubing. Rechts im Bild: Wolfgang Stegbauer (Kommissariat Cybercrime). Foto: Kripo Straubing.

Fünf Angestellte der Straubinger Postbank Filiale erhielten am Freitag, 25.08.2017 aus den Händen des Leiters der Kriminalpolizeiinspektion Straubing, Kriminaldirektor Werner Sika, jeweils eine Belohnung von 100 EUR sowie ein Dankeschreiben für ihr beherztes und auch taktisch geschicktes Einschreiten. Den Beschäftigten der Straubinger Postbank fiel mehrfach auf, dass Kundinnen und Kunden über Western Union immer wieder Geldbeträge ins Ausland transferieren wollten. Sehr häufig stecken hinter diesen Geldtransfers ahnungsloser Kunden verschiedene Kriminalitätsphänomene, wie beispielsweise vermeintliche Internetbekanntschaften, die das Opfer mit leeren Versprechungen wiederholt zu Geldtransfers überreden, Anrufe von sog. „Microsoft-Mitarbeitern“ oder schlichtweg falsche Gewinnversprechen, bei denen man das Opfer zunächst zu Vorauszahlungen für den Gewinn, der letztendlich nie ausbezahlt wird, veranlasst.

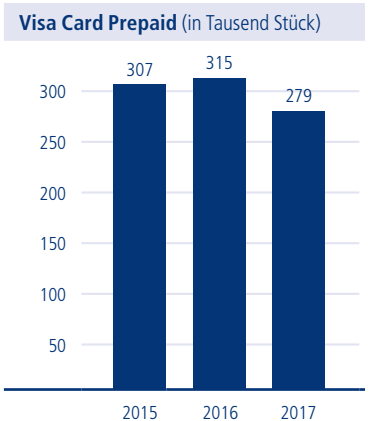
Der Leiter der Kripo Straubing hob das couragierte Verhalten der Bankangestellten und den großen Erfahrungsschatz der Filialmitarbeiter hervor. Damit konnten die auffälligen Transfers verhindert werden. Besonders lobte er den Mut, die Betroffenen gezielt anzusprechen und zu informieren, dass hinter den Überweisungen möglicherweise ein Betrug stecken könnte. Indem sie den Kunden auch rieten, Strafanzeige bei der Polizei zu erstatten, konnte die Verfolgung der Betrüger aufgenommen werden. Insgesamt konnten die Mitarbeiter/-innen in der Filiale Straubing auf diese Weise acht Überweisungen verhindern.

Jürgen Malterer, Filialleiter Straubing, ist stolz auf sein Team: „Es freut mich, dass sich das Engagement der Kolleginnen und Kollegen auszahlt und dies von der Öffentlichkeit entsprechend gewürdigt wird.“ Die Postbank informiert regelmäßig sowohl ihre Kunden wie auch ihre Mitarbeiter und selbstständigen Finanzberater/Immobilienmakler über Betrugsmaschen und wie man sich davor schützen kann.

Produkte | *Mit ihrem Produktangebot unterstützt die Postbank ihre Kundinnen und Kunden, nachhaltig zu handeln. Ihr Produktportfolio ist auf unterschiedliche Lebens- und Einkommensverhältnisse zugeschnitten. Es umfasst auch Angebote, die der Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft in besonderer Weise Rechnung tragen.*

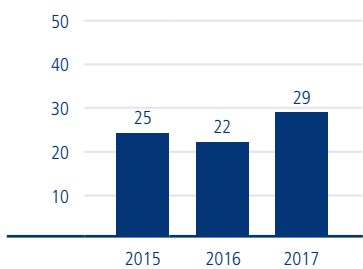
Soziale Produkte und Dienstleistungen

- Postbank Visa Card Prepaid**
 Verfügungen mit der Visa Card Prepaid sind ausschließlich im Rahmen eines Guthabens möglich. Die Karte ist ein sicheres, universell einsetzbares Zahlungsmittel ohne Bonitätsprüfung oder Schufa-Abfrage für junge Leute ab 14 Jahren und für Kunden, die eine volle Ausgabenkontrolle über ihr Kreditkartenkonto haben wollen.
- Postbank Visa Card „Save the Children“ für Mitarbeiter**
 Mit dieser Karte können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bank das Projekt „Wir für Kinder – Bildung ist Zukunft“ unterstützen. Für jeden Euro, der mit der Postbank Visa Card „Save the Children“ umgesetzt wird, spendet die Postbank einen Cent an Save the Children. Im Jahr 2017 kam dadurch eine Spendensumme von 44.000 EUR zusammen.
- Zahlungsanweisung zur Verrechnung**
 Die „Zahlungsanweisung zur Verrechnung“ (ZzV) ist ein dem Barscheck ähnliches Dokument, das die Bundesagentur für Arbeit den Leistungsempfängern statt einer Überweisung zukommen lassen kann. Dadurch werden Empfänger unterstützt, die kein eigenes Konto haben: Sie können sich ihre Leistungen in einer Filiale der Postbank bar auszahlen lassen. 2015 haben wir diese Möglichkeit der Bargeldversorgung auf Flüchtlinge ausgeweitet. Anerkannte Flüchtlinge oder Asylbewerber können dadurch auch dann Sozialleistungen erhalten, wenn sie noch kein eigenes Konto haben. Als Ausweisdokument wird die sogenannte BÜMA (Bescheinigung über die Meldung als Asylsuchender) anerkannt.



Für Mitarbeiter/-innen:
die Visa Card „Save the Children“

UNICEF-Weihnachtskarten-Sets
(in Tausend Verkaufsverpackungen)



- **UNICEF-Weihnachtskarten**

In der Vorweihnachtszeit verkauft die Postbank in ihren Filialen ehrenamtlich UNICEF-Grußkarten mit weihnachtlichen Motiven. 2017 sind dadurch knapp 432.000 EUR zugunsten des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen umgesetzt worden. Daraus resultierte ein Spendenanteil von rund 363.000 EUR. Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.



© Erika Nietfeld



© Aurélie Blatz

- **Lernbücher für den guten Zweck**

Seit April 2014 bietet die Postbank in zahlreichen Filialen Lernbücher an. Für jedes verkaufte Buch erhält „Save the Children“ 2 EUR. Über 50.000 EUR sind auf diesem Weg im Jahr 2017 zugunsten von Save the Children gesammelt worden.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.

- **Postbank Spendenkonten**

Die Postbank unterstützt anerkannte wohltätige Organisationen bei ihren humanitären Aktivitäten. Auf unseren Internetseiten zum Thema Nachhaltigkeit bieten wir eine Zusammenstellung von rund 50 überregional und international tätigen Hilfsorganisationen und Wohlfahrtsverbänden, die Spendenkonten bei der Postbank unterhalten. Die Kontenliste ist so programmiert, dass ein Klick auf die Spendenorganisation unmittelbar das Online-Banking öffnet. Nachdem der Kunde sich legitimiert hat, erhält er eine bereits vorausgefüllte Spendenüberweisung, in der er nur noch den Betrag ergänzen muss. Auf der gleichen Internetseite erhalten Spender praktische Hinweise zu Spendenüberweisungen und deren Anerkennung durch die Finanzämter. Bareinzahlungen auf Spendenkonten der Postbank sind in den rund 1.000 Postbank Filialen und in den mehreren Tausend Partnerfilialen der Deutschen Post entgeltfrei.



Ökologische Produkte und Dienstleistungen



Lars Stoy,
Vorstand Privatkunden



Bauherren können durch Investition in die Energieeffizienz ihrer Immobilien steigenden Energiekosten vorbeugen und zugleich einen Beitrag zum Klimaschutz leisten. Wir unterstützen sie dabei mit fairen Finanzierungsangeboten und der Vermittlung öffentlicher Förderung. «

Immobilienmodernisierung

Rund 35 % des Endenergieverbrauchs und rund ein Drittel der Treibhausgasemissionen in Deutschland entfallen auf Gebäude. Die Bundesregierung hat deshalb im November 2015 eine „Energieeffizienzstrategie Gebäude“ erarbeitet. Im Zentrum stehen dabei vor allem Gebäude, die nach dem Zweiten Weltkrieg bis in die siebziger Jahre gebaut wurden, um den Wohnungsmangel in den Großstädten zu beseitigen. Diese Gebäude verbrauchen im Durchschnitt knapp ein Viertel mehr Energie als Altbauten, die vor 1919 gebaut wurden. Viele davon sind modernisierungsbedürftig.

Seit 2005 ist die Postbank mit ihren Marken BHW und DSL Bank Partner von „co₂online“. Die gemeinnützige Beratungsgesellschaft engagiert sich im Bereich Bauen und Wohnen für den Klimaschutz. Sie wird vom Bundesumweltministerium und der Europäischen Union unterstützt.

- **KfW-Darlehen der Postbank Gruppe**
Förderdarlehen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) vermittelt die Postbank sowohl unter der Marke BHW als auch im Drittvertrieb unter der Marke DSL Bank – Partnerbank der Finanzdienstleister. Die im Folgenden angegebenen Daten umfassen beide Marken.



Die FMH Finanzberatung verglich im Auftrag von n-tv die Konditionen von 22 Modernisierungsdarlehen. Das BHW Baudarlehen belegte hier bei einer Kreditlaufzeit von 15 Jahren ohne Grundbuchabsicherung den ersten Platz. Das Testergebnis wurde am 11. April 2017 auf n-tv.de veröffentlicht.



FOCUS MONEY untersuchte in Zusammenarbeit mit dem Institut für Vermögensaufbau (IVA) verschiedene Wohn-Riester-Produkte von mehreren Anbietern. BHW FörderBausparen Flex belegte hier den ersten Platz. Der Test erschien am 11.01.2017 in der Ausgabe 3/2017 von FOCUS MONEY.



Nach dem Anstieg im Vorjahr ist das Volumen zinsverbilligter KfW-Darlehen 2017 wieder zurückgegangen: Die Postbank Gruppe vermittelte 2017 insgesamt 13.317 KfW-Darlehen mit einem Gesamtvolumen von 790 Mio. EUR (2016: 16.144 Darlehen mit 919 Mio. EUR).

- Wohneigentumsprogramm

Dieses KfW-Programm ist für Menschen, die ein Haus oder eine Wohnung bauen oder kaufen wollen, um selbst darin zu wohnen. Die Postbank vermittelte daraus im Jahr 2017 9.328 zinsgünstige Darlehen in Höhe von 434 Mio. EUR an ihre Kunden (2016: 10.998 Darlehen mit einem Volumen von 518 Mio. EUR).

- Energieeffizient sanieren

Darlehen für die energetische Sanierung und den Ersterwerb sanierter Gebäude oder Eigentumswohnungen wurden insgesamt 1.127 Mal vermittelt, mit einem Volumen von 65,5 Mio. EUR (2016: 1.368 Finanzierungen mit einem Volumen von 81 Mio. EUR).

- Energieeffizient bauen

Finanzierungen aus diesem Programm wurden konzernweit 2.696 Mal abgeschlossen, mit einem Gesamtvolumen von 285 Mio. EUR (2016: 3.534 Verträge mit einem Volumen von 311 Mio. EUR).

- Altersgerecht umbauen

Zum altersgerechten Umbauen mit Förderung der KfW sind 166 Darlehen mit einem Volumen von 5,5 Mio. EUR vergeben worden (2016: 244 Darlehen mit einem Volumen von 8,5 Mio. EUR)

• „Riester-tauglich“ Bausparen und Baufinanzieren

Beim Kauf, Bau oder der Entschuldung einer selbst bewohnten Immobilie können Riester-Zulagen auf unterschiedliche Weise in die Finanzierung einbezogen werden. Die Postbank unterstützt ihre Kunden dabei.

• Kundenkorrespondenz

Der schonende Umgang mit Ressourcen bei der Kundenkorrespondenz ist für die Postbank von hoher Bedeutung: Wenn wir unseren gesamten Kundenbestand über eine gesetzliche oder regulatorische Änderung schriftlich informieren, dann summiert sich das Papiergewicht einschließlich der Umschläge auf über 100 Tonnen. Für verpflichtende, schriftliche Informationen an unsere Kunden haben wir deshalb eine ressourcenschonende Kommunikationskaskade entwickelt: Online-Kunden werden über die elektronische Nachrichtenbox informiert. Dadurch können Papierbriefe einschließlich Transport auf ein Minimum reduziert werden. Für die dann noch verbleibenden Papierschriften nutzen wir konsequent alle zur Verfügung stehenden Standardaussendungen wie z. B. Beilagen zu den Kontoauszügen als „Huckepack“-Transportmedium.

• Digitale Bankprodukte

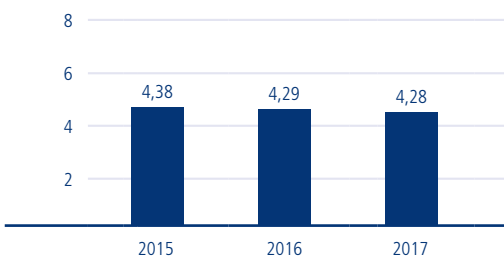
Zu zahlreichen Produkten der Postbank gibt es digitale Varianten, die die Notwendigkeit zu papierhaften Belegen und physischen Transportleistungen verringern. 2017 haben wir den digitalen Ratenkredit eingeführt. Kunden können diesen Kredit vollständig online beantragen, ohne Papier auszudrucken und ohne ihre Wohnung zu verlassen. Weitere Beispiele für digitale Bankprodukte sind der Kreditkarten Online-Service, aber auch das Online-, das Mobile- und das Telefon-Banking. Im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie erweitern wir das Angebot digitaler Produkte und Services kontinuierlich. 2017 haben wir z. B. begonnen, unser Online-Brokerage grundlegend zu er-

neuern, und wir haben das kontaktlose Bezahlen mit Android-Smartphones eingeführt. Das klassische, papierhafte Sparbuch bieten wir nicht mehr an. Es wird ab Januar 2018 von der digitalen SparCard abgelöst.

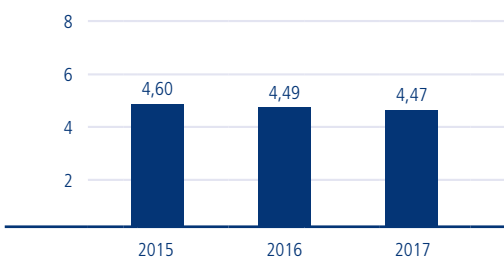


Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) testete zehn Direktbanken, die über ein breites Produktportfolio verfügen. Den Testsieg in der Sonderauswertung „Online-Broker Direktbanken“ sichert sich die Postbank, die mit dem besten Mix aus Konditionen, Service und Sicherheit überzeugt. Der Test wurde unter www.disq.de veröffentlicht.

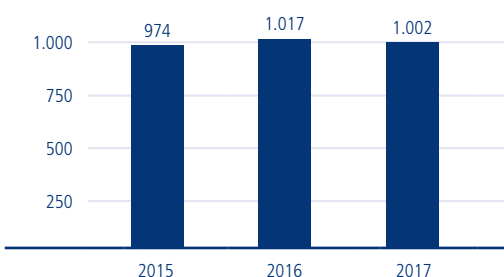
Girokonten mit Online-Banking (in Mio. Stück)



Girokonten mit Telefon-Banking (in Mio. Stück)



Kreditkarten im Online-Service (in Tausend Stück)

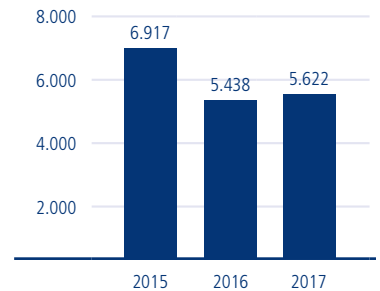


• Ökologische Dienstleistungen in den Postbank Filialen

- Umweltfreundliche Schreibwaren

Die Postbank ist einer der größten Anbieter für Papier- und Schreibwaren sowie Transportverpackungen nach den Standards PEFC/FSC/EU Ecolabel. Darüber hinaus vertreibt der Postbank Filialvertrieb rund 60 Artikel, die mit dem Gütesiegel „Der Blaue Engel“ des Umweltbundesamts ausgezeichnet sind. Im Jahr 2017 sind in den Filialen über 5,6 Mio. Verkaufsverpackungen an umweltfreundlichen Papier-, Schreibwaren und Transportverpackungen nach den Standards PEFC, FSC und EU Ecolabel verkauft worden (2016: 5,4 Mio.). Bei den Transportverpackungen achten wir darüber hinaus auf deren klimaneutrale Produktion.

Umweltfreundliche Schreibwaren (in Tausend Verkaufsverpackungen)



Gemeinsam mit der „Initiative pro Recyclingpapier“ informiert die Postbank ihre Kunden auf den Einlegern von Briefumschlägen und Versandtaschen über die Themen „Der Blaue Engel“ und „Klimaschutz“. 2004 haben wir begonnen, unser Produktangebot an Papier- und Bürowaren in den Postbank Filialen auf umweltschonend erzeugte Schreibwaren umzustellen. Dieser Prozess ist inzwischen abgeschlossen.

- Kopiergeräte mit dem „Blauen Engel“

Die Kundenkopierer in den Postbank Filialen sind mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet. Sie erfüllen höchste Umweltstandards. Über NFC-Technik können Kunden ihr Smartphone oder Tablet drahtlos mit dem Kopierer verbinden und z. B. Dokumente vom Handy direkt in der Filiale ausdrucken lassen. Umgekehrt können die Multifunktionsgeräte Unterlagen einscannen und auf das Smartphone oder Tablet des Kunden übertragen. Dort können sie digital weiterverarbeitet werden. Der Hersteller des Druckers bietet dazu eine kostenlose Mobile Print App zum Herunterladen an.

Unternehmen | *Die Postbank richtet ihr Engagement an ihren Kundinnen und Kunden, ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, ihren Eigentümern und der Gesellschaft aus. Sie hat ein robustes und leistungsfähiges Geschäftsmodell, das auch unter schwierigen Marktbedingungen Bestand hat. Ihre Positionierung als „digital & persönlich“ sowie als sichere, verlässliche Kundenbank sind die Grundpfeiler ihres Marktauftritts. Ihre Prinzipien und Werte hat die Bank in einem eigenständigen Leitbild zum Ausdruck gebracht. Sie werden konkretisiert durch klare Regeln, die für das Handeln aller Führungskräfte und Mitarbeiter verbindlich sind.*

Unternehmensentwicklung

Die Postbank blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2017 zurück. Sie konnte das um wesentliche Sondereffekte bereinigte Ergebnis vor Steuern in Höhe von 649 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr um 183 Mio. EUR bzw. 39,3 % verbessern. Damit übertraf die Postbank ihre eigene Prognose deutlich, das bereinigte Ergebnis vor Steuern um einen mittleren zweistelligen Millionen-Euro-Betrag steigern zu wollen. Basis für diesen Erfolg bildeten die erfolgreichen Maßnahmen der „Postbank Management Agenda“ zur Verbesserung des Provisionsüberschusses, ein ungebrochenes Wachstum im Kreditneugeschäft – bei nochmals gesunkener Risikovorsorge – sowie das strikte Kostenmanagement.

Durch Sondereffekte belastet betrug das Ergebnis vor Steuern 2017 248 Mio. EUR und lag damit 57 Mio. EUR bzw. 18,7 % unter Vorjahr. Ausschlaggebend für den Rückgang waren die im Geschäftsjahr 2017 deutlich um 225 Mio. EUR gestiegenen Aufwendungen für strategische Initiativen, die im Wesentlichen auf Maßnahmen aus der bevorstehenden Integration in den Deutsche Bank Konzern zurückgehen.

Erfolgreiches Kreditgeschäft

Ihr erfolgreiches Kreditgeschäft setzte die Postbank auch 2017 fort. Treiber dieser positiven Entwicklung ist im Wesentlichen das weiterhin starke Kreditneugeschäft der Postbank mit Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden, das mit einem Volumen von 19,4 Mrd. EUR das Rekordniveau der Vergleichsperiode erreichte.

Das starke Kreditgeschäft machte es möglich, einen weiteren Schritt hin zu einer ausgeglichenen Kundenbilanz zu machen. Inklusive des Angebotes an Factoring-, Leasing- und Aval-Produkten konnte eine Steigerung um 0,6 Mrd. EUR auf ein Gesamtneugeschäftsvolumen von 21,1 Mrd. EUR erzielt werden.

Das Neugeschäft in der Baufinanzierung wuchs im Vergleich zu 2016 auf 11,8 Mrd. EUR (plus 2,7 %), das Neugeschäft mit Ratenkrediten betrug in 2017 2,8 Mrd. EUR (plus 3,7 %). Das Gesamtvolumen bei der Vergabe von Krediten an Geschäfts- und Firmenkunden inklusive der gewerblichen Immobilienfinanzierung sowie dem Neugeschäft unseres Angebots an Factoring-, Leasing- und Aval-Produkten konnte weiter gesteigert werden und erreichte im Neugeschäft ein Volumen von 6,4 Mrd. EUR nach 6,2 Mrd. EUR im Vorjahr.



Wir unterstützen den Mittelstand, indem wir mit kurzen Entscheidungswegen und schnellen Reaktionszeiten Kreditlösungen auch für Digitalisierungsthemen zur Verfügung stellen – allein in 2017 mehr als 500 Mio. EUR im Rahmen unseres Finanzierungsprogramms für die Digitalisierung des Mittelstands. In Summe ist unser ausgegebenes Kreditvolumen an den Mittelstand sogar um 2,7 Mrd. EUR auf 19,7 Mrd. EUR gewachsen. «

Dr. Ralph Müller, Vorstand Firmen und Märkte

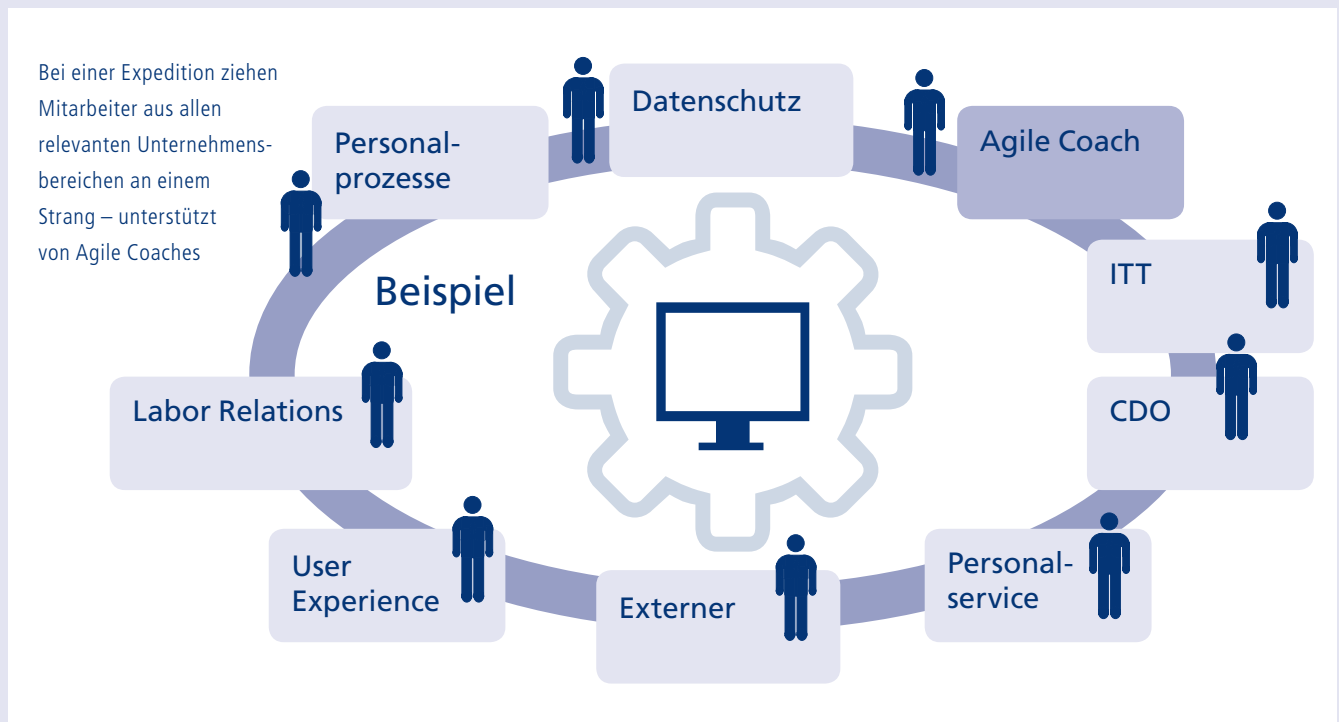
Fortschritte bei der Digitalisierung

Auf dem Gebiet der Digitalisierung konnte die Postbank in 2017 erfreuliche Erfolge verbuchen. Neben der digitalen Kontoeröffnung ist es seit Mitte 2017 möglich, einen Ratenkredit vollständig digital innerhalb weniger Minuten abzuschließen. Knapp jedes zehnte Girokonto wurde im Geschäftsjahr 2017 online abgeschlossen. Das Neuvolumen online abgeschlossener Ratenkredite wuchs um 59 Mio. EUR oder 7 % auf 962 Mio. EUR (2017). Das Neugeschäftsvolumen bei online abgeschlossenen Immobilienfinanzierungen über das Postbank Portal „Meine Immobilie“ legte von 179 Mio. EUR in 2016 auf 368 Mio. EUR in 2017 und damit um 105 % zu.



Auf Expedition in die digitale Zukunft

Die voranschreitende Digitalisierung, immer neue regulatorische Bestimmungen und sich wandelnde Kundenansprüche sind nur einige der zentralen Herausforderungen, mit denen sich die Bankenwelt aktuell intensiv beschäftigt. Um diese Aufgaben zu meistern und die Zukunft des Bankwesens aktiv zu gestalten, nutzt die Postbank innovative Arbeits- und Lernmethoden. Ein Beispiel sind die 2017 erfolgreich gestarteten „Expeditionen“.



Die Expedition als Teil des kulturellen Wandels ist ein Format, welches die Zusammenarbeit unterschiedlicher Bereiche stärken, Kreativität schaffen und das Unternehmertum in der Bank fördern soll. Das Ziel: einen Freiraum schaffen, in dem die Mitarbeiter agile Erfahrungen machen und somit neue Arbeitsmethoden testen können. Sie dürfen und sollen dabei Ideen verwirklichen, die in der Routinetätigkeit unter Umständen wenig Platz



haben, aber dennoch zukunftsrelevant sind. Oberste Priorität ist dabei das Ausprobieren. Dazu gehört auch, dass Fehler gemacht werden dürfen, ganz nach dem prägenden Motto „Fail fast, learn faster“.

Konkret bedeutet das: Bei einer Expedition kommen alle Kernkompetenzen interdisziplinär für ein spezielles Thema unter einem Dach zusammen. Der direkte, persönliche Kontakt ersetzt zahlreiche E-Mails und Telefonate. Alle Teilnehmer erleben die Entwicklung eines Projekts hautnah mit. Gemeinsam wird in einem definierten Rhythmus anhand agiler Arbeitsmethoden an einem vorher festgelegten Ziel gearbeitet. Dabei werden die Teilnehmer in der Methodik von Agile Coaches begleitet. In der Summe können neue Projekte so erstaunlich schnell Markt- und Entscheidungsreife erreichen.

Norbert Jansen, Projektverantwortlicher Expeditionen: „Wir möchten, dass die Teilnehmer das agile

Arbeiten kennenlernen, dass sie etwas Neues ausprobieren können, dass sie Spaß haben und am Ende auch mit einem guten Erlebnis nach Hause gehen. Und sagen: Das war eine gute Expedition und ein gutes neues Format für die Postbank.“

Die erste Expedition fand vom 18. bis 21. September 2017 statt. In einem Vier-Tages-Sprint wurde eine mögliche „HR-App“ konzipiert. Mit am Tisch saßen bereichsübergreifend Zuständige aus neun unterschiedlichen Abteilungen. Neben dem App-Konzept arbeiteten die Expeditionsteilnehmer auch direkt an einem ersten Prototypen der App. So wurde innerhalb weniger Tage aus einer reinen Idee ein erstes „greifbares“ Produkt, welches künftig weiterentwickelt werden kann. Die Resonanz der Teilnehmer war rundum positiv:

„Inhaltlich haben uns die Coaches sehr gut geführt und durch die verschiedenen Themen geleitet, die Atmosphäre war immer sehr angenehm und kollegial. Ich hätte nicht erwartet, dass wir am Ende sogar einen Dummy präsentieren konnten.“

Maren-Solveig Flemming,
Abteilung Personalbetreuung Hameln

„Wir haben konstruktiv Lösungen gefunden in einer Geschwindigkeit, in der es die meisten nicht für möglich halten. Für mich war neu, wie man eine so heterogene Gruppe von Menschen dazu bringt, ein Stück weit wie ein Programmierer zu denken.“

Reto Sander,
Abteilung Personalprozesse & IT

„Am Ende des zweiten Tages war ich total geflasht, wie schnell wir diesen Klick-Dummy hergestellt haben. Diese Expeditionsaufmachung war für mich eine Offenbarung. Für mich war das eine unheimlich wertvolle Woche. Zwei Daumen hoch!“

Uwe Klotzowski,
Abteilung IT Security

Lernen von und mit der Community

Ein weiteres neuartiges Konzept der Postbank ist die eigene Hackathon-Serie. Um zu verstehen, was die Kunden wirklich brauchen, und daraus digitale, passgenau zugeschnittene Angebote zu entwickeln, steigt die Postbank tiefer in die Community ein und lernt von und mit ihr. Das Fachwort für diese Art der Zusammenarbeit mit der jungen, kreativen IT-Szene: Collaboration Engineering. Mit der Einrichtung einer offenen Schnittstelle für diese Art der Zusammenarbeit leistet die Postbank Pionierarbeit im Bankensektor und ist in der Lage, Trends und Chancen gemeinsam mit der IT-Community frühzeitig aufzuspüren und zu nutzen.

Kultureller Wandel als Chance

Wir nehmen die Herausforderung an, in einer dynamischen, unsicheren und volatilen Umwelt erfolgreich und zukunftsfähig zu bleiben. Kulturellen Wandel verstehen wir als wichtige Säule in unserem Transformationsprogramm. 2017 haben wir eine Kulturanalyse gestartet, um das Können und Wollen sowie das tatsächlich vorhandene Wertesystem in der Postbank abzufragen. „Die Ergebnisse helfen uns bei der konkreten Ausgestaltung des kulturellen Wandels“, sagt Projektleiterin Ruth Schellberg aus dem Chief Digital Office. Zur Kulturanalyse nutzte die Bank ein Tool, das vom Bundesministerium für Arbeit und Soziales etabliert wurde, um zu klären, wie Arbeitswelten der Zukunft aussehen können.

März 2017: Die Gewinner des Postbank Hackathons feiern gemeinsam mit der Band „Jupiter Jones“





In ihrem Corporate Rating vom Mai 2017 hat die Nachhaltigkeits-Ratingagentur oekom research der Postbank das Prädikat „Prime“ verliehen. Der Prime-Standard wird an Unternehmen vergeben, die zu den Führenden ihrer Branche zählen und die branchenspezifische Anforderungen sowohl im ökologischen, als auch im sozialen Bereich erfüllen.

