

# Nachhaltigkeitsbericht 2016





## Schätzte Damen und Herren,

hinter der gesamten Branche und natürlich auch hinter der Postbank liegt erneut ein Jahr intensiver Herausforderungen in einem widrigen Marktumfeld. Dennoch konnten wir die Umsetzung unserer Strategie vorantreiben und haben dabei planmäßig unsere Hausaufgaben erledigt. Auch konnten wir wesentliche Weichenstellungen in Richtung einer ausgeglichenen Bilanz im Kundengeschäft sowie einer insgesamt effizienter agierenden Bank vornehmen, die sowohl digital als auch persönlich für ihre Kunden da ist. Diese Fortschritte verdanken wir vornehmlich unseren engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie bekennen sich in hohem Maße zu unserem Leitbild und füllen den Unternehmenswert „Nachhaltige Leistung“ täglich mit Leben. Ihr starkes Engagement spiegelt sich auch in der hohen Beteiligung an der jährlichen Mitarbeiterbefragung wider. Sie ergab die höchsten von uns jemals ermittelten Zufriedenheitswerte unter unseren Mitarbeitern und zeigt damit eine insgesamt erfreuliche Entwicklung.

Auch im vergangenen Jahr haben wir unseren Teil dazu beigetragen, dass die Ziele der Agenda 2030 der Vereinten Nationen erreicht werden können. In diesem Bericht finden Sie daher erstmals die offiziellen Piktogramme, die die Vereinten Nationen für ihre weltweit gültigen Ziele nachhaltiger Entwicklung erarbeitet haben. Die Piktogramme haben wir in den Text eingefügt, wo wir in unserem Handeln einen Beitrag zur Verwirklichung dieser Ziele sehen. Wir sind zuversichtlich, dass wir damit auf dem richtigen Weg sind, die Zukunft der Postbank im Sinne aller Stakeholder erfolgreich gestalten zu können.

Unser gesellschaftliches Engagement haben wir weiter vorangetrieben. Wir arbeiten mit „Save the Children“ zusammen und unterstützen die Kinderrechtsorganisation in Form eines umfangreichen Bildungsprojekts für Kinder in Deutschland. Zum anderen fördern wir das soziale Engagement unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Mit Hilfe von finanziellen Mitteln und persönlichen Freistellungen seitens der Bank entwickeln die Mitarbeiter Projekte für Kinder in Deutschland und setzen sie anschließend in die Tat um. Zusätzlich unterstützen wir Mitarbeiterinitiativen zur Flüchtlingshilfe. Bis Ende 2016 waren bereits über 80 Projekte genehmigt.

2016 haben wir ein zertifiziertes Energiemanagementsystem eingeführt. Es hilft uns, unsere Energieeffizienz weiter zu verbessern. Den Ausstoß von Treibhausgasen haben wir erneut verringert, indem wir den Anteil des Öko-Stroms aufgestockt haben. Mittlerweile stammen 97 % unseres gesamten Stromverbrauchs aus erneuerbaren Quellen.

Als Unterzeichner des UN Global Compact fühlen wir uns nach wie vor 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 2016 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
<b>Einleitung</b> .....	6
Unternehmensporträt .....	6
Nachhaltigkeitsleitbild .....	7
Nachhaltigkeitsmanagement .....	8
Stakeholder-Dialog .....	10
Analyse wesentlicher Themen .....	13
Corporate Responsibility Programm .....	17
<b>Nachhaltigkeit im Bankgeschäft</b> .....	22
Kunden .....	25
Kundenbeirat .....	25
Kundenorientierung und Verbraucherschutz .....	27
Demografischer Wandel .....	31
Produkte .....	33
Soziale Produkte und Dienstleistungen .....	33
Ökologische Produkte und Dienstleistungen .....	35
Unternehmen .....	40
Unternehmensentwicklung .....	40
Unternehmensführung .....	42
Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage .....	46
Compliance und Geldwäscherschutz .....	48
Datenschutz und Datensicherheit .....	50
<b>Soziale Nachhaltigkeit</b> .....	54
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter .....	55
Personalmanagement .....	55
Aus- und Weiterbildung .....	60
Leben und Arbeiten .....	67
Gesundheit .....	69
Vielfalt, Integration und Wertschätzung .....	72
Gesellschaft .....	75
Soziales Engagement .....	75
Bildung .....	82
Spenden .....	83

<b>Ökologische Nachhaltigkeit</b> .....	86
Umweltmanagementsystem .....	87
Umweltleitlinie .....	87
Zertifizierung nach ISO 14001 .....	88
Energiemanagement-System nach ISO 50001 .....	88
Energie- und Umweltziele .....	89
Kommentierung ökologischer Ziele und Indikatoren 2016 .....	89
Energiespar-Contracting .....	92
Green IT .....	94
Umweltbilanz .....	98
<b>Anhang</b> .....	102
Über diesen Bericht .....	102
Leitlinien .....	104
Initiativen und Mitgliedschaften .....	106
Fortschrittsbericht nach UN Global Compact .....	107
GRI Content Index .....	108
Glossar .....	111
Der Postbank Konzern in Zahlen .....	117
Impressum .....	118

G4



Diese Symbole verweisen auf den GRI Content Index auf den Seiten 108–110.

**Unternehmensporträt** | Die Postbank Gruppe (Deutsche Postbank AG mit Tochtergesellschaften, im Folgenden „Postbank“) ist mit rund 18.000 Beschäftigten (FTE) und einer Bilanzsumme von 147 Milliarden EUR 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

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 neun Millionen Kundenkonten sind zum Online-Banking freigeschaltet. Und über neun 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: 31.12.2016)

## 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 Kunden bequem erreichbar, in der Filiale, online oder per Telefon. Sie verfügt über das dichteste Filialnetz einer Bank in Deutschland. In ihren eigenen über 1.000 Finanzcentern 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 Beratungscenter der Postbank Finanzberatung. Über 3.000

### Unternehmensporträt



### Privatkunden



### Geschäfts- und Firmenkunden



**Nachhaltigkeitsleitbild** | *Das Nachhaltigkeitskonzept der Postbank basiert auf den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen. 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 Mitarbeiter nahebringen. Nach unserem Selbstverständnis soll Nachhaltigkeit tatsächlich gelebt und nicht nur gedacht werden.

Wir verpflichten uns, unseren 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

In den Jahren 2012 bis 2015 hat die Postbank ihr 2009 gestartetes Umweltmanagementsystem zu einem umfassenden Nachhaltigkeitsmanagement-System 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 jedes Mitarbeiters Orientierung bietet und ein integraler Bestandteil der Geschäftsstrategien und täglichen Geschäftsentscheidungen wird.

internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001 und wird regelmäßig durch eine externe, anerkannte Zertifizierungsgesellschaft geprüft und zertifiziert.

2016 hat die Postbank zusätzlich ein zertifiziertes Energiemanagement-System 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.

Der Nachhaltigkeitsbeauftragte koordiniert und moderiert übergreifend Nachhaltigkeitsthemen und -projekte. Er fungiert als zentraler Ansprechpartner nach innen und außen. Er ist für folgende Aufgabenbereiche zuständig:

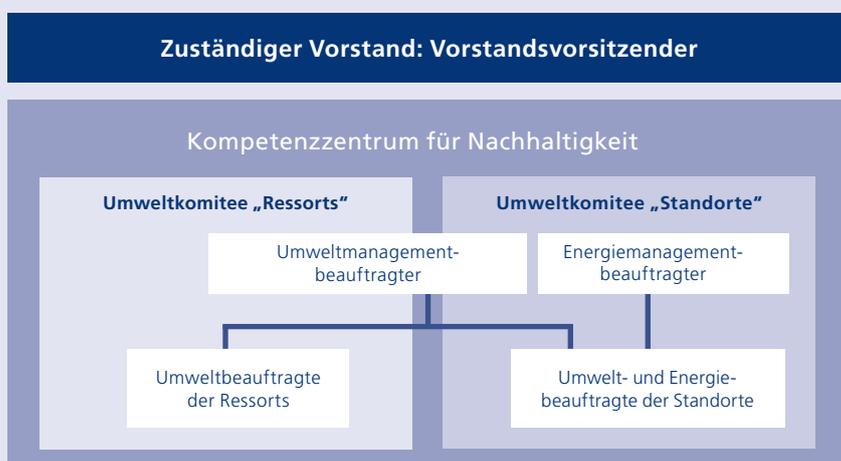
- Leitung des Kompetenzzentrums für Nachhaltigkeit
- Nachhaltigkeitsberichterstattung/-kommunikation
- Anfragen von CR-Rating-Agenturen
- Entwicklung neuer Konzepte
- Prüfung neuer Produkte und Geschäftsprozesse auf Nachhaltigkeit
- Unterstützung der Geschäfts- und Infrastrukturbereiche bei der Entwicklung nachhaltiger Geschäftsstrategien (z. B. Produkte, Risikosteuerung)
- Mitgliedschaften in Verbänden und Vereinen im Bereich Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeitsmanagement

G4-34



Das Nachhaltigkeitsmanagement-System der Postbank erfüllt die Anforderungen der



## 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 Nachhaltigkeitsmanagement-Systems.

### • Interne Umweltauditoren

Speziell geschulte Mitglieder des Kompetenzzentrums für Nachhaltigkeit nehmen zusätzlich die Aufgaben von internen Auditoren wahr. Sie sind unter Leitung des UMB 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.