Unternehmensführung

Als Unternehmen sind wir ein integraler Bestandteil der Gesellschaft, in der wir agieren. Wir sind überzeugt, dass wir langfristig Vorteile im Wettbewerb gewinnen, indem wir die direkten und mittelbaren Auswirkungen unseres Geschäftsbetriebs auf Umwelt und Gesellschaft aktiv managen. Dadurch können wir ökologische und soziale Chancen besser nutzen, Risiken in unserem Einflussbereich verringern und so nachhaltigen Mehrwert für unsere Stakeholder generieren.

Leitbild, Werte und Prinzipien



Das Postbank Leitbild bildet den Rahmen für die strategische Ausrichtung, die Ziele und das operative Handeln der Bank. Es dient als Wegweiser für die Zukunft und bietet verbindliche Orientierungshilfe für alle Mitarbeiter und Führungskräfte.

Die sechs Werte und Prinzipien der Postbank sind:

- Kundenorientierung
- Integrität
- Nachhaltige Leistung
- Innovation
- Partnerschaft
- Disziplin



In einem etablierten Feedback-Prozess können die Mitarbeiter/-innen Hindernisse bei der Umsetzung des Leitbildes zurückmelden. Dadurch werden diejenigen Störfaktoren ermittelt und bearbeitet, die Mitarbeiter und Führungskräfte an der Umsetzung des Leitbildes hindern. So trägt das Leitbild zur kontinuierlichen organisatorischen Verbesserung der Bank bei.

Sämtliche Beschäftigte der Postbank Gruppe unterliegen dem „Verhaltens- und Ethikkodex für die Deutsche Bank“. Des Weiteren gilt der Ethikkodex mit besonderen Verpflichtungen für „Senior Financial Officers“ der Deutschen Bank für den Chief Financial Officer der Postbank, die Bereichsleiter des Ressorts Finanzen der Postbank sowie den Chief Financial Officer der Postbank Tochtergesellschaft BHW Bausparkasse AG.

Führungsgrundsätze

Die Führungsgrundsätze der Postbank machen deutlich, welches Führungsverhalten im Unternehmen erwartet wird. Sie übertragen die Werte und Prinzipien des Postbank Leitbildes in einen konkreten Verhaltensrahmen. Die Grundsätze sind verbindlich für Führungskräfte auf allen Ebenen – also für alle Beschäftigten der Postbank, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter führen. Im Mittelpunkt stehen die Vorbildfunktion jeder Führungskraft, Klarheit und Wertschätzung im Dialog sowie die Förderung von Vielfalt im Team.

Zur Unterstützung guten Führungsverhaltens können Führungskräfte Maßnahmen zur Teamentwicklung, Coachings und spezielle Trainings in Anspruch nehmen. 2017 wurden 175 (Vorjahr: 90) Fortbildungstage für Coachings und rund 950 Fortbildungstage für Teamentwicklungs-Maßnahmen (Vorjahr: rund 1.000) aufgewendet.

Postbank Dialog

Der Vorstandsvorsitzende und die Vorstände besuchen regelmäßig die Standorte der Bank, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Unternehmensbereiche über aktuelle Entwicklungen der Postbank zu informieren und zu erfahren, was sie bewegt – in Bezug auf ihr Unternehmen, ihren Standort und ihre täglichen Erfahrungen. Der regelmäßige Dialog mit den Mitarbeitern ist mittlerweile ein fest institutionalisiertes Steuerungsinstrument. Er bietet die Chance, ein gemeinsames Verständnis über den besten Weg in die Zukunft zu entwickeln.

Im Jahr 2017 haben 9 Dialogveranstaltungen in folgenden Städten und Regionen stattgefunden: Berlin, München, Bonn, Dortmund, Hamburg, Stuttgart und Frankfurt.

Darüber hinaus können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Fragen und Anregungen auch per Mail direkt an „Frank Strauß im Dialog“ richten.

Postbank Award

Mit dem Postbank Award werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geehrt, die die Werte des Postbank Leitbildes vorbildlich in die Tat umsetzen. Die Auszeichnung der Siegerteams findet jährlich im Rahmen der Managementkonferenz statt, der Versammlung von Vorstand und Führungskräften.

Alle Führungskräfte der Postbank können Nominierungen einreichen. Nominiert werden dürfen einzelne Mitarbeiter/-innen oder auch ganze Teams. Die Jury besteht aus 16 Vertretern aller Ressorts und Geschäftsfelder sowie des Betriebsrats. Pro Kategorie werden je ein goldener und zwei silberne Postbank Awards vergeben.

Neben außergewöhnlichem Engagement im Sinne des Leitbildes werden die Einreichungen nach den Kriterien „Vorbildlichkeit und Übertragbarkeit, nachhaltige Wirkung, Zukunftsorientierung und außergewöhnlicher Charakter“ bewertet.

Im Jahr 2017 wurde der Award zum fünften Mal vergeben. Über 120 Vorschläge wurden eingereicht. 15 Sieger-Teams wurden für ihre Leistungen, Initiativen und Projekte ausgezeichnet.



Die Preisträger des Postbank Award 2017 bei der Preisverleihung in Köln.





Ausgezeichnet
für nachhaltigen
Vertriebs Erfolg 2017:
die Meisterklasse.

Postbank Meisterklasse

In ihrem Vertrieb ist die Postbank auf Nachhaltigkeit ausgerichtet. Die Postbank Meisterklasse zeichnet Führungskräfte und ihre Teams aus, die sich über das normale Maß hinaus und im Sinne des Leitbildes für das Unternehmen, seine Mitarbeiter/-innen und Kundinnen/Kunden engagieren. Die Besonderheit ist: Nur wer in allen drei Disziplinen, „Vertriebsperformance“, „Kundennutzen“ und „Mitarbeiterzufriedenheit/Führung“ bestimmte Höchstleistungen erbracht hat, wird für ein Jahr in die Postbank „Meisterklasse“ aufgenommen.

Ideenmanagement

Die Postbank ermuntert ihre Beschäftigten und Auszubildenden, sich aktiv und kreativ am Betriebsgeschehen zu beteiligen und Verbesserungsvorschläge einzureichen. Sie fördert das Innovationspotenzial und die Kreativität ihrer Mitarbeiter systematisch.

Erfolgreiche Ideen werden mit Sach- und Geldpreisen prämiert. Das Ideenmanagement trägt dazu bei, Prozessabläufe zu optimieren, sowie Produkte und Dienstleistungen zu verbessern. Dadurch sind die Mitarbeiter aktiv eingebunden, den Innovationsprozess des Unternehmens voranzutreiben.

Das Ideenmanagement der Bank unterscheidet zwei Arten von Ideen: Verbesserungsvorschläge mit einem quantifizierbaren Ertrags- und Einsparpotenzial und Ideen ohne berechenbare Effekte. Im ersten Fall erhalten die Ideengeber bei Umsetzung des Vorschlags eine erfolgsabhängige Prämie. Im anderen Fall dürfen sich die Einreicher über Lose für eine konzerninterne Tombola freuen.

Knapp 1.900 Ideen reichten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im vergangenen Jahr ein. Daraus konnte die Postbank Einsparungen von mehr als 1,2 Mio. EUR erzielen. Rund 12 % davon zahlte sie als Prämie an die Mitarbeiter aus, deren Ideen realisiert wurden.

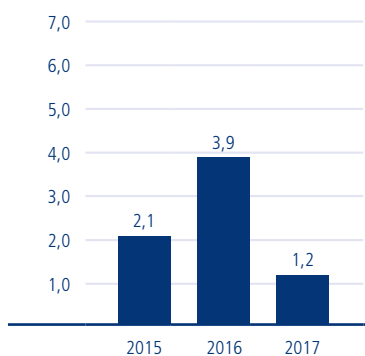


Seit April 2017 nutzt die Postbank die Software „Topidee“. Das Programm erleichtert das Einreichen und die Bewertung neuer Ideen und verkürzt dadurch die Zeit bis zur Umsetzung. Alle Prozessschritte sind nun transparent.

Eingereichte Vorschläge



Berechenbare Gesamtersparnis durch Ideenmanagement (in Mio. Euro)



Postbank Ideenmanagement



Ideen mit quantifizierbarem Ertrags- und Einsparpotenzial werden im „großen Regelkreis“ entschieden. Für alle anderen Ideen gibt es ein vereinfachtes Verfahren.



Reich an Ideen

Damit die Mitarbeiter das Unternehmen mitgestalten können, setzt die Postbank auf ein modernes Ideenmanagement, so nutzt sie Verbesserungspotenziale und spart Kosten. Eine neue Software macht es den Mitarbeitern noch leichter, ihre Ideen einzureichen.

Das muss doch einfacher gehen, dachte sich Stephan Wintersteiger und setzte sich nach der Arbeit zu Hause an seinen Computer. „Das“ war der Prozess, wie Kundinnen und Kunden eine Jahressteuerbescheinigung anfordern. Bisher ging das so: Der Telefon-Service nimmt den Wunsch auf und leitet ihn an die Kolleginnen und Kollegen vom Zahlungsverkehr weiter. Diese müssen nun zunächst in einem System abgleichen, ob noch andere Kunden, etwa der Ehepartner, einbezogen werden müssen. Anschließend wechseln sie das System und bestellen die gewünschte Bescheinigung. „Mit einer Kollegin habe ich ein Programm geschrieben, das diese beiden Prozesse automatisch verknüpft“, erzählt der Mitarbeiter in der Betriebs-Center für Banken AG (BCB) in München. Wintersteiger reichte seinen Verbesserungsvorschlag beim Ideenmanagement der Postbank ein. In seinem Job im Business and Performance Management kommt der 39-Jährige mit vielen Kollegen in Kontakt und lernt verschiedene Prozesse kennen. „Es reizt mich, über einfache Programme, die ich selbst quasi mit Bordmitteln schreiben kann, wirkungsvolle Vereinfachungen in den Abläufen zu erzielen“, sagt der Postbank Mitarbeiter. Auch die Anerkennung aus dem Unternehmen und die Prämien motivieren ihn.

Ideen am Fließband

Im Laufe der letzten acht Jahre hat er bereits 25 Ideen vorgeschlagen – und Prämien im sechsstelligen Bereich erzielt. Wintersteiger bezeichnet sich selbst als IT-Freak. „Für mich ist eine Idee gut, wenn sie innovativ und digital ist und mit vorhandenen Ressourcen umsetzbar ist“, fasst er zusammen. Je nach Umfang braucht er zwischen zwei Tagen und einem Monat, um seinen Vorschlag zu konkretisieren, ein Programm zu schreiben und sich im Vorfeld schon einmal mit Kollegen oder Vorgesetzten auszutauschen.

Einfach besser

Der Münchner ist einer von 866 Postbank Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die im vergangenen Jahr Ideen zu Verbesserungen der Postbank vorgeschlagen haben. Für die Postbank sind die Ideen ihrer

Beschäftigten extrem wertvoll. Bislang hat es allerdings oft viele Monate gedauert, bis Ideen geprüft waren. Damit der Prozess beschleunigt wird und Mitarbeiter/-innen ihre Ideen möglichst unkompliziert einreichen können, hat die Postbank das Ideenmanagement nun mit der Software „Topidee“ komplett digitalisiert. Topidee bündelt den gesamten Ablauf nun auf einer Plattform – von der Beschreibung der Idee über die Freigabe durch den Vorgesetzten bis zum Prüfungsprozess.

Auch die Prämien, die der Einreicher je nach Art der Idee in Form von Geld oder von in einer Tombola einlösbaren Punkten erhält, hat man so stets im Blick. Ebenfalls ein Vorteil: Jeder kann sich alle anderen eingereichten Ideen, die auf der Plattform anonymisiert dargestellt sind, anschauen. Auf diese Weise kann er recherchieren, ob vielleicht schon eine Kollegin/ein Kollege den gleichen Vorschlag gemacht hat oder sich einfach inspirieren lassen.

Die ersten Rückmeldungen zum neuen System sind sehr positiv. Es sei selbsterklärend und man habe einen viel besseren Überblick, so das Feedback der Ideengeber. „Es passt auch einfach zu unserer digitalen Zeit und spart Papier“, ergänzt Stephan Wintersteiger.



Die neue Software „Topidee“ macht das Ideenmanagement schneller und transparenter



Postbank Ideenlabor

Nicht nur die Ideen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, auch die Ideen unserer Kundinnen und Kunden helfen uns besser zu werden. Der Grundgedanke ist einfach: Gemeinsam mit unseren Kunden wollen wir unsere Produkte und Dienstleistungen verbessern und weiterentwickeln. Damit sich viele Kunden einfach und intuitiv beteiligen können, haben wir 2016 die Online-Plattform „Postbank Ideenlabor“ aufgebaut. Wer dort registriert ist, kann Projekte kommentieren, Bewertungen zu Produkten abgeben, persönliche Anregungen und Wünsche einbringen und sich so aktiv am Entwicklungsprozess seiner Bank beteiligen. Ende 2017 hatte das Ideenlabor bereits über 8.000 Teilnehmer.



Lieferkette und Beschaffung

Die Lieferkette der Postbank umfasst Wirtschaftsgüter und Dienstleistungen zum Betrieb ihrer Bürogebäude und Filialen (insbesondere Gebäude, Ausstattung, Energie, Verbrauchsmaterial, vertriebene Fremdprodukte), für Transport (insbesondere Filiallogistik, Dienstreisen, Bargeldlogistik, Kundenkorrespondenz) und für den Betrieb ihrer Rechenzentren (insbesondere Hard- und Software, IT-Dienstleistungen). Soziale, ökologische und ökonomische Aspekte haben bei der Postbank maßgeblichen Einfluss auf die Entscheidung über Lieferanten, beschaffte Dienstleistungen und Wirtschaftsgüter.

Die Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen ist – soweit sie in die Verantwortung der Postbank fällt – in einer eigenständigen Einheit, dem Konzerneinkauf der Postbank, konzentriert. Dadurch kann die Bank sowohl ökonomische als auch ökologische und soziale Aspekte im Beschaffungsprozess einheitlich berücksichtigen. Dabei betrachtet sie den gesamten Lebenszyklus der beschafften Produkte und Dienstleistungen.

Bevor im Postbank Konzern eine Geschäftsbeziehung mit einem Lieferanten zustande kommt, muss dieser die Compliance-Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner der Postbank anerkennen sowie eine Befragung zu Umweltaspekten ausfüllen und bestehen. Im Umweltfragebogen wird der Lieferant zunächst gefragt, ob er nachweislich über ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem verfügt. Ist dies nicht der Fall, muss er durch Beantwortung weiterer standardisierter Fragen Auskunft darüber erteilen, in welchen Bereichen sein Unternehmen welche Umweltziele verfolgt. Die Bewertung seiner Antworten erfolgt durch ein Punktesystem. Lieferanten, die nicht mindestens mit einem „befriedigend“ abschließen, werden in der Regel bei Angebots- bzw. Auftragsverfahren nicht berücksichtigt. Handelt es sich um Monopolisten bzw. Spezialisten, so wird



im Einzelfall in Abstimmung mit dem auftraggebenden Fachbereich das weitere Vorgehen entschieden. Dabei wird u. a. geprüft, inwieweit eine Substitution des Lieferanten aufgrund der Nachhaltigkeitsziele der Postbank erfolgen kann. Dieses Vorgehen zur Bewertung der Lieferanten nach Aspekten der Nachhaltigkeit gewinnt seit der Einführung mehr und mehr an Akzeptanz bei den Lieferanten. Einige Lieferanten sind durch das Vorgehen bei der Postbank dazu angeregt worden, ein ähnliches Vorgehen auf ihren eigenen Beschaffungsprozess zu übertragen.

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

Gemäß den Grundsätzen nachhaltiger Forstwirtschaft werden im Postbank Konzern ausschließlich zertifizierte Papierprodukte aus sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltiger Waldbewirtschaftung oder Recyclingmaterial benutzt.

Weitere Informationen zur Compliance-Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner, zum Lieferantenfragebogen Umweltschutz und zur Paper Policy, siehe Kapitel „Leitlinien“.



Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage



Das Eingehen von Risiken ist ein wesentlicher Bestandteil des Bankgeschäfts. Unsere Kunden, Mitarbeiter, Eigentümer und die Öffentlichkeit erwarten zu Recht von uns, dass wir diese Risiken verantwortungsvoll und mit Blick auf die Zukunft handhaben. Dadurch leisten wir als Bank unseren Beitrag zu einer stabilen Entwicklung der Gesellschaft, in der wir geschäftlich tätig sind. «

Hanns-Peter Storr,
Vorstand Chief Risk Office

Risikomanagement

Das Vorstandsressort Chief Risk Office (CRO) erarbeitet Lösungen zur Bewertung und zum verantwortlichen Umgang mit banktypischen Risiken. Die Messung, Bewertung, Entscheidung, Planung und Steuerung von finanziellen und nicht-finanziellen Risiken zählen zu den Hauptaufgaben des Risikomanagements.

Das Risikomanagement der Postbank umfasst zentrale Steuerungs- und operative Einheiten zu allen Risikoarten, vom Eingehen einer Kundenverbindung bis hin zu ihrer Trennung. Die Aufgaben reichen vom zentralen Auslagerungsmanagement bis zur Aufsichtskommunikation, vom Business Continuity Management bis zur Informati-
onssicherheit.

Allen gemeinsam ist das Ziel: eine balancierte, nachhaltige Steuerung unseres Risikokapitals zur Erwirtschaftung von wiederkehrenden Erträgen für alle Stakeholder.

102-11



Kreditvergabe und Geldanlage

Im Rahmen ihrer Kreditvergabe beurteilt die Postbank stets die Nachhaltigkeit der Schuldendienstfähigkeit der Kreditnehmer und trägt somit dazu bei, eine Überschuldung der privaten Haushalte zu vermeiden.

Die Kreditvergabe erfolgt fortwährend unter Beachtung von Chancen und Risiken, die sich aus der Verantwortung der Postbank gegenüber der Gesellschaft, der Umwelt, den Mitarbeitern und Stakeholdern des Unternehmens ergeben. 2017 hat die Postbank ihre „Grundsätze zum Umgang mit Umwelt- und Sozialrisiken“ veröffentlicht. Darin sind Geschäfte in direktem Zusammenhang mit bestimmten Waffenarten wie Personen-Landminen, Streubomben oder ABC-Waffen explizit ausgeschlossen. Für weitere kontrovers diskutierte Geschäftsfelder legt die Bank in diesen Grundsätzen offen, wie sie verantwortlich mit sozialen und ökologischen Risiken umgeht.



Für die je zehn größten Kreditengagements der Bank gegenüber Unternehmen, Finanzinstituten und bei gewerblichen Immobilienfinanzierungen führt der Nachhaltigkeitsbeauftragte jährlich ein Screening unter Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit durch. Engagements in „sensitiven Ländern“ oder „sensitiven Branchen“ stellen hierbei ein potenzielles Reputationsrisiko für die Postbank dar und werden gesondert überprüft. Länder mit politisch instabilen Strukturen oder vorherrschender Korruption gelten dabei ebenso als sensitiv wie Branchen, die eine ökologisch oder ethisch fragwürdige Tätigkeit beinhalten.

Durch eine Überprüfung der größten Engagements stellt der Nachhaltigkeitsbeauftragte fest, ob ein potenzielles Reputationsrisiko vorliegt. Das Ergebnis wird den Geschäftsfeldverantwortlichen zur Sensibilisierung für Nachhaltigkeitsaspekte und zur erweiterten Einschätzung der Kundenbeziehung übergeben. Auf dieser Grundlage finden bei Bedarf Gespräche zwischen dem Nachhaltigkeitsbeauftragten und den Fachverantwortlichen statt, um mögliche Konsequenzen abzuleiten.

Auch bei der Anlage von Geldern von Kunden oder der Postbank selbst werden Nachhaltigkeitsaspekte beachtet. Dabei gelten analoge Kriterien wie bei der Kreditvergabe.

Compliance und Geldwäscherschutz

Die Finanzmärkte können auf Dauer nur funktionieren, wenn alle Beteiligten sich darauf verlassen können, dass auch die anderen Marktteilnehmer die zu beachtenden gesetzlichen Bestimmungen einhalten. „Compliance“ ist die Pflicht, im Einklang mit diesen rechtlichen Regelungen und Vorgaben zu handeln. Compliance schützt das Vertrauen der Marktteilnehmer.

Die Compliance-Funktion wird regelmäßig geprüft



Compliance

Vertrauen und Fairness sind der Maßstab, nach dem die Postbank und ihre Beschäftigten ihr Verhältnis zu ihren Kundinnen und Kunden sowie dem Markt ausrichten. Bei der Erbringung von Dienstleistungen verfolgen wir das Ziel, unsere Kunden und die Marktteilnehmer gleichermaßen zu schützen. Interessenkonflikte sollen nach Möglichkeit vermieden werden.

Das Einhalten regulatorischer Bestimmungen betrachten wir als eine unabdingbare Voraussetzung für unseren nachhaltigen Erfolg. Um zu gewährleisten, dass die Bank ihren Compliance-Verpflichtungen dauerhaft nachkommt, haben wir einen eigenständigen Funktionsbereich eingerichtet. Er entwickelt ein einheitliches Compliance-Verständnis und verbessert das bestehende interne Kontrollsystem fortlaufend. Er unterstützt und berät die Geschäftsbereiche. Durch regelmäßige Risikoanalysen sowie Kontroll- und Überwachungstätigkeiten trägt er zu einer Unternehmensorganisation bei, die auf die Einhaltung gesetzlicher und anderer Rechtspflichten ausgerichtet ist. So wirkt die Compliance-Funktion dem Risiko von Verstößen präventiv entgegen und schützt die Bank nachhaltig vor Sanktionen, Verlusten oder Reputationsschäden.

Die Compliance-Funktion unterliegt regelmäßig Prüfungen sowohl durch interne als auch externe Prüfer.

102-11



Verhinderung von Korruption

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Postbank müssen bei allen geschäftlichen Transaktionen integer und transparent handeln sowie den Eindruck vermeiden, sich unlautere Geschäftsvorteile zu verschaffen oder sich fragwürdig zu verhalten. Das Annehmen und Vergeben von Geschenken und Einladungen unterliegt strengen Regeln, die für alle Beschäftigten verbindlich sind. Die Annahme von Geld oder Gutscheinen ist grundsätzlich verboten. Für sonstige Geschenke und Einladungen gilt: Ab einem geringen Schwellenwert muss jede Einladung und jedes Geschenk gemeldet, meistens sogar ausdrücklich genehmigt werden. Die Regeln gelten für das Empfangen und Vergeben von Einladungen und Geschenken gleichermaßen. Dabei sind die Grundsätze der Transparenz, der Integrität und der Uneigennützigkeit zu beachten. Beim Annehmen eines Geschenkes oder einer Einladung muss der Empfänger zusätzlich dafür Sorge tragen, dass der „geldwerte Vorteil“ versteuert wird.



Auch ihre Lieferanten verpflichtet die Postbank zur Einhaltung ihrer Antikorruptions-Standards. Sie sind in der Compliance-Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner festgeschrieben.

Bekämpfung von Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und sonstigen strafbaren Handlungen

Durch ein wirksames Anti-Geldwäsche-Programm unterstützt die Bank die internationalen Bemühungen zur Bekämpfung von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung. Regelmäßige Mitarbeiterschulungen stellen sicher, dass die vorgeschriebenen Überwachungs- und Präventionsprozesse korrekt angewendet werden.

Ein spezielles Team zur Geldwäscheprävention hat die Aufgabe, kritische Geldtransfers zu identifizieren. Dies geschieht auf der Grundlage von Meldungen aus den Filialen, der Fachseiten, von Informationen der Ermittlungsbehörden oder anderer Institutionen. Unterstützt wird die Arbeit durch IT-Systeme, die verdächtige Transaktionsmuster erkennen und diese dem Team anzeigen. Wenn ein Verdacht sich bestätigt, erfolgt eine Anzeige bei den Ermittlungsbehörden. Die Erkennungssysteme werden permanent an sich ändernde Typologien und Gefährdungslagen angepasst.

Ein ausgereiftes Anti-Fraud-Management-System schützt die Postbank wirksam vor „sonstigen strafbaren Handlungen“. Dies sind strafbare Handlungen, die im Inland und Ausland (sofern die Postbank dort vertreten oder aktiv ist) vorsätzlich begangen werden und die zu einer wesentlichen Vermögensgefährdung bei der Postbank führen können.

102-11



Datenschutz und Informationssicherheit



DEUTSCHLAND TEST und FOCUS MONEY testeten 2017 das Online-Banking von 31 Kreditinstituten in Deutschland unter den Aspekten „Sicherheit“ und „Kundenorientierung“. Aufgrund der überdurchschnittlich guten Ergebnisse in beiden Testfeldern belegt

die Postbank erneut den ersten Platz im Gesamtergebnis.

Die Postbank schützt die Daten, die ihre Kundinnen und Kunden ihr anvertrauen. Sie betreibt aktive Vorsorge, um die Sicherheit im Online- und Mobile-Banking auf höchstem Niveau zu halten. Für die Sicherheit ihres Online-Banking ist sie 2017 erneut als „Sicherste Online-Bank“ ausgezeichnet worden.

Datenschutz

Ab Mai 2018 gelten in Europa einheitliche Regeln zur Verarbeitung personenbezogener Daten. Sie ersetzen das derzeit gültige Bundesdatenschutzgesetz. Im Einklang mit der strategischen Ausrichtung der Postbank arbeiten wir daran, die neuen Anforderungen umfassend und rechtzeitig umzusetzen.

Das Bankgeheimnis und den Schutz unserer Kundendaten berücksichtigen wir nach Möglichkeit ganzheitlich. Deshalb beziehen wir den Schutz der Kundendaten bei der Gestaltung sämtlicher Prozesse vom Point of Contact (Filiale, Telefon, Internet) über die Speicherung und Verarbeitung bis hin zur Korrespondenz von Anfang an mit ein.

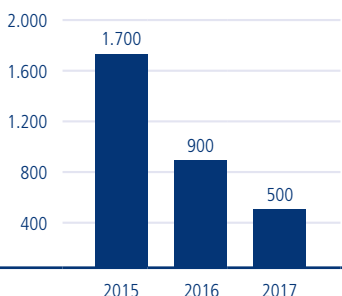
Auch bei der Beauftragung von Dritten, die Leistungen im Namen der Postbank erbringen, steht die Erfüllung datenschutzrechtlicher Auflagen nicht zur Disposition. Das gilt auch für die Daten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Datenschutz wird bei der internen Kommunikation der Postbank genauso großgeschrieben wie bei der externen.

Die öffentliche Debatte über die neuen datenschutzrechtlichen Regelungen hat dazu geführt, dass erneut eine hohe Zahl von Kundenanfragen und -beschwerden mit datenschutzrechtlichem Hintergrund an die Postbank gerichtet wurde. Wie in den beiden Vorjahren sind rund 600 Kundenanfragen zum Datenschutz eingegangen.

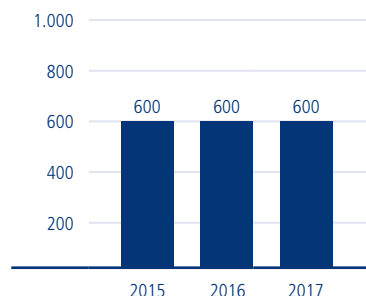
Die Zahl der Auskunftersuchen ist hingegen zurückgegangen. Das Bundesdatenschutzgesetz räumt jedem Kunden das Recht ein, eine kostenlose Auskunft zu verlangen, welche Daten ein Unternehmen zu seiner Person gespeichert hat. Diese Auskunft können Kundinnen und Kunden nicht nur direkt bei der Postbank erfragen, sondern auch über Serviceportale im Internet oder Drittfirmen beauftragen. 2017 hat die Postbank rund 500 dieser Auskünfte an Kunden versandt. Im Vorjahr waren es noch 900 gewesen.

Die Zahl der Eingaben von Kundinnen und Kunden der Postbank an die Datenschutzaufsichtsbehörde ist dagegen mit 21 auf niedrigem Niveau geblieben. Im Vorjahr lag die Zahl bei 25 Vorgängen.

Auskunftersuchen zu gespeicherten Daten (auf volle Hundert gerundet)



Kundenanfragen (auf volle Hundert gerundet)



Informationssicherheit

Nach einer Umfrage des „Allianz Risk Barometers“ 2017 halten deutsche Unternehmen Cyberrisiken wie IT-Ausfälle, Spionage und Datenmissbrauch für das derzeit größte Unternehmensrisiko. Banken sind für Hacker besonders interessant. Hier stoßen sie auf sensible Informationen, die sie für finanzielle Manipulationen nutzen können.

Die Postbank hat 2017 erneut in ihre Informationssicherheit investiert. Wir haben die Funktion des „Chief Information Security Officer (CISO)“ weiter ausgebaut und unserem Informationssicherheitsmanagementsystem einen neuen Rahmen gegeben. Es orientiert sich nun an der international anerkannten ISO-Norm 27001 und gewährleistet in enger Zusammenarbeit mit unserer IT-Tochter Postbank Systems AG und unseren Fachbereichen, dass wir im Umgang mit Informationssicherheitsrisiken jederzeit handlungsfähig sind.

Unser Informationssicherheitsmanagement ist verbindlich für die gesamte Postbank Gruppe mit ihren Tochtergesellschaften. Es umfasst folgende Komponenten:

- Risikoerkennung, auch mittels technischer Systeme
- Bewertung von Risiken und deren Reporting
- fest verankerte Meldewege, auch zur Geschäftsleitung und den Aufsichtsbehörden
- Entwicklung, Einführung und Optimierung risikovermindernder Maßnahmen

Regelmäßige Kontrollen stellen sicher, dass wir Schwachstellen rechtzeitig erkennen und beheben – oder zumindest das Risiko vermindern können. Dabei achten wir darauf, dass die Kontrolleure mit der erforderlichen Unabhängigkeit ausgestattet sind (Governance).

Für Störungen wie den Ausfall von Geldautomaten oder Attacken auf unsere E-Mail-Adressen haben wir speziell ausgebildete Expertenteams. Sie stellen sicher, dass Störungen schnellstmöglich behoben oder Angriffe abgewehrt werden können.

2017 haben wir mit dem „Forum Informationssicherheit“ ein Gremium ins Leben gerufen, das sich ausschließlich mit Themen der Informationssicherheit befasst. Es ist mit Vertretern der Postbank, der Postbank Systems AG und weiterer Tochtergesellschaften besetzt und fördert die Vernetzung und Expertise in der gesamten Postbank Gruppe. Neben dem standardisierten Berichtsweg in das operationelle Risikokomitee der Postbank hat es in besonderen Fällen über den CISO auch direkten Zugang zur Geschäftsleitung.

Informationssicherheit ist auf die Mitwirkung aller Mitarbeiter angewiesen. Deshalb haben wir 2017 in den Fachbereichen Informationssicherheits-Repräsentanten berufen. Sie haben die Aufgabe, ihre Kolleginnen und Kollegen für Fragen der Informationssicherheit zu sensibilisieren. Zu diesem Zweck werden sie regelmäßig über neue Entwicklungen in der Bank oder neue Angriffsmuster informiert und geben diese Erkenntnisse in den Fachbereichen weiter. Ferner entwickeln sie fachbereichsbezogene Vorgaben zur Informationssicherheit, die den Besonderheiten der verschiedenen Organisationseinheiten Rechnung tragen.