### • Umweltkomitees

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



Interne Auditierung, Essen, Oktober 2016

Umweltkomitee, Bonn, Oktober 2016

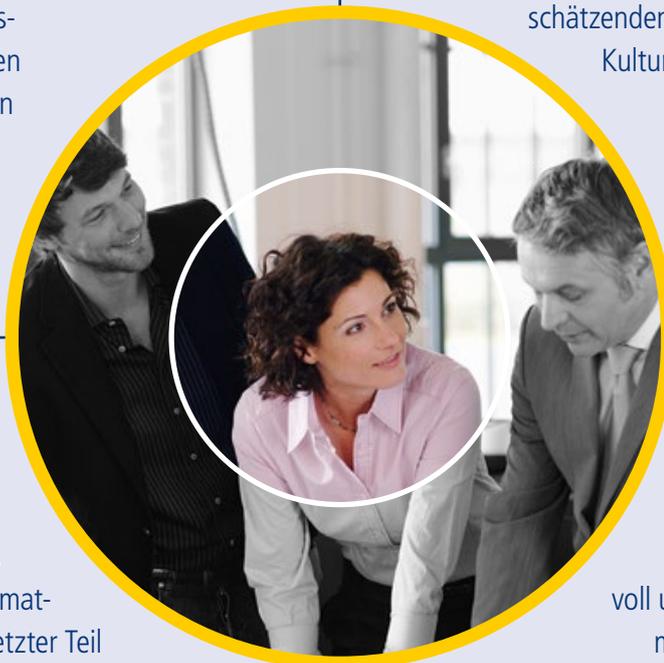


**Stakeholder-Dialog** | *Die Postbank pflegt den Austausch mit ihren Stakeholdern. Sie nutzt den Ideenreichtum ihrer Kunden und Mitarbeiter zur Verbesserung ihres Angebots. In der Auseinandersetzung mit differierenden Ansprüchen erleichtert ein etablierter Dialog das gegenseitige Verständnis und die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

**Wir richten unser Engagement gleichermaßen auf unsere Kunden, unsere Mitarbeiter, 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** sind wir ein attraktiver Arbeitgeber mit einer wertschätzenden und partnerschaftlichen Kultur. Wir führen als Vorbilder – aktiv, klar und direkt – und entwickeln unsere Mitarbeiter 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

- Kunden
- Mitarbeiter
- Eigentümer
- 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 den Auftrag, den Service und die 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 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 Kunden im November 2016 erneut befragt, wie wichtig ihnen das soziale, ökologische und ökonomisch nachhaltige Engagement ihrer Bank ist.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Analyse wesentlicher Themen“.

### • 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.

Townhall-Meeting, Dortmund, März 2016



[www.facebook.com/postbank](http://www.facebook.com/postbank)



[www.twitter.com/postbank](http://www.twitter.com/postbank)

Mehr Infos hier



Stakeholder-Gruppen

G4-24



Dialogformen

G4-26



- **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 Mitarbeitern ist mittlerweile ein fest institutionalisiertes Steuerungsinstrument.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Unternehmensführung“.

- **Mitarbeiterbefragung**

Die Postbank befragt ihre Mitarbeiter jährlich zur Identifikation mit ihrem Unternehmen, zur Zufriedenheit mit ihren Arbeitsbedingungen und zum Verhalten ihrer Vorgesetzten. Mit 67 Prozent hat die Beteiligungsquote 2016 einen neuen Höchststand erreicht.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Personalmanagement“.

- **Ideenmanagement**

Die Ideen der Mitarbeiter werden in einem systematischen Prozess gesammelt, bewertet und prämiert. Viele Produkte und Geschäftsprozesse konnten auf diese Weise bereits verbessert werden. Durch das Ideenmanagement kann jeder Mitarbeiter an der Verbesserung seines Arbeitsbereiches und der Bank insgesamt mitwirken. Die Kreativität ihrer Mitarbeiter ist für die Postbank eine wertvolle Ressource.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Unternehmensführung“.

- **Hinweisgebersystem**

Mitarbeiter 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 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 Plattformen 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 Mailadresse 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 nach den G4-Guidelines der Global Reporting Initiative (GRI) 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.

Das Handlungsfeld „Nachhaltigkeit im Bankgeschäft“ ist weitgehend identisch mit dem Handlungsfeld „ökonomische Nachhaltigkeit“ früherer Berichte bis 2014. Es steht in der Reihenfolge der Kapitel vor den sozialen und ökologischen Themen. Damit unterstreicht die Postbank die Bedeutung ihres Kerngeschäfts für die Nachhaltigkeit ihres Handelns.

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 wurde 2014 erstmals um Themen zum sozialen, ökologischen und ökonomischen Engagement der Bank erweitert. 2015 und 2016 wurde diese Befragung zu Kontrollzwecken wiederholt. Im Trend ist ein deutlich steigender Anteil von Kunden feststellbar, für die ethisches und umweltbezogenes Engagement der Bank keinen Einfluss auf die Wahl ihrer Bankverbindung hat. Diesen Befund hatten wir nicht erwartet. Wir werden die Entwicklung weiter verfolgen.

Die Mitarbeiterbefragung 2016 enthielt neben Themen wie Unternehmensbindung auch Fragen zur Identifikation mit dem Leitbild der Postbank. Sie wurde ergänzt durch eine 2015 am Standort Bonn durchgeführte Online-Befragung zum sozialen Engagement der Mitarbeiter, an der sich knapp 400 Beschäftigte beteiligten. Zusätzlich ausgewertet wurde eine vom Bankenverband 2014 in Auftrag gegebene, repräsentative Umfrage zum Thema Corporate Social Responsibility im Bankensektor. Die so ermittelten Anliegen und Themen wurden den Bereichen „Nachhaltigkeit im Bankgeschäft“, „Soziale Nachhaltigkeit“ und „Ökologische Nachhaltigkeit“ zugeordnet und priorisiert.

*Analyse wesentlicher Themen*

G4-20	G4-21	G4-22

*Ermittlung relevanter Themenfelder*

G4-18	G4-27

## 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. 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.



### Priorisierung und Bewertung

G4-18

G4-19

G4-22





## Chancen und Risiken

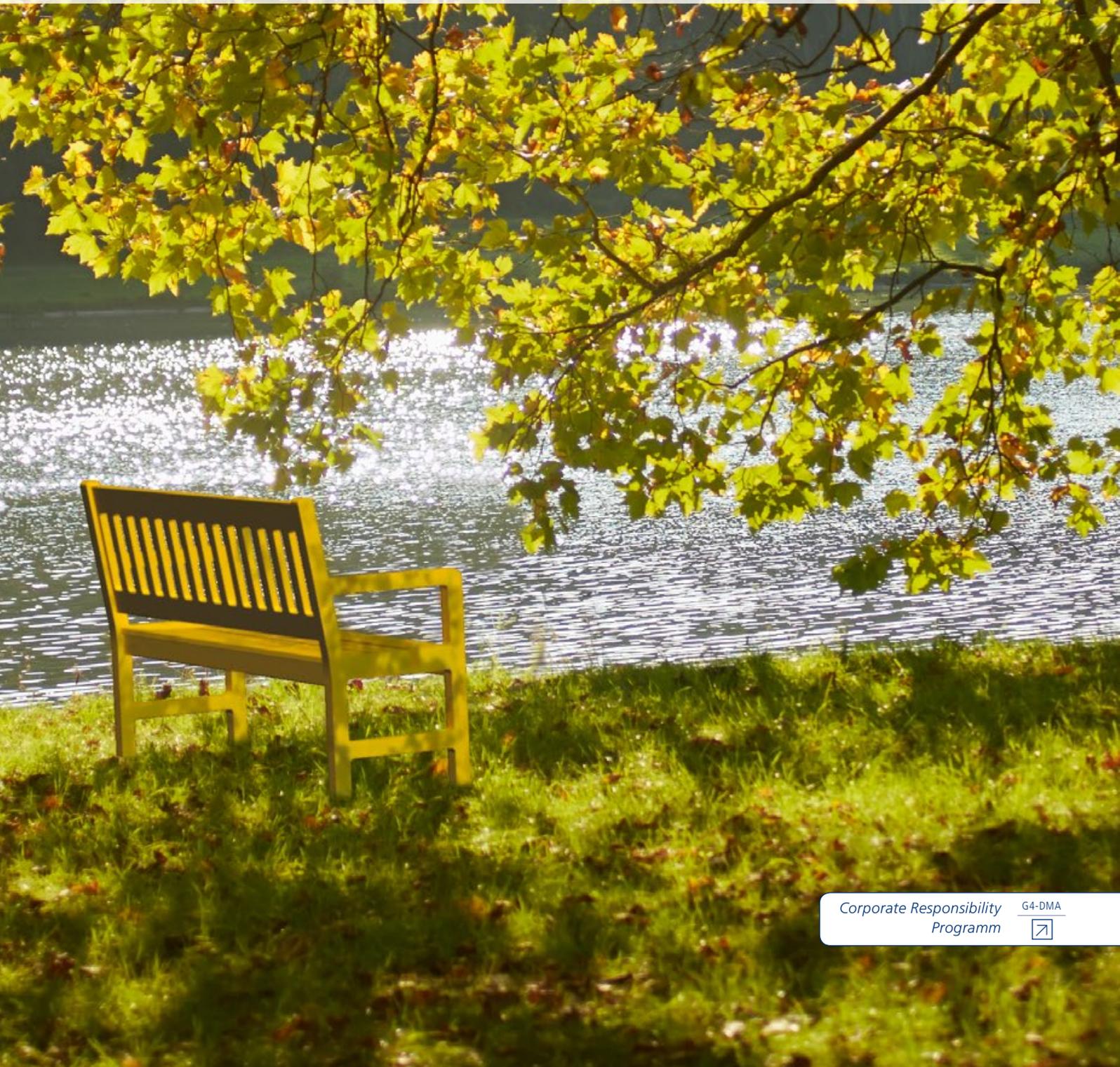
Studien belegen: Unternehmen, die ihre sozialen und ökologischen Chancen und Risiken kennen und managen, haben im Wettbewerb langfristig Vorteile. Sie sind weniger anfällig für Skandale, und sie sind widerstandsfähiger gegenüber externen

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
<b>Bankgeschäft</b>	Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit	Erfolgreiche Geschäftsentwicklung; hohe Kundenbindung, Weiterempfehlung	Abwanderung; Reputationsrisiken; Compliance-Mängel	Kapitel Kunden: Kundenbeirat, Kundenorientierung und Verbraucherschutz, demografischer Wandel; Kapitel Unternehmen: Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage, Datenschutz und Datensicherheit
<b>Sozial</b>	Fairer und verantwortungsbewusster Arbeitgeber	Motivierte 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 Mitarbeiter 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 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	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
<b>Ökologisch</b>	Berücksichtigung von Klima und Umwelt bei Produkten und Geschäftsbetrieb	Kostenvorteile durch Ressourcen-Effizienz; 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	Fokussierung der Nachhaltigkeitsberichterstattung auf das Kerngeschäft	31.12.2016	erledigt
	Sicherstellung der Eigenständigkeit des Nachhaltigkeitsmanagements für den Fall des Ausscheidens aus dem Deutsche Bank Konzern	31.12.2016	erledigt
	<i>Anpassung der Nachhaltigkeitsberichterstattung an den europäischen Standard der CSR-Richtlinie</i>	31.06.2018	neu
Sensibilisierung der Mitarbeiter in Bezug auf Nachhaltigkeit	Einführung eines neuen Formats zur Teamentwicklung im Rahmen des sozialen Engagements der Bank	31.12.2016	erledigt
	Angebot von E-Learning-Schulungen zu Nachhaltigkeitsthemen	fortlaufend	fortlaufend
	Regelmäßige Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen für Mitarbeiter im Intranet und in der Mitgliederzeitschrift	fortlaufend	fortlaufend
	<i>Integration von Nachhaltigkeitsthemen in die interne Informationsveranstaltung „First Tuesday“ des Chief Digital Office</i>	31.12.2017	neu
	<i>Integration regionaler Nachhaltigkeitsthemen in die Standortdialoge der Region West</i>	fortlaufend	neu
	<i>Erprobung von „Urban Gardening“ am Standort des Chief Digital Office in Bonn</i>	31.12.2017	neu
	Engagement in externen Nachhaltigkeitsprojekten und -aktionen	Teilnahme an der Aktion „Stadtradeln“ am Standort Bonn	fortlaufend
Teilnahme an der Aktion „Earth Hour“ an geeigneten Standorten		fortlaufend	fortlaufend
Umweltpartnerschaft mit der Stadt Hamburg		fortlaufend	fortlaufend

## 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: Postbank Spende von einem Cent pro umgesetztem Euro	fortlaufend	fortlaufend

### Kundenorientierung, Prozesse und Services

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Optimierung Bargeldlogistik	Ausbau der Cash-Recycling-Geräte im Selbstbedienungsbereich – Verringerung von Geldtransporten	31.12.2016	erledigt
	Ausbau der Kassenterminals mit Cash-Recycling-Funktion – weniger Geldtransporte und mehr Sicherheit für die Mitarbeiter in den Filialen	31.12.2017	in Arbeit
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	Erweiterung des Ideenlabors um die Postbank Garage: Umsetzung und Erprobung von Prototypen, neue Zusammenarbeitsmodelle mit Startups	31.12.2016	erledigt
	Einbindung von Kunden in den Innovationsprozess (Co-Creation) auf der Ideenlabor-Plattform	31.12.2016	erledigt
	Einführung der Videolegitimation zur persönlichen Identifikation von Neukunden	31.12.2016	erledigt
	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
	<i>Digitalisierung der Baufinanzierung: Reduzierung Papier, digitale Einreichung, Self-Service</i>	31.12.2018	neu
	<i>Digitalisierung des Ratenkredits: kein Papiervertrag, digitale Dokumentenauswertung</i>	31.12.2017	neu
	<i>Einführung der virtuellen Wohnungsbesichtigung im Internet-Portal „Meine Immobilie“</i>	31.12.2017	neu

### Risikomanagement

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Verringerung ökologischer und sozialer Risiken aus dem Kerngeschäft	Neufassung der Reputationsrisiko-Policy unter Berücksichtigung sensibler Länder und Branchen	31.12.2016	erledigt
	Konzentration auf den Mittelstand im Kreditgeschäft mit Firmenkunden unter Berücksichtigung von Reputationsrisiken	fortlaufend	fortlaufend
	<i>Veröffentlichung von Leitlinien zu ökologischen und sozialen Risiken im Firmenkundenkreditgeschäft</i>	31.12.2017	neu
	<i>Präzisierung und Ergänzung des Supplier Code of Conduct in Form einer Compliance-Verhaltensrichtlinie für Vertragspartner</i>	31.12.2017	neu

## Soziale Nachhaltigkeit

### Engagement für Mitarbeiter

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Gesund am Arbeitsplatz	Reorganisation, Effizienzsteigerung und partielle Erweiterung des betrieblichen Gesundheitsmanagements	31.12.2016	erledigt
	Gesundheitsangebote außerhalb der Arbeitszeit an den Standorten (z. B. Kleingruppentrainings, Individualberatungen, Screenings)	fortlaufend	fortlaufend
	<i>Installation von automatisierten externen Defibrillatoren an den Standorten Essen und Dortmund</i>	31.12.2017	neu
Vereinbarkeit von Beruf und Familie	Ausweitung des Konzeptes „mobiles Arbeiten“ auf das Management des Filialvertriebs	31.12.2016	erledigt
	Stipendien für Mitarbeiterkinder (Schüleraustausch/Community Service Programme)	fortlaufend	fortlaufend
	<i>Konzernweite Ausweitung des Konzeptes „mobiles Arbeiten“ (bis zu 20 % der regulären Arbeitszeit können zu Hause oder unterwegs erbracht werden)</i>	31.12.2017	neu
Mitarbeiter fördern, Arbeitsbedingungen verbessern	Identifizierung und Förderung besonderer Talente (Talent Management)	fortlaufend	fortlaufend
	Angebot von Mitarbeiter-Stipendien zur berufsbegleitenden Qualifizierung	fortlaufend	fortlaufend
	<i>Einführung von Mentoring und Hospitationsangeboten zur Förderung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern</i>	31.12.2017	neu
	<i>Angebot von Creative Thinking Workshops zur Förderung von Kreativität und Innovation</i>	31.12.2017	neu
Förderung von Vielfalt	Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen	30.06.2017	in Arbeit

### 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 Mitarbeiter durch Aktionstage zugunsten von „Wir für Kinder“ und zugunsten der Flüchtlingshilfe. Die Mitarbeiter erhalten eine Förderung von max. 1.000 EUR für soziale Projekte und werden für einen Tag von der Arbeit freigestellt	fortlaufend	fortlaufend
	Pilotierung des Integrationsprojektes „Miteinander stark!“ zusammen mit „Save the Children“	neuer Termin: 31.12.2017	in Arbeit

**Ökologische Nachhaltigkeit**

**Umweltmanagement und Controlling**

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Verbesserung des Umweltmanagements und der Umweltbilanzierung	Aufbau eines zertifizierten Energiemanagementsystems gemäß ISO 50001	31.12.2016	erledigt
	Definition kurz- und mittelfristiger Energiesparziele	31.12.2016	erledigt
	<i>Entwicklung quantitativer Erfolgsindikatoren (Umwelt-KPIs) für die Organisationseinheiten des Ressorts IT und Operations</i>	31.12.2017	neu
	<i>Anpassung des Umweltmanagementsystems an die zusätzlichen Anforderungen aus der Neufassung der ISO 14001:2015</i>	31.12.2017	neu