Sicherheit im Zahlungsverkehr

2017 hat die Postbank bei der Betrugsbekämpfung einen weiteren Schritt nach vorn gemacht. Seit Jahren nutzen wir IT-gestützte Systeme, um Betrugsversuche im Online- und Telefon-Banking bereits so früh zu erkennen, dass der Betrug abgewehrt wird und Kunden gar nicht erst zu Schaden kommen. 2017 haben wir die systemische Betrugsprüfung auf den beleghaften Zahlungsverkehr (Überweisungen auf Papierträgern) ausgeweitet. Unsere Fraud-Detection-Systeme sind damit in der Lage, auch Angriffe über diesen Weg zu erkennen und zu analysieren. Damit erfassen wir jetzt den Großteil unserer Zahlungsverkehrstransaktionen durch eine regelbasierte Betrugsüberwachung. Auch die Betrugsprüfung bei Giropay und Paydirekt wird auf diese Weise unterstützt.

seitigen. Im weiteren Verlauf der Telefonate werden die Kunden dazu überredet, Überweisungen vorzunehmen oder Gutscheine zu kaufen. Durch die systemunterstützte Analyse dieser auffälligen Transaktionen konnten wir 2017 zahlreiche Angriffe abwehren und unsere Kunden vor weiterem Schaden bewahren.

Bei der Betrugsabwehr im Zahlungsverkehr kommt es auf Schnelligkeit und gute Zusammenarbeit verschiedener Verantwortungsbereiche im Postbank Konzern an. Wenn die Systeme eine Zahlung als auffällig erkannt haben, wird der Kontakt zur Kundin oder zum Kunden hergestellt, damit die Überweisung noch rechtzeitig verhindert oder zurückgeholt werden kann. Dies ist uns im vergangenen Jahr in vielen Fällen gelungen.

Im Handelsblatt-Vergleich zur Sicherheit im Online-Banking hat die Postbank 2017 den ersten Platz belegt.

Das Analysehaus S.W.I. untersuchte die Sicherheits- und Legitimationsverfahren und die Qualität der Kundenkommunikation von 8 Filialbanken.

Betrugsversuche, bei denen Betrüger sich als Microsoft-Supportmitarbeiter ausgaben, haben uns 2017 besonders beschäftigt: Bei dieser Masche wird im ersten Schritt eine gefälschte Viren- oder Trojanerwarnung auf den Rechner des Kunden geschickt. Danach bietet ein angeblicher Microsoft-Techniker an, das Problem mit Hilfe einer Fernwartungssoftware zu be-



Sicherheit bei Selbstbedienungsgeräten

Nach Angaben von Euro Kartensysteme, einem Gemeinschaftsunternehmen der deutschen Banken und Sparkassen, erhöhte sich die Anzahl der Manipulationen an inländischen Geldautomaten 2017 auf 499 Fälle. 2016 waren es 369 Fälle gewesen. Damit haben Datendiebe 2017 zwar branchenweit mehr Geldautomaten als im Vorjahr manipuliert, um an Kartendaten und Geheimzahlen (PIN) von Bankkunden zu kommen. Dank der mittlerweile etablierten Schutzverfahren von Banken und Handel liegt die Anzahl der Manipulationen dennoch weiterhin auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau – gemessen an den hohen Fallzahlen um das Jahr 2010.

Erneut haben verschiedene Tätergruppen deutschlandweit versucht, Geldautomaten durch gezielte Sprengungen auszurauben. Nach noch vorläufigen Zahlen des Bundeskriminalamts war die Zahl der Sprengversuche im Jahr 2017 mit insgesamt 246 Fällen erstmals seit mehreren Jahren rückläufig (2016 waren es 318 versuchte Sprengungen gewesen). Angegriffen wurden vereinzelt auch Geräte der Postbank. Durch die in den Automaten eingebauten Sicherheitseinrichtungen konnte der Schaden für die Bank begrenzt werden. Die Geldautomaten der Postbank sind seit Jahren flächendeckend mit dem sogenannten Money Inking ausgestattet, einer Farbpatrone, die die Geldscheine mit Tinte unbrauchbar macht, sobald der Automat gewaltsam geöffnet wird.

Die Anzahl sonstiger Betrügereien an Geldautomaten und SB Geräten der Postbank ist 2017 weiter zurückgegangen. Technische Sicherheitsvorkehrungen bei der Abwicklung von Kartenzahlungen und die regelmäßige Kontrolle unserer SB Geräte sowie eine zunehmende Sensibilisierung der Kundinnen und Kunden haben dazu beigetragen, Betrügereien rund um das Kartengeschäft nachhaltig einzudämmen.

Die Postbank informiert ihre Kundinnen und Kunden regelmäßig zu Fragen der Sicherheit im Online-, Telefon- und SB-Banking und hat eine telefonische Hotline sowie eine spezielle E-Mail-Adresse für betroffene Kunden eingerichtet. Auch finden betroffene Kunden bei allen Filialen der Postbank und rund um die Uhr bei den Postbank Call-Centern kompetente Ansprechpartner.



Im Bedarfsfall: 0800 1008 906

missbrauch@postbank.de

Soziale Nachhaltigkeit



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter | Die Postbank will für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein fairer und attraktiver Arbeitgeber sein. Sie hilft ihren Beschäftigten, ihr persönliches Potenzial zu entfalten. Sie macht ihnen individuelle Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben und unterstützt sie, fit und gesund zu bleiben. Die Postbank fördert die vielfältige Zusammensetzung ihrer Belegschaft. Sie ist überzeugt: Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das wertvollste Kapital eines modernen Dienstleistungsunternehmens.

Personalmanagement

Daten und Fakten

Zum Jahresende 2017 waren im Postbank Konzern insgesamt 20.828 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Das entspricht 17.441,24 Vollzeitkräften (FTE, full-time equivalents). Gegenüber dem Vorjahr hat sich der Personalbestand – insbesondere infolge der fortschreitenden Digitalisierung im Bankgeschäft – um 891 Beschäftigte (670,62 FTE) verringert. Der Abbau erfolgte sozialverträglich und ohne Ausspruch betriebsbedingter Kündigungen im Einvernehmen mit dem Sozialpartner. Gemessen in FTE waren 58,1 % der Belegschaft Tarif-Beschäftigte, 24,7 % Beamte und 17,2 % außertariflich Beschäftigte.

Mehr als 99 % der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind im Inland beschäftigt. Weniger als 1 % der Beschäftigten verteilt sich auf Standorte in Luxemburg und Italien.

Knapp 94 % der Beschäftigten sind in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis angestellt. Im Vorjahr waren es noch knapp 93 %. Die hohe Verbundenheit der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen zeigt sich in einer langen Betriebszugehörigkeit von durchschnittlich 21 Jahren. Auch die Fluktuationsquote ist gering. Sie lag 2017 bei 6 % (bezogen auf FTE) und ist damit gegenüber dem Vorjahr um einen Prozentpunkt zurückgegangen. 2017 sind 611 Personen

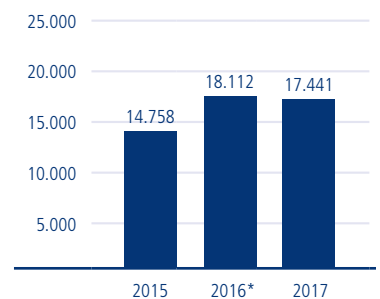
neu eingestellt worden, 1.447 Beschäftigte haben das Unternehmen verlassen. Hauptursachen für das Ausscheiden aus dem Unternehmen waren Vorruhestandsvereinbarungen, der Beginn des gesetzlichen Ruhestands sowie die zum Jahresende ausgelaufenen Befristungen von Beschäftigungsverhältnissen.

Die Postbank bietet ihren Beschäftigten flexible Arbeitszeitmodelle an, um ihr berufliches und persönliches Leben aufeinander abzustimmen. Rund 25 % nutzen Teilzeitangebote, die meisten davon (91 %) sind Frauen. Für alle Beschäftigten gibt es Gleitzeitregelungen, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ebenfalls erleichtern.

2017 hat die Postbank das „Mobile Arbeiten“ nochmals ausgeweitet. An fast allen Standorten können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jetzt bis zu 20 % ihrer regulären Arbeitszeit von zu Hause aus erbringen, sofern ihre Tätigkeit dies zulässt. Das Konzept des mobilen Arbeitens hat die Bank 2015 in ausgewählten Unternehmensbereichen getestet. Es war bei den Beschäftigten und ihren Vorgesetzten derart erfolgreich, dass wir es schrittweise auf den gesamten Konzern ausgeweitet haben.

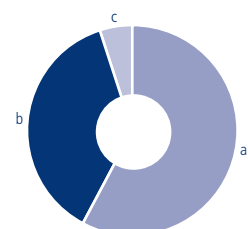


Beschäftigte (auf Vollzeit umgerechnet)



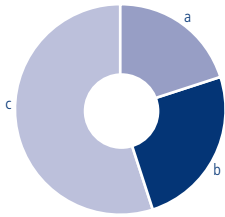
*Anstieg infolge Wiedereingliederung von Tochtergesellschaften

Neueinstellungen



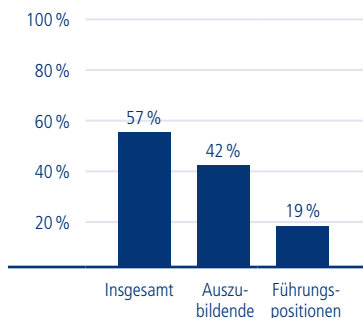
- a 58 % unter 30 Jahre
 - b 37 % 30–50 Jahre
 - c 5 % über 50 Jahre
- Insgesamt: 611

Ausgeschiedene Beschäftigte



- a 20 % unter 30 Jahre
 b 25 % 30–50 Jahre
 c 55 % über 50 Jahre
 Insgesamt: 1.447

Anteil weiblicher Beschäftigter



57 % der Belegschaft sind weiblich. Die Postbank hat sich zum Ziel gesetzt, den Frauenanteil in Führungspositionen zu erhöhen. Dazu hat sie 2012 ein umfangreiches Programm „Diversity Management“ gestartet und 2015 ihre Ziele weiter differenziert (vgl. dazu den Abschnitt „Vielfalt“ in diesem Kapitel). Ende 2017 waren im Aufsichtsrat der Postbank AG 35 % der Mitglieder weiblich (Vorjahr: 35 %), im Vorstand (ohne Generalbevollmächtigte) waren es 14 % (Vorjahr: 14 %). Der Frauenanteil bei den leitenden Führungskräften im Gesamtkonzern ist 2017 erneut um einen Prozentpunkt auf 19 % gestiegen. Der Anteil weiblicher Auszubildender blieb mit 42 % unverändert.

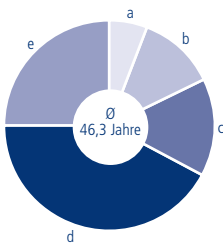


gegangen (2016: 1.055). Da die Gesamtzahl der Beschäftigten proportional noch stärker gesunken ist, hat sich die Ausbildungsquote sogar gesteigert (vgl. unten, Kapitel Aus- und Weiterbildung). Der Großteil der Auszubildenden absolviert eine Ausbildung als Bankkaufmann/-frau, danach folgen Verkäufer/-innen im Bereich Post- und Bankdienstleistungen und vertriebsorientierte Bankkaufleute. Unter der Gesamtzahl der Auszubildenden finden sich auch 103 Studierende, die ihre berufliche Ausbildung mit einem Hochschulstudium verbinden.

Die Schwerbehindertenquote der Postbank ist in den vergangenen Jahren stetig angestiegen. Sie lag Ende 2017 bei 8,5 % (2016: 8,0 %). Damit haben wir die gesetzlich geforderte Quote von 5,0 % erneut deutlich übertroffen.

Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten bei ihrem Eintritt einen persönlichen Willkommensbrief des Vorstandes. Damit unterstreicht die Bank den Wert jedes einzelnen Beschäftigten für den Unternehmenserfolg und hilft bei der Eingliederung ins neue Arbeitsumfeld.

Altersstruktur der Beschäftigten



- a 6 % bis 24 Jahre
 b 12 % 25–34 Jahre
 c 15 % 35–44 Jahre
 d 42 % 45–54 Jahre
 e 25 % über 54 Jahre

Das Durchschnittsalter der Belegschaft liegt bei 46,3 Jahren (2016: 45,8 Jahre). Es liegt damit leicht über dem Durchschnitt der erwerbstätigen Bevölkerung in Deutschland. Für das Personalmanagement liegt eine besondere Herausforderung darin, dass sich die geburtenstarken Jahrgänge dem Ruhestand nähern. Die Postbank trägt dieser Tatsache Rechnung, indem sie rechtzeitig jüngere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellt. Sie hat Methoden entwickelt, durch die das Wissen und die Erfahrung der älteren Beschäftigten an kommende Generationen weitergegeben werden.

Die Zahl der Auszubildenden (einschließlich dual Studierende) ist nach den starken Zuwächsen 2015 und 2016 zum Jahresende 2017 geringfügig auf 1.020 zurück-

Beschäftigte, die aus eigener Initiative die Postbank verlassen, können an einer freiwilligen und anonymen Online-Befragung teilnehmen. Wir erhalten dadurch Informationen zu ihren Austrittsgründen und können daraus Verbesserungen ableiten, die unsere Attraktivität als Arbeitgeber weiter steigern.



Bereits zum zehnten Mal in Folge hat die Corporate Research Foundation (CRF) die Postbank mit dem Titel „Top Arbeitgeber Deutschland“ ausgezeichnet.

Kennzahlen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

31.12.2017

Anzahl Beschäftigte	20.828
----------------------------	--------

Anzahl Beschäftigte (auf Vollzeit umgerechnet)	17.441,24
---	-----------

Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit	21 Jahre
--	----------

Fluktuationsquote (bezogen auf Vollzeitkräfte)	6,0 %
---	-------

Durchschnittsalter	46,3 Jahre
---------------------------	------------

Anteil Mitarbeiterinnen	56,5 %
--------------------------------	--------

Tarif-Beschäftigte

(bezogen auf Vollzeitkräfte)	10.125,75	58,1 %
------------------------------	-----------	--------

Anteil Mitarbeiter	43,5 %
---------------------------	--------

davon weiblich	6.423,93	36,83 %
----------------	----------	---------

Unbefristete Arbeitsverhältnisse	19.577	94,0 %
---	--------	--------

davon männlich	3.701,82	21,22 %
----------------	----------	---------

davon weiblich	11.202	53,8 %
----------------	--------	--------

Außertariflich Beschäftigte

davon männlich	8.375	40,2 %
----------------	-------	--------

(bezogen auf Vollzeitkräfte)	3.005,25	17,2 %
------------------------------	----------	--------

Befristete Arbeitsverhältnisse	1.251	6,0 %
---------------------------------------	-------	-------

davon weiblich	677,39	3,9 %
----------------	--------	-------

davon weiblich	570	2,7 %
----------------	-----	-------

davon männlich	2.327,86	13,3 %
----------------	----------	--------

davon männlich	681	3,3 %
----------------	-----	-------

Vollzeit	15.677	75,3 %
-----------------	--------	--------

Beamte

(bezogen auf Vollzeitkräfte)	4.310,24	24,7 %
------------------------------	----------	--------

davon weiblich	7.073	34,0 %
----------------	-------	--------

davon weiblich	2.226,81	12,8 %
----------------	----------	--------

davon männlich	8.604	41,3 %
----------------	-------	--------

davon männlich	2.083,43	11,9 %
----------------	----------	--------

Teilzeit	5.151	24,7 %
-----------------	-------	--------

Leitende Angestellte

(bezogen auf Vollzeitkräfte)	451,11	2,6 %
------------------------------	--------	-------

davon weiblich	4.699	22,56 %
----------------	-------	---------

davon weiblich	84,86	0,5 %
----------------	-------	-------

davon männlich	452	2,17 %
----------------	-----	--------

davon männlich	366,25	2,1 %
----------------	--------	-------

Neuzugänge	611	2,9 %
-------------------	-----	-------

Nicht leitende Angestellte

(bezogen auf Vollzeitkräfte)	16.990,13	97,4 %
------------------------------	-----------	--------

davon weiblich	258	1,2 %
----------------	-----	-------

davon weiblich	9.243,27	53,0 %
----------------	----------	--------

davon männlich	353	1,7 %
----------------	-----	-------

davon männlich	7.746,86	44,4 %
----------------	----------	--------

Deutschland	20.717	99,5 %
--------------------	--------	--------

davon weiblich	11.725	56,3 %
----------------	--------	--------

davon männlich	8.992	43,2 %
----------------	-------	--------

Luxemburg	106	0,51 %
------------------	-----	--------

davon weiblich	45	0,22 %
----------------	----	--------

davon männlich	61	0,29 %
----------------	----	--------

Italien	5	0,02 %
----------------	---	--------

davon weiblich	2	0,01 %
----------------	---	--------

davon männlich	3	0,01 %
----------------	---	--------



Informationen über Vergütungssysteme

Die Postbank legt Wert auf motivierende Vergütungssysteme. Sie vergütet ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend ihrer Aufgaben und ihrer Verantwortung. Unterscheidungen nach Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft oder Religion finden nicht statt. Die Vergütungssysteme erfüllen zudem die regulatorischen Anforderungen an Vergütungen in Bankinstituten.

Bei den Beschäftigten handelt es sich um leitende bzw. nicht leitende außertarifliche Arbeitnehmer/-innen, Tarifarbeitnehmer/-innen und Beamte. Der überwiegende Teil von ihnen erhält neben dem Grundgehalt auch jährlich auszuzahlende variable Gehaltsbestandteile. Die variablen Gehaltsbestandteile ermitteln wir basiert auf dem Erfolg der Postbank Gruppe sowie der Durchführung von Zielvereinbarungs- und Leistungsbeurteilungsprozessen. Im Rahmen dieser Prozesse werden die Beschäftigten regelmäßig, mindestens jedoch einmal jährlich nach Ablauf des Kalenderjahres beurteilt. Darüber hinaus gibt es unterjährig Monitoring-Gespräche.

Bei Führungskräften sind Vergütungselemente mit Anreizen für nachhaltiges Handeln bereits seit mehreren Jahren verankert. Teile der variablen Vergütung werden aufgeschoben und sind von der nachhaltigen Entwicklung des Unternehmens abhängig.

Mitarbeiterbefragung 2017

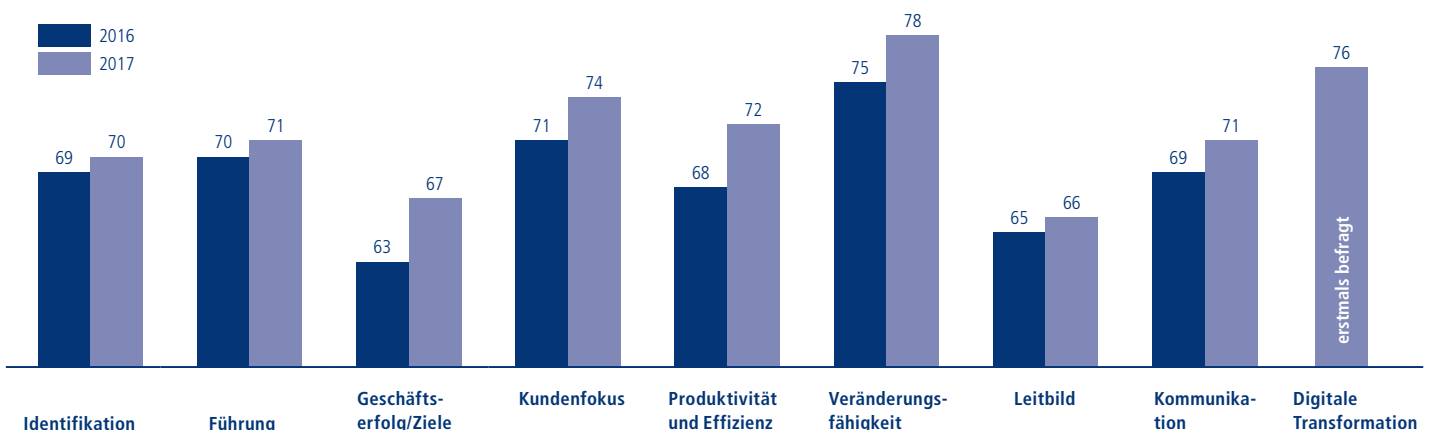
An der Mitarbeiterbefragung 2017 haben sich 71 % der Beschäftigten beteiligt. Nach 67 % im Vorjahr wurde damit ein neuer Höchstwert erreicht. In allen Themenbereichen (z. B. Leitbild, Kommunikation, Veränderungsfähigkeit) haben sich die Zustimmungswerte gegenüber dem Vorjahr verbessert. Besonders erfreulich ist, dass die Zustimmung beim Thema Führung erneut gestiegen ist. Damit zeigen Maßnahmen wie z. B. das Führungskräfte-Curriculum nachhaltige Wirkung. Erstmals wurden die Postbank Beschäftigten auch zur digitalen Transformation befragt.

Die Notwendigkeit zur Digitalisierung, hohe Einsatzbereitschaft, Verständnis für die aktuellen Herausforderungen, Möglichkeiten, die eigenen Fähigkeiten und Kenntnisse bei der Arbeit einzusetzen sowie Bekanntheit des Leitbildes – diese Themen erhielten sehr hohe Zustimmungswerte von rund 90 % und konnten teilweise erneut gesteigert werden.

Wie jedes Jahr besprechen die Führungskräfte die Befragungsergebnisse mit ihren Beschäftigten, um konkrete Verbesserungen zu sammeln, die die tägliche Arbeit effizienter machen und die Zufriedenheit am Arbeitsplatz erhöhen.

102-41 102-44 103-3 404-3


Mitarbeiterbefragung 2017: mehr Zustimmung in allen Themenfeldern



Ausdruck eines gesunden Selbstbewusstseins

Mit Spannung werden Jahr für Jahr die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung erwartet. Sie zeigen, was die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewegt und wo sie besondere Herausforderungen für ihr Unternehmen sehen. Auch kritische Themen kommen zur Sprache. Philip Laucks, Vorstand Ressourcen und Arbeitsdirektor, hat die wichtigsten Ergebnisse der Befragung 2017 kommentiert.

Was sind für Sie die entscheidenden Ergebnisse der Befragung?

Philip Laucks: „Ich finde es toll, dass wir so viele Rückmeldungen bekommen haben. Daran sieht man, wie groß das Interesse der Postbanker ist, an der Weiterentwicklung des Unternehmens teilzuhaben. Gegenseitige Transparenz und regelmäßiges Feedback sind ein wichtiger Teil unserer offenen Dialogkultur. In diesem Jahr haben sich alle Themenfelder positiv entwickelt. Das hat mich besonders gefreut, weil zum Befragungszeitpunkt ja nur wenige Informationen über den Prozess des Zusammenwachsens mit der Deutschen Bank vorlagen. Hier zeigt sich ein gesundes Selbstbewusstsein der Postbank Mitarbeiter. Man sieht: Wir wissen, was wir können, was wir zu leisten imstande sind und wofür wir stehen. Genau das brauchen wir. Das gibt uns große Zuversicht, dass wir kommende Veränderungen erfolgreich meistern werden.“

93 % der Teilnehmer bejahen, dass die Postbank sich mit der Digitalisierung auseinandersetzen muss. Nur 52 % fühlen sich dazu aber durchgängig gut informiert.

Philip Laucks: „Dass über 90 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Digitalisierung für wichtig halten, zeigt, wie stark sie der DNA der Postbank entspricht: Wir sind die größte Online-Bank Deutschlands und führend bei den digitalen Kompetenzen. Aktuell passiert tatsächlich an so vielen Stellen in der Bank so vieles gleichzeitig, dass es schwer ist, alles mitzubekommen. Im kommenden Jahr müssen wir auf jeden Fall gezielter informieren.“

Für 77 % der Befragten sind die Herausforderungen, denen die Postbank sich stellt, nachvollziehbar. Ihre Veränderungsfähigkeit stufen die Beschäftigten höher ein als im Vorjahr.

Philip Laucks: „Das ist eine sehr gute Ausgangs-

basis für die anstehenden Veränderungen: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sehen, welche Herausforderungen auf sie zukommen, und sie sind bereit, sich mit ihnen auseinanderzusetzen – genau die Voraussetzungen, die wir jetzt brauchen!“

Im vergangenen Jahr war die Dimension „Kundenfokus“ um 5 Prozentpunkte abgesunken. Jetzt hat sie sich um 3 Prozentpunkte auf 74 % erhöht.

Philip Laucks: „Kunden und Mitarbeiter haben verstanden: Die Bepreisung des Girokontos im Vorjahr zum Beispiel war zwar unangenehm, aber wichtig. Sie war nötig, um unsere Leistungsfähigkeit rund um unsere Kernkompetenz, das Girokonto, dauerhaft zu sichern und auszubauen. Der Markt hat das akzeptiert, die Kundinnen und Kunden haben das akzeptiert – und die Beschäftigten offensichtlich auch. Das ist gut und richtig so.“

Die Dimension „Führung“ hat sich vor allem im Filialvertrieb positiv entwickelt: 64 % stimmten der Aussage „Ich fühle mich persönlich wertgeschätzt“ zu. Das sind 8 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Philip Laucks: „Ein besonders wichtiges Ergebnis! Dass wir uns in dieser Dimension kontinuierlich verbessern, ist ein Muss, weil das Thema Führung eine so entscheidende Rolle spielt. Speziell der Filialvertrieb ist mit seiner Größe und Fläche eine besondere Herausforderung für Führungskräfte. Dass die Zustimmung gerade in der aktuellen Zeit so hoch ist, zeigt aber, wie toll sich unsere Führungskräfte den Herausforderungen stellen.“

Nur 56 % der Postbanker finden, dass die Arbeitsprozesse es ihnen erlauben produktiv zu sein. Der Wert hat sich um drei Prozentpunkte verschlechtert.

Philip Laucks: „Dass wir hier Handlungsbedarf haben, nehme auch ich tagtäglich wahr: Es gibt bei uns Prozesse, die man heute mit gesundem Menschenverstand anders aufsetzen würde. Unser Ziel ist, möglichst überall schnelle, durchgängige und digitale End-to-End-Prozesse zu etablieren. Aber das erfordert immer auch Investitionen – und da müssen wir Prioritäten setzen. Wir stoßen viele Verbesserungen an, aber eben Schritt für Schritt. Manche Abläufe werden uns also noch einige Zeit begleiten.“



Freut sich über die große Beteiligung bei der Mitarbeiterbefragung 2017: Philip Laucks, Vorstand Ressourcen

Aus- und Weiterbildung

Ausbildung



Die Postbank Gruppe beschäftigte Ende 2017 1.020 Auszubildende und dual Studierende, von denen 386 im September 2017 ihre Ausbildung beziehungsweise ihr duales Studium begonnen haben. Die Ausbildung zum Bankkaufmann bzw. zur Bankkauffrau ist nach wie vor am beliebtesten. Bewerber/-innen können innerhalb der Postbank Gruppe elf unterschiedliche Ausbildungs- und Studiengänge wählen.

Der Ausbildungsberuf zum Verkäufer bzw. zur Verkäuferin im Bereich Post- und Bankdienstleistungen ist inzwischen bundesweit an sieben Ausbildungsstandorten etabliert. Mittlerweile hat bereits der zweite Ausbildungsjahrgang seine Prüfung vor der IHK abgelegt und wurde mit großer Mehrheit im Anschluss an die Ausbildung im Postbank Filialvertrieb übernommen. 125 Nachwuchskräfte absolvieren derzeit ihre Ausbildung in diesem Bereich. Für 2018 sind weitere 30 Ausbildungsplätze vorgesehen.

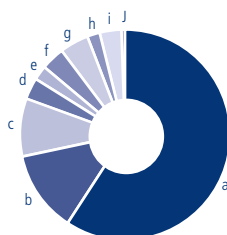
2017 haben wir die ersten Azubis für den neuen Ausbildungsberuf „Kaufleute für Büromanagement“ eingestellt. In Bonn, Frankfurt, Hamburg und München sind die „Büromanager/-innen“ an insgesamt vier Ausbildungsstandorten gestartet. Die Azubis werden für eine perspektivische Übernahme im Backoffice ausgebildet. Für 2018 werden weitere 32 Büromanager/-innen eingestellt.

Von Anfang an binden wir unsere Auszubildenden aktiv in das Tagesgeschäft ein. So verinnerlichen sie schnell die wirtschaftlichen Zusammenhänge und das Geschäftsmodell der Bank. Zur fachlichen Unterstützung können die Studierenden und Auszubildenden auf die Hilfe und Unterstützung von Dozenten der Postbank Akademie und Service GmbH sowie der Frankfurt School of Finance and Management zählen. Zusätzliche Seminare und Workshops sollen unseren Nachwuchskräften helfen, sich auf ihre spätere Tätigkeit und die Abschlussprüfungen vorzubereiten.

Im Jahr 2017 konnten wie in den Vorjahren etwa 95 % der Auszubildenden ihre Ausbildung erfolgreich abschließen. Die Postbank bietet in der Regel allen Azubis, die sich in der Ausbildung bewährt haben, die Übernahme in ein Beschäftigungsverhältnis an.

Neben den klassischen Ausbildungsberufen bietet die Postbank vier duale Studienprogramme an. So starteten im September 2017 in Bonn elf Studierende in das duale Studienprogramm in Kooperation mit der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Das Programm beinhaltet bankenspezifische, akademische Inhalte sowie intensive Praxisphasen in mindestens zwei Ressorts und vier verschiedenen Abteilungen der Postbank AG. Das Studienprogramm dient besonders der Sicherung des akademischen Nachwuchses für Head-Office-Funktionen am Standort Bonn.

Auszubildende 2017



- a 606 Bankkaufleute
- b 125 Verkäufer/-innen im Bereich Post- und Bankdienstleistungen
- c 91 Vertriebsorientierte Bankkaufleute
- d 34 Kaufleute Dialogmarketing
- e 23 Fachinformatiker/-innen
- f 38 Kaufleute Büromanagement
- g 44 Studierende Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
- h 20 Studierende Hochschule Weserbergland (Bankbetriebswirtschaft)
- i 34 Studierende Hochschule Weserbergland (Wirtschaftsinformatik)
- j 5 Studierende Frankfurt School of Finance and Management

=1.020 Azubis und dual Studierende



Auch am Standort Hameln bieten wir in enger Kooperation mit der Hochschule Weserbergland zwei duale Studienprogramme an. Die Bewerber/-innen können zwischen dem praxisintegrierten Studiengang „Bachelor of Arts in Bankbetriebswirtschaft“ sowie dem Studiengang „Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik“ wählen.

Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Leitbildes, das fest zu den Lerninhalten der Ausbildungszeit gehört. An allen Standorten nehmen die Auszubildenden an Trainings und Gruppenarbeiten teil, um den toleranten Umgang miteinander zu üben sowie Anzeichen für Diskriminierung, Fremdenfeindlichkeit und Rassismus zu erkennen und diesen präventiv entgegenzutreten. Weitere Ausbildungsinhalte im Themenfeld der Nachhaltigkeit sind:

- Gesundheitsförderung für Auszubildende (Programm „Gesunder Start“)
- Ergonomie und Arbeitssicherheit
- soziale Kompetenz
- Umweltschutz
- bewusster Umgang mit Ressourcen

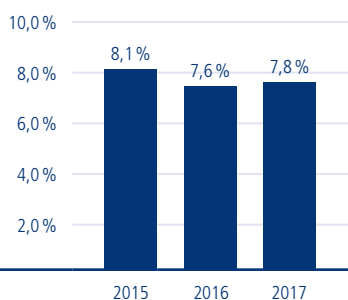


Auszubildende Kaufleute für Büromanagement am Ausbildungsstandort Frankfurt 2017

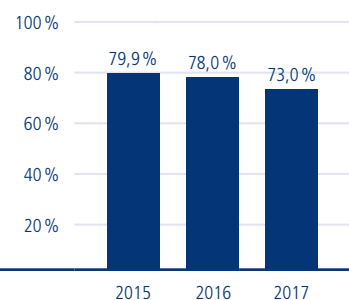
103-3



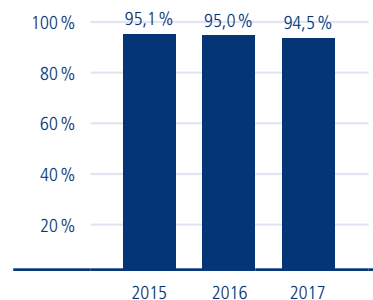
Ausbildungsquote



Übernahmequote der Auszubildenden



Bestehensquote der Auszubildenden





Praktikum

180 Studierende haben im Jahr 2017 ein Praktikum bei der Postbank absolviert. Unser aufwendiges Praktikantenprogramm verstehen wir als eine Investition in die Zukunft. Häufig dienen Praktika als Einstieg in eine Berufskarriere bei der Postbank.

Die Postbank hat sich der Initiative „Fair Company“ angeschlossen. Sie hat damit mehrere freiwillige Verpflichtungen übernommen:

- Praktikantinnen und Praktikanten oder Trainees substituieren keine Vollzeitstellen
- Hochschulabsolventen, die sich auf eine feste Stelle bewerben, werden nicht durch Praktika verdrängt
- Praktikant/-innen werden nicht durch vage Aussichten auf eine anschließende Vollzeitstelle geködert
- Praktika werden vornehmlich zur beruflichen Orientierung angeboten
- Praktikantinnen und Praktikanten wird eine adäquate Aufwandsentschädigung gezahlt

Das Praktikum soll einen „Ausbildungscharakter“ haben, weshalb die Postbank ihre Praktikantinnen und Praktikanten aktiv in das Tagesgeschäft und konkrete Projekte einbezieht und regelmäßig Feedbackgespräche führt. Die Mindestdauer für ein Praktikum beträgt drei Monate, wobei die Durchschnittsdauer bei drei bis sechs Monaten liegt. Die Praktikantinnen und Praktikanten können ein Angebot an Seminaren und Workshops nutzen, das über ihr direktes Praktikumsfeld hinausreicht, um einen Eindruck von verschiedenen Unternehmensbereichen zu bekommen. Als soziale Komponente des Praktikantenprogramms gibt es zudem ein Netzwerk, in dessen Mittelpunkt regelmäßige Treffen zum persönlichen Austausch und zum Kennenlernen in Form eines Praktikantenstammtischs stehen, der von der Postbank bezuschusst wird.

103-3



Weiterbildung

Für die Postbank sind gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die wichtigste Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg. Im eigenen Interesse wollen wir unsere Angestellten bei ihrer persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung fördern. Deshalb unterstützen wir unsere Beschäftigten aktiv, ihr Wissen und Können stetig zu erweitern. Unser Bildungsangebot haben wir an das Prinzip des lebenslangen Lernens angelehnt. Es gibt zahlreiche Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen, aber auch Angebote zur Verbesserung der Gesundheit sowie zur Steigerung der Leistungsfähigkeit und der Arbeitszufriedenheit.

Die wichtigsten Ziele sind:

- Fachkenntnisse ausbauen, auf neuestem Stand halten und an kommende Generationen weitergeben
- Lernen erleichtern und durch eine Kombination aus Präsenztrainings, Lernen in Eigenregie und Training on the Job mehr Flexibilität beim Lernen ermöglichen
- persönliche Potenziale erkennen und ausbauen
- Perspektiven entwickeln, das Führungsverhalten stärken und die Gesundheit fördern

Im Jahr 2017 nahmen die Beschäftigten insgesamt an 54.293 Weiterbildungstagen teil. Davon entfielen 28.232 Weiterbildungstage auf weibliche und 26.061 Tage auf männliche Mitarbeiter. 1.125 Tage haben leitende Beschäftigte in Anspruch genommen. Das entspricht einem Gesamtdurchschnitt von 3,1 Weiterbildungstagen je Vollzeitäquivalent (FTE), was eine leichte Steigerung gegenüber den Vorjahren bedeutet. Leitende Beschäftigte (FTE) nahmen durchschnittlich 2,5 Weiterbildungstage in Anspruch (2016: 3,4 Tage).

Allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bieten wir Trainings zum Umgang mit hohen körperlichen oder mentalen Anforderungen an. Sie können eine persönliche Fitnessdiagnose beanspruchen oder Angebote zur Stärkung ihrer körperlichen Gesundheit wahrnehmen. Zur Stärkung der psychischen Stabilität bieten wir Fortbildungen zur Persönlichkeitsentwicklung in privaten und beruflichen Extremsituationen an.

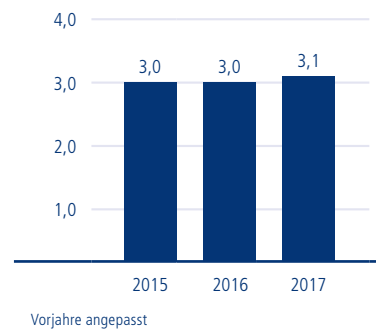
Beispiele aus dem Gesundheitsprogramm:

- Die Führungskraft als Gesundheitsmanager
- Gesundheit – Tipps gegen Stress

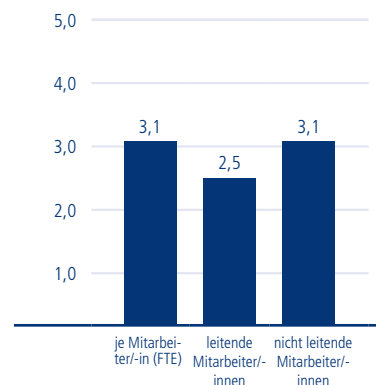
Weiterbildung bedeutet für die Postbank auch, spezielle berufliche Laufbahnen zu fördern und Beschäftigte dabei zu unterstützen, die nächsten persönlichen Karriereschritte zu bestreiten. Beispiele dafür sind:

- **Postbank Stipendium**
Förderung nebenberuflicher Weiterqualifizierungen bzw. berufsbegleitender Studiengänge für weiterbildungsinteressierte Leistungsträger/-innen der Postbank mit erster Berufserfahrung. IHK-Aufbauqualifizierungen werden mit bis zu 4.000 EUR unterstützt, Bachelor- und Masterstudiengänge mit bis zu 8.000 EUR. Im Jahr 2017 wurden 100 Stipendiaten gefördert.

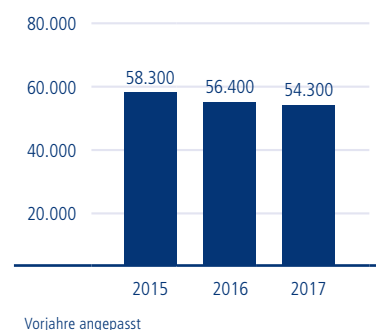
Weiterbildungstage je Mitarbeiter/-in (FTE)



Durchschnittliche Weiterbildungstage



Weiterbildungstage (auf volle Hundert gerundet)



- **Advanced Professionals**
Angebot für berufserfahrene Leistungsträger/-innen zur Unterstützung der Fachlaufbahn und zur persönlichen und beruflichen Standortbestimmung.
 - **Junior Management Programm**
Programm für nicht leitende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Potenzial und Aufstiegsbereitschaft in Vorbereitung auf den nächsten Karriereschritt.
 - **Management Programm**
Angebot für erfahrene nicht leitende Führungskräfte mit dem Ziel, die Führungsqualitäten in Vorbereitung auf den nächsten Karriereschritt zu verbessern.
 - **Chancen erkennen**
Maßnahme zur Ermutigung von Mitarbeiterinnen, um eigene Potenziale zu erkennen und die eigene Karriere aktiv zu planen.
 - **Führungskräfte-Curriculum**
Die Trainings orientieren sich an den unterschiedlichen Rollen einer Führungskraft, beispielsweise „Die Führungskraft als Strategieentwickler“, „Die Führungskraft als Change Manager“ oder „Die Führungskraft als Coach“. Viele Trainings können von leitenden und nicht leitenden Führungskräften gemeinsam besucht werden. Dadurch wird die Trainingsauslastung erhöht und das interne Kommunikationsnetz der Bank gestärkt. Im Jahr 2017 haben 429 Beschäftigte an einem Training des Führungskräfte-Curriculums teilgenommen.
 - **Mitarbeiter-Curriculum**
Analog zum Führungskräfte-Curriculum wurde 2017 das offene Entwicklungsangebot für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erneuert und erweitert. Kernstück des Mitarbeiter-Curriculums sind Seminare zu wichtigen fachübergreifenden Anforderungen im Berufsalltag. Dazu gehören beispielsweise bankwirtschaftliche Themen, Qualifizierungen zu Innovations- und Change-Themen, Projektmanagement und Angebote zur persönlichen Weiterentwicklung. Im Jahr 2017 haben 601 Beschäftigte an einem Training des Mitarbeiter-Curriculums teilgenommen.
 - **Impulstrainings Führungsgrundsätze**
Der eintägige Workshop bietet die Möglichkeit zum bereichsübergreifenden Erfahrungsaustausch und soll Impulse zur regelmäßigen Reflexion des eigenen Führungsverhaltens geben.
 - **Talent Management**
Neben dem Junior Management Programm und dem Management Programm besteht das Talent Management der Postbank aus einem Talenterkennungsprozess und dem Aufbau eines Talentpools durch die Talent Broker der Personalentwicklung. Talente sollen so noch früher identifiziert, gefördert und bankintern sichtbar gemacht werden. 2017 nahmen 110 Teilnehmer an den Talentprogrammen teil.
- Durch versachlichte Auswahlprozesse bemüht sich die Bank um die fundierte Auswahl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Vor allem bei der internen Besetzung attraktiver Positionen achten wir auf ein Höchstmaß an Objektivität bei der Auswahl. So wollen wir bereits im Bewerbungsprozess sicherstellen, dass wichtige Positionen mit den geeignetsten Personen besetzt werden und dass bei der Entscheidung



derung über die Besetzung einer Stelle subjektive Faktoren möglichst ausgeblendet werden.

2017 wurde nach erfolgreicher Pilotierung der Prozess der „strukturierten Entwicklungsgespräche“ für alle Postbank Beschäftigten eingeführt. Diese Gesprächsform gibt den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit, von ihren Vorgesetzten eine Rückmeldung zu ihrer beruflichen Entwicklung zu erhalten. Führungskräfte sollen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf die Chancen eines strukturierten Entwicklungsgesprächs hinweisen. Die Initiative geht daraufhin vom Beschäftigten selbst aus. Der Prozess besteht aus einer Selbsteinschätzung des Beschäftigten und einer Einschätzung der Führungskraft hinsichtlich Leistung und Potenzial. In einem strukturierten Entwicklungsgespräch werden anschließend Eigen- und Fremdbild abgeglichen und ggf. Entwicklungsmaßnahmen abgeleitet. Auf Wunsch des Beschäftigten werden die Ergebnisse in sogenannten „People Days“ mehreren Führungskräften vorgestellt und von ihnen diskutiert. Dadurch entsteht ein möglichst sachlich ermittelter Talentpool.



103-3



404-2



Nach der Arbeit in den Hörsaal

Die Fortbildung und Qualifikation der Belegschaft hat in der Postbank einen hohen Stellenwert. Mit einem eigenen Stipendium fördert das Unternehmen daher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich neben dem Beruf weiterbilden, wie Roman Arnold und Julia Beaufays.



„Im Freundeskreis machen viele eine Weiterbildung, so gibt es Verständnis, wenn mal wenig Zeit bleibt.“

Julia Beaufays



„Durch das Studium erhoffe ich mir bessere Chancen, in eine Position mit mehr Verantwortung zu kommen.“

Roman Arnold

Spätestens freitagmittags scharren die Kollegen von Roman Arnold mit den Hufen. Das Wochenende steht kurz bevor – zwei Tage Zeit für Familie, Freunde und Hobbys. Für den Mitarbeiter der DSL Bank in Hamburg gilt das allerdings nicht: Seit vier Semestern absolviert er ein berufsbegleitendes Bachelorstudium der Betriebswirtschaftslehre und Wirtschaftspsychologie. Freitagnachmittag und Samstag – für Arnold bedeutet das Hörsaal statt Freizeit. „Das ist nicht immer einfach, aber der Einsatz lohnt sich. Ich möchte beruflich weiterkommen“, erzählt der 22-Jährige. Eine Einstellung, die der Arbeitgeber belohnt: 8.000 EUR erhält Arnold von der Postbank. Geld, das er in die Finanzierung seines Studiums an der Fachhochschule für Ökonomie und Management (FOM) in Hamburg steckt.

„Die meisten Stipendiaten machen ihren Bankfachwirt oder Bankbetriebswirt. Doch wir haben auch eine Mitarbeiterin, die den Abschluss als Kommunikationsfachwirtin anstrebt und über das Stipendienprogramm gefördert wird“, berichtet die Zuständige für das Postbank Stipendium Programm, Simone Lehmann. „Wer in seinem Motivationsschreiben deutlich macht, dass die durch die Weiterbildung erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten zur aktuellen oder in der Bank angestrebten Tätigkeit passen, hat Chancen auf ein Stipendium.“

Julia Beaufays profitiert ebenfalls von der finanziellen Förderung durch ihren Arbeitgeber. An der Frankfurt School of Finance and Management absolviert die 25-Jährige den viersemestrigen Studiengang zur Bankfachwirtin. Wie Roman Arnold paukt auch sie am Wochenende, sitzt in Vorlesungen und Seminaren. „Da ich vorher als Innenbetriebsleiterin einer Postbank Filiale gearbeitet habe, kenne ich Samstagsarbeit“, zeigt sich die Mitarbeiterin der Verkaufsförderung des Filialvertriebs in Bonn unbeeindruckt von diesem zusätzlichen Arbeitsaufwand. Stress kommt bei Beaufays allenfalls in den Prüfungsphasen auf.

Abends lernen und am Wochenende studieren: „Das ist wirklich nicht ohne. Dennoch nutzen viele engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Chance zur Weiterbildung“, weiß Personalentwicklerin Lehmann und betont, dass die Postbank genau dieses außergewöhnliche Engagement mit der Vergabe des Stipendiums wertschätzt. Um herauszufinden, welche Kolleginnen und Kollegen einen berufsbegleitenden Abschluss meistern können, gibt es ein gründliches Auswahlverfahren.

„Im Online-Test beantworten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Fragen zu Selbstmanagement und logischem Denken. Sie sollen im Bewerbungsprozess reflektieren, ob die Herausforderungen, die mit einer Weiterbildung einhergehen, für sie schaffbar sind“, erklärt Lehmann. Viele Zahlen, logisches Denken, Antworten unter Zeitdruck: „Jeder, der den Online-Test anfängt, sollte dringend ausgeschlafen und auch sonst in einer guten Verfassung sein. Das war sehr anstrengend“, blickt Beaufays zurück.

Daran, dass der Aufwand sich lohnt, gibt es jedoch weder für Julia Beaufays noch für Roman Arnold Zweifel. Die beiden Talente freuen sich auf die kommenden Herausforderungen und Karriereschritte, bei denen ihre Weiterbildung eine wichtige Hilfe ist.



Lernkonzepte

Das Lernkonzept der Postbank kombiniert verschiedene Methoden: Präsenzveranstaltungen, computerbasiertes Lernen – etwa E-Learning oder Web Based Training –, ausdrückbare Dateien im PDF-Format zum Lernen in Eigenregie sowie das telefonische Angebot „Konjunktur und Märkte“.

Das E-Learning umfasst regulatorische, fachspezifische und übergreifende Themen. Sogenannte LernClips befassen sich beispielsweise mit bankspezifischen Themen, Fragen zu sozialen und methodischen Kompetenzen oder konkreten Nachhaltigkeitsthemen. Beispiele hierfür sind Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz sowie das Umweltmanagement der Postbank.

Die ausdrückbaren Angebote im PDF-Format beinhalten Anregungen und Ideen zum Weiterlernen in kleinen Trainingseinheiten, beispielsweise zur Persönlichkeitsentwicklung oder zur fachlichen Weiterentwicklung.

Das telefonische Angebot „Konjunktur und Märkte“ beinhaltet regelmäßige Telefonkonferenzen. Das Team der Abteilung Postbank Research stellt anhand einer tagesaktuellen Präsentation Informationen und Hintergründe zur konjunkturellen Lage und zum Geschehen an den Kapitalmärkten dar, die anschließend gemeinsam diskutiert werden.

Durch den didaktisch fundierten Wechsel zwischen verschiedenen Lernmedien werden das eigenverantwortliche Lernen und die Eigeninitiative der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gefördert.

Pilotierung e-Xpert Programm

Die Postbank gestaltet gemeinsam mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern den digitalen Wandel. Deshalb startete im Oktober 2017 ein Pilot zur finanziellen Unterstützung von Online-Fortbildungs-

angeboten. Das „e-Xpert Programm“ richtet sich zunächst an Postbank Beschäftigte am Standort Bonn, die sich in ihrer Freizeit auf einer der beiden internationalen E-Learning-Plattformen „Coursera“ oder „edX“ zu Digitalisierungsthemen weiterbilden möchten. Die Postbank honoriert diesen Einsatz, indem sie bei Vorlage des Abschlusszertifikats die Gebühren erstattet.

Wissenstransfer

In den kommenden Jahren wird eine große Anzahl an Beschäftigten der Postbank in den Ruhestand gehen. Viele dieser Mitarbeiter/-innen verfügen über Fachkenntnisse und persönliche Erfahrungen, die für die Postbank von enormem Wert sind. Um einen Know-how-Verlust zu vermeiden und relevante Informationen an bleibende sowie kommende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterzugeben, hat die Postbank 2011 ein aktives Wissensmanagement eingeführt: Bei der Neubesetzung einer Position werden die Erfahrungen des Vorgängers systematisch erfasst und auf seinen Nachfolger übertragen.



Leben und Arbeiten



Beruf und Familie

Die gemeinnützige „berufundfamilie GmbH“ überprüft regelmäßig die Familienfreundlichkeit der Postbank im Rahmen eines Audits. Sie bietet ein etabliertes Managementinstrument zur guten Vereinbarkeit von Beruf und Familie, das zusätzlich vom Bundesfamilienministerium unterstützt wird. Dieses Instrument ist vielseitig nutzbar und wird von der Postbank auch im Rahmen des Diversity Managements bei dem zentralen Anliegen der Unterstützung und Entwicklung von Frauen eingesetzt.



Nach der erstmaligen Auditierung und Zertifizierung im Jahr 2011/12 hat audit berufundfamilie 2016 die Zertifizierung der Postbank und ihrer Filialen bestätigt.

Folgende Meilensteine sind im Jahr 2017 erreicht worden:

- **Mobiles Arbeiten:** Nach dem Start 2014 in der Zentrale Bonn wurde 2017 das mobile Arbeiten in der Postbank Gruppe weiter ausgebaut. Mittlerweile profitieren konzernweit rund 2.270 Beschäftigte von den an sieben Standorten abgeschlossenen Betriebsvereinbarungen zum mobilen Arbeiten. Die Regelungen gestatten es den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, bis zu 20 % ihrer regulären Arbeitszeit zu Hause oder unterwegs zu erbringen.
- **Kinderbetreuungszuschuss Filialvertrieb:** Eltern können für die Fremdbetreuung Ihres Kindes bis zu 200 EUR monatlich pro Kind beantragen.
- **Auslandsstipendien für Mitarbeiterkinder:** Insgesamt wurden zehn Stipendien für das Internationale Schüleraustauschprogramm und das Internationale Community Service Programm vergeben.

- **Eltern-Kind-Büros:** In Bonn und München wird diese Einrichtung fortgeführt.
- **Beschluss zur erneuten Re-Zertifizierung berufundfamilie in 2018:** Eine nachhaltige, familienbewusste Personalpolitik wird sichergestellt.

pme Familienservice

In Zusammenarbeit mit der pme Familienservice GmbH unterstützen wir unsere Beschäftigten deutschlandweit bei der Koordination von Beruf und Familie. Das breit gefächerte Angebot trifft auf sehr positive Resonanz seitens der Angestellten. Das Konzept umfasst die Regelbetreuung von Kindern in Kindertagesstätten, einen Backup-Service für die Notfallbetreuung, Ferienprogramme, Haushaltshilfen und Hausaufgabenbetreuung. Auch pflegenaher Dienstleistungen für ältere Familienmitglieder stehen auf dem Programm.

Beschäftigte am Standort Bonn haben die Möglichkeit, ihre Kinder in der Kinderkrippe „Bumble Bees“ unterzubringen. Die Tagesstätte wird von der pme Familienservice GmbH betrieben. Das pädagogische Team der Einrichtung wird regelmäßig fort- und weitergebildet.

Sozialfonds

Der im Jahr 2000 eingerichtete Sozialfonds ist für einmalige Zahlungen an Beschäftigte in besonderen Fällen gedacht (z. B. außergewöhnliche Notsituationen, Aufmerksamkeiten, Betriebsfeste). 2017 betrug das Budget für die Deutsche Postbank AG 219.450 EUR.

Hilfe nach der Flut

Eine Mitarbeiterin und ein Mitarbeiter aus der Postbank Filiale Hannover-Linden wurden im Sommer 2017 Opfer der massiven Regenfälle in Niedersachsen. Ihr Haus wurde zweimal überschwemmt, der Sachschaden war enorm. Die Postbank unterstützt das Paar mit 5.000 EUR aus dem Hilfsfonds „Kollegen für Kollegen“.



An diesem 25. Juli hatten Daniela Meyer und Stephan Wirth im Internet immer wieder beunruhigt die Pegelstände der beiden Flüsse Lamme und Innerste überprüft. Tagelang hatte es geschüttet, jetzt drohten die beiden Flüsse endgültig über die Ufer zu treten. Wirth ist Mitarbeiter Service und Vertrieb in der Filiale Hannover-Linden, seine Partnerin Daniela arbeitet dort als Kundenberaterin. Gemeinsam bewohnen sie ein Haus im rund 50 Kilometer entfernten Bad Salzdetfurth. Die Kleinstadt bei Hildesheim wird von Lamme und Innerste durchflossen. Nach den massiven Regenfällen befürchtete das Paar nun das Schlimmste.



„Irgendwann war klar, wir müssen jetzt sofort nach Hause und retten, was zu retten ist“, erinnert sich Daniela Meyer. Das Paar machte sich auf den Weg und schaffte es gerade noch, das neue Sofa auf den Wohnzimmertisch zu hieven – dann kam die Flut: „Innerhalb von einer Viertelstunde stand das Wasser im Erdgeschoss 60 Zentimeter hoch.“ Wirth und Meyer konnten ihr Haus nicht mehr verlassen, verbrachten die Nacht in der ersten Etage. Erst am übernächsten Tag rückte die Feuerwehr mit ihren Pumpen an. Die Bilanz: Sachschaden im fünfstelligen Bereich.



Schnell hatte sich das Unglück herumgesprochen, Kollegen und Vorgesetzte boten ihre Unterstützung an. „Die Hilfsbereitschaft war überwältigend“, erinnert sich Daniela Meyer. „Alle haben sich rührend um uns gekümmert.“ Hilfe kam auch von der Postbank selbst: Aus dem Mitarbeiterfonds „Kollegen helfen Kollegen“ erhielten die beiden Überschwemmungsoffer 5.000 EUR. „Wenn Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter in Not geraten“, so Rainer Konder, Bereichsleiter Personal, „dann helfen wir selbstverständlich weiter.“



Erholungswerk
Post Postbank Telekom e.V.

Erholungswerk

Seit 45 Jahren gibt es das Erholungswerk Post Postbank Telekom. Der Verein verfolgt das Ziel, ehemaligen und aktiven Beschäftigten einen erholsamen Urlaub zu ermöglichen. Das Erholungswerk richtet sich in erster Linie an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit geringen finanziellen Mitteln. Es betreibt eigene Ferienanlagen und bietet darüber hinaus ein vielfältiges Angebot mit Kooperationspartnern für Reisen in touristisch interessante Regionen – zu günstigen Konditionen, auch in der Hochsaison. Bei Erfüllung bestimmter Voraussetzungen können Postbank Beschäftigte Zuschüsse für sich und ihre mitreisenden Kinder erhalten.



STIFTUNG
BETREUUNGSWERK
Post Postbank Telekom

Betreuungswerk

Das Betreuungswerk Post Postbank Telekom wurde 1892 gegründet. Bis heute leistet die gemeinnützige Stiftung Hilfestellung in folgenden Fällen:

- Notfall- und Waisenhilfe
- Studienförderung
- Seniorenarbeit

Die finanziellen Mittel, mit denen die in Not geratenen Menschen unterstützt werden, ergeben sich aus Spenden und den Zinserträgen des Stiftungskapitals. Damit jede Spende in vollem Umfang den Hilfsbedürftigen zugutekommt, tragen die Verwaltungskosten die Deutsche Post AG, die Deutsche Telekom AG und die Deutsche Postbank AG gemeinsam.

Mobiles Arbeiten

Seit der Einführung im Jahr 2014 in der Zentrale Bonn erfreut sich das neue Arbeitszeitmodell in der Postbank Gruppe zunehmender Beliebtheit. Rund 2.270 Beschäftigte verschiedener Gesellschaften praktizieren nach Abschluss entsprechender Betriebsvereinbarungen an sieben Standorten mittlerweile diese Arbeitsform. Die Tendenz ist steigend. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erhalten mit Abschluss einer Ergänzungsvereinbarung zum Arbeitsvertrag die Möglichkeit, durchschnittlich einmal pro Woche von einem Ort ihrer Wahl zu arbeiten und mehr Eigenverantwortung im Hinblick auf das eigene Zeitmanagement zu erhalten. Neben einer Verbesserung der Work-Life-Balance können so auch Familie, Pflege und Beruf besser vereinbart werden. Die mobilflexible Arbeit erhöht die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Beschäftigten. Weiterer positiver Effekt ist die Steigerung von Motivation bei gleichzeitiger Reduzierung der Gesundheitsbelastung. Auch die Umwelt profitiert, da der Berufsverkehr sowie die Parkplatzsituation entlastet werden.

Gesundheit

Die Postbank unterstützt ihre Belegschaft dabei, körperlich und psychisch gesund zu bleiben. Sie hat ein umfassendes Gesundheitsmanagement aufgebaut, welches 2017 zu einem integrierten betrieblichen Gesundheitsmanagement (integriertes BGM) weiterentwickelt wurde. Dies ist in der Personalstrategie 2020 weiterhin fest verankert. Investitionen in die Gesundheit unserer Belegschaft sind nicht nur ein Beitrag zur unternehmerischen Stabilität der Bank, sie sind zunehmend auch ein Faktor im Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte und talentierten Nachwuchs. So positionieren wir uns auf dem Arbeitsmarkt als verlässlicher, verantwortungsbewusster und sozial nachhaltiger Arbeitgeber.

Der projektorientierte, ganzheitliche Ansatz des integrierten BGM bezieht die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch stärker als bisher in die Entwicklung der Angebote ein und soll langfristig die Gesundheitskompetenz sowie das Gesundheitsverhalten verbessern. Alle bereits bestehenden Unterstützungsleistungen der Postbank werden dabei integriert. Unseren Beschäftigten wird so ein vielfältiges Angebot bereitgestellt, welches von individueller Beratung zu spezifischen Gesundheitsfragen über kurze effektive Übungseinheiten am Arbeitsplatz bis zu individuellen und dauerhaften Kursangeboten mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten reicht. Ein zentrales Element stellen in diesem Zusammenhang die „Ansprechpartner Gesundheit“ an den 13 Großstandorten dar.

Sieben Gesellschaften der Postbank haben in einer ersten Phase das geschilderte Projekt gestartet. In einer zweiten Phase wird das Konzept beispielsweise an die besonderen Anforderungen einer Filialorganisation angepasst und erprobte Maßnahmen an bestehenden Standorten integriert.

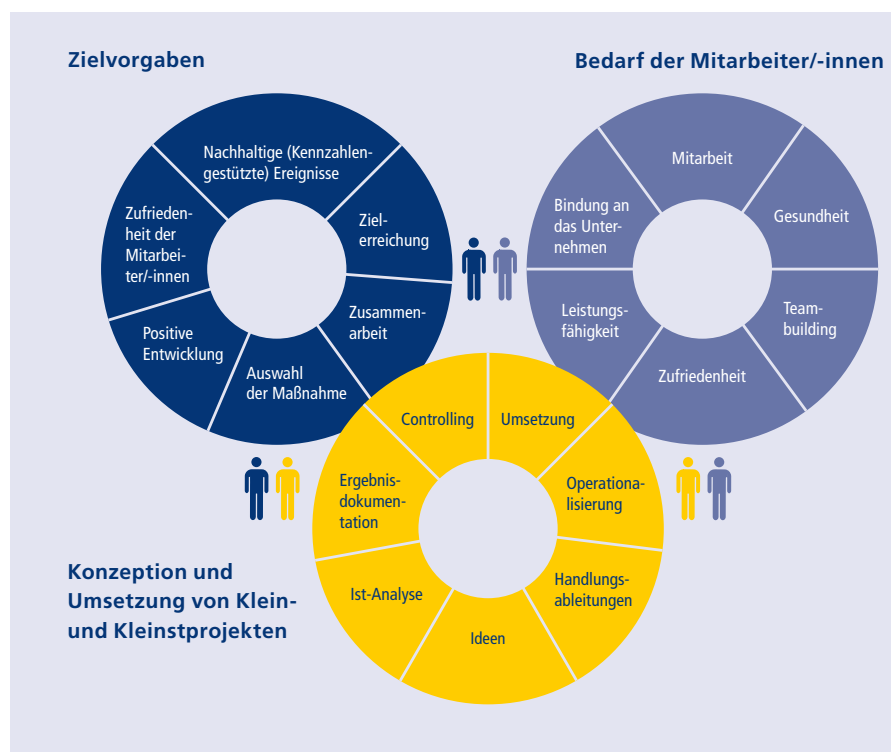
Die Postbank betrachtet das Thema Gesundheit in Bezug zur täglichen Arbeit. Konkret bedeutet das: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben die Chance, auf den zu-

ständigen „Ansprechpartner Gesundheit“ oder auf ihre Führungskraft zuzugehen, um aktiv die persönlichen Bedürfnisse zum Thema Gesundheit zu adressieren. Sinnvolle Veränderungspotenziale werden auf dieser Basis gemeinsam identifiziert. Die Führungskräfte erörtern daraufhin mit den „Ansprechpartnern Gesundheit“ die Möglichkeiten und Herausforderungen in ihrer Führungsreichweite und gestalten gemeinsam Klein- und Kleinstprojekte. Mögliche Handlungsfelder können hierbei Ernährung, Bewegung, Entspannung oder Teamentwicklung sein. Darüber hinaus finden alle Beschäftigten der Postbank im Intranet zahlreiche Tipps und Hintergrundinformationen zu grundlegenden Gesundheitsfragen sowie saisonale Themenschwerpunkte. Wertvolle Anregungen und Ideen der Beschäftigten helfen uns dabei, unser Angebot in diesem Bereich stetig weiterzuentwickeln.