**Betriebsökologie**

Ziel	Maßnahmen	Termin	Status quo
Reduzierung von Energieverbrauch und Treibhausgasemissionen	Hameln: Anpassung der Lichtsteuerung im Casino (Einschaltzeiten/Betriebszeiten) über Gebäudeleittechnik	31.12.2016	erledigt
	Frankfurt: Austausch der Fenster und Isolierung der Fensternischen in einem Großraum mit 714 m <sup>2</sup> Fläche	neuer Termin: 31.12.2017	in Arbeit
	Bonn: verbesserte Steuerung der Raumluftechnik in der Zentrale (Provinzialgebäude)	31.12.2016	nicht umsetzbar
	Bonn: neue Videokonferenzräume zur Verringerung von Dienstreisen	31.12.2016	nicht umsetzbar
	München: Umrüstung der Beleuchtung in den Technikzentralen auf LED-Technik	31.12.2016	erledigt
	München: Erneuerung von Kühlaggregaten in der Kantine	31.12.2016	nicht umsetzbar
	Bonn: Erprobung eines Leihfahrrads für den Pendelverkehr	31.12.2016	erledigt
	Bonn: Einführung der Netviewer-Technologie am Arbeitsplatz zur Verringerung von Dienstreisen im Ressort Chief Risk Office	31.12.2016	erledigt
	Reduktion der Treibhausgasemissionen durch Reisemanagement, Energieeffizienz und Ökostrom	31.12.2020	in Arbeit
	Austausch von 6.500 Arbeitsplatz-PCs gegen Thin Clients (Maßnahme angepasst)	31.12.2018	in Arbeit
	<i>Investitionen in die Energieeffizienz der Bürogebäude</i>	31.12.2020	neu
	<i>Datenspeicherung: Teilaustausch konventioneller Platten gegen SSDs</i>	31.12.2017	neu
	<i>Server Konsolidierung: Reduzierung von zwölf Unix Servern auf sechs Server</i>	31.12.2017	neu
	<i>Erneuerung der Datensicherungssysteme in Frankfurt und Bonn</i>	31.12.2017	neu
	<i>Ersetzen der IBM-Storage-Systeme in Bonn durch effizientere Systeme im Rechenzentrum Frankfurt</i>	31.12.2017	neu
	<i>München: Austausch der Kühlgeräte in den Serverräumen gegen eine energieeffizientere Anlage</i>	31.12.2017	neu
	<i>Leipzig: Erstellung eines Leuchtmittelaustauschspiegels für die Tiefgarage zur Prüfung, ob die Umstellung auf LED lohnt</i>	31.12.2017	neu
<i>Essen: Umbau Rückkühlanlage auf Trockenkühlung sowie Optimierung Raumluftechnik zur Verbesserung der Energieeffizienz</i>	31.12.2017	neu	
Geringerer Verbrauch natürlicher Ressourcen	Erhöhung der Recyclingpapierquote	31.12.2018	in Arbeit

# Nachhaltigkeit im Bankgeschäft



## Wachstum durch digitales Geschäft

Bei der Umsetzung der Digitalstrategie kommt die Postbank gut voran. In einigen Bereichen verzeichnet sie zweistellige Wachstumsraten. Sie hat zahlreiche Meilensteine erreicht und wird die Digitalisierung fortsetzen.

Am 11. September 2016 stellte der Online-Versandhändler Alibaba einen neuen Rekord auf: Am sogenannten Singles Day, an dem sich Singles in China untereinander Geschenke machen, verkaufte das chinesische Unternehmen binnen fünf Minuten Waren im Wert von einer Milliarde US-Dollar und verschickte etwa 58.000 Pakete pro Sekunde. „Davon sind wir in Deutschland weit entfernt“, sagt der Chief Digital Officer (CDO) der Postbank, Philip Laucks. „Doch das Beispiel macht deutlich, welche Potenziale das Thema Digitalisierung entfaltet.“

Auch der Bankensektor ist längst von diesem Megatrend erfasst. Mit mobilen Zugangsgeräten wie Smartphones und Tablets hat sich das Verhalten der Kunden nochmals gewandelt. „Unsere Kunden erwarten zukünftig ein Service-Erlebnis, das zugleich persönlich und digital ist“, so Laucks. Bei der Digitalstrategie der Postbank unterscheidet er vier Dimensionen: Wachstum, Effizienz, Technologie und kultureller Wandel. „Unsere Investitionen zahlen sich bereits durch zweistellige Wachstumsraten im digitalen Vertrieb aus. Viele Maßnahmen sind mitten in der Umsetzung. Doch es gibt noch viel zu tun“, sagt er und kündigt weitere Investitionen an, um zum Beispiel die digitalen Dienstleistungen rund um das Girokonto auszubauen. Neben einem digitalen Datentresor sollen wichtige Service- und Massenprozesse wie beispielsweise Anschriftenänderungen oder Freistellungsaufträge digital möglich werden. „Damit entlasten wir unsere Kollegen in den Servicegesellschaften massiv.“

Bis 2018 will die Bank die Digitalisierung in ihren Filialen vorantreiben. Digitale Lösungen werden auch im Kundengeschäft eine immer größere Rolle spielen. Ein Prozessmodell, das von Anfang bis zum Ende digital ist, kann zu einem einheitlichen Kundenerlebnis über alle Vertriebswege hinweg führen.

### Arbeiten in der „Digitalen Fabrik“

„Unsere Kundendaten sind dafür ein wesentlicher Faktor, den wir besser nutzen müssen“, so Laucks. Um diese und andere Projekte umsetzen zu können, plant der Digitalchef der Postbank ein neues Modell für die Zusammenarbeit in Projekten. In einer sogenannten „Digitalen Fabrik“ arbeiten künftig interdisziplinäre Teams aus allen Bereichen gemeinsam an digitalen Lösungen. Den Start machen die Projektfelder Rate, Giro und Serviceprozesse. „Wir denken klar vom Kunden ausgehend und machen uns so fit für die digitale Zukunft.“



Experten des ibi research an der Universität Regensburg haben die Internet-Präsenzen von 50 Banken und Sparkassen getestet. Die Jury begutachtete die Unterstützung der Webauftritte für die Kundengruppen „Beratungskunde“ und „Selbstentscheider“. Die Postbank erreichte den 1. Platz in der Kategorie „Selbstentscheider“.



Zum dritten Mal in Folge wählten die Nutzer [www.postbank.de](http://www.postbank.de) zur beliebtesten Webseite in der Kategorie „Banking und Investment“. Die Wahl zur „Website des Jahres“ ist Deutschlands wichtigster People’s Choice Award für Webseiten. In diesem Jahr standen insgesamt 228 Webseiten in 19 Kategorien zur Wahl. 513.000 Nutzer gaben ihre Stimme ab.

## Die Postbank arbeitet an vielen digitalen Neuerungen, wie die folgenden Beispiele zeigen

### • MOBILE BEZAHLUNG

Mit der virtuellen Kreditkarte im Smartphone können Postbank Kunden in Kürze mobil an 80.000 Kassen deutschlandweit bezahlen. 2017 kommt der Service auch für die Girokarte hinzu.

### • FINANZASSISTENT

Über Apples Sprachassistenten Siri können jetzt Überweisungen eingegeben werden. Der Finanzassistent ist nun auch multi-bankenfähig: Er zeigt in der Kontoübersicht die Daten von Fremdbanken und Bezahl Dienstleistern wie Paypal an.

### • VZI-WERTPAPIERBERATUNGSPROZESS

Zukunft Wertpapier: 225 Wertpapierberater nehmen noch in diesem Jahr die Arbeit auf. Dank eines neuen vertriebswegübergreifenden Beratungsprozesses können Kunden umfassend über die Vermögensanlage informiert werden.

### • BHW DIGITALPRODUKTE

Mit zwei Apps, einer für den Vertriebstermin beim Kunden und einer zum Kontaktaufbau mit potenziellen Interessenten, wird der Arbeitstag der Finanzberater im mobilen Vertrieb deutlich digitaler.

### • RATENKREDIT E2E

Auf dem Weg zur vollständigen Digitalisierung ist nun auch der Ratenkreditprozess und bietet Video- und Chatberatung sowie die Videolegitimation. Hinzu kommen in Kürze eine Funktion zum papierlosen Hochladen der Dokumente sowie die digitale Signatur.

### • VIRTUELLE IMMOBILIENBESICHTIGUNG

Ihre neue Traumwohnung und das neue Traumhaus können Kunden von Postbank Immobilien in Zukunft ohne Vor-Ort-Termin besichtigen. 360-Grad-Rundgänge von zu Hause machen es möglich.

### • GESCHÄFTSKUNDEN-APP

Für kleine Gewerbebetriebe mit weniger als zehn Mitarbeitern bietet die neue Geschäftskunden-App digitalen Mehrwert: Angebote und Rechnungen können aus der App heraus erstellt, verwaltet und als E-POSTBRIEF verschickt werden.

### • BAUEN, KAUFEN, WOHNEN

Hypotheken von bis zu 450.000 EUR in nur wenigen Minuten digital beantragen und Orientierung dank des Postbank Käuferchecks: „digital und persönlich“ ist die neue Schritt-für-Schritt-Begleitung ins eigene Zuhause.

### • VIRTUELLES KLASSENZIMMER

Die Seminare der Postbank Akademie finden in Zukunft auch im virtuellen Seminarraum statt. Webinare sollen ab dem ersten Quartal 2017 Fahrtzeiten sparen. Das System bietet alle bewährten Seminarmethoden wie Gruppenarbeiten und Kartenabfragen.

### • HACKATHON

Die technische Schnittstelle der Bank zu öffnen und von Hackern frische Ideen zu bekommen – das steht auf der Hackathon Roadshow im Mittelpunkt. Hier werden die Banking-Lösungen der Zukunft programmiert.

**Kunden** | Die Postbank stellt ihre 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 Kunden auf mögliche Risiken hin. In der Kommunikation mit ihren Kunden achtet die Postbank auf Transparenz und Verständlichkeit. Für ältere Menschen stellt sie besondere Informations- und Beratungsangebote bereit.



Abschlussstagung des vierten Kernkundenbeirats, Bonn 2016

Mehr Infos hier



## Kundenbeirat

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

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. Bis 20. November 2016 konnten interessierte Kunden sich für den neuen Kundenbeirat bewerben. Die Amtszeit des fünften Kundenbeirats beginnt im Mai 2017.

Im November 2016 fand in Bonn die Abschlussveranstaltung des amtierenden Kundenbeirats statt. Auf der Agenda stand neben dem Rückblick auf die Arbeit des Beirats auch ein Blick in die digitale Zukunft. Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich aus der Digitalisierung für die Bankenlandschaft? Wie wird die Zukunft der Filialen aussehen?