Die Angebote zur Vorsorge- und Gesundheitsförderung wurden auch 2017 von den Beschäftigten positiv wahrgenommen. Trotz unternehmensspezifischer Veränderungen gab es insgesamt über 46.300 Teilnahmen (2016: 87.350). Die im Vergleich zum Vorjahr gesunkene Zahl ist auf Restrukturierungen im Rahmen des integrierten BGM zurückzuführen, wie beispielsweise den Fokus auf Klein- und Kleinstgruppen.



Die Kommunikationsstrategie der Postbank im Rahmen des integrierten betrieblichen Gesundheitsmanagements





Das Postbank Team beim Firmenlauf in Frankfurt

Ein wissenschaftlich fundiertes Gesundheitsbewusstsein unserer Beschäftigten trägt zur Stabilität der Bank bei. Aus diesem Grund durchläuft der Postbank Nachwuchs bereits zu Beginn seiner Karriere das Programm „Gesunder Start“. Es unterstützt die Auszubildenden dabei, ein klares Gesundheitsbewusstsein zu entwickeln und dabei Bewegung, gesunde Ernährung sowie Entspannungstechniken in ihren Alltag einzubinden. Das Programm „Gesunder Start“ wird von der BARMER als Partnerkrankenkasse der Postbank gefördert. Es startet mit dem Eintritt der Auszubildenden in das Unternehmen und begleitet sie teilweise über die gesamte Ausbildungsdauer. Das Programm ist mit einem Methodenmix aus Präsenzveranstaltungen, Wissensvermittlung und Onlinebetreuung anschaulich und abwechslungsreich gestaltet.

Mit großer Freude nehmen zahlreiche Postbank Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an den angebotenen Firmenläufen teil. Die Teilnahmekosten werden von der Postbank sowie der Partnerkrankenkasse BARMER übernommen. Zusätzlich spendet die Postbank einen Euro pro gelaufenen Kilometer an „Save the Children“. Auch in diesem Bereich wurden digitale Prozesse etabliert, indem sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer 2017 erstmals

eigenständig für die Läufe anmelden konnten. Rund 950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben 2017 bundesweit an den Firmenläufen teilgenommen.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.

Zur Abwehr gesundheitlicher Gefahren bieten wir unseren Beschäftigten jährlich eine Gripeschutzimpfung an, welche 2017 von 597 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Anspruch genommen wurde.

Im Bereich der Arbeitsmedizin verfolgt die Postbank seit 2015 ein interdisziplinäres Betreuungskonzept: Unter der Federführung eines Betriebsarztes werden weitere Experten aus relevanten Fachbereichen (z. B. Psychologen) in die Betreuung einbezogen. Durch das koordinierte Zusammenwirken und die ganzheitliche Perspektive können sie zügig, umfassend, individuell und bedarfsgerecht auf die Anforderungen in der Postbank eingehen. Die Arbeitsmedizin in Gestalt eines Betriebsarztes ist ein fester Bestandteil des betrieblichen Gesundheitsmanagements der Bank. Sie wird seit Mitte 2015 von der ias AG (Institut für Arbeits- und Sozialhygiene Stiftung) als Dienstleister erbracht. Auch im integrierten BGM wird diese Zusammenarbeit weiterhin fokussiert.

Gesundheitsförderung in Zahlen

Anzahl Betriebssportgruppen	7
Standorte mit Ansprechpartner Gesundheit	13
Grippeimpfungen	597
Teilnahmen an Gesundheitsmaßnahmen	> 46.300
Teilnahmen an Firmenläufen	> 950

Gelungener Jubiläumskick

Am Samstag, den 24. Juni 2017, fand in Hamburg der 25. Postbank Cup statt. An dem internen Fußballturnier der Belegschaft nahmen insgesamt 14 Mannschaften aus ganz Deutschland teil. Wie bereits im vorherigen Jahr waren auch wieder drei Damenteams dabei.

Zum 25-jährigen Jubiläum des Postbank Cups lud der diesjährige Gastgeber, die Betriebssportgemeinschaft Postbank Hamburg, alle fußballbegeisterten Postbanker in die Hansestadt ein. Elf Herrenmannschaften und drei Damenmannschaften folgten dieser Einladung, um ihre Standorte auf und neben dem Fußballplatz zu vertreten. Authentisches Hamburg-Wetter begleitete die Teams über den Tag: Nieselregen, Wolken, stärkerer Regen, zum Abschluss allerdings auch einige belohnende Sonnenstrahlen. Von den wechselhaften Witterungen ließen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Turniers ihre gute Stimmung nicht nehmen und nutzten neben dem Sport auch die Gelegenheit, Kolleginnen und Kollegen aus anderen Postbank Standorten kennenzulernen und sich mit ihnen auszutauschen.

Bei den Damen landete das Team „Postbank Hamburg“ nicht nur erstmals überhaupt auf dem Treppchen, sondern schnappte sich gleich den Turniersieg. Das Heimteam sicherte sich im Finale den ersten Platz durch einen 2:0-Erfolg über die „All Stars“. Das Team „Postbank Köln“ sicherte sich zum zweiten Mal den Pokal im Herrenwettbewerb nach einem spannenden Elfmeterschießen gegen die Vorjahressieger aus Karlsruhe.

Bei der Player's Night im Anschluss an das Turnier wurden alle Anwesenden durch einen emotionalen



Die Turniersieger der Postbank Köln machen auch beim Mannschaftsfoto einen guten Eindruck



Die Mannschaft der Postbank Hamburg in den pinken Trikots sicherte sich den Turniersieg bei den Damen

Rückblick auf 25 Jahre Postbank Cup geführt. Anschließend erfolgte die gefeierte Pokalübergabe an die Siegermannschaften. Bei einer heiteren Feier mit reichlich Musik, Essen und Getränken ließen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer den gelungenen Tag ausklingen. Als Highlight für viele Fußball-Fans stellte sich dabei die Fußball-Lounge mit XXL-Kicker, Foto-Box und Fußballsitzkissen heraus.



Vielfalt, Integration und Wertschätzung



Als Unterzeichner des UN Global Compact hat die Postbank sich verpflichtet, die Menschenrechte zu fördern, sich an internationale Arbeitsnormen zu halten und gegen jede Art der Diskriminierung einzutreten. Diesbezüglich fühlen wir uns auch der Internationalen Arbeitsorganisation verpflichtet. Wir sind der Überzeugung, dass Vielfalt und Gleichberechtigung für dauerhaften unternehmerischen Erfolg unerlässlich sind.



Charta der Vielfalt

Die „Charta der Vielfalt“ ist eine seit 2006 existierende, deutschlandweite Unternehmensinitiative zur Förderung der Vielfalt in Unternehmen. Ihr Ziel ist die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Diversity in der Unternehmenskultur. Seit 2011 ist die Postbank Mitglied der Initiative, der sich bisher schon mehr als 2.400 Unternehmen angeschlossen haben.

Mit Unterzeichnung der Charta der Vielfalt hat die Postbank sich verpflichtet, eine offene Arbeitsatmosphäre zu schaffen, die alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihren Unterschieden und Gemeinsamkeiten herzlich aufnimmt und respektiert. Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion, sexueller Orientierung, Alter und Behinderung wird nicht toleriert.

Auch von unseren Geschäftspartnern erwarten wir, dass sie gegen Diskriminierung eintreten. Dies ist in unserer „Compliance Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner“ festgehalten, die unsere Partnerunternehmen verpflichtet, Diskriminierung, Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Lohndumping und gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen nicht zu dulden.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Richtlinien“.

Gender Diversity Management

Gemischte Arbeitsgruppen arbeiten besser als homogene. Das ist durch zahlreiche sozialwissenschaftliche Studien belegt. Für die Postbank ist die vielfältige Zusammensetzung ihrer Arbeitsteams deshalb auch ein Faktor für dauerhaften Unternehmenserfolg. Bei der Besetzung von Führungspositionen achten wir auf die Vielfalt (Diversity) im Unternehmen. Eine angemessene Berücksichtigung von Frauen steht dabei im Vordergrund. Um den Frauenanteil in Führungspositionen deutlich zu erhöhen, rief der Vorstand 2011 das Projekt „Gender Diversity Management“ ins Leben und hat es 2013 in eine Linienfunktion überführt. 2012 hat die Postbank sich freiwillig verpflichtet, den Frauenanteil in Führungspositionen deutlich zu erhöhen.

Das „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“ hat im Jahr 2015 die Zielsetzung des Gender Diversity Management auf eine gesetzliche Grundlage gestellt. Seitdem gelten für alle vom Gesetz betroffenen Einheiten der Postbank verbindliche Gender-Zielwerte, die bis zum 30.06.2017 erreicht werden sollten: Für alle betroffenen Aufsichtsräte gilt ein Zielwert von 30 % Frauenanteil. Die jeweiligen Vorstandsgremien sind dazu verpflichtet, bis zum Ablauf der Frist mindestens eine Frau in ihre Reihen aufzunehmen. Zudem haben die betroffenen Einheiten für die beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstands Zielwerte zwischen 20 % und 25 % vereinbart. Der Vorstand der Bank lässt sich jedes Quartal über den Stand der Zielerreichung berichten.



Die Ziele wurden bis Ende 2017 teilweise erreicht, in einigen Fällen auch übertroffen. Sämtliche Aufsichtsräte sowie mehr als 60 % der Vorstandsorgane haben den Zielwert erreicht. Für die Führungsebene unterhalb des Vorstands konnten ebenfalls in mehr als 60 % der Einheiten die Ziele erfüllt werden. In den übrigen Entitäten wird weiter intensiv an der Erfüllung der Ziele gearbeitet.

Im Jahr 2017 standen folgende Handlungsfelder im Vordergrund:

- Intensive weitere Verfolgung der Gender-Ziele für die vom Gesetz betroffenen Gesellschaften der Postbank Gruppe und für alle anderen Entitäten.
- Ausweitung des Talenterkennungsprozesses durch strukturierte Entwicklungsgespräche und „People Days“ für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (auch zur Identifikation und Förderung von Potenzialträgerinnen).
- Versachlichung der Auswahlprozesse für die „Führungsebene 3“ zur Sicherung der Chancengleichheit von weiblichen und männlichen Talenten. Für die „Long Lists“ ist bei der Besetzung auf dieser Ebene ein Frauenanteil von 50 % vorgegeben.
- Weiterführung des „Talent Brokerages“, unter anderem zur Erhöhung der Sichtbarkeit von weiblichen Talenten.
- Weiterentwicklung und Ausbau von Trainingsangeboten zur Förderung der Sichtbarkeit und Wahrnehmung von Frauen, wie z. B. „Wirkungsvoller Auftritt“ und „Karrierestrategien für weibliche Führungskräfte“ im Führungskräfte-Curriculum.
- Spezielles Entwicklungsangebot für Frauen: „Chancen erkennen“.

Regenbogen Arbeit

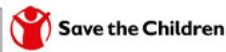
Die Kantine der Postbank am Standort München wird von der Regenbogen Arbeit gGmbH betrieben. Die gemeinnützige Integrationsfirma bietet Menschen mit psychischer Behinderung und Langzeitarbeitslosen mit sozialen Problemen speziell angepasste Arbeitsplätze. Das in München eingesetzte Team besteht zum Teil aus Menschen mit psychischen und körperlichen Einschränkungen sowie Lern- und Sehbehinderungen. Durch eine auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter abgestimmte Organisation können auch die herausfordernden Stoßzeiten gut bewältigt werden. Das Konzept wurde 2012 erprobt und hat sich inzwischen gut bewährt.



Gesellschaft | Die Postbank engagiert sich für die Gesellschaft, in der sie geschäftlich tätig ist. Neben Projekten im Bildungsbereich fördert sie die gesellschaftliche Integration und engagiert sich in der Flüchtlingshilfe. Sie unterstützt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv bei der ehrenamtlichen Arbeit in deren sozialem Umfeld.



MITEINANDER STARK!



Soziales Engagement

„Wir für Kinder“ und Unterstützung von Geflüchteten

Das gesellschaftliche Engagement der Postbank im Rahmen von Kinder- und Flüchtlingshilfe teilt sich in zwei Hauptbereiche auf. Zum einen arbeiten wir mit der Kinderrechtsorganisation „Save the Children“ zusammen und unterstützen diese in Form eines umfangreichen Bildungsprojekts für Kinder in Deutschland. Zum anderen fördern wir das soziale Engagement unserer Beschäftigten: Mit Hilfe von finanziellen Mitteln und persönlichen Freistellungen seitens der Postbank entwickeln die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Projekte für Kinder oder Geflüchtete in Deutschland und setzen sie anschließend gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen in die Tat um.

Wir für Kinder – Bildung ist Zukunft

„Save the Children“ ist die weltweit größte unabhängige Kinderrechtsorganisation. Die Nichtregierungsorganisation wurde 1919 von der britischen Lehrerin Eglantyne Jebb gegründet. „Save the Children“ ist politisch und konfessionell ungebunden und setzt sich seit mehr als 90 Jahren in über 120 Ländern für die Rechte der Kinder ein.

2013 hat die Postbank gemeinsam mit „Save the Children“ das Bildungsprojekt „3x1 macht stark“ an deutschen Grundschulen und Kindergärten ins Leben gerufen. Das Projekt verfolgte das Ziel, die Bildungschancen für Kinder unter 10 Jahren nachhaltig zu verbessern. Auch die Familien waren in das Projekt eingebunden. Sie wurden über einen Zeitraum von acht

Wir für Kinder – die zwei Säulen unseres Engagements

Wir für Kinder

Wir für Kinder – Bildung ist Zukunft

In Kooperation mit Save the Children

- nachhaltige Verbesserung der Bildungschancen in Deutschland
- finanzielle Förderung des Bildungsprojekts „Miteinander stark!“ an deutschen Grundschulen und Kindergärten
- Mitarbeiter-Engagement als „Schulbotschafter“

Wir für Kinder und Flüchtlingshilfe – Aktionstage

Durch Eigeninitiative der Mitarbeiter/-innen

- freiwilliges Helferprogramm zur Unterstützung von Kindern und Geflüchteten in Deutschland
- Förderung von Projekten, die von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern selbst eingereicht, ausgearbeitet und umgesetzt werden
- die Postbank unterstützt mit Freistellung und bis zu 1.000 EUR

Wochen professionell begleitet. Dadurch verbesserte sich nachweislich die Kommunikation innerhalb des Familien-, Freundes- und Schulumfeldes. Die positive Lehr- und Lernkultur führte zu verbesserten Bildungsmöglichkeiten der Kinder.

Im September 2017 startete das daran anknüpfende Nachfolgeprojekt „Miteinander stark!“. Gemeinsam mit Schülern, Lehrern und Familien werden im Rahmen der kulturellen Bildung Projekte entwickelt, die dazu beitragen, dass Schulen zu Orten der Gemeinschaft werden und sich Kinder als wichtiger Bestandteil dieser Gemeinschaft fühlen.

Neben einer finanziellen Unterstützung des Projektes „Miteinander stark!“ bieten wir unseren Beschäftigten die Möglichkeit, sich als Schulbotschafter/-in zu engagieren. Schulbotschafter/-innen begleiten Aktionen vor Ort, motivieren ihre Kolleginnen und Kollegen, sich ebenfalls zu engagieren und dienen als Schnittstelle zwischen der Bildungseinrichtung, „Save the Children“ und der Postbank.



Aktionstage

Die Postbank ermutigt ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, im Rahmen von Aktionstagen Institutionen aus ihrem sozialen Umfeld durch ehrenamtliches Engagement zu unterstützen. Die Aktionstage werden von der Postbank finanziell mit bis zu 1.000 EUR gefördert. Zusätzlich wird das Engagement durch die Freistellung von der Arbeit für einen Tag pro Kalenderjahr gewürdigt. 2014 wurden die Aktionstage als zweite Säule des „Wir für Kinder“ Programms ins Leben gerufen. Jeder Beschäftigte kann teilnehmen, indem er

eine konkrete Projektidee einreicht. Nach der Prüfung durch eine Jury wird das Projekt in einem Team mit weiteren Kolleginnen und Kollegen in die Tat umgesetzt.

Seit September 2015 werden auch Aktionstage zur Flüchtlingshilfe veranstaltet. Der Bewerbungs- und Teilnahmeprozess ist analog zu den „Wir für Kinder“ Aktionstagen. Aktionstage zur Flüchtlingshilfe werden ebenfalls finanziell und durch Arbeitsfreistellung unterstützt.

Seit Beginn der Aktionstage im September 2014 wurden bisher insgesamt 220 Aktionen genehmigt, an denen über 840 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beteiligt waren.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.

Teamentwicklung durch soziales Engagement

Seit 2015 verbindet die Postbank soziales Engagement mit dem Gedanken der Teamentwicklung. Sie hat dazu ein Konzept entworfen, das sich vor allem an Führungskräfte wendet. Diese werden ermuntert, gemeinsam mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern soziale Projekte in Angriff zu nehmen und dabei als Team enger zusammenzuwachsen. Die bisherigen Erfahrungswerte zeigen, dass diese Form der Teamentwicklung sich hervorragend eignet, um Zusammenarbeit, Teamgeist und Gruppenverständnis zu trainieren. Im Rahmen des Programms werden Projekte zugunsten von Kindern oder Geflüchteten unterstützt.



Gemeinsam mehr erreichen

Miteinander stark – unter diesem Motto engagiert sich die Postbank gemeinsam mit der Kinderrechtsorganisation „Save the Children“. Das Ziel: die Bildungschancen für Kinder in Deutschland verbessern. Zwei Filialgebietsleiter aus Hamburg sind ehrenamtlich als Schulbotschafter dabei.

Endlich neue Spielgeräte für den Schulhof – die 350 Kinder der Grundschule Bindfeldweg in Hamburg-Niendorf inklusive Sonderschulbereich freuen sich schon. Noch ist es nicht ganz so weit, aber Ideenfindung und Planung sind bereits im Gange. Bei der Suche nach passendem Spielgerät und der spannenden Budgetfrage werden zwei Postbank Mitarbeiter ihr Wissen und ihre Zeit aktiv einbringen. Denn Marco Gregor, Filialgebietsleiter Hamburg Land, und Jens Butzmann, Filialgebietsleiter Hamburg Stadt, sind seit September 2017 Schulbotschafter des in Hamburg einmaligen Bildungshauses Bindfeldweg.

„Ich fand die Idee gut, etwas zurückzugeben – und mir gefällt, dass wir das Schulbotschafter-Projekt auch als Team angehen können“, erklärt der zweifache Familienvater Marco Gregor. Für seine Kinder, 19 und 13, hat er sich während deren Kindheit oft engagiert: „Ob im Sportverein oder im Kindergarten, bei Grillfesten oder als Lesepate in der Grundschule – Hilfe und Unterstützung werden eigentlich immer gebraucht“, weiß der 47-Jährige. Deshalb ist externe Hilfe so gefragt, wie die beiden Filialgebietsleiter wissen. „Der Bildungserfolg von Kindern hängt in Deutschland immer noch viel zu oft von der sozialen Herkunft und den Unterstützungsmöglichkeiten in den Bildungseinrichtungen ab“, beklagt Jens Butzmann. Der 42-Jährige, der in Ostdeutschland zur Schule gegangen ist, war nach der Wende mit Englisch statt Russisch als Fremdsprache konfrontiert – und hätte sich damals selbst über Unterstützung gefreut. So wie jetzt die Kinder im Bildungshaus Bindfeldweg.

Zusammen mit Schulleiter Enno Bornfleth und einer unabhängigen Prozessbegleiterin von Save the Children planen die beiden Kollegen nun erste Projekte: „Wir können uns als Lesepate engagieren, das Bildungshaus im Rahmen einer Projektwoche unterstützen, Theaternachmittage planen oder bei der Schulhofgestaltung aktiv werden“, schildert Butzmann die vielfältigen Möglichkeiten. Beide können sich dafür auch Teamevents mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sehr gut vorstellen. Zumal der Zeitfaktor in den eigenen Händen liegt, wie Butzmann betont: „Klar, das Engagement als Schulbotschafter muss zeitlich zu unserem Leben und zum Schulkalender passen, aber andere Vorgaben gibt es nicht.“

Dass sich das Engagement für die Kinder und Jugendlichen auszahlt, zeigen die Zahlen: Im Rahmen des Vorgängerprojekts „3 x 1 macht stark“ wurden 65 Kitas und Schulen gefördert. Viele Postbank Beschäftigte haben sich dabei ehrenamtlich engagiert – als Schulbotschafter/-in, Lesepate, handwerkliche Unterstützung oder im Rahmen von Projektwochen. Zwischen 2013 und 2017 wurden so 2.780 Kinder in 1.600 Familien gefördert.



Jens Butzmann (l.) und Marco Gregor zeigen vollen Einsatz als Schulbotschafter



„Wir für Kinder“-Aktionstage: Ein Schulgarten erwacht zu neuem Leben

Gemeinsam mit der Garten AG der Europaschule Dortmund legen Melanie Nimptsch und ihr Team einen Naschgarten und eine Schmetterlingswiese an und leisten damit einen wichtigen Beitrag für die Schule und zum Erhalt der Artenvielfalt.

Idyllisch eingerahmt zwischen Obstbäumen, einem selbst gemauerten Fachwerkkunterstand und einem selbst gebauten Gartenhaus lag unter Brennnesseln und Brombeerranken etwas begraben, was einst einmal ein Schulgarten war. Was klingt wie der Beginn eines Märchens, war in der Realität ein unbefriedigender Zustand, dem engagierte Schüler und Lehrer der Europaschule Dortmund aktiv entgegenwirken wollten, mit dem Ziel, den Garten wieder nutzbar zu machen. Der wichtigste Beweggrund dabei für die Schüler: Sie wollen nicht nur in der Theorie lernen, sondern selbst miterleben, wie aus einem Samenkorn eine Pflanze wird.

Im Rahmen der im Frühjahr gestarteten Garten AG hatten die Kinder bereits gute Vorarbeit geleistet, indem sie zwei Beete freilegten – der perfekte Ort für einen bunten Naschgarten und eine blühende Schmetterlingswiese. „Die Schmetterlingswiese war mir ein besonderes Anliegen, um den Kindern nicht nur das Gärtnern zu ermöglichen, sondern sie auch für den Naturschutz zu sensibilisieren. Viele heimische Schmetterlingsarten stehen auf der roten Liste. Für sie gibt es immer weniger Lebensräume“, berichtet Melanie Nimptsch von ihrer besonderen Motivation für den Aktionstag.

Bei trockenem Wetter leisteten die Postbank Kolleginnen und Kollegen zunächst die grobe Vorarbeit, ehe die Schulkinder in der Mittagspause dazustießen. In einem eigens angelegten Hochbeet wurden gemeinsam unterschiedliche Erdbeerpflanzen gesetzt, in zwei weitere Hochbeete setzten die AG-Teilnehmenden eigene Pflänzchen, die sie bereits im Vorfeld des Aktionstags in Erdbeerschalen angezogen hatten. Ein Heidelbeerstrauch, ein Stachelbeerhochstämmchen und ein Johannisbeerstrauch ergänzten den schönen Naschgarten. Die Aussaat des Schmetterlingsamens und das Setzen einiger schon blühender Pflanzen rundeten den Einsatz im Schulgarten ab. Zur Freude aller deuteten Fruchtansätze an vielen Pflanzen bereits auf eine kleine Ernte hin.



„Wir für Kinder“-Aktionstage: eine Reise um die Welt

Zum 18. Mal fanden 2017 die Oberkasseler Abenteuerstage der Zukunftswerkstatt Oberkassel statt. In diesem Jahr waren Luitgard Plönes und ihr Team von der Postbank mit von der Partie und unterstützten rund 300 Kinder beim Bau eines Hüttendorfs.

Für viele Kinder in der Region im Alter zwischen sechs und zwölf Jahren sind die Abenteuerstage in Bonn-Oberkassel der traditionelle Start in die Sommerferien. Die Nachwuchshandwerker tummeln sich fünf Tage auf einem großen Gelände, um in einem von ihnen selbst gezimmerten Dorf spannende und lustige Dinge zu erleben. All das geschieht unter den aufmerksamen und helfenden Augen von etwa 90 ehrenamtlichen Betreuern.

Luitgard Plönes erinnert sich: „An den Abenteuerstagen haben meine Kinder immer so gerne teilgenommen, dass in einem Jahr, als der Familienurlaub in die erste Ferienwoche fiel, der Haussegel bei uns schief hing. Die Kinder erleben Handwerk, Kreativität, Gemeinschaft, Verantwortung und Identifikation und haben dabei viel Spaß.“

Das Großprojekt ist akribisch vorbereitet: Der Platz ist markiert, alle Versorgungsstände sind aufgebaut, das Wasser fließt und Handwerkszeug liegt parat. Jetzt sind endlich die Kinder an der Reihe. Es soll gezimmert werden, um ein ganzes Dorf aus dem Boden zu stampfen. Die Kinder können sich ein Hüttenprojekt aussuchen, an dem sie in den folgenden Tagen mitarbeiten möchten. Bei Bau und Gestaltung der Hütte können sie ihre eigenen Vorstellungen einfließen lassen. Am Ende sind 21 Hütten zum frei gewählten Thema „Eine Reise um die Welt“ gebaut. So gibt es z. B. Hütten mit dem Thema „Big Ben“ oder „Asia Tempel“ und ein großes Amphitheater.

Das Ferienangebot endet nach fünf Tagen mit einem Fest, zu dem auch alle Eltern eingeladen sind. Nach dem Abbau wird ein Teil des Holzes der Holzlarer Jugendfarm zur weiteren Verwendung zur Verfügung gestellt. Eine Hütte erhält in diesem Jahr der Förderverein der Gottfried-Kinkel-Grundschule in Bonn-Oberkassel als Spende für den Schulhof. Viele andere Hütten werden von Eltern gegen eine Spende mit nach Hause in die Gärten genommen.

Luitgard Plönes freut sich sehr darüber, den Verein und die Veranstaltung im Rahmen der „Wir für Kinder“-Aktionstage unterstützen zu können: „Ich bin begeistert, wie groß die Bereitschaft meiner Kolleginnen und Kollegen war, bei der Aktion zu helfen. Ich danke allen von Herzen und hoffe, dass es für unser Team ein unvergessliches Erlebnis bleibt.“



„Wir für Kinder“-Aktionstage: Die gelbe Bank hilft

Der Ausbildungsjahrgang 2016 der Verkäufer für Post- und Bankdienstleistungen am Standort München hat dem Asylheim „Just M“, einer Wohngruppe, die ausschließlich von Mädchen aus verschiedenen Kulturen bewohnt wird, eine massive Holzgarnitur für den Gartenbereich gespendet

Als die Auszubildenden mit ihrer Ausbilderin des Standorts München, Vivian Gann, das Asylheim in Ottobrunn besuchten, wurden sie von den Bewohnerinnen und dem Betreuungspersonal herzlich und gastfreundlich in Empfang genommen. In Gemeinschaftsarbeit bugsierten alle Beteiligten die strahlend gelbe Garnitur, bestehend aus einem Tisch und zwei Bänken, mithilfe von Rollbrettern auf die große, schön gestaltete Terrasse.

Der Höhepunkt des Tages stand zu diesem Zeitpunkt noch bevor: die offizielle Übergabe der Sachspende sowie die Rede, die Sabrina Schöpf für das Postbank Team vorbereitet hatte. Die wichtigste Erkenntnis: Auch mit kleineren Gesten kann man einiges dazu beitragen, Menschen ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern und sie zu unterstützen.

Nach der Übergabe erfolgte die Eröffnung des von Vivian Gann organisierten Buffets. Die Postbank Kolleginnen und Kollegen empfahlen sich dabei als geübte Grill- und Servicemeister. Den Abschluss des Tages bildete das gemeinsame Essen bei lockerem Plausch zum näheren Kennenlernen.

Rückblickend waren die Auszubildenden froh, Teil dieses gemeinnützigen Projekts gewesen zu sein. Der Effekt ihres Engagements war durch die Dankbarkeit der Wohngruppe direkt erlebbar und diente als Motivation, das Projekt auch weiterhin zu begleiten und zu unterstützen. Nicht zuletzt förderte die Aktion den Teamgedanken und den Zusammenhalt innerhalb des Ausbildungsjahrgangs.



„Flüchtlingshilfe“-Aktionstage: Die neue Heimat mit der Kamera erkunden

Mit der finanziellen Unterstützung der Postbank organisierten Kathrin Canis-Wegner und Petra Beuse im Rahmen einer ehrenamtlichen Tätigkeit in der Flüchtlingshilfe über drei Tage einen Foto-Workshop in Kooperation mit der „Galerie Bohai“ in Hannover-Linden.

Zwölf Geflüchtete aus unterschiedlichen Herkunftsländern wie Syrien, Irak, Türkei, Nigeria, Elfenbeinküste und den palästinensischen Gebieten konnten verschiedene Techniken der Fotografie erlernen und Informationen über ein spannendes Berufsbild sammeln.

Fotografie macht Vorstellungen sichtbar und dient häufig als erster Eindruck von Orten oder Personen. Mittels Fotos sollten alle Teilnehmenden die Chance erhalten, ihre Eindrücke in einem neuen Land festzuhalten und mitzuteilen. Der Workshop fand in deutscher Sprache statt, sodass über die Wahrnehmung der unmittelbaren Umgebung und das Fotografieren auch die deutschen Sprachkenntnisse und der Wortschatz erweitert wurden.

Die Teilnehmenden haben im Rahmen des Workshops gelernt, Fotos zu editieren und eine Auswahl für eine Präsentation zu treffen. In einer feierlichen Abschlussveranstaltung wurden die Fotos präsentiert und alle Teilnehmenden erhielten ein Zertifikat, welches in Zukunft ein wichtiger Bestandteil von vielen Bewerbungsmappen sein wird.

Die Rückmeldungen auf das Projekt waren rundum positiv, sodass in der Folge bereits weitere Projekte mit thematischem Bezug in Planung sind.



„Flüchtlingshilfe“-Aktionstage: Hochbeete für ein Miteinander

Es ist ein buntes und geselliges Treiben an diesem vorsommerlichen Samstagnachmittag auf dem Gelände der Pfarrei Steinkirchen. Über 30 tatkräftige Helfer graben, bauen, pflanzen – und belohnen sich nach getaner Arbeit mit einer gemeinsamen Feier. Mittendrin: die Münchener Postbanker Norman Mäder und Christina Pinkwart.

Zum Start des gemeinschaftlichen Projekttages sind jede Menge motivierte Hobbygärtner zusammengekommen: syrische Geflüchtete, Kinder und Erzieherinnen des gemeindlichen Kindergartens, Eltern sowie zahlreiche ehrenamtliche Helfer. Die Grundfläche, auf der als Tagesziel eine Gruppe von Hochbeeten aufgebaut werden soll, wird freundlicherweise von der Pfarrei Steinkirchen zur Verfügung gestellt.



Die Arbeitsorganisation ist vorbildlich: Gleich zu Beginn werden kleine Gruppen gebildet, die sich um eigene Teilaufgaben kümmern sollen – zum einen hat so jeder etwas zu tun, zum anderen ist der persönliche Kontakt in den kleinen Teams intensiver. Eine Gruppe kümmert sich um die vorbereitenden Bodenarbeiten, eine weitere baut die Hochbeete zusammen, eine dritte besorgt die nötigen Füllmaterialien. Hakt es mal irgendwo, ist Unterstützung sofort zur Stelle. So ist es wenig verwunderlich, dass die Hochbeete zur Zufriedenheit aller scheinbar in Windeseile planmäßig an Ort und Stelle stehen und nur darauf warten, genutzt zu werden. Nach Abschluss der Aufbauarbeiten wird der gemütlichere Teil des Tages eingeläutet: ein gemeinsames Grillfest, um dessen Vorbereitung sich ebenfalls eine Kleingruppe gekümmert hatte.

Am Ende des Tages herrschte Einigkeit: Das gesamte Projekt war ein voller Erfolg. Durch das gemeinsame Arbeiten konnte ganz nebenbei auch ein spannender Einblick in die Sitten und Bräuche der unterschiedlichen Kulturen gewonnen werden. Bereits in kleinen Dingen wurden an einigen Stellen Unterschiede und Gemeinsamkeiten klar. Beim abschließenden Essen waren sich dann alle einig: gegrilltes Lamm und Couscous können bestens mit einer Bratwurst und Kartoffelsalat mithalten und sind eine willkommene Abwechslung bei jeder Grillparty.

Der gemeindliche Kindergarten und die syrischen Freunde führen das Projekt in den kommenden Jahren weiter. Somit wird auch in Zukunft weiter gemeinsam gesät, gepflegt und geerntet.

Studium

Konzernbotschafter-Programm

Das Konzernbotschafter-Programm wurde 2009 eingeführt: Fach- und Führungskräfte der Postbank geben im Rahmen von Gastvorlesungen, Kaminabenden und durch Begleitung von Fallstudien ihr Praxiswissen und ihre gesammelten Erfahrungen an Studierende ausgewählter Hochschulen weiter.

Die Postbank pflegt die Zusammenarbeit mit verschiedenen Institutionen und baut ihr Netzwerk stetig aus. Seit Beginn des Programms hat die Postbank Kooperationen mit über 25 deutschen Hochschulen geschlossen.

Individuelle Förderung von talentierten Studierenden

Studierende, die durch besondere Leistungen auffallen, werden belohnt und von der Postbank gefördert. In diesem Kontext unterstützt die Postbank Stiftungen, studentische Organisationen und Lehrstühle sowohl finanziell als auch ideell. Derzeit verleiht die Bank insgesamt 18 NRW-/Deutschlandstipendien an talentierte Studierende der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Neben der finanziellen Förderung erhalten die Stipendiaten die Möglichkeit, Veranstaltungen zur Persönlichkeitsentwicklung, zum Einstieg in ein Unternehmen, zur effektiven Zielerreichung oder zur Karriereberatung zu besuchen. Ein regelmäßiges Get-together unterstützt die Stipendiaten beim Aufbau ihres beruflichen und sozialen Netzwerks.

Die Postbank fördert folgende Stiftungen, Organisationen und Lehrstühle:

- NRW-/Deutschlandstipendien (seit 2009)
- Universität Bonn
- Hochschule Weserbergland
- Hochschule Fresenius (Premiumpartner seit 2009)

Die Postbank ist Unterzeichner der „Bachelor-Welcome-Erklärung“.



Spenden

Gemeinsames Bildungsprojekt mit „Save the Children“

Durch die Kooperation mit „Save the Children“ möchte die Postbank die Bildungschancen für Kinder in Deutschland verbessern.

Folgende Spendenaktionen wurden 2017 zur Unterstützung von „Save the Children“ realisiert:

- Verkauf von Kinderlernbüchern mit Spendenanteil in den Postbank Filialen, Spendensumme: über 50.000 EUR
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter „Laufen für den guten Zweck“ – Spendenläufe der Postbank, Spendensumme: gut 4.700 EUR

- Weitere Spenden durch spezielle Aktionen von Fachbereichen der Postbank: ca. 10.000 EUR
- Postbank Visa Card für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Für jeden Euro, der mit der Postbank Visa Card „Save the Children“ umgesetzt wird, spendet die Postbank einen Cent an „Save the Children“. 2017 kam so eine Spendensumme von knapp 44.000 EUR zusammen
- Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion: ca. 16.300 EUR

In ihren Filialen hat die Postbank Spenden Dosen aufgestellt. Dadurch konnten 2017 mehr als 117.000 EUR für „Save the Children“ gesammelt werden.

Weitere Informationen zu Save the Children und den Aktionstagen, siehe Kapitel „Soziales Engagement“.



Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion

Bei der Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion der Postbank hatten die Beschäftigten auch 2017 an vielen Großstandorten die Möglichkeit, symbolische Wunschzettel von den geschmückten Weihnachtsbäumen abzunehmen und mit einer Spende das gemeinsame Bildungsprojekt „Miteinander stark!“ von Postbank und „Save the Children“ zu unterstützen.

Die Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion erzielte 2017 eine Spendensumme von ca. 16.300 EUR. Die Spende setzt sich zusammen aus Mitarbeiterspenden von ca. 8.150 EUR, verdoppelt durch die Postbank.

Azubis in Hameln hängen Wunschzettel für „Save the Children“ an den Weihnachtsbaum. Die Aktion ist ein Bestandteil ihrer Ausbildung im Bereich soziale Kompetenz und Verantwortung.

„Wir für Kinder“-Aktionstage

Die Aktionstage ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterstützt die Postbank – neben der Freistellung der Teilnehmenden – auch finanziell mit bis zu 1.000 EUR je Projekt. Im Jahr 2017 wurden auf diesem Weg gemeinnützige Organisationen mit ca. 40.000 EUR gefördert.

Weitere Informationen zu den Aktionstagen, siehe Kapitel „Soziales Engagement“.

Verkauf von UNICEF-Grußkarten

In der Vorweihnachtszeit verkaufen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Postbank und der Deutschen Post in ihren Filialen ehrenamtlich UNICEF-Grußkarten. Im Jahr 2017 sind insgesamt 29.000 Kartensets mit einem Spendenanteil von 363.000 EUR verkauft worden. Die Spendensumme stieg damit um 28 % gegenüber dem Vorjahr.

Bälle für Deutschland

Fußball schafft Gemeinsamkeiten und fördert die Kommunikation zwischen Menschen mit unterschiedlichen ethnischen, religiösen oder sozialen Hintergründen. Die Postbank unterstützt dies aktiv, indem sie monatlich Fußbälle an Vereine, Schulen und Kindergärten verlost. Die Anzahl der Bälle, die am Ende eines Monats verlost werden, richtet sich nach den erzielten Toren in der 1. Fußball-Bundesliga. Die Postbank verdoppelt die Toranzahl, rundet auf und verlost die erspielten Postbank Fußbälle in Sets à 10 Stück unter allen Bewerbern.

Auf der Facebook-Seite „Postbank Fan-kurve“ können sich Sportvereine, Schulen, Kindergärten und andere gemeinnützige Institutionen, die durch Bälle unterstützt werden wollen, für die Teilnahme an der Verlosung bewerben. Seit Beginn der Aktion im Januar 2012 wurden insgesamt bereits knapp 12.500 Bälle verlost.



Die stolzen „Bälle für Deutschland“ Gewinner der G-Jugend des SV Hilden Ost 1975 e. V.



Ökologische Nachhaltigkeit



Umweltmanagementsystem | Die Postbank verringert negative Umwelteinwirkungen aus ihrer Geschäftstätigkeit und unterstützt ihre Kundinnen und Kunden sowie ihre Beschäftigten durch umweltfreundliche Angebote. Sie setzt sich für den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen ein. Sie nutzt ein zertifiziertes Umweltmanagement-System, um ökologische Risiken zu verringern und Chancen wahrzunehmen. So will sie ihren Anteil dazu leisten, dass die beim Weltklimagipfel in Paris 2015 beschlossenen Ziele umgesetzt werden.

Umweltleitlinie

Die Postbank hat ihr Umweltmanagementsystem 2008 eingeführt. Es beruht auf einer konzernweit gültigen Umweltleitlinie mit sechs Grundprinzipien, die die organisatorischen Anforderungen hinsichtlich ökologischer Verantwortung konkretisieren. Diese Prinzipien sind für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bindend und werden bei allen geschäftspolitischen Entscheidungen berücksichtigt. Unser Umweltmanagementsystem entspricht den Anforderungen der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001.

Von 2012 bis 2015 haben wir es zu einem umfassenden Nachhaltigkeitsmanagement ausgebaut, das die Nachhaltigkeit unseres Kerngeschäftes ebenso umfasst wie unser soziales Engagement. Dieser Prozess ist 2015 abgeschlossen worden. Die Umweltleitlinie haben wir in diesem Zusammenhang in die 2014 verabschiedete Konzernrichtlinie „Grundsätze unternehmerischer Verantwortung“ integriert. Weitere Informationen, siehe Kapitel „Leitlinien“.

Die Nachhaltigkeitsstrategie der Bank wird konkretisiert in umfassenden Nachhaltigkeitszielen, die wir jährlich in einem Corporate Responsibility Programm veröffentlichen. Darin berichten wir auch, welche Ziele wir umgesetzt haben, welche noch in Arbeit sind und welche Ziele wir nicht umsetzen konnten.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Corporate Responsibility Programm“.

Die Vorgaben der Umweltleitlinie setzen wir nach dem Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung um: „Plan, Do, Check, Act“.

- Im ersten Schritt „Plan“ werden ökologische bzw. nachhaltige Zielsetzungen und Maßnahmen im Rahmen des Corporate Responsibility Programms festgelegt.*
- Die Umsetzung der beschlossenen Ziele erfolgt im zweiten Schritt „Do“.
- Im nächsten Schritt „Check“ wird die Einhaltung selbst verpflichtender und gesetzlicher Vorgaben durch die Umweltbeauftragten der Postbank sowie mittels regelmäßiger interner und externer Audits überprüft.
- Anschließend wird im letzten Schritt „Act“ kontrolliert, ob weitere Optimierungsmöglichkeiten in den Unternehmensprozessen realisierbar sind.



*Vgl. dazu das Kapitel „Corporate Responsibility Programm“



Um eine kontinuierliche Verbesserung zu erzielen, beginnt anschließend der Kreislauf wieder von vorne.

Umweltleitlinie der Deutsche Postbank AG



Zertifizierung nach ISO 14001



Zur Prüfung und Sicherung der Qualität ihres Umweltmanagementsystems lässt sich die Postbank regelmäßig von einer unabhängigen Zertifizierungsgesellschaft überprüfen. Durch die Zertifizierung wird sichergestellt, dass wir die Standards, Regelungen und Vorgaben gemäß ISO 14001 einhalten. Im Dezember 2017 ist das Umweltmanagementsystem der Postbank erstmals nach der Neufassung der internationalen Norm ISO 14001: 2015 von unabhängigen Gutachtern geprüft und zertifiziert worden. Dabei hat die DNV GL Business Assurance Zertifizierung und Umweltgutachter GmbH bescheinigt, dass das Umweltmanagementsystem der Postbank den aktuellen Norm-Anforderungen gerecht wird. Das Zertifikat gilt für drei Jahre und muss jedes Jahr durch ein Überwachungsaudit bestätigt werden.

Die Norm ISO 14001 definiert zahlreiche Anforderungen an ein funktionierendes Umweltmanagementsystem. Darunter fallen beispielsweise die Einhaltung gesetzlicher Regelungen, die Dokumentation, Verwirklichung und Aufrechterhaltung umweltbezogener Zielsetzungen und die Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

In eigener Regie prüft die Postbank durch sogenannte interne Audits ihre Ressorts und Großstandorte auf die Einhaltung der umweltbezogenen Vorgaben. Diese Prüfungen werden von speziell geschulten internen Auditoren der Postbank vorgenommen. Dank der internen Audits konnten wir das Qualitäts- und Leistungsniveau der Ressorts und Standorte im Lauf der Jahre deutlich steigern. Die positiven Resultate motivieren uns, unsere Bemühungen um eine lebenswerte Umwelt voranzutreiben.

Energiemanagement-System nach ISO 50001

2016 hat die Postbank ihr Umweltmanagementsystem um ein zertifiziertes Energiemanagementsystem nach ISO 50001 erweitert. Mit seiner Hilfe wollen wir unseren Energieverbrauch bis 2020 systematisch senken. Um dies zu erreichen, sind erhebliche Investitionen in die Infrastruktur unserer Bürogebäude geplant. Nach derzeitiger Planung werden die Investitionskosten mittelfristig durch Energieeinsparungen überkompensiert. Der Schwerpunkt der Investitionen liegt in den Standorten Essen, Frankfurt am Main und im Rechenzentrum Bonn.

2017 haben wir zur Energieeinsparung in unseren Bürogebäuden acht Maßnahmen mit einem Auftragsvolumen von rund 1,8 Mio. EUR durchgeführt. Wir erwarten daraus eine jährliche Stromersparnis von 1.250 MWh und eine Brennstoffersparnis für die Wärmeerzeugung von 1.550 MWh.



Energie- und Umweltziele | Die Postbank setzt sich jährlich konkrete Ziele zum Umwelt- und Klimaschutz. Sie sind Bestandteil des Corporate Responsibility Programms der Bank. Die Ziele sind mit konkreten Maßnahmen unterlegt und werden im Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Die offene Kommunikation der erzielten Ergebnisse dient der Transparenz und fördert die stetige Optimierung verantwortlichen Handelns.

Die Postbank hat sich die Ziele des Weltklimapfahls von 2015 in vollem Umfang zu eigen gemacht. Sie hat sich vorgenommen, Deutschlands – prozentual bemessenes – Reduktionsziel für Treibhausgase in ihrem Verantwortungsbereich klar zu übertreffen: Bis 2020 wollen wir unsere Treibhausgasemissionen gegenüber 2007 um deutlich mehr als 40 % reduzieren. Dieses mittelfristige Ziel wird flankiert durch zahlreiche kurzfristige Ziele und Maßnahmen, die im Corporate Responsibility Programm der Postbank als Umweltziele veröffentlicht und überwacht werden.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Corporate Responsibility Programm“.

Bis einschließlich 2012 hat die Postbank ein separates Umweltprogramm veröffentlicht, in dem ihre Umweltziele und -maßnahmen aufgelistet waren. Im Zuge der Weiterentwicklung der Nachhaltigkeit wurde das Umweltprogramm 2013 erstmals durch das umfassendere Corporate Responsibility Programm ersetzt. Es gliedert sich nach den drei Säulen „Nachhaltigkeit im Bankgeschäft“, „Soziale Nachhaltigkeit“ und „Ökologische Nachhaltigkeit“. Im vorliegenden Bericht sind die Umweltziele im Corporate Responsibility Programm unter „Ökologische Nachhaltigkeit“ dargestellt. Zu jeder Maßnahme ist der Status der Umsetzung zum 31.12.2017 angegeben.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Corporate Responsibility Programm“.

Die ökologischen Ziele und Maßnahmen des Corporate Responsibility Programms für das Jahr 2017 konnten nahezu vollständig umgesetzt werden.

Umweltmanagement und Controlling

Die Entwicklung quantitativer Erfolgsindikatoren (Umwelt-KPIs) für die Organisationseinheiten des Ressorts IT/Operations wurde erfolgreich abgeschlossen. Seit 2017 werden die KPIs monatlich gemessen und an die Ressortleitung berichtet. Die KPIs erfassen den kumulierten Energieverbrauch der Großstandorte, den Verbrauch an Drucker- und Kopierpapier sowie die Verpflichtung unserer Lieferanten auf ökologische und soziale Standards.

Die Anpassung unseres Umweltmanagementsystems an die Neufassung der ISO 14001:2015 ist erfolgreich abgeschlossen und im Dezember 2017 durch die Zertifizierung bestätigt worden.

Engagement und Bewusstsein

2017 hat die Postbank am Standort Bonn zum vierten Mal an der Aktion STADTRADELN zur Förderung des Fahrrads als umweltfreundliches Verkehrsmittel teilgenommen. Die Aktion kam bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern so gut an, dass die Postbank in der Teamwertung den zweiten Platz errang. Mit 104 Teilnehmenden radelten die Postbänker insgesamt 23.609 km und vermieden 3.352,4 kg CO₂. Wegen des großen Erfolgs wollen wir 2018 auch an anderen Standorten am STADTRADELN teilnehmen. Frankfurt hat 2017 bereits versuchsweise mitgemacht.



Teamradler vor der Bonner Zentrale

103-1



103-2



103-3



Mit ihren Großstandorten Hameln und Frankfurt am Main hat die Postbank sich an der „Earth Hour“ 2017 des WWF beteiligt. Durch die „Earth Hour“ setzen Kommunen, Unternehmen und Bürger jährlich ein Zeichen für den Klimaschutz, indem sie gemeinsam für eine Stunde das Licht ausschalten.

Betriebsökologie

Die für 2017 geplanten Umweltmaßnahmen des Corporate Responsibility Programms für die Standorte Bonn, Essen und Leipzig sind wie geplant durchgeführt worden. Den Austausch von Kühlgeräten am Standort München haben wir nicht umgesetzt, da das Gebäude mittlerweile verkauft worden ist.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Corporate Responsibility Programm“.

Treibhausgasemissionen

Die Treibhausgasemissionen je Mitarbeiter/-in (CO₂-Äquivalente/FTE) sind gegenüber dem Vorjahr um 2 % auf 1,97 Tonnen gesunken. Der Rückgang erklärt sich überwiegend aus dem ebenfalls zurück-

gegangenen Energieverbrauch. Der Anteil des Stroms aus erneuerbaren Quellen lag wie im Vorjahr bei 97 % des gesamten Stromverbrauchs. Die Treibhausgasemissionen werden nach der „marktbasierter“ Methode berechnet.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Umweltbilanz“.

Energieverbrauch

Der Energieverbrauch je Mitarbeiter/-in ist 2017 um 1 % auf 12.601 kWh pro Vollzeit-äquivalent zurückgegangen. Hier werden bereits die ersten Energieeinsparungen durch unser neues Energiemanagementsystem sichtbar, die wir in den kommenden Jahren weiter ausbauen wollen.

Bis Ende 2017 sind mehr als 8.100 Arbeitsplatz-PCs gegen energieeffiziente Thin Clients ersetzt worden. Damit haben wir unser Ziel für 2018 (6.500 PCs) bereits vorzeitig erreicht und sogar übertroffen. Die restlichen PCs werden schrittweise im Rahmen von Umzügen und beim Ersatz defekter PC-Geräte ausgetauscht.

Der geplante Teilaustausch von konventionellen Platten zur Datenspeicherung gegen SSDs ist wie geplant abgeschlossen worden. Die jährliche Energieeinsparung liegt bei gut 1.500 MWh.

Die Server-Konsolidierung von 12 Unix Servern auf nunmehr 6 Server ist erfolgreich durchgeführt worden. Dadurch werden pro Jahr rund 500 MWh eingespart.

Die ursprünglich für 2017 geplante Erneuerung der Datensicherungssysteme in Frankfurt und Bonn dauert länger als wir ursprünglich vorgesehen hatten. Wir sind jedoch zuversichtlich, dass wir das Projekt 2018 abschließen können.

Wärmetauscher der Heizung am Standort Hamburg



Mobilität

Die Zahl der gereisten Kilometer ist gegenüber dem Vorjahr um 3 % zurückgegangen. Da jedoch der Mitarbeiterbestand ebenfalls rückläufig war, ist die Zahl der pro Vollzeit-äquivalent (FTE) gereisten Kilometer mit 2.648 nahezu gleich geblieben (2016: 2.638 km).

Insgesamt haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 2017 9,7 Mio. km mit der Bahn zurückgelegt, 1 % weniger als im Vorjahr. Im Fernverkehr sind unsere Bahnreisen CO₂-neutral gestellt. Die Treibhausgasemissionen aus dem Nahverkehr sind in die Umweltbilanz eingegangen.

Die Zahl der Flugreisekilometer ist 2017 um 8 % auf 4,9 Mio. km gesunken.

Die Zahl der mit Kraftfahrzeugen zurückgelegten Kilometer ist gegenüber dem Vorjahr um 2 % auf insgesamt 32,5 Mio. km zurückgegangen.

Abfall/Ressourcenverbrauch

Der erzeugte Abfall je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent) ist 2017 um 16 % auf 313 kg gesunken. Der Anteil des Abfalls, der dem Recycling zugeführt wird, konnte dabei gesteigert werden: Die Recyclingquote verbesserte sich um 12 %. Wir sehen darin einen Erfolg unserer intensivierten Bewusstseinsbildung bei den Beschäftigten und Reinigungskräften. Nach der Verschlechterung des letzten Jahres hatten wir die Reinigungskräfte und Beschäftigten ermahnt, bei der Entsorgung stärker auf die Abfalltrennung zu achten.

Der Verbrauch an Druck- und Kopierpapier ist erneut leicht zurückgegangen. Mit 761 Tonnen lag er 4 % unter dem Niveau des Vorjahres. Je Mitarbeiter/-in (FTE) ist der Verbrauch um 1 % auf 3,5 kg gesunken.

Der Anteil an Recyclingpapier hat sich um 19 % verbessert. Hier macht sich bemerkbar, dass wir in unseren größten Standorten Bonn und Hameln seit 2017 Recyclingpapier als Standardversorgung anbieten.

Die Verringerung des Papierverbrauchs bleibt weiterhin ein wichtiges Ziel für die nächsten Jahre. Sie hat Vorrang vor dem Ziel, den Anteil an Recyclingpapier zu erhöhen. Im Postbank Konzern kommt ausschließlich zertifiziertes Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft und Recyclingpapier zum Einsatz.

Der Trinkwasserverbrauch je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent) ist um 12 % auf 23 m³ angestiegen. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass Trinkwasser in mehreren Standorten zu Kühlzwecken eingesetzt wird. Daraus ergeben sich erhebliche witterungsbedingte Schwankungen im Trinkwasserverbrauch.



Abfall-Recycling ist eine Gemeinschaftsaufgabe von Mitarbeiter/-innen, Reinigungskräften und Gebäudemanagern.

Umweltfreundliche Bürogebäude | *Die Postbank verbessert die Energieeffizienz ihrer Bürogebäude systematisch. Durch Energiespar-Contracting senkt sie langfristig ihren Verbrauch an Strom und Heizenergie. Sie hat Energiesparziele definiert und investiert in die Effizienz ihrer Gebäude.*

Seit 2009 betreibt die Postbank eine umfassende Energiesparpartnerschaft mit SPIE Energy Solutions. Im ersten Schritt sind über zwanzig Großgebäude der Bank bundesweit auf energetische Einsparpotenziale untersucht worden. Für diese Gebäude wurden Energiepässe erstellt. Anschließend wurden Energiesparziele definiert und in Energiesparverträgen festgelegt. Im Ergebnis ergaben sich Energieeinsparungen bei der Beleuchtung, der Wärmeerzeugung, durch Kraft-Wärme-Kopplung und durch die Erneuerung von Fenstern und Kühlgeräten. Verbesserungen wurden auch im Bereich des Trinkwassereinsatzes in Karlsruhe und Leipzig sowie beim Fernkältebezug in Hamburg erzielt. Bis heute sind die Großstandorte Bonn, München, Leipzig, Hamburg, Karlsruhe, Essen, Frankfurt, Ludwigshafen, Hameln und Dortmund im Rahmen von Einsparverträgen energetisch optimiert worden. Insgesamt konnten dadurch bislang pro Jahr mehr als 20.000 MWh eingespart werden.

In Berlin hat die Postbank 2017 mit 550 Beschäftigten ein neues Bürogebäude im Stadtteil Alt-Moabit bezogen, das auch unter ökologischen Gesichtspunkten eine Verbesserung gegenüber dem bisherigen Standort am Halleschen Ufer darstellt.

Am Standort Essen haben wir 2017 eine neue hocheffiziente Rückkühlanlage installiert. Damit wurde ein umfangreiches Energieeffizienzprogramm erfolgreich abgeschlossen, das sich über mehrere Jahre erstreckte: Unter anderem wurde die Beleuchtung der Fernkennzeichnung „Postbank“ auf dem Dach auf LED-Technik umgestellt. In den Büros wurden effiziente T5-Leuchtstoffröhren (zum Teil über Sensoren gesteuert) eingebaut und alte Kälteanlagen durch moderne Geräte ersetzt. Der Flachbau wurde von innen energetisch gedämmt.

An unserem zweitgrößten Standort Hameln haben wir 2017 vier Etagen mit Großraumbüros auf LED-Beleuchtung umgestellt. Dadurch werden jährlich 657.000 kWh Strom und 346 Tonnen Treibhausgase eingespart.

In Hameln haben wir 2017 auch damit begonnen, die alten Absorptionskältemaschinen gegen neue, energieeffizientere Geräte auszutauschen. Durch die neuen Kältemaschinen werden pro Jahr rund 1.000 MWh eingespart. Die Absorber verwandeln die als Dampf gelieferte Fernwärme in Kälte zur Kühlung der Büroräume im Sommer. Im Winter wird die Fernwärme zum Heizen genutzt. 2018 sollen die Arbeiten abgeschlossen sein.

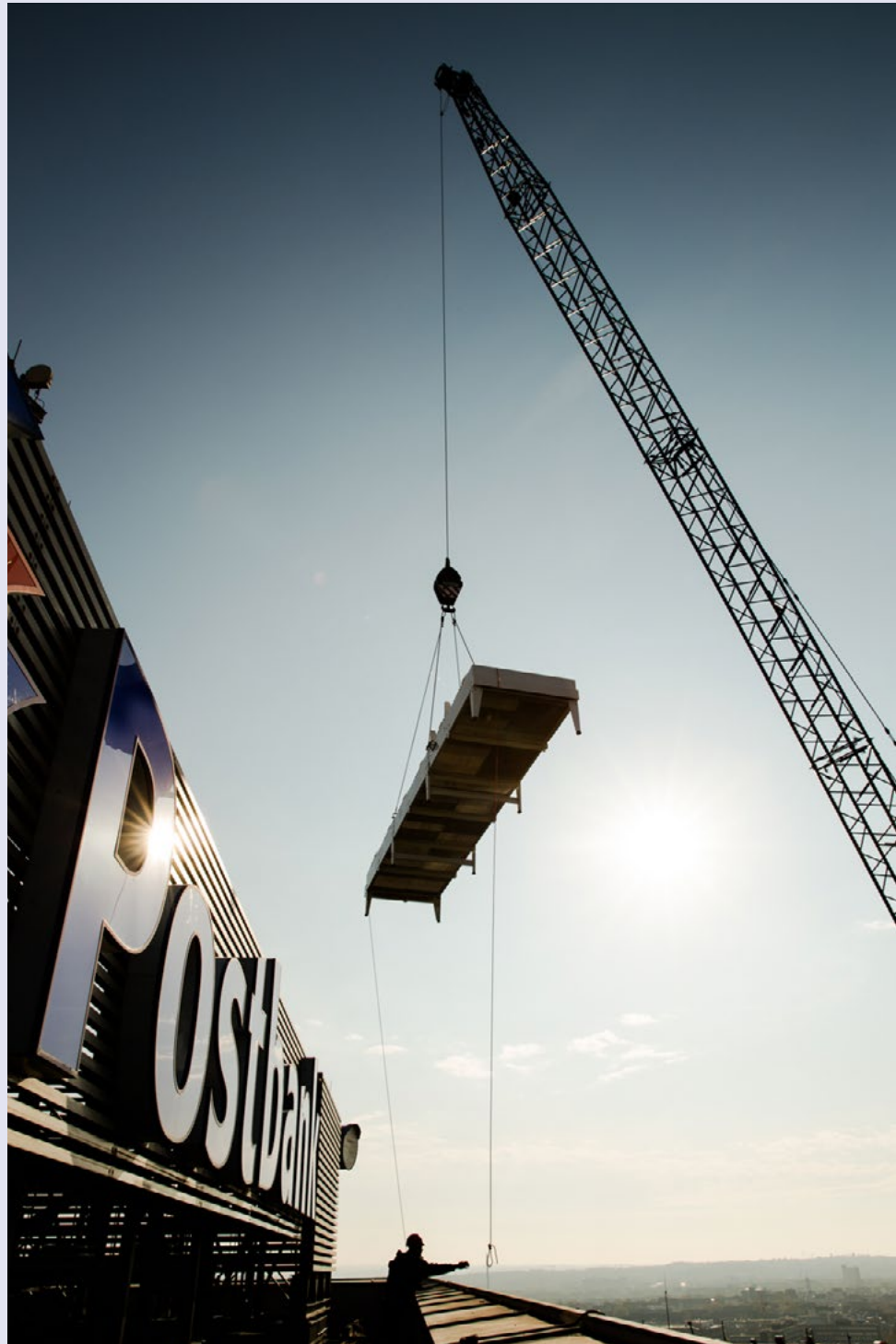
Gutes Klima in Essen

Die Sanierungsarbeiten im Essener Postbank Tower sind abgeschlossen. Den Schlusspunkt der aufwendigen Modernisierungsmaßnahme bildete eine spektakuläre Aktion, die im November 2017 zahlreiche Schaulustige anzog.

Der Postbank Tower in Essen gehört zu den markantesten Hochhäusern der Stadt und prägt seit fast 50 Jahren die Skyline der Ruhrmetropole. Doch auch wenn der Bau es mittlerweile sogar in die Denkmalschutzliste geschafft hat – technisch gesehen ist das einstige Postscheckamt an der Kruppstraße, in dem heute Teile von Postbank und Deutscher Bank untergebracht sind, auf dem neuesten Stand.

In den vergangenen sieben Jahren war der über 90 Meter hohe Bau, dessen Architektur mit seiner Fassade aus Glas und Leichtmetall an die amerikanischen Hochhäuser der 50er-Jahre angelehnt ist, aufwendig saniert und an moderne technische und energetische Standards angepasst worden. So wurden unter anderem die gesamte Betriebs- und Haustechnik erneuert. Den Schlusspunkt der Modernisierungsmaßnahme, mit der die Postbank einen wesentlichen Beitrag zum Umweltschutz leistet, bildete eine spektakuläre Aktion, die in Essen für Schlagzeilen sorgte und am ersten Novemberwochenende zahlreiche Schaulustige anlockte: Auf dem Dach des Hochhauses wurde das Herzstück der neuen umweltfreundlichen Klimatechnik installiert – eine neue, viereinhalb Tonnen schwere Kühlanlage.