Diese Themen begleiten den aktuellen Postbank Kundenbeirat schon seit seiner Konstituierung im April 2014.

Für Anregungen und Fragen können sich die Kundenbeiräte stets an die E-Mail-Adresse [kundenbeirat@postbank.de](mailto:kundenbeirat@postbank.de) wenden.



Kontakt unter

[kundenbeirat@postbank.de](mailto:kundenbeirat@postbank.de)

Kundenbeirat

G4-26



## Abschied in gelöster Stimmung

*Kurz vor dem Ende ihrer Amtszeit hatten die Mitglieder des Kernremiums bei ihrem letzten Treffen 2016 in Bonn die Gelegenheit, sich über den aktuellen Stand der verschiedenen Projekte zu informieren, an denen sie in der Vergangenheit beispielsweise im Rahmen von Workshops und Diskussionsgruppen aktiv mitgearbeitet hatten. Dabei ging es emotionaler zu als in den Arbeitssitzungen der vergangenen Jahre. Die Stimmung war gelöst, aber auch ein Hauch von Wehmut war bei dem einen oder anderen zu spüren.*

Der Kundenbeirat spendet



Bei einem Quizspiel, das konkrete Fragen zu der Amtszeit stellte, konnte der Kundenbeirat Geld für die Kinderrechtsorganisation „Save the Children“ erspielen. Der Beirat hatte sichtlich Spaß beim Spielen für den guten Zweck. Schließlich konnte Kathrin Schneider von „Save the Children“ einen Scheck über knapp 3.000 EUR entgegennehmen. Zusätzlich zu diesem Betrag spendeten die Kundenbeiräte einen Teil ihres Sitzungsgeldes, das sie für Tagungen erhalten. Die Spende wird Bildungsprojekten in Deutschland zugutekommen.

Beiratssprecher Thomas von Rekowsky lobte die große Wertschätzung, mit der die Mitarbeiter und Führungskräfte der Postbank dem Beirat begegnen: „Wir haben das gute Gefühl, dass wir als Vertreter aller Kunden der Postbank ernst genommen werden und dass die Impulse, die wir geben, in der Bank auch wirklich ankommen“, sagte er stellvertretend für alle Mitglieder des Kundenbeirats.



Thomas von Rekowsky, Sprecher des vierten Postbank Kundenbeirats

## Kundenorientierung und Verbraucherschutz



Wir wollen Wertpapiere für unsere Kunden zu einer neuen Anlagealternative machen. Damit helfen wir ihnen in der Niedrigzinsphase, Inflationsverluste zu vermeiden, ohne zu hohe Risiken einzugehen.«

Susanne Klöß-Braekler,  
Vorstand Produkte



Mehr Infos hier



### Faire Beratung

Die gegenwärtig niedrigen Zinsen haben die Nachfrage nach Immobilien und Wertpapierprodukten neu belebt. Bei beiden Produktgruppen spielt eine faire und sachkundige Beratung eine wichtige Rolle. Im Interesse ihrer Kunden achtet die Postbank auf eine qualitativ hochwertige Beratung – in der Filiale wie im mobilen Vertrieb. Ihre Berater erhalten regelmäßig Schulungen und Aus-/Weiterbildungen, um die Interessen und Bedürfnisse ihrer 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.

2016 hat die Postbank mehr als 200 Berater zu Wertpapierspezialisten 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.

Die Grundlage jeder Beratung im Wertpapiergeschäft sind die Erfahrungen und Kenntnisse der Anleger. Daneben ist die Renditeerwartung und die Risikoneigung der Anleger wesentliches Merkmal der Be-

ratung. Im Rahmen der Produktempfehlung wird stets Wert auf eine diversifizierte Anlage gelegt. Vertriebsvorgaben steuern wir so, dass die berechtigten Interessen unserer Kunden stets gewahrt bleiben. Wir überwachen die Abläufe im Wertpapiergeschäft. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Qualität der Beratung.

### Verantwortliche Kreditvergabe

Bei der Vergabe von Krediten schützt die Postbank ihre Kunden vor Überschuldung. Zu jedem Kreditantrag ist die Analyse der persönlichen Situation des Kunden 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.

Im Ratenkredit-Test von FOCUS MONEY (Print Ausgabe 25/16) in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Finanz-Service Institut (DFS) wurde die Postbank Gesamtsieger. Die Tester verglichen neben Kunden- und Produktmerkmalen die Kosten bundesweit angebotener Ratenkredite von 26 Banken. Untersucht und bewertet wurden Zinssätze, Gebühren und sonstigen Kosten im Zusammenhang mit dem Kredit.

Mehr Infos hier





Cash Recycler zählen Scheine und Münzen automatisch. Die Mitarbeiter am Schalter müssen nur noch das Geld in das vorgesehene Fach einlegen. Das Wechselgeld gibt der Recycler passend heraus. Auch der Abtransport und die Bestellung von Scheinen und Münzen werden weitgehend automatisch gesteuert.

Mehr Infos hier



## Bargeldversorgung und Cash Recycling

2016 hat die Postbank ihr Projekt zur Verbesserung der Bargeldlogistik weiter vorangetrieben. Seit 2014 bauen wir in unseren Filialen ein automatisches Kassensystem auf, das den 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. Bis Ende 2017 sollen insgesamt 1.900 Kassensysteme in 750 Filialen installiert sein. Davon waren Ende 2016 bereits knapp 1.400 aufgebaut, gut 1.000 allein im Jahr 2016.

Cash Recycling hat sich auch bei Geldautomaten bewährt, die von den Kunden selbst bedient werden. Geldautomaten mit Einzahlungsfunktion verringern die Notwendigkeit von Bargeldtransporten, weil der Automat eingezahltes Geld wieder ausgibt. Ende 2016 verfügte das Postbank Netz über 410 Geldautomaten mit Einzahlungsfunktion, davon 148 Geräte mit Münzeinzahlungsfunktion. Alle neuen Vertriebscenter werden künftig mit recyclingfähigen Geldautomaten ausgestattet.

Die Postbank hat sich mit anderen deutschen Geschäftsbanken zur Cash Group zusammengeschlossen. Dadurch genießen die Kunden von Postbank, Commerzbank, Deutsche Bank, HypoVereinsbank und ihrer 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, Kunden und Interessenten umfassend und verlässlich zu informieren. Die Werbemittel werden so ausgewählt und gestaltet, dass sie dem Konsumenten bei der Entscheidungsfindung eine zuverlässige Hilfestellung geben. In unseren Kundenmedien sprechen wir auch Fragen des Verbraucherschutzes aktiv an.

Ausgezeichnet mit dem Postbank Award für Innovation: Das Projektteam hat den Bargeldkreislauf in den Filialen modernisiert.

Marken-, Produkt- und Kundenkommunikation

G4-DMA



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



Ohne Papier und Porto: digitale Grußkarte

## Verständliche Kundenschriften

Die Einführung der neuen Postbank Kontowelt stellte 2016 besondere Anforderungen an die Kundenkommunikation. Die zahlreichen und komplexen Neuerungen wollten wir unseren Kunden möglichst verständlich und kundenorientiert mitteilen. Das ist uns – gemessen an der überschaubaren Zahl der Rückfragen – gelungen. Daneben stand die Beantwortung von Kundenbeschwerden im Fokus. Bereits Ende 2014 hatte die Bank hierfür ein Projekt gestartet, in dessen Rahmen Qualitätskriterien definiert und die Bearbeiter sensibilisiert und geschult wurden. Im Jahr 2016 wurden alle Abteilungen, die Beschwerden bearbeiten, in das Projekt einbezogen. Interne Messungen bestätigen den Erfolg und tragen zur nachhaltigen Qualitätssicherung bei. Briefe und E-Mails an unsere Kunden sollen einfach, verständlich und gut zu lesen sein. Seit 2011 arbeitet ein Team von Experten daran, Schriftstücke der Bank möglichst kundenfreundlich zu gestalten. Bis Ende 2016 sind mehr als 1.600 Briefe und E-Mail-Bausteine überarbeitet worden. Das entspricht mehr als 170 Millionen schriftlichen Kunden-Kontakten. Mit einer speziellen Software können Mitarbeiter, die regelmäßig an Kunden schreiben, die Verständlichkeit von Texten messen und optimieren. Für alle Mitarbeiter gibt es Seminare zur verständlichen Kommunikation und eine individuelle Beratung bei konkreten Textproblemen durch Experten.

## „themenwelten“

2016 hat die Postbank ihren Online-Auftritt um den Bereich „themenwelten“ erweitert. Kunden finden dort Informationen rund um die Finanzwelt, die durch ein nutzerfreundliches Design übersichtlich und verständlich dargestellt sind. Der Bereich „themenwelten“ löst die bisherige „Infothek“ auf der Internetseite der Postbank ab. Er gliedert sich in die Rubriken:

- Bauen und Wohnen
- Geld und Finanzen
- Beruf und Vorsorge
- Rente und Nachlass
- Innovationen

Mit dem Format „themenwelten“ erleichtert es die Postbank Interessenten und Kunden, Expertenwissen zu zusammenhängenden Finanzthemen in verständlicher Form zu finden. Videos, Checklisten, Rechnungstools und Grafiken erhöhen die Nutzbarkeit. Dabei spielt es keine Rolle, ob das Angebot mit dem Computer, Tablet oder Smartphone genutzt wird. Das Angebot wird ständig weiter ausgebaut.