Weil so ein Apparat in keinen Aufzug passt, musste schweres Gerät ran: Ein 500-Tonnen-Kran hievte die gewaltige Last ganz langsam an ihren Bestimmungsort, 23 Stockwerke über der Essener Innenstadt. Für den Einsatz musste die Kruppstraße – immerhin eine der Hauptverkehrsachsen Essens – komplett für den Verkehr gesperrt werden. Gelohnt hat sich der Einsatz allemal. Durch die Summe der jetzt umgesetzten Maßnahmen entsteht eine Einsparung von ca. 450.000 Kilogramm Kohlendioxid (CO₂) pro Jahr. Zum Vergleich: Um 1.000 Kilogramm CO₂ zu binden, müssten 80 Bäume gepflanzt werden. Die Reduktion um 450.000 Kilogramm CO₂ entspricht also der Anpflanzung von 36.000 Bäumen.



Auf dem Dach des Essener Postbank Towers wurde eine neue, umweltfreundliche Kühlanlage installiert.

Neue Immobilienstrategie

2017 hat die Postbank ihre neue Immobilienstrategie verabschiedet und bereits mit der Umsetzung begonnen: 68 bankeigene Gebäude werden systematisch auf ihre Zukunftstauglichkeit analysiert. Bei Bedarf werden neue, ressourceneffiziente Immobilien angemietet. Dadurch wollen wir für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter moderne, gesunde und nachhaltige Arbeitsplätze schaffen. Gleichzeitig verbessern wir die Energieeffizienz unserer Standorte.



Am Standort Bonn werden die auf neun verschiedene Gebäude im Stadtgebiet verstreuten Beschäftigten in einer zentralen Immobilie zusammengeführt. Der Umzug ist 2021 geplant.

Am Standort München ist das bankeigene Gebäude beim Hauptbahnhof verkauft worden. Es wird vorübergehend noch von der Bank genutzt, bis die neuen Räumlichkeiten in der Nähe des Ostbahnhofs bezugsfertig sind. Der Umzug ist für März 2019 geplant.

Dezember 2017. In Hameln hat der Abbau der alten Absorber begonnen. Die neuen Geräte werden auf dem Seeweg über Hamburg aus Südkorea geliefert.

Green IT | *Durch intelligente Server-Architekturen, energieeffiziente Hardware sowie neue Netzwerktechnologien senkt die Postbank ihren Energieverbrauch. Ihre Rechenzentren erfüllen höchste ökologische Standards. Bei Rechnern und Speichersystemen betreibt sie ein konsequentes Lifecycle Management. Ihre Reisetätigkeit verringert sie durch digitale Medien wie Videokonferenzen und Internetkommunikation.*

Grüne Rechenzentren

2017 hat die Postbank die geplante Konsolidierung von vier auf zwei produktive Rechenzentren im Raum Frankfurt am Main erfolgreich abgeschlossen. Dadurch konnte die gesamte Rechenzentrumsfläche von 3.417 m² im Dezember 2014 auf jetzt 2.787 m² verringert werden. Im gleichen Zeitraum ist der IT-Stromverbrauch der Rechenzentren um 28 % auf jetzt 9,1 Gigawattstunden pro Jahr zurückgegangen.

Ihre Rechenzentren im Raum Frankfurt betreibt die Bank nach dem Prinzip der Co-Location: Lediglich die Hardware selbst kommt von der Postbank. Die gesamte Gebäude-Infrastruktur, vor allem die energieintensiven Bereiche der Kühlung, Lüftung, Beleuchtung und Notstromversorgung wird von Spezialanbietern betrieben, die auf ein Höchstmaß an Energieeffizienz spezialisiert sind. Beide Betreiber sind Mitglied der internationalen „The Green Grid Association“, nutzen modernste Mess- und Regeltechnologien und arbeiten kontinuierlich an der Ressourceneffizienz ihrer Anlagen. Eines der Rechenzentren wird bereits mit Strom aus regenerativen Quellen betrieben. Beide Rechenzentren sind nach der internationalen Energiemanagementnorm ISO 50001 zertifiziert.



Die Rechenzentren sind sehr wichtig für unsere Bank aber zugleich auch ein entscheidender Energieverbraucher. Indem wir in die Leistungsfähigkeit der Rechenzentren investieren, verbessern wir gleichzeitig ihre Umweltbilanz. «

Zvezdana Seeger,
Vorstand IT/Operations



Virtualisierung von Arbeitsplatz-Computern

2015 hat die Postbank ein umfangreiches Projekt gestartet, um einen Großteil ihrer Arbeitsplatz-PCs zu virtualisieren. In einer virtualisierten Umgebung beziehen die Endgeräte („Thin Clients“) Anwendungen und Daten sowie das Betriebssystem und die benutzerspezifischen Einstellungen von zentralen Servern. Der Thin Client regelt lediglich den Datentransfer zwischen den Servern und den Ein- und Ausgabegeräten wie Bildschirm, Tastatur und Maus. Ende 2017 hatten wir bereits 8.100 LAN-Stationen gegen Thin Clients ausgetauscht. Die restlichen PCs werden wir schrittweise im Rahmen von Umzügen und beim Ersatz von defekten Geräten auswechseln.

Durch die geringeren Hardwareanforderungen sinken die Anschaffungskosten, der Verbrauch an natürlichen Ressourcen und vor allem der Energieverbrauch. Die neue Postbank Arbeitsplatzumgebung verbraucht rund 80 % weniger Strom als die bisher eingesetzten PCs. Dadurch können wir nach Abschluss des Projekts jährlich 3.000 MWh Energie einsparen.

Sozial-ökologische Wiederaufbereitung

Bei der Entsorgung ausgemusterter Hardware arbeitet die Postbank Systems AG mit der AfB gemeinnützige GmbH zusammen. Die AfB ist ein IT-Dienstleistungsunternehmen mit über 250 Beschäftigten an 18 Standorten in Europa. Rund die Hälfte der Arbeitsplätze ist durch Menschen mit Behinderung besetzt. Das Unternehmen hat sich darauf spezialisiert, ausgemusterte IT-Hardware zertifiziert zu löschen, aufzubereiten und erneut in den Verwendungskreislauf zurückzuführen. 2017 hat die AfB 202 Laptops von der Postbank übernommen. Weitere 125 IT-Geräte (Drucker, Monitore, PCs und Notebooks) haben wir als Direktspende an Fördervereine von Schulen und an einen Sportverein vermittelt.



Videokonferenzen und mobiles Arbeiten

Durch Videokonferenzen kann die Bank einen Teil ihrer Dienstreisen einsparen. Dies vermindert nicht nur den CO₂-Ausstoß. Auch unproduktive Reisezeiten werden vermieden.

Wegen der großen Nachfrage bei unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern haben wir das mobile Arbeiten 2017 nochmals ausgeweitet. Es ist jetzt an fast allen Standorten möglich, sofern die ausgeübte Tätigkeit dies zulässt. Bis zu 20 % ihrer regulären Arbeitszeit können die Beschäftigten zu Hause oder unterwegs erbringen. Familie und Beruf, aber auch z. B. die Betreuung pflegebedürftiger Angehöriger können dadurch leichter in Einklang gebracht werden. Zugleich wird der Berufsverkehr entlastet und der Ausstoß von Treibhausgasen verringert.

Ressourceneffizienz im Büro

2017 haben wir unsere Farbdrucker so eingestellt, dass sie standardmäßig schwarz/weiß drucken. Dokumente werden jetzt nur noch in Farbe gedruckt, wenn man gezielt den farbigen Druck auswählt. Dadurch verringern sich die Farbdrucke pro Jahr um 4 Millionen farbig gedruckte Seiten. Auch die Druckerflotte haben wir nochmals um 300 Geräte verkleinert, dort wo die Druckauslastung unter 20 % lag. 2018 werden weitere 200 Drucker abgebaut. Durch die Modernisierung und Vernetzung der Druckerflotte ist die Zahl der eingesetzten Drucker bei der Postbank seit Anfang 2013 um mehr als die Hälfte gesenkt worden.

Unsere Drucker sind so konfiguriert, dass der doppelseitige Druck die Standardeinstellung ist. Zahlreiche Geräte verfügen über eine Scan-Funktion, die es ermöglicht, Dokumente mit wenigen Handgriffen zu digitalisieren und anschließend papierlos weiterzuverarbeiten oder per E-Mail zu versenden. Bei der Postbank kommen ausschließlich Drucker zum Einsatz, die an ein Recycling-System für Toner-Kartuschen angeschlossen sind: Die verbrauchten Kartuschen gehen in der Originalverpackung zurück an den Hersteller, wo sie wiederaufbereitet werden.

Wir wollen den Verbrauch von Drucker- und Kopierpapier weiter senken. Wo Ausdrücke dennoch unvermeidlich sind, wollen wir den Anteil an Recyclingpapier steigern. Zu diesem Zweck haben wir 2017 an unseren beiden größten Standorten Bonn und Hameln die Standardversorgung auf Recyclingpapier umgestellt. Wer zum Drucken oder Kopieren Frischfaserpapier benutzen will, muss es jetzt eigens bestellen.

Digitalisierung statt Papier beim Ratenkredit

Der Arbeitstitel lautete „Sofakredit“. Offiziell hieß das Projekt „Digitalisierung des Antragsprozesses beim Ratenkredit“: Das Beantragen eines Ratenkredits sollte so einfach werden, dass jeder Kunde den Antrag stellen kann, ohne vor die Tür zu gehen und ohne ein Blatt Papier auszudrucken. Es hat geklappt. Für sein erfolgreiches Projekt ist das Team mit dem Postbank Award 2017 in der Kategorie „Qualität“ ausgezeichnet worden.



Ausgezeichnet mit dem Postbank Award in der Kategorie „Qualität“: das Projektteam zur Digitalisierung des Antragsprozesses beim Ratenkredit

Bis zum letzten Jahr mussten Neukundinnen und Neukunden der Postbank, die einen Ratenkredit beantragen wollten, Geduld mitbringen. Sie mussten viele Seiten Papier ausdrucken, sich in der Filiale legitimieren und gegebenenfalls Nachweise postalisch nachschicken oder jede Menge Unterlagen in eine Filiale bringen. Das dauerte lange und war für die Kunden und die Umwelt gleichermaßen unerfreulich.

Seit Juni dieses Jahres ist dies Geschichte: Die Preisträger haben den Prozess komplett digitalisiert. So wurden Dokumentenuploads und Videolegitimation und digitale Signatur eingeführt. Durch die Digitalisierung des Ratenkredits können Kundinnen und Kunden den Kredit jetzt ganz entspannt auf dem Sofa beantragen und auch von zu Hause aus vollständig abschließen. Mithilfe des neuen Prozesses verbessert die Postbank maßgeblich das Kundenerlebnis.

Energiemanagement

Nur zum Teil wird die Energie in Rechenzentren von den Computern und deren Subsystemen selbst verbraucht. Rund ein Drittel des Stromverbrauchs geht zulasten der Infrastruktur des Rechenzentrums, vor allem der Kühlung. Die Postbank managt deshalb den Energieverbrauch ihres Rechenzentrums in Bonn gesamtheitlich und bezieht die Infrastruktur mit ein. Seit 2016 konnten wir durch eine gezielte Anpassung der Kühltemperatur den Stromverbrauch um rund 16 % senken.

Eine zentrale Rolle spielt der stetige Austausch alter und stromintensiver Hardware gegen leistungsfähigere und sparsamere Systeme. Durch aktives Lifecycle Management erhöht die Postbank kontinuierlich den Wirkungsgrad ihrer Infrastruktur. Die derzeit neu eingesetzten virtuellen Anwendungsserver verbrauchen beispielsweise rund 80 % weniger Energie als ihre Vorgänger. Noch dramatischer ist der Rückgang bei den Speichermedien. Die Speichersysteme, die die Postbank aktuell neu verbaut, kommen mit 10 % der Energie aus, die die alten Systeme verbraucht haben.

Zur Verringerung des Energieverbrauchs unserer Hardware hatten wir uns für 2017 ambitionierte Ziele gesetzt, die wir nahezu vollständig umgesetzt haben: Wir haben einen Großteil unserer Arbeitsplatz-PCs gegen energieeffiziente Thin Clients ausgetauscht, haben konventionelle Speicherplatten durch SSDs ersetzt, haben die Zahl der Unix Server auf die Hälfte reduziert und haben damit begonnen, die Datensicherungssysteme unserer Rechenzentren in Bonn und Frankfurt zu erneuern.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Energie- und Umweltziele“ unter „Energieverbrauch“.

Effiziente Notstromversorgung

Die Notstromgeneratoren im Bonner Rechenzentrum werden monatlich einem Testlauf unterzogen, damit sie bei einem Ausfall der externen Stromversorgung zuverlässig anspringen. Während früher die dabei erzeugte Energie als Wärme verpuffte, kann diese Energie seit 2013 für die interne Stromversorgung verwendet werden. Pro Jahr sind dies 9.000 kWh. Das entspricht dem jährlichen Strombedarf für zwei Einfamilienhaushalte mit jeweils drei Personen.

Umweltpartnerschaft Hamburg

Am Standort Hamburg ist die Postbank einer der Umweltpartner der Stadt. Die Umweltpartner verpflichten sich, mit kontinuierlichen Verbesserungen ihrer Umweltleistung zu einer umweltfreundlichen Kommune beizutragen. Zur Aufrechterhaltung der Partnerschaft werden die Umweltpartner regelmäßig von der Stadt aufgefordert, über ihre Fortschritte beim Umweltschutz zu berichten. Die Postbank nimmt am Partnerschaftsprogramm mit ihren Projekten zur Virtualisierung von Arbeitsplatz PCs und zur ökologischen Ausrichtung ihrer Bürodrucker teil. 2016 wurde die Umweltpartnerschaft mit der Stadt Hamburg bis Oktober 2021 verlängert.



Lichthof am Standort Hamburg.



Umweltbilanz | *Die Postbank errechnet ihre CO₂-Emissionen sorgfältig auf einer breiten Datenbasis. Sie nutzt die Erkenntnisse aus dem Umweltcontrolling zur Formulierung ihrer ökologischen Ziele. Auf der Grundlage der ermittelten Daten trifft sie Entscheidungen über Maßnahmen zur Verringerung ökologischer Risiken und zur Wahrnehmung von Chancen.*



Datenbasis

Die Postbank ermittelt die Verbrauchsdaten aller von ihr genutzten Gebäude sowie ihrer Dienstreisen mithilfe von Rechnungs- oder Zählerdaten – soweit sie verfügbar sind. Dadurch sind im vorliegenden Bericht 80 % der Treibhausgas-Emissionen (THG Emissionen) 2017 auf der Grundlage von Verbrauchsdaten errechnet. Bei fehlenden Verbrauchsdaten wurde der Verbrauch anhand vergleichbarer Elektrizitäts-, Heiz- und Kühlintensitäten hochgerechnet.

Die Verbrauchsdaten der Gebäude gehen einschließlich der Daten zu Geschäftsreisen in die Umweltbilanz des Deutsche Bank Konzerns ein. Die Plausibilität der zugrunde liegenden Prozesse der Datenerfassung und -zusammenführung wird nach den Standards der ISO 14064 überprüft. Die tabellarische Darstellung entspricht der Systematik des Deutsche Bank Konzerns.

Vom 1. April 2014 bis 31. Dezember 2015 waren vorübergehend Service Gesellschaften der Postbank in einer Holding des Deutsche Bank Konzerns zusammengefasst, an der die Postbank mit 50 % minus einer Stimme beteiligt war. Seit 1. Januar 2016 gehören diese Gesellschaften wieder zum Postbank Konzern. Der Ressourcenverbrauch der Beschäftigten dieser Gesellschaften ist in vollem Umfang in die Umweltbilanz 2015 einbezogen worden. Damit sind die Umweltdaten des Jahres 2015 vergleichbar mit denen der Jahre 2016 und 2017.

Berechnungsmethodik

Die Treibhausgas-Berichtsgrenzen werden gemäß dem im GHG Protocol festgelegten Ansatz der operativen Kontrolle definiert und erstrecken sich auf geschäftliche Tätigkeiten und Standorte, an denen Beschäftigte der Postbank über Führungspositionen im Unternehmen verfügen und die operativen Verfahren der Postbank innerhalb des Bereichs umgesetzt werden. Zu den THG-Emissionen von Scope 1 zählen die Verbrennung fossiler Energieträger, eigene oder geleaste Fahrzeuge und Verluste von Kältemitteln aus Kühlanlagen. Scope 2 umfasst indirekte Emissionen aus erworbener Energie, also beispielsweise Elektrizität, Fernwärme und Fernkälte. Scope-3-Daten stammen aus indirekten THG Emissionen z. B. von Geschäftsreisen, wo die Emissionsquellen von Dritten kontrolliert werden (Flug, Eisenbahn, Mietwagen).

Die Postbank berichtet THG Emissionen entsprechend GHG Protocol „Scope 2 Leitfaden: eine Ergänzung zum Unternehmensstandard“, herausgegeben im Januar 2015. Im Einklang mit den neuen Anforderungen an die duale Berichterstattung zeigt die nachfolgende Tabelle „Umweltbilanz der Postbank“ THG Emissionen sowohl nach dem „marktbasierten“ Ansatz als auch nach dem „lokalbasierten“ Ansatz: Der markt-basierte Ansatz errechnet THG-Emissionen auf der Grundlage der tatsächlich entstehenden Emissionen derjenigen Energieerzeuger, von denen die Postbank ihre Energie bezieht – untermauert durch Herkunftsnachweise.



Der lokalbasierte Ansatz errechnet THG-Emissionen auf der Grundlage von durchschnittlichen Emissionsfaktoren für eine bestimmte geografische Region sowie den Aktivitätsdaten. Die Differenz zwischen beiden Werten resultiert bei der Postbank vor allem daraus, dass sie gut 97 % ihres Stroms aus erneuerbaren Quellen bezieht. Dadurch sind die marktbasierterechneten THG Emissionen um 45.294 Tonnen niedriger als die lokalbasierte berechneten.

Alle getroffenen Annahmen und genutzten Berechnungsmethoden entsprechen der Norm ISO 14064 bzw. begleitenden Dokumenten. Den jeweiligen Aktivitätsdaten sind die adäquatesten Emissionsfaktoren zugeordnet. Sie stammen aus international anerkannten Quellen, etwa DEFRA (2016 und 2017), GHG Protocol und IEA (2016) oder, falls zutreffender, aus landes- oder vertragsspezifischen Quellen. Die Faktoren umfassen nach Möglichkeit alle THG sowie das „Global Warming Potential“ der Gase gemäß IPCC Bewertungen.

- **Strom/Wärme/Kälte/Trinkwasser/Kühlmittel**
Die Daten werden aus Verbrauchsrechnungen oder Zählerablesungen ermittelt. Wo dies nicht möglich ist, wird anhand vergleichbarer Gebäude hochgerechnet.
- **Abfall**
Die Abfalldaten werden für mehr als die Hälfte aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Informationen der Entsorger bzw. den genutzten Containern und ihrer Entsorgungsfrequenz ermittelt. Sie werden anschließend auf die Gesamtzahl der Beschäftigten hochgerechnet.
- **Papier**
Berichtet werden die im Inland eingekauften Mengen Kopier- und Druckerpapier des Postbank Konzerns.

- **Dienstreisen**

Für die Firmenwagen wird der CO₂-Ausstoß anhand der Laufleistung und der verbrauchten Treibstoffmenge der Fahrzeuge im Fuhrpark des Postbank Konzerns (mittels Tankkartenabrechnungen) berechnet.

Für Mietfahrzeuge werden die CO₂-Emissionen aufgrund der Daten-Zulieferungen der Mietwagenfirmen ermittelt.

Bei Bahnfahrten werden CO₂-Emissionen nur für den Nahverkehr ausgewiesen, da im Fernverkehr alle Tickets des Konzerns CO₂-neutral gestellt sind.

Für Flugreisen wird der CO₂-Ausstoß aufgrund der km-Leistung – differenziert nach Kurz-, Mittel- und Langstrecke sowie der gewählten Reiseklasse – ermittelt. Die Flugdaten werden von den betreuenden Reisebüros zur Verfügung gestellt.

Vergleichbarkeit mit früheren Jahren

Im Einzelnen ergaben sich Anpassungen gegenüber den im vergangenen Jahr berichteten Zahlen. Die wesentlichen Ursachen dafür sind geänderte Stromnetzfactoren, die Aktualisierung von Energiedaten, sofern diese zum letztjährigen Berichtszeitpunkt noch nicht verfügbar waren, veränderte Berechnungsannahmen und Änderungen in der Hochrechnungsmethodik.



Umweltbilanz der Postbank

Umweltdaten ¹		2017	2016	2015
Treibhausgas(THG)emissionen In t CO ₂ -Äquivalente (CO ₂ e) (sofern nicht anders angegeben)	Abweichungen im Vergleich zum Vorjahr			
Gesamtsumme marktbasierter THG Emissionen^{2, 3, 4}	- 5 %	34.951	36.877	39.993
Marktbasierter Emissionen aus Energienutzung für Gebäude ⁵	- 6 %	28.109	29.857	33.988
Emissionen aus Geschäftsreisen	- 3 %	6.566	6.756	5.739
Marktbasierter THG Emissionen (einschl. erneuerbarer Energien)/Mietfläche pro m ²	- 4 %	0,03	0,03	0,03
Marktbasierter THG Emissionen (einschl. erneuerbarer Energien) je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	- 2 %	1,97	2,01	2,13
Scope 1: direkte THG Emissionen	- 5 %	13.300	13.982	12.579
Aus Erdgasverbrauch	- 5 %	7.121	7.475	6.925
Aus flüssigen fossilen Energieträgern ⁶	- 41 %	270	458	631
Aus H-FKW	5 %	276	264	266
Aus eigenen bzw. geleasteten Fahrzeugen	- 3 %	5.633	5.786	4.757
Scope 2: indirekte THG Emissionen	- 5 %	20.718	21.924	26.432
Marktbasierter Emissionen aus Stromverbrauch	- 10 %	2.162	2.404	7.593
Aus Dampferzeugung, Fernwärme und -kühlung	- 5 %	18.556	19.519	18.838
Scope 3: sonstige indirekte THG Emissionen	- 4 %	933	971	982
Aus Flugreisen	- 3 %	504	523	536
Aus Mietfahrzeugen und Taxifahrten	- 4 %	300	314	299
Aus Bahnreisen ⁷	- 4 %	129	134	147
Zum Vergleich: Gesamtsumme lokalbasierter THG Emissionen ²	- 4 %	80.245	83.378	80.547
Energieverbrauch (gesamt) in GJ⁸	- 4 %	806.772	836.802	791.480
Energieverbrauch (gesamt) in GWh⁸	- 4 %	224	232	220
Energieverbrauch in kWh pro m ²	- 3 %	170	174	165
Energieverbrauch in kWh je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	- 1 %	12.601	12.682	11.719
Stromverbrauch (gesamt) in GWh	- 3 %	101	104	102
Energie aus Primärbrennstoffquellen (Öl, Gas usw.) in GWh	- 6 %	36	39	36
Bereitgestellte Wärme und Kühlung in GWh	- 3 %	87	90	81
Strom aus erneuerbaren Energien in GWh	- 3 %	98	101	92
Reisen in km	- 3 %	47.087.754	48.353.410	49.877.406
Flugreisen (gesamt) in km	- 8 %	4.877.246	5.285.958	5.454.188
Kurzstreckenflüge	- 17 %	1.734.362	2.085.096	2.182.909
Mittelstreckenflüge	- 5 %	2.725.369	2.872.006	2.797.758
Langstreckenflüge	27 %	417.516	328.855	473.521
Flugreisen je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent) in km	- 5 %	274	288	291
Bahnreisen (gesamt) in km	- 1 %	9.661.371	9.748.837	9.775.120
Straßenverkehr (gesamt) in km	- 2 %	32.549.136	33.318.615	34.648.098
Reisekilometer je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	0 %	2.648	2.638	2.659
Abfall und Papier				
Abfall in t⁹				
Erzeugter Abfall in t	- 19 %	5.559	6.838	6.757
Erzeugter Abfall in t je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	- 16 %	0,31	0,37	0,36
Entsorgter Abfall in t	- 24 %	3.460	4.540	4.593
Entsorgter Abfall in t je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	- 21 %	0,19	0,25	0,24
Recycelter Abfall in t	- 9 %	2.099	2.298	2.164
Recycelter Abfall in t je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	- 6 %	0,12	0,13	0,12
Anteil recycelter Abfall in %	12 %	38 %	34 %	32 %

	Abweichungen im Vergleich zum Vorjahr	2017	2016	2015
Kompostierbarer Abfall in t	-46 %	76	140	134
Abfall mit Energierückgewinnung in t	-25 %	2.256	2.997	3.116
Müllverbrennung ohne Energierückgewinnung in t	-20 %	1.128	1.403	1.343
Gefährlicher Abfall in t	7 %	23	22	59
Nicht gefährlicher Abfall in t	-19 %	5.536	6.816	6.698
Papierverbrauch in t				
Verbrauch an Kopier- und Druckerpapier in t	-4 %	761	795	817
Recyceltes Papier in t	14 %	21	18	17
Anteil an Recyclingmaterial	19 %	3 %	2 %	2 %
Papierverbrauch in kg je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	-1 %	3,53	3,58	3,63
Wasserverbrauch¹⁰				
Trinkwasserverbrauch¹⁰ in m³	9 %	405.767	373.653	327.898
Trinkwasserverbrauch in m ³ je Mitarbeiter/-in (Vollzeitäquivalent)	12 %	22,82	20,39	17,48
Trinkwasserverbrauch in m ³ pro Quadratmeter Mietfläche	10 %	0,03	0,02	0,02
Bezugsgrößen				
Durchschnittliche Gesamtmietfläche in m ²	-1 %	1.318.742	1.332.683	1.334.146
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter/-innen (Vollzeitäquivalent)	-3 %	17.785	18.329	18.760

- Alle für 2017 berichteten Daten gemäß Verfügbarkeit zum Berichtszeitpunkt. Einige Daten wurden auf Basis des Vorjahres hochgerechnet. Änderungen zu den berichteten Zahlen im vergangenen Jahr ergaben sich im Wesentlichen wegen:
 - Geänderter Stromnetzfactoren
 - Aktualisierung von Energiedaten, sofern nicht verfügbar zum letztjährigen Berichtszeitpunkt
 - Veränderte Berechnungsannahmen
 - Änderungen in der Hochrechnungsmethodik
- Die THG-Berichtsgrenzen werden gemäß dem im GHG Protocol festgelegten Ansatz der operativen Kontrolle definiert und erstrecken sich auf geschäftliche Tätigkeiten und Standorte, an denen Beschäftigte der Postbank über Führungspositionen im Unternehmen verfügen und die operativen Verfahren der Postbank innerhalb des Bereichs umgesetzt werden. Zu den THG-Emissionen von Scope 1 zählen die Verbrennung fossiler Energieträger, eigene oder geleaste Fahrzeuge und Verluste von Kältemitteln aus Kühlanlagen. Scope 2 umfasst bereitgestellte Energie, also beispielsweise Elektrizität und Fernwärme. Scope-3-Daten stammen aus indirekten THG Emissionen von Geschäftsreisen, wo z.B. die Emissionsquellen von Dritten kontrolliert werden (Flug, Eisenbahn, Mietwagen). Die Postbank berichtet THG Emissionen entsprechend GHG Protocol „Scope 2 Leit-faden: eine Ergänzung zum Unternehmensstandard“, herausgegeben im Januar 2015. Im Einklang mit den Anforderungen für die duale Berichterstattung zeigt die Tabelle THG Emissionen nach dem marktbasierter Ansatz unter Nutzung anbieterspezifischer Emissionsfaktoren mit Herkunftsnachweis. Die Gesamtemissionen 2017 der Postbank nach marktbasierter Ansatz sind: 34.951 Tonnen CO₂e. Die Gesamtemissionen auf Basis lokaler Berichtsanforderungen betragen 80.254 Tonnen CO₂e. Die um 45.294 Tonnen niedrigeren THG Emissionen resultieren aus erneuerbaren Energie-trägern.
- Die Gesamtemissionen ergeben sich aus tatsächlichen, prognostizierten oder hochgerechneten Daten. Alle getroffenen Annahmen und genutzten Berechnungsmethoden entsprechen der Norm ISO 14064 bzw. begleitenden Dokumenten. Den jeweiligen Aktivitätsdaten sind die adäquatesten Emissionsfaktoren zugeordnet. Sie stammen aus international anerkannten Quellen, etwa DEFRA (2016 und 2017), GHG Protocol und IEA (2016) oder, falls zutreffender, aus landes- oder vertrags-spezifischen Quellen. Die Faktoren umfassen nach Möglichkeit alle THG sowie das „Global Warming Potential“ der Gase gemäß IPCC Bewertungen.
- Die Emissionen aus dem Geschäftsbetrieb der Postbank werden vom Deutsche Bank Konzern im Rahmen seiner Klimaneutralstrategie durch Kauf und Stilllegung der entsprechenden Menge verifizierter Emissionszertifikate vollständig ausgeglichen. Der positive Effekt daraus ist im vorliegenden Bericht nicht in die Berechnung der THG-Emissionen der Postbank einbezogen worden, da es sich um keine eigenständige Leistung der Postbank handelt. Die hier dargestellte Verringerung der THG-Emissionen nach der marktbasierter Methode resultiert aus der Verwendung von Strom aus erneuerbaren Quellen.
- Bei fehlenden Verbrauchsdaten wird der Elektrizitäts- und Heizbedarf anhand berechneter Elektrizitäts- und Heizintensitäten hochgerechnet. Die Emissionen aus Kühlmittelverlusten werden ebenfalls dort hochgerechnet, wo Daten nicht verfügbar sind.
- Hochgerechnete Heizungsverbräuche in Scope 1 werden einheitlich der Rubrik „Aus Erdgasver-brauch“ zugeordnet.
- Emissionen aus dem Nahverkehr. Fernreisen mit der Deutschen Bahn AG sind CO₂-neutral gestellt.
- Der Energiegesamtverbrauch beinhaltet alle Quellen, die in Scope 1 und 2 berücksichtigt sind: Erdgas, flüssige fossile Energieträger (mobil und stationär), regenerativer und Netzstrom sowie Fernwärme, Kühlung und Dampferzeugung. Zur Umrechnung von Joule in kWh wurde der Standard-Umrechnungsfaktor verwendet. Es findet kein Verkauf von Strom, Fernwärme, Kühlung oder Dampf statt.
- Abfallmengen sind für 19 Großstandorte verfügbar, an denen über die Hälfte der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt ist. Die Gesamtmenge wurde auf Grundlage der Beschäftigtenzahl (Vollzeitäquivalente) hochgerechnet.
- Die Zahlen für Wasser beziehen sich nur auf Trinkwasser.

Anhang



Über diesen Bericht | *Der Nachhaltigkeitsbericht 2017 beruht auf den nachfolgend dargestellten wesentlichen Parametern.*

Berichtsabgrenzung

Die Postbank berichtet jährlich über ihr Engagement im Bereich Nachhaltigkeit. Der vorliegende Bericht umfasst den Zeitraum Januar bis Dezember 2017. Er schließt an den Nachhaltigkeitsbericht 2016 an, der im April 2017 erschienen ist.

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI Standards, Core Option erstellt.

Die Aussagen beziehen sich grundsätzlich auf den Konzern Deutsche Postbank in Deutschland. Die Standorte in Luxemburg und Norditalien sind nicht in den Bericht einbezogen. Betreffen Daten oder Aussagen nicht den Berichtszeitraum oder nur einen Teil des Unternehmens, ist dies an entsprechender Stelle kenntlich gemacht.

Eine externe Prüfung durch unabhängige Dritte wurde für diesen Bericht nicht durchgeführt.

Einen gesamten Überblick über das Nachhaltigkeitsengagement der Postbank erhalten Sie unter www.postbank.de/nachhaltigkeit

Bei Fragen zu diesem Bericht oder zum Engagement der Postbank wenden Sie sich bitte an nachhaltigkeit@postbank.de

nachhaltigkeit@postbank.de

Wichtige Ereignisse im Jahr 2017

Informationen zu den Organen der Postbank und ihren Veränderungen im Jahr 2017 sowie zu Veränderungen im Konzern finden Sie im Geschäftsbericht 2017, S. 19–20.



102-10	102-45	102-49	102-50
102-51	102-52	102-54	102-56

Leitlinien | *In ihrem Leitbild hat die Postbank „Nachhaltige Leistung“ als eigenständiges Prinzip formuliert. Verantwortungsbewusstes Handeln wird jedoch nicht nur von Beschäftigten und Führungskräften, sondern auch von den Lieferanten der Postbank erwartet und gefordert.*



Broschüre zum Leitbild

Postbank Leitbild

Die Werte und Prinzipien der Postbank, an denen sich das geschäftliche Handeln der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der gesamten Postbank Gruppe ausrichten soll, sind im „Postbank Leitbild“ dokumentiert. Das Leitbild konkretisiert mit Vision und Mission die strategische Ausrichtung der Postbank. Sechs Werte und Prinzipien geben die Standards für korrektes Verhalten im Umgang mit Kundinnen und Kunden, im täglichen Miteinander und im Verhältnis zur Postbank vor. Wort und Geist dieser Werte und Prinzipien finden ihre Entsprechung in den Richtlinien und Vorschriften der Postbank (z. B. Organisationshandbücher und Arbeitsanweisungen), die das tägliche Arbeits- und Geschäftsleben bestimmen.

Weitere Informationen, siehe „Unternehmensführung“ im Teil „Nachhaltigkeit im Bankgeschäft“.

Grundsätze zum Umgang mit Umwelt- und Sozialrisiken

Im Firmenkundengeschäft arbeitet die Postbank mit Kundinnen und Kunden unterschiedlicher Branchen zusammen – auch solchen, die mit erheblichen ökologischen und sozialen Auswirkungen in Verbindung stehen können. Sie muss daher die Umwelt- und Sozialrisiken einer Branche, eines Kunden oder einer Transaktion ebenso verstehen wie die traditionellen Risiken im Bankgeschäft. Die „Grundsätze zum Umgang mit Umwelt- und Sozialrisiken“ beschreiben die Haltung der Postbank zu ausgewählten Sektoren und übergreifenden ökologischen und sozialen Themen, die sich in Richtlinien, Leitlinien und Prozessen widerspiegelt.



Grundsätze zum Umgang mit Umwelt- und Sozialrisiken

Grundsätze unternehmerischer Verantwortung

Die Postbank hat für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbindlich festgelegt, was sie unter Nachhaltigkeit versteht und wie sie ihre Nachhaltigkeitsstrategie umsetzen will. Die Policy „Grundsätze unternehmerischer Verantwortung – Postbank Gruppe“ beschreibt die grundlegenden Ziele der Bank in den Dimensionen der sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit. Sie legt die Rollen und Verantwortlichkeiten fest, die zum Erreichen dieser Ziele nötig sind.

Compliance-Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner

Die Postbank hat den Global Compact der Vereinten Nationen unterzeichnet und erwartet von ihren Vertragspartnern, dass sie dessen Prinzipien ihrerseits einhalten und in ihrem Verantwortungsbereich aktiv unterstützen – durch ehrliches, verantwortungsbewusstes und integriertes Verhalten. Die Compliance-Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner definiert verbindliche Verhaltensregelungen für Lieferanten, Dienstleister und sonstige Vertragspartner, die mit der Deutschen Postbank AG oder einem sonstigen Unternehmen der Postbank Gruppe in Geschäftsbeziehung stehen. Die wesentlichen Inhalte der Compliance-Verhaltensrichtlinie sind:

- Verbot von Korruption und Bestechung
- fairer Wettbewerb (Einhaltung von Kartellrecht, Verbot von Insiderhandel und Marktmanipulation)
- Schutz der Beschäftigten (Ausschluss von Kinder- und Zwangsarbeit, Arbeits- und Gesundheitsschutz, faire Bezahlung und Arbeitszeit)
- Diskriminierungsverbot
- Umwelt- und Klimaschutz

Verfügt der Lieferant bereits über einen eigenen Code of Conduct, kann auch eine Gegenseitigkeitserklärung vereinbart werden.

Lieferantenfragebogen zum Umweltschutz

Der Lieferantenfragebogen der Postbank prüft, ob eine geschäftliche Beziehung mit Händlern auf Grundlage ihres Umweltmanagements möglich ist. So ist die Fragestellung bspw. auf konkrete betriebliche Umweltaktivitäten, Richtlinien oder Schadstoffbelastungen durch das Unternehmen gerichtet. Anhand dieser Informationen wird bewertet, ob der Lieferant die umweltpolitischen Voraussetzungen für eine langfristige Geschäftspartnerschaft mit der Postbank erfüllt.

Paper Policy

Für Finanzinstitute wie die Postbank ist Papier eine wichtige Ressource. Die Postbank achtet deshalb darauf, dass die Nutzung von Papierprodukten verantwortungsbewusst erfolgt. 2008 wurde die „Paper Policy“ für die Beschaffung von Papiererzeugnissen verabschiedet. Sie gilt sowohl für die Postbank und ihre Tochtergesellschaften als auch für ihre Lieferanten.

Die Leitlinie verbietet grundsätzlich die Verwendung von Papierprodukten, die aus tropischen Regenwäldern, Urwäldern, geschützten oder schützenswerten Altwäldern stammen oder durch illegalen Einschlag gewonnen wurden. Darauf aufbauend werden gemäß der Grundsätze der nachhaltigen Forstwirtschaft ausschließlich zertifizierte Papierprodukte aus sozial, ökologisch und ökonomisch nachhaltiger Waldbewirtschaftung oder Recyclingmaterial benutzt. Ebenso appelliert die Leitlinie an den effizienten und ressourcenschonenden Umgang mit Papierprodukten.



Initiativen und Mitgliedschaften | *Die Postbank kommuniziert offen, wie sie ihre unternehmerische Verantwortung wahrnimmt. Sie hat sich verschiedenen Initiativen angeschlossen, um ihre nachhaltige Unternehmensentwicklung zu fördern. Mit anderen Unternehmen und Fachleuten teilt sie Erfahrungen und Know-how.*



UN Global Compact

Das Nachhaltigkeitskonzept der Postbank beruht auf den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen. Der ehemalige UN-Generalsekretär Kofi Annan hat auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos 1999 eine weltweite Allianz zwischen den Vereinten Nationen und der Privatwirtschaft ins Leben gerufen, den „UN Global Compact“. Dieser umfasst Prinzipien, die der Deklaration der Menschenrechte, den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO), der Rio-Deklaration sowie der UN Konvention gegen Korruption entnommen sind. 2010 hat sich die Postbank dem UN Global Compact verpflichtet. Sie erstellt jährlich einen Fortschrittsbericht zur Umsetzung seiner Prinzipien.

Den aktuellen „Fortschrittsbericht nach UN Global Compact“ finden Sie im folgenden Kapitel.

Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V.

Seit September 2005 ist die Postbank Mitglied im Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU). Der VfU ist ein Netzwerk für Sustainability Professionals aus Finanzunternehmen, die eine verantwortungsvolle unternehmerische Praxis verfolgen. Er unterstützt seine Mitglieder beim Umgang mit Herausforderungen, die mit Nachhaltigkeit assoziiert sind – aus der spezifischen Perspektive der Finanzwirtschaft. Anspruch des VfU ist es, dem nachhaltigkeitsorientierten Branchendiskurs der Finanzwirtschaft in der DACH Region einen Ort zu geben und ihn national und international mitzugestalten.

Arbeitskreis Nachhaltigkeit im Bankenverband

Die Postbank ist aktives Mitglied im Arbeitskreis „Nachhaltigkeit“ des Bankenverbandes. Der Bankenverband ist der Spitzenverband der privaten Banken in Deutschland. In ihm sind über 200 Kreditinstitute privater Rechtsform sowie elf Landesverbände organisiert. Im Arbeitskreis „Nachhaltigkeit“ werden spezifische Fragen des Nachhaltigkeitsmanagements in der Finanzindustrie, wie nachhaltige Bankprodukte und „Green Finance“ diskutiert.

Carbon Disclosure Project

Das Carbon Disclosure Project (CDP) ist eine im Jahr 2000 in London gegründete Non-Profit-Organisation mit dem Ziel, dass Unternehmen und Kommunen ihre Umweltdaten veröffentlichen. Einmal jährlich erhebt das CDP anhand standardisierter Fragebögen auf freiwilliger Basis Daten und Informationen zu CO₂-Emissionen, Klimarisiken sowie Reduktionszielen und -strategien. Mit ihrer Unterzeichnung im Jahr 2006 bekannte die Postbank sich dazu, dass Finanzinstitutionen bei Anlageentscheidungen verstärkt Aspekte des Klimaschutzes beachten sollen.



Fortschrittsbericht nach UN Global Compact | Die Postbank hat sich der Einhaltung des UN Global Compact verpflichtet. Hiermit legt sie den achten Fortschrittsbericht vor.



Fortschrittsbericht nach UN Global Compact

Prinzipien

Beispiele

(behandelt in Artikeln des Nachhaltigkeitsberichts 2017)

Menschenrechte

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

- Leben und Arbeiten
- Vielfalt, Integration und Wertschätzung
- Unternehmensführung
- Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage
- Leitlinien

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

- Leben und Arbeiten
- Vielfalt, Integration und Wertschätzung
- Unternehmensführung
- Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage
- Leitlinien

Arbeitsnormen

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

- Personalmanagement
- Leitlinien

4: Unternehmen sollen die Bekämpfung von Zwangsarbeit unterstützen.

- Unternehmensführung
- Vielfalt, Integration und Wertschätzung
- Leitlinien

5: Unternehmen sollen an der Abschaffung von Kinderarbeit mitarbeiten.

- Nachhaltigkeitsleitbild
- Leitlinien

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

- Aus- und Weiterbildung
- Vielfalt, Integration und Wertschätzung
- Unternehmensführung
- Leitlinien

Umweltschutz

7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltgefährdungen vorsorgend handeln.

- Nachhaltigkeitsleitbild
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Analyse wesentlicher Themen
- Corporate Responsibility Programm
- Green IT
- Lieferkette und Beschaffung

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

- Nachhaltigkeitsleitbild
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Corporate Responsibility Programm
- Aus- und Weiterbildung
- Ökologische Produkte und Dienstleistungen
- Leitlinien

9: Unternehmen sollen zur Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beitragen.

- Nachhaltigkeitsleitbild
- Nachhaltigkeitsmanagement
- Corporate Responsibility Programm
- Energiespar-Contracting
- Green IT
- Leitlinien

Korruption

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

- Unternehmensführung
- Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage
- Compliance und Geldwäscherschutz
- Leitlinien



GRI Content Index | Die Standards der Global Reporting Initiative verlangen allgemeine Angaben zum Unternehmen und spezifische Informationen zu wesentlichen Handlungsfeldern in den Bereichen Ökonomie, Umwelt und Gesellschaft.



Materiality
Disclosures
Postbank

Apr 2018
Service

Allgemeine Standardangaben

Allgemeine Standardangaben	Seite	Externe Prüfung	Beschreibung
<i>GRI 101: Grundlagen 2016</i>			
<i>GRI 102: Allgemeine Angaben 2016</i>			
Organisationsprofil			
102-1	S. 6	–	Name des Unternehmens
102-2	S. 6; GB 2017: S. 16 (GB 2017: Geschäftsbericht Postbank Konzern 2017 https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen
102-3	GB 2017: S. 16	–	Hauptsitz der Unternehmung
102-4	GB 2017: S. 16	–	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt
102-5	S. 6; GB 2017: S. 16 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Rechtsform und Eigentümerstruktur
102-6	S. 6; GB 2017: S. 16 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Wesentliche Märkte
102-7	S. 6, 121; GB 2017: S. 1, 16 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Größe der Organisation
102-8	S. 57, 59	–	Informationen über Personal und andere Arbeitskräfte
102-9	S. 46–47	–	Beschreibung der Lieferkette
102-10	S. 107; GB 2017: S. 19–20 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum
102-11	S. 16, 48–51	–	Umsetzung des Vorsorgeprinzips
102-12	S. 76–77, 110–111	–	Unterstützung externer Initiativen
102-13	S. 110	–	Mitgliedschaften in Verbänden
Strategie & Analyse			
102-14	S. 3	–	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation
102-15	S. 16	–	Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen
Ethik und Integrität			
102-16	S. 42, 108–109	–	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards
102-17	S. 25–27	–	Verfahren für Beratung und Bedenken in Bezug auf ethisches Verhalten
Unternehmensführung			
102-18	S. 8–9; GB 2017: S. 6–7 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Führungsstruktur inkl. höchstem Kontrollorgan
102-20	S. 8	–	Zuständigkeit für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen auf Vorstandsebene
Einbindung von Stakeholdern			
102-40	S. 11	–	Einbezogene Stakeholdergruppen
102-41	S. 59–60	–	Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen
102-42	S. 10	–	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder
102-43	S. 10–13, 23–24, 26, 44–46	–	Ansatz für den Stakeholderdialog und Häufigkeit
102-44	S. 13–15, 60; GB 2017: S. 17 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Zentrale Anliegen der Stakeholder und Stellungnahme



Allgemeine Standardangaben	Seite	Externe Prüfung	Beschreibung
Ermittelte wesentliche Themen und Grenzen			
102-45	S. 107; GB 2017: S. 150–151 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)	–	Liste der konsolidierten Unternehmen
102-46	S. 13–15	–	Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte
102-47	S. 14–15	–	Sämtliche wesentliche Themen
102-48	S. 102–104	–	Neudarstellungen von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten
102-49	S. 102–104, 107	–	Wichtige Änderungen des Berichtsumfanges und der Grenzen von Aspekten
102-50	S. 107	–	Berichtszeitraum
102-51	S. 107	–	Datum des letzten Berichts
102-52	S. 107	–	Berichtszyklus
102-53	S. 122	–	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht
102-54	S. 107	–	Option der Übereinstimmung mit GRI und gewählter Index
102-55	S. 112–114	–	GRI Content Index
102-56	S. 107	–	Externe Prüfung des Berichts

Spezifische Standardangaben

Indikatoren	Seite	Auslassungen	Externe Prüfung	Beschreibung
Kategorie: ökonomisch				
Wesentliches Thema: Wirtschaftliche Leistung				
<i>GRI 103: Management Ansatz 2016</i>				
103-1	S. 13–15		–	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Grenzen
103-2	S. 38		–	Bestandteile des Managementansatzes
103-3	GB 2017: S. 17 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)		–	Auswertung des Managementansatzes
<i>GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016</i>				
201-1	S. 121; GB 2017: S. 1 (https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2017_D.pdf)		–	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert
Kategorie: ökologisch				
Wesentliches Thema: Energie				
<i>GRI 103: Management Ansatz 2016</i>				
103-1	S. 13–15		–	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Grenzen
103-2	S. 89–93		–	Bestandteile des Managementansatzes
103-3	S. 89–93, 104–105		–	Auswertung des Managementansatzes
<i>GRI 302: Energie 2016</i>				
302-1	S. 104–105		–	Energieverbrauch innerhalb der Organisation
302-2	S. 104–105		–	Energieverbrauch außerhalb der Organisation
Wesentliches Thema: Wasser				
<i>GRI 103: Management Ansatz 2016</i>				
103-1	S. 89–93		–	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Grenzen
103-2	S. 89–93		–	Bestandteile des Managementansatzes
103-3	S. 89–93, 104–105		–	Auswertung des Managementansatzes
<i>GRI 303: Wasser 2016</i>				
303-1	S. 104–105		–	Gesamtwasserentnahme nach Quelle

GB 2017 = Geschäftsbericht 2017 Postbank Konzern



GRI Content Index

Indikatoren	Seite	Auslassungen	Externe Prüfung	Beschreibung
Wesentliches Thema: Emissionen				
<i>GRI 103: Management Ansatz 2016</i>				
103-1	S. 13–15		–	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Grenzen
103-2	S. 89–93		–	Bestandteile des Managementansatzes
103-3	S. 89–93, 104–105		–	Auswertung des Managementansatzes
<i>GRI 305: Emissionen 2016</i>				
305-1	S. 104–105		–	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)
305-2	S. 104–105		–	Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)
305-3	S. 104–105		–	Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)
305-5	S. 104–105		–	Reduzierung der THG-Emissionen
Kategorie: gesellschaftlich				
Unterkategorie: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung				
Wesentliches Thema: Beschäftigung				
<i>GRI 103: Management Ansatz 2016</i>				
103-1	S. 13–15		–	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Grenzen
103-2	S. 57		–	Bestandteile des Managementansatzes
103-3	S. 57–59		–	Auswertung des Managementansatzes
<i>GRI 401: Beschäftigung 2016</i>				
401-1	S. 59		–	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region
401-2		Nicht anwendbar, da die Vergütung der Postbank Mitarbeiter auf der jeweils ausgeübten Tätigkeit basiert. Eine Differenzierung nach Geschlecht findet nicht statt.	–	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden, nach Hauptgeschäftsstandorten
Wesentliches Thema: Aus- und Weiterbildung				
<i>GRI 103: Management Ansatz 2016</i>				
103-1	S. 13–15		–	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Grenzen
103-2	S. 57		–	Bestandteile des Managementansatzes
103-3	S. 62–69		–	Auswertung des Managementansatzes
<i>GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016</i>				
404-1	S. 65		–	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie
404-2	S. 65–69		–	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen und diese im Umgang mit dem Berufsaufstieg unterstützen
404-3	S. 60		–	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie
Wesentlicher Aspekt: gleicher Lohn für Männer und Frauen				
<i>GRI 103: Management Ansatz 2016</i>				
103-1	S. 13–15		–	Erläuterung des wesentlichen Themas und seiner Grenzen
103-2	S. 57		–	Bestandteile des Managementansatzes
103-3	S. 60		–	Auswertung des Managementansatzes
<i>GRI 405: Vielfalt und Chancengleichheit 2016</i>				
405-2		Nicht anwendbar, da die Vergütung der Postbank Mitarbeiter auf der jeweils ausgeübten Tätigkeit basiert. Eine Differenzierung nach Geschlecht findet nicht statt.	–	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern nach Mitarbeiterkategorie und Hauptgeschäftsstandorten



Nachhaltige Entwicklungsziele der Vereinten Nationen, auf die in diesem Bericht Bezug genommen wird:



Gesundheit und Wohlergehen



Hochwertige Bildung



Geschlechtergleichheit



Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum



Weniger Ungleichheiten



Nachhaltige/r Konsum und Produktion



Maßnahmen zum Klimaschutz

Glossar

102-1



Diese Symbole verweisen auf den GRI Content Index auf den Seiten 112 – 114.

A

App

Programm für mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets (App ist die Kurzform für Application).

Audit

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

Android

Betriebssystem für Tablet-Computer und Smartphones (vgl. Tablet).

B

BCB

Die Betriebs-Center für Banken AG (BCB) ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Postbank AG und wurde 2004 gegründet.

BestSign

Signaturverfahren im Online-Banking. Als Hardware dient ein USB-Gerät, auf das die Postbank die Daten der Transaktion sendet. Nachdem das Gerät die Daten erhalten hat, zeigt es diese im Display an und die Transaktion muss nur noch auf Knopfdruck freigegeben werden. Der Datenaustausch zwischen dem Gerät und der Postbank erfolgt verschlüsselt.

BestSign Fingerprint

Signaturverfahren im Mobile-Banking. Transaktionen, z. B. Überweisungen, werden mit dem individuellen Fingerabdruck freigegeben.

Blauer Engel

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

Business Continuity Management

„Betriebliches Kontinuitätsmanagement“. Verfahren und Planungen, die dafür sorgen sollen, dass ein Unternehmen auch im Krisenfall notwendige Geschäftsprozesse und Funktionen aufrechterhalten kann.

C

Cash Recycling System

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

chipTAN comfort

Verfahren zur Generierung einer Transaktionsnummer (TAN) mit einem sogenannten TAN-Generator. Dieses Gerät erzeugt im Zusammenspiel mit der Postbank Card und dem Online-Banking eine TAN, die nur für kurze Zeit und nur für die jeweils aktuelle Transaktion gültig ist.

Compliance

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

Corporate Governance

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

CSR

„Corporate Social Responsibility“ beschreibt das Engagement eines Unternehmens im Bereich der nachhaltigen Entwicklung, das über die gesetzlichen Forderungen hinaus reicht.

D

DEFRA

„Department for Environment, Food and Rural Affairs“: das britische Ministerium für Umwelt, Ernährung und den ländlichen Raum.

Demografischer Wandel

Entwicklung und Veränderung der Altersstruktur in einer Gesellschaft.

Diversifikation

Bei der Geldanlage wird das Vermögen auf verschiedene Anlageformen (z. B. Anleihen, Aktien, Immobilien) und Anlageregionen (z. B. Europa, Asien, Amerika) verteilt, um das Verlustrisiko zu verringern.

Diversity

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

E

E2E – end to end

Vom ersten Kundenkontakt bis zur Erbringung der Leistung.

Energiespar-Contracting

Eine vertraglich vereinbarte Dienstleistung zur Energieeinsparung zwischen einem Unternehmen (Contractor) und einem Gebäudeeigner oder -mieter.

EU Ecolabel

Europäisches Umweltzeichen zur Kennzeichnung umweltverträglicher Produkte (auch: „Euroblume“).

F

FAQ

„Frequently Asked Questions“.
Häufig gestellte Fragen.

Fat Client

Eigenständiger Arbeitsplatz-Rechner mit Hard- und Softwarekomponenten (vgl. „Thin Client“).

FDL

Finanzdienstleistung (vgl. PDL = Postdienstleistung).

Fingerprint

Fingerabdruck. Wird inzwischen von einigen Programmen für Smartphones und Tablets als Autorisierungsverfahren für Transaktionen genutzt (elektronische Unterschrift).

FinTech

Finanztechnologie-Unternehmen. FinTechs bieten innovative digitale Finanzdienstleistungen an und treten damit in Konkurrenz zu Banken.

Forward-Darlehen

Immobilienkredit, der erst in der Zukunft ausgezahlt wird. Damit können sich Bauherren zum Beispiel günstige Zinsen für die Anschlussfinanzierung sichern.

FSC

„Forest Stewardship Council“. Produkte mit dem FSC-Siegel stammen nachweislich aus nachhaltiger Forstwirtschaft.

FTE

„Full Time Equivalent“. Auf Vollzeitkräfte umgerechnete Mitarbeiter.

G

GHG Protocol

„Treibhausgas-Protokoll“. Ein internationaler Standard zur Erfassung von Treibhausgasemissionen.

Green IT

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

Green Procurement

„Grüne Beschaffung“. Umweltbewusste Beschaffungsprozesse von Produkten und Dienstleistungen.

GRI

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

I

IEA

Die „International Energy Agency“ ist eine Kooperationsplattform, die sich mit der Entwicklung und Anwendung von Energietechnologien beschäftigt.

iPad

Tablet-Computer der Firma Apple (vgl. Tablet).

IPCC

Das „Intergovernmental Panel on Climate Change“ ist eine zwischenstaatliche Institution, die sich mit den Veränderungen des Klimas auseinandersetzt.

ISO 14001

Internationale Norm für Umweltmanagementsysteme.

ISO 14064

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

ISO 27001

Internationale Norm für Informationssicherheitsmanagementsysteme.

ISO 50001

Internationale Norm für Energiemanagementsysteme.

K

KfW

Als Bank des Bundes und der Länder ist die Kreditanstalt für Wiederaufbau Förderbank der deutschen Wirtschaft und Entwicklungsbank für die Transformations- und Entwicklungsländer.

KPI

„Key Performance Indicator“. Kennziffer zur Messung von Leistung.

L

LAN

„Local Area Network“. Räumlich begrenztes, lokales Netzwerk.

Leverage Ratio

Betriebswirtschaftliche Kennziffer im Bankgeschäft. Sie stellt das Verhältnis zwischen Kernkapital und gesamtem Geschäftsvolumen dar.

Lifecycle Management

Systemische Betrachtung von Produkten und Dienstleistungen über ihren gesamten Lebenszyklus von der Rohstoffgewinnung über die Produktion, die Nutzungsphase bis zur Entsorgung oder dem Recycling.

M

Mobile-Banking

Bankgeschäfte auf mobilen Endgeräten wie Smartphones oder Tablets erledigen.

mobileTAN

Verfahren zur Übermittlung einer Transaktionsnummer (TAN) per SMS auf das Handy. Neben der TAN sind in dieser SMS auch Empfängerkontonummer und Überweisungsbetrag enthalten, sodass der Auftraggeber kriminelle Verfälschungen der Transaktionsdaten erkennen kann. Diese TAN ist nur für die jeweilige Transaktion gültig und verfällt, wenn sie vom Auftraggeber nicht genutzt wird.

P

Paper Policy

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

PC

„Personal Computer“. Eigenständiger Arbeitsplatz-Rechner (vgl. „Thin Client“ und „Fat Client“).

PDL

Postdienstleistung (vgl. FDL = Finanzdienstleistung).

PEFC

„Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes“. Produkte mit dem PEFC-Siegel stammen nachweislich aus nachhaltiger Forstwirtschaft.

Phishing

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

Q

QR-Code

Quick-Response-Code. Mithilfe der Scanfunktion von Smartphones und Tablets lassen sich QR-Codes lesen und liefern die darin gespeicherten Informationen, z. B. Webadressen oder Telefonnummern als „schnelle Antwort“ direkt auf das Smartphone oder Tablet.

S

SB

Selbstbedienung.

SCHUFA

Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung.

Scoring

Verfahren, die der Standardisierung von Kreditwürdigkeitsprüfungen im Massengeschäft dienen.

SDG – Sustainable Development Goal

Ziel für nachhaltige Entwicklung. 2015 haben die Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen 17 Ziele (Sustainable Development Goals – SDG) verabschiedet, um eine globale Transformation hin zu einer gerechteren und nachhaltigeren Gesellschaft einzuleiten.

Sensitive Branchen

Branchen mit besonderen ökologischen oder sozialen Risiken.

Sensitive Länder

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

Smartphone

Mobiles Telefon mit Bildschirm für die Internet-Nutzung.

SSD

Solid State Drive. Ein elektronisches Speichermedium für Computer, das ohne bewegliche Bauteile auskommt. Dadurch ist es robuster und schneller als herkömmliche Laufwerke mit rotierenden Platten.

T

Tablet

(auch Tablet-PC oder Tablet-Computer)
Kleincomputer ohne Tastatur, der unter anderem zum Lesen von Zeitschriften und Büchern genutzt werden kann.

THG

Treibhausgas.

Thin Client

Kleines, nicht eigenständiges Arbeitsplatz-Gerät, das mit einem zentralen Computer verbunden ist. Die Operationen und Programme laufen auf dem Zentralrechner. Der Thin-Client dient als Verbindungselement zwischen dem Nutzer und dem Zentralrechner. Thin Clients können ressourcen- und energieaufwendige Arbeitsplatz-PCs ersetzen (vgl. auch Fat Client).

U

Umweltleitlinien

Im Umweltmanagementsystem festgehaltene Grundprinzipien der Postbank.

UN Global Compact

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

W

Work-Life-Balance

Ausgewogenheit zwischen Beruf und Privatleben.

Der Postbank Konzern in Zahlen

Gewinn- und Verlustrechnung		01.01.–31.12.2017	01.01.–31.12.2016
Gesamterträge	Mio. EUR	3.194	3.317
Verwaltungsaufwand	Mio. EUR	-3.030	-2.853
Ergebnis vor Steuern	Mio. EUR	248	304
Konzerngewinn	Mio. EUR	250	314
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern ¹	Mio. EUR	649	466
Cost Income Ratio gesamt	%	89,9	85,9
Return on Tangible Equity			
vor Steuern	%	4,6	5,9
nach Steuern	%	4,7	6,1
Ergebnis je Aktie²	EUR	1,14	1,44
Bilanz		31.12.2017	31.12.2016
Bilanzsumme	Mio. EUR	145.345	147.190
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden	Mio. EUR	118.699	118.918
Forderungen an Kunden	Mio. EUR	106.997	101.996
Risikovorsorge	Mio. EUR	997	998
Eigenkapital	Mio. EUR	7.115	7.219
Harte Kernkapitalquote (Common Equity Tier 1 Capital Ratio) regular phased-in	%	12,9³	14,2
Harte Kernkapitalquote (Common Equity Tier 1 Capital Ratio) fully phased-in	%	11,9³	12,4
Verschuldungsquote (Leverage Ratio) regular phased-in	%	3,7³	4,1
Verschuldungsquote (Leverage Ratio) fully phased-in	%	3,3³	3,4
Mitarbeiter (auf Vollzeitkräfte umgerechnet)	Tsd.	17.441	18.112
Langfrustrating			
Fitch	Ausblick	BBB+ stabil	BBB+ stabil
<p>1) Die Bereinigungen können im Geschäftsbericht 2017, Konzernlagebericht im Abschnitt „Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage“ nachvollzogen werden. 2) Bezogen auf 218,8 Millionen Aktien. 3) Unter Berücksichtigung der beantragten Anrechnung des Gewinns.</p>			

Impressum

Herausgeber

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

www.postbank.de

Verantwortlich

Konzernkommunikation
Abteilung für Presse- und Öffentlich-
keitsarbeit

Projektleitung und Ansprechpartner

Hartmut Schlegel
Telefon: 0228 920-12103
Telefax: 0228 920-12199
nachhaltigkeit@postbank.de

www.postbank.de/nachhaltigkeit

Konzeption und grafische Gestaltung

KrollSchmidWolf Kommunikation GmbH
Zollhof 17, 40221 Düsseldorf

Anmerkung

Alle Inhalte dieses Berichts wurden aus unterschiedlichen Quellen sorgsam zusammengestellt. Redaktionsschluss war der 22.02.2018. Die enthaltenen Daten, Informationen und Zahlen entsprechen nach Kenntnis der Postbank der Wahrheit, wobei keine Haftung für deren Richtigkeit und Vollständigkeit übernommen werden kann.

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

Ein besonderer Dank gilt all den Kolleginnen, Kollegen und externen Mitwirkenden, die an der Erstellung dieses Berichts beteiligt waren.

Bildnachweise

Postbank, Save the Children, UNICEF,
Robert Schmiegelt, Erika Nietfeld,
Aurélie Blatz



Mehr Informationen hier:

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

Besuchen Sie uns auch unter



www.facebook.com/postbank



www.twitter.com/postbank

Postbank Zentrale
Konzernkommunikation
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Friedrich-Ebert-Allee 114 – 126
53113 Bonn

678 117 074
Stand: April 2018