Im Magazin „Wohnen“ gibt die BHW Bausparkasse Tipps und Informationen rund um das Leben in den eigenen vier Wänden

Mehr Infos hier





Dieter Reehe aus der Zentrale der Postbank in Bonn: „Der Kontakt zu den Kollegen in den Finanzcentern ist mir wichtig. Ich bekomme mit, was die Filialmitarbeiter beschäftigt und kann die Themen mit in die Zentrale nach Bonn nehmen.“

## Weihnachtshelfer in den Filialen

In den Wochen vor und nach Weihnachten herrscht in den Filialen der Postbank Hochbetrieb. Um die Wartezeiten für unsere Kunden trotz allem so gering wie möglich zu halten, helfen Mitarbeiter und Führungskräfte aus der Zentrale und den Standorten ihren Kollegen als Aushilfen im Weihnachtsverkehr. 2016 haben 1.649 Weihnachtshelfer ihre Kollegen im Filialvertrieb unterstützt. Sie waren in 495 Finanzcentern in ganz Deutschland im Einsatz und haben dabei 8.555 Arbeitsstunden geleistet. Sie haben Pakete und Päckchen im Backoffice bearbeitet, Kundenfragen beantwortet, mobile Kassenmodule bedient oder an anderer Stelle angepackt, wo es gerade nötig war. Der Anteil der Führungskräfte, die geholfen haben, war 2016 um 20 % höher als im Vorjahr.

## Doppelt ausgezeichnet: die Immobilienmakler der Postbank

Die Immobilienmakler der Postbank sind gleich doppelt ausgezeichnet worden. Sowohl die Zeitschrift DIE WELT als auch das Wirtschaftsmagazin Capital vergaben Bestnoten. Das unterstreicht die ausgezeichnete Stellung der Postbank Immobilienmakler am Markt. Die Bedingungen für die Immobilienmakler im Markt ändern sich rasant: Mietprelsbremse, Bestellerprinzip, digitaler Wettbewerb. Da stellt sich die Frage, welche Immobilienmakler damit am besten klar kommen. Wer bietet seinen Kunden einen hervorragenden Service?

### Service-Champions 2016

Postbank Immobilien ist der „Service-Champion 2016“ unter den Immobilienmaklern. In einer breit angelegten Kundenbefragung von ServiceValue GmbH zusammen mit der Tageszeitung DIE WELT und der Goethe-Universität Frankfurt wurden die Sieger ermittelt. Ziel der jährlichen Umfrage ist es, den erlebten Kundenservice eines Unternehmens festzustellen. Die Postbank konnte sich in der Branche „Immobilienmakler“ auf dem ersten Platz von zwölf getesteten Anbietern platzieren.



### Capital Makler-Kompass

Bereits zum dritten Mal in Folge testete Capital in Zusammenarbeit mit dem „iib Dr. Hettenbach Institut“ und dem Analysehaus „Feri Euroring Service“ die Qualität von mehr als 970 Maklern in 50 Städten. Dabei bewerteten die Experten in einem zweistufigen Verfahren die Leistungen der Makler und vergaben Noten und Sterne. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: die Postbank Immobilienmakler zählen zu den mehrfach prämierten Top-Maklern in Deutschland.

Die Höchstnote mit fünf Sternen wurde an 26 Regionen mit 43 Maklern vergeben. Über vier Sterne mit der Note „sehr gut“ dürfen sich die Regionen Bielefeld, Dortmund und Erfurt mit drei Maklern freuen.

In 26 Regionen erhielten Postbank Makler die Höchstnote mit fünf Sternen

## 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 in 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 Informationsportal „Rente & Nachlass“ der „themenwelten“ informieren wir zu Fragen, die vor allem Menschen ab 50 beschäftigen. Das Portal ist 2013 unter Mitwirkung des Kundenbeirats der Bank gestartet und seitdem mehrfach weiterentwickelt worden. Sein Ziel ist es, Orientierungshilfe zu leisten: mit wichtigen 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. Hinzu kommen Informationsangebote zur Sicherheit bei Bankgeschäften und zur Betrugsverhinderung. Die Resonanz und das Kundenfeedback zeigen, dass der Informationsbedarf groß ist.

[Mehr Infos hier](#)



### Ruhestandsplaner

Mit dem „Ruhestandsplaner“ des Instituts für Vorsorge und Finanzplanung (IVFP) bietet die Postbank auf ihren Internetseiten ein Analyse-Tool für künftige Ruheständler. Das Online-Programm ermöglicht eine selbstständig durchzuführende, neutrale und unabhängige Berechnung der zu erwartenden finanziellen Mittel im Ruhestand und berücksichtigt dabei die konkrete Lebenssituation des Interessenten. Auch eine Prognose zur künftigen Inflation geht in die Berechnung ein. Neben dem heutigen Einkommen erfasst der Rechner die bereits bestehende Versorgung im Ruhestand und ermittelt direkt die schon vorhandene Nettoversorgung – Steuern und Sozialversicherungsbeiträge im Alter werden berücksichtigt. Kommt es zu einer Versorgungslücke, stellt der Ruhestandsplaner sie dar. Auf Basis von Wünschen und Zielen gibt er anschließend Empfehlungen ab, welche Vorsorgeprodukte besonders sinnvoll sind. Trotz der hohen Komplexität der Daten, die verarbeitet werden, ist der Ruhestandsplaner sehr bedienerfreundlich.

Informationen für ältere Menschen:  
das Online-Portal „Rente & Nachlass“

[Mehr Infos hier](#)



## Erben und Vererben

Erbenhotline: 0800 1008 904

Mehr Infos hier



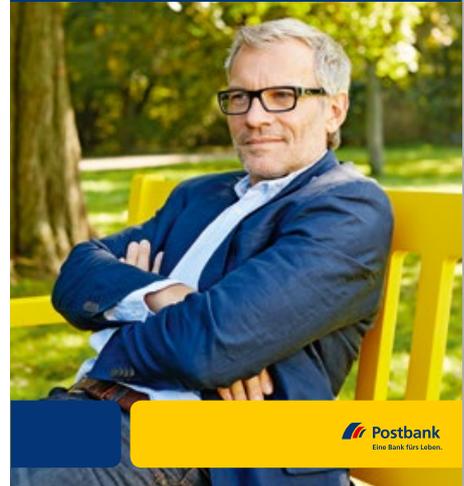
Um dem wachsenden Informationsbedarf zum Thema „Erben und Vererben“ gerecht zu werden, hat die Postbank 2007 eine „Erbenhotline“ (0800 1008 904) eingerichtet. Speziell geschulte Mitarbeiter in den Callcentern der Postbank stehen den Kunden zu diesem Thema telefonisch fast rund um die Uhr zur Verfügung und geben hilfreiche Informationen, etwa zur Erbabwicklung und zu Rechtsfragen, die Erbschaften betreffen. 2016 haben wir unseren „Ratgeber Vollmachten“ überarbeitet und den „Wegweiser für Hinterbliebene“ neu aufgelegt.

## Betrugsprävention

2016 haben wir die Broschüre „Wichtige Informationen zur Betrugsprävention“ neu herausgebracht. Noch immer werden ältere Menschen 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.

### Ratgeber Vollmachten

Finanzielles und Persönliches sicher regeln



### Wichtige Informationen zur Einbruchsprävention

Worauf Sie achten sollten

### Wegweiser für Hinterbliebene

Alles Wichtige zur Nachlassabwicklung



**Produkte** | Mit ihrem Produktangebot unterstützt die Postbank ihre 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

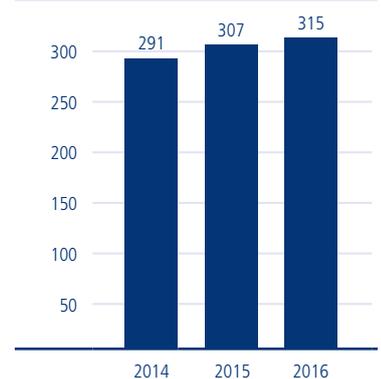
- Postbank Giro direkt**  
 Studenten, Auszubildende und andere junge Menschen in Ausbildung sind vom Kontoführungsentgelt befreit (freiwilliger Wehrdienst, freiwilliges soziales Jahr, Bundesfreiwilligendienst).
- Postbank Visa Card Prepaid**  
 Verfügungen mit der Visa Card Prepaid sind ausschließlich im Rahmen eines Guthabens möglich. Sie 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 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, spenden wir einen Cent an Save the Children. Im Jahr 2016 kam dadurch eine Spendensumme von über 38.000 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.



Visa Card Prepaid (in Tausend Stück)



UNICEF-Weihnachtskarten-Sets (in Tausend Verkaufsverpackungen)



### Produkte

G4-DMA



### Soziale Produkte und Dienstleistungen

G4-FS7



Für Mitarbeiter:  
die VISA Card „Save the Children“

- **UNICEF-Weihnachtskarten**

In der Vorweihnachtszeit verkaufen Postbank und Deutsche Post in ihren Filialen ehrenamtlich UNICEF-Grußkarten mit weihnachtlichen Motiven. 2016 sind dadurch knapp 337.000 EUR zugunsten des Kinderhilfswerks der Vereinten Nationen umgesetzt worden. Daraus resultierte ein Spendenanteil von 283.000 EUR.

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 Finanzcentern und in den mehreren tausend Filialen der Deutschen Post entgeltfrei.



Lernbücher zugunsten von „Save the Children“

- **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. Rund 81.000 EUR sind auf diesem Weg im Jahr 2016 zugunsten von Save the Children gesammelt worden, etwa so viel wie im Vorjahr.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.

[Mehr Infos hier](#)



## Ökologische Produkte und Dienstleistungen

- **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.

Mit Hilfe staatlicher Förderung können Bauherren steigenden Energiekosten vorbeugen und zugleich ihren Beitrag dazu leisten, dass Deutschland seine Klimaschutzziele erreicht. Begünstigt wird die energetische Gebäudesanierung auch durch ein historisch niedriges Zinsniveau. Dem Sanierungsbedarf entspricht die Postbank mit Finanzierungsangeboten und der Vermittlung öffentlicher Förderung. Für besonders stark nachgefragte Förderprogramme können Kunden online eine verbindliche Sofortbestätigung der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau) erhalten.

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.

- **Baufinanzierung und Bausparen mit BHW**

Die BHW Bausparkasse AG zählt mit rund 2,5 Mio. Kunden und 3,2 Mio. Bausparverträgen zu den größten privaten Bausparkassen in Deutschland. Sie bietet Bausparen und Baufinanzierungen primär in Deutschland an. Die BHW Bausparkasse AG ist eine 100 %ige Tochter der Deutschen Postbank AG.

Im Jahr 2016 sind via BHW Bausparkasse insgesamt 2.051 (2015: 2.167) Verträge unter Einbeziehung energieeffizienter KfW Programme abgeschlossen worden. Das entspricht einem Umfang von ca. 145 Mio. EUR (2015: 112 Mio. EUR). Hinzu kommt eine nicht messbare Anzahl von Baumaßnahmen ohne öffentliche Förderung. Aufgrund der höheren durchschnittlichen Darlehensbeträge ist das Gesamtvolumen trotz geringerer Stückzahl gestiegen.

[Mehr Infos hier](#)





- **KfW-Darlehen der Postbank Gruppe**  
Nach mehreren rückläufigen Jahren ist das Volumen zinsverbilligter Darlehen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) im Jahr 2016 erstmals wieder angestiegen – bei nach wie vor rückläufiger Anzahl der abgeschlossenen Verträge: Die Postbank Gruppe vermittelte 2016 insgesamt 16.144 KfW-Darlehen mit einem Gesamtvolumen von 919 Mio. EUR (2015: 18.511 Darlehen mit 905 Mio. EUR).

KfW-Darlehen 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.

#### - 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 2016 10.998 zinsgünstige Darlehen in Höhe von 518 Mio. EUR an ihre Kunden (2015: 11.805 Darlehen mit einem Volumen von 561 Mio. EUR).

#### - Energieeffizient sanieren

Darlehen für die energetische Sanierung und den Ersterwerb sanierter Gebäude oder Eigentumswohnungen wurden insgesamt 1.368 Mal vermittelt, mit einem Volumen von 81 Mio. EUR (2015: 1.605 Finanzierungen mit einem Volumen von 84 Mio. EUR).

#### - Energieeffizient bauen

Finanzierungen zum Erwerb bzw. Bau von Energiesparhäusern haben kräftig zugelegt, sowohl beim Gesamtvolumen als auch beim Finanzierungsvolumen der Einzelverträge. Daraus ergibt sich ein gesteigertes Finanzierungsvolumen bei gleichzeitig rückläufiger Zahl der abgeschlossenen Verträge: Finanzierungen aus diesem Programm wurden konzernweit 3.534 Mal abgeschlossen, mit einem Gesamtvolumen von 311 Mio. EUR (2015: 4.840 Verträge mit einem Volumen von 253 Mio. EUR).

#### - Altersgerecht umbauen

Das Finanzierungsvolumen zum altersgerechten Umbauen mit Förderung der KfW ist 2016 ebenfalls kräftig gestiegen, bei gleichzeitig rückläufiger Anzahl der Verträge: 244 Darlehen mit einem Volumen von 8,5 Mio. EUR sind aus diesem Programm vergeben worden (2015: 261 Darlehen mit einem Volumen von 7,6 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.

Mehr Infos hier



Ökologische Produkte und Dienstleistungen

G4-EN27 G4-F58



## Postbank und DSL Bank als beste Baufinanzierer ausgezeichnet

*Postbank und DSL Bank boten 2016 bundesweit die besten Baufinanzierungen an. Gleich dreimal zeichnete die FMH Finanzberatung die beiden mit den begehrten Preisen aus. Die feierliche Preisverleihung fand am 26. Januar in Frankfurt statt.*

Bereits zum neunten Mal wurden von der Finanzberatung Max Herbst (FMH) in Zusammenarbeit mit dem Nachrichtensender n-tv die FMH-Awards verliehen. Die Postbank und die DSL Bank erhielten den FMH-Award 2017 für den ersten Platz als bester Baufinanzierer bundesweit bei einer Zinsbindung von 15 Jahren. Aber auch bei den Zinsbindungen von 10 und 20 Jahren gehören Postbank/DSL Bank zu den Top drei in Deutschland.

### Award-Verleihung

Die Preisverleihung am 26. Januar 2017 fand in Frankfurt im Rahmen einer Gala-Veranstaltung statt. Christian Heikamp, Bereichsleiter Produktmanagement Baufinanzierungen, nahm die begehrten Auszeichnungen entgegen. „Für potenzielle Kunden ist die Vergabe eines FMH-Award ein deutliches Signal, dass der Anbieter ein verlässlicher Partner mit attraktiven Zinsen ist. Dass wir diese Auszeichnung nun zum fünften Mal in Folge erhalten haben, zeigt, dass wir unseren Partnern und Kunden kontinuierlich günstige Konditionen bieten und dass gerade diese Kontinuität und Verlässlichkeit uns hier besonders wichtig sind“, resümiert Heikamp.

Die FMH Finanzberatung ermittelt wöchentlich die Zinsen von 67 Anbietern. In verschiedenen Modellrechnungen werden unter anderem Parameter wie Darlehenskonditionen und die Länge der Zinsbindungsfristen verglichen. Zusätzlich wird zwischen regionalen und bundesweiten Angeboten unterschieden.



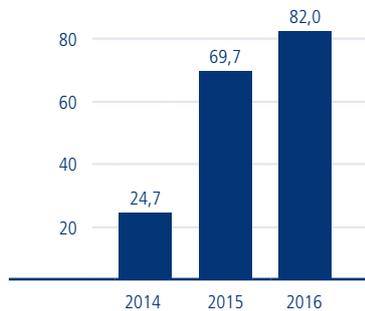
Von links: Moderatorin Beate Hoffbauer (n-tv), Christian Heikamp (Postbank) und Max Herbst (FMH).  
Foto: Postbank/Fritz Philipp

**Girokonten mit Online-Banking**

(in Mio. Stück)

**SparCard Rendite plus direkt**

(in Tausend Stück)

**Girokonten mit Telefon-Banking**

(in Mio. Stück)

**Kreditkarten im Online-Service**

(in Tausend Stück)



Der Postbank Finanzassistent wurde im Online-Banken-Test 2016 des Computer-Magazins CHIP (Printausgabe 10/2016) als „Beste Banking App 2016“ ausgezeichnet. Die Redaktion verglich dabei 16 Banking-Apps verschiedener Kreditinstitute. Sie bewertete u. a. die Kriterien „Sicherheitsverfahren“, „Multibankenfähigkeit“, „QR-Code-Leser“.

Ökologische Produkte und Dienstleistungen

G4-EN27 G4-F58



- 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. 2016 haben wir im Rahmen der neuen Kontowelt das Online-Konto „Giro direkt“ eingeführt. Es ist mit einem papierlosen Eröffnungs- und Legitimationsprozess ausgestattet und bietet starke finanzielle Anreize, Kundentransaktionen papierlos durchzuführen. Weitere Beispiele sind die 2014 eingeführte SparCard Rendite plus direkt, 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.

Mit Einführung der neuen Kontowelt haben wir die Preise für Girokonten an das anhaltend schwierige Marktumfeld angepasst. Das hat insgesamt zu leicht rückläufigen Beständen bei Girokonten geführt, wovon auch die Online- und Telefonkonten betroffen waren. Die Auswirkungen des neuen Preismodells waren dennoch geringer als erwartet. Der Grund liegt darin, dass es 2016 branchenweit Preisanpassungen gab, wodurch kostenlose Girokonten weitgehend vom Markt verschwunden sind.

- Ökologische Dienstleistungen in den Postbank Finanzcentern**

- Umweltfreundliche Schreibwaren**

Die Postbank ist einer der größten Anbieter für Papierwaren 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 2015 sind in den Filialen 6,9 Millionen Verkaufsverpackungen an umweltfreundlichen Schreibwaren

nach den Standards PEFC, FSC und EU Ecolabel verkauft worden – mehr als doppelt so viel wie im Vorjahr. Auch der Absatz an „Blauer Engel“-Produkten ist mit knapp 960.000 Verkaufsverpackungen gegenüber dem Vorjahr leicht angestiegen.

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“. Auch die Kundenkopierer in den Filialen sind mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichnet. 2004 hat die Postbank begonnen, ihr Produktangebot an Papier- und Bürowaren in den Postbank Finanzcentern auf umweltschonend erzeugte Schreibwaren umzustellen. Dieser Prozess ist inzwischen weitgehend abgeschlossen.

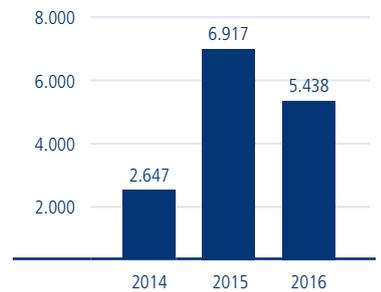
#### - Kopiergeräte mit dem „Blauen Engel“

2016 hat der Filialvertrieb der Postbank sich am Aktionstag „Blauer Engel“ des Bundesumweltministeriums beteiligt. Die Kunden konnten an einem Umweltquiz teilnehmen, bei dem es umweltfreundliche Scan- und Kopiergeräte für den Privatgebrauch zu gewinnen gab. Fast 19.000 Kunden haben mitgemacht. Die Kundenkopierer in den Postbank Finanzcentern 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.

#### - Klimaneutrale Dienstleistungen von Deutsche Post DHL

Bereits im Juli 2015 hat Deutsche Post DHL das Pluspäckchen GoGreen aus dem regulären Sortiment genommen und auf Sondereditionen, z. B. zu Weihnachten, beschränkt. Das hat dazu geführt, dass der Absatz dieser Produkte 2016 auf knapp 6.000 Verkaufspackungen zurückgegangen ist. 2015 waren es noch rund 200.000 Verkaufspackungen. Eine ähnliche Entwicklung ist bei den klimaneutralen Plusbriefen GoGreen zu verzeichnen. Hier fiel der Absatz von knapp 400.000 Verkaufspackungen im Jahr 2015 auf gut 85.000 Verkaufspackungen. Beim Pluspäckchen GoGreen und dem Plusbrief GoGreen neutralisiert Deutsche Post DHL die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus dem Versand, indem das Unternehmen in international anerkannte Klimaschutzprojekte investiert. Auch die Materialien sind umweltfreundlich: Das Pluspäckchen GoGreen besteht aus Recyclingkarton, der Plusbrief GoGreen aus FSC-zertifiziertem Papier.

#### Umweltfreundliche Schreibwaren PEFC/FSC (in Tausend Verkaufsverpackungen)



#### „Blauer Engel“-Produkte (in Tausend Verkaufsverpackungen)



Kundenkopierer mit dem „Blauen Engel“

Ökologische Produkte und Dienstleistungen

G4-EN27 G4-F58



**Unternehmen** | *Die Postbank richtet ihr Engagement an ihren Kunden, ihren Mitarbeitern, ihren Eigentümern und der Gesellschaft aus. Sie hat ein robustes und leistungsfähiges Geschäftsmodell, das auch unter schwierigen Marktbedingungen Wert schafft. 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

Trotz des historisch niedrigen Zinsniveaus, eines stetig wachsenden Maßes an Regulierung und des starken Wettbewerbs ist es der Postbank gelungen, sich mit einem bereinigten Ergebnis vor Steuern in Höhe von 468 Mio. EUR nach 523 Mio. EUR im Jahr 2015 zu behaupten. Dem Umfeld und der aus ihm resultierenden Ergebnisbelastung begegnete die Bank 2016 mit zahlreichen Effizienzmaßnahmen erfolgreich, wobei sie unter Effizienz stets die Balance von Kosten und Erträgen versteht. Die Einführung des neuen Girokonto-Modells zum 1. November zeigte eine erste stabilisierende Wirkung, die sich 2017 vollständig bemerkbar machen wird.

## Zuwächse im Kundengeschäft

Sehr erfreulich entwickelte sich auch das Kreditneugeschäft mit Privat-, Geschäfts- und Firmenkunden. Es erreichte ein Volumen von 19,4 Mrd. EUR und übertraf damit den Vorjahreswert um 13,6 %. Ermöglicht wurde dieses neue Rekordniveau vor allem durch starke Zuwächse im Neugeschäft mit Ratenkrediten, Firmenkundenkrediten sowie der gewerblichen Immobilienfinanzierung. Nicht zuletzt aufgrund des Wachstums auf der Aktivseite ist die Postbank ihrem strategischen Ziel einer ausgeglichenen Kundenbilanz auch 2016 wieder ein gutes Stück näher gekommen und konnte den Einlagenüberhang um 3,5 Mrd. EUR im Vergleich zum Vorjahr reduzieren.



Trotz des starken Wachstums im Kreditgeschäft konnten wir unsere Kapitalisierung weiter verbessern. Die harte Kernkapitalquote ist deutlich gestiegen. Zugleich konnten wir die Leverage Ratio stabilisieren. Damit unterstreichen wir die Nachhaltigkeit unseres Geschäftsmodells auch in schwierigen Zeiten. «

Marc Heß, Vorstand Finanzen



## Digital und persönlich

Grundlage für die positive Entwicklung ist die Strategie „digital & persönlich“. Bei der Digitalisierung hat die Postbank im Jahr 2016 eine gute Entwicklung genommen. Zum einen hat sie aus ihrer Konzernstrategie „Postbank Agenda“ im Berichtsjahr einen klaren Plan für den digitalen Transformationsprozess abgeleitet und mit der Umsetzung begonnen. Zum anderen hat sie durch gezielte Investitionen in die Entwicklung eines ganzheitlichen digitalen Prozessmodells bereits planmäßige Fortschritte gemacht, z. B. bei den voll digitalisierten Eröffnungs- bzw. Abschlussprozessen eines Girokontos bzw. Ratenkredits oder auch bei ihrem Bauspar- und Baufinanzierungsportal „Meine Immobilie“. Letzteres führte zu einer Steigerung des online abgeschlossenen Finanzierungsvolumens auf rund 300 Mio. EUR nach 120 Mio. EUR im Jahr 2015.

Bei aller Fokussierung auf die Transformation der Bank in Richtung Digitalisierung bleibt der persönliche Service für die Kunden entscheidend.

Bundesweit bietet die Postbank ihren Service weiterhin in mehr als 5.500 Finanzcentern und Agenturen an. Auch dieses Netzwerk modernisiert sie nachhaltig und macht es effizient. Sie investiert in mittlerweile 15 Vertriebscenter an großen Standorten, in denen sie alle Kundengruppen inklusive ihrer Mittelstandskunden betreut. Bis zum Jahresende 2017 wird sie diese Zahl auf 30 Center steigern.

Neben den Vertriebscentern hat die Postbank bereits im Sommer 2016 Kompaktfilialen pilotiert, die sie in den kommenden Jahren vor allem in Regionen mit vergleichsweise niedriger Kundenfrequenz einsetzen wird. Darüber hinaus hat sie auch 2016 weiter in kundenfreundliche automatisierte Selbstbedienungsinfrastruktur in ihren Filialen investiert und insgesamt rund 3.200 Automaten installiert.



Wir sind bodenständig, langfristig und nachhaltig orientiert. Das schätzen unsere mittelständischen Kunden. Jeder zehnte Mittelständler in Deutschland ist bereits Kunde der Postbank. Unseren Service bauen wir 2017 weiter aus: Wir eröffnen neue Firmenkundenstandorte und digitalisieren die Kreditprozesse. «

Dr. Ralph Müller, Vorstand Firmen und Märkte

[Mehr Infos hier](#)



## Unternehmensführung

Mehr Infos hier



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.

Sämtliche Mitarbeiter 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.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Leitlinien“ im Anhang.

### Leitbild, Werte und Prinzipien

Mehr Infos hier



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 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.

### Führungsgrundsätze

Die Führungsgrundsätze machen deutlich, welches Führungsverhalten in der Postbank 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 selbst 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. 2016 wurden insgesamt rund 700 Fortbildungstage für Impulstrainings, ca. 90 Fortbildungstage für Coachings und rund 1.000 Fortbildungstage für Teamentwicklungsmaßnahmen aufgewendet.

*Leitbild, Werte und Prinzipien*

G4-56



*Führungsgrundsätze*

G4-56



## Postbank Dialog

Der Vorstandsvorsitzende, die Vorstände und die Geschäftsfeldverantwortlichen 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 2016 haben mehr als 20 Dialogveranstaltungen in folgenden Städten und Regionen stattgefunden: Nürnberg, Berlin, Leipzig, Karlsruhe, München, Bonn, Dortmund, Düsseldorf, Hannover, Hamburg, Freiburg, Stuttgart, Frankfurt, Köln, Bremen, Hameln, Darmstadt, Ulm, Wiesbaden, Saarbrücken und Regensburg.

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 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 2016 wurde der Award zum vierten Mal vergeben. Über 150 Vorschläge wurden eingereicht. 15 Sieger-Teams wurden für ihre Leistungen, Initiativen und Projekte ausgezeichnet.



Die Preisträger des Postbank Award 2016 bei der Preisverleihung in Berlin.





Ausgezeichnet für nachhaltigen Vertriebs-  
erfolg 2016:  
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 und die 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

G4-26



## 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, Produkte und Dienstleistungen zu verbessern sowie Visionen zu entwickeln. 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 Auswirkungen. Im ersten Fall erhalten die Ideengeber bei Umsetzung des Vorschlages eine erfolgsabhängige Prämie. Ansonsten dürfen sich die Einreicher über Lose für eine konzerninterne Tombola freuen.

Über 1.900 Ideen reichten die Mitarbeiter im vergangenen Jahr ein. Daraus konnte die Postbank Einsparungen von knapp 4 Mio. EUR erzielen. Rund 7 % davon zahlte sie als Prämie an die Mitarbeiter aus, deren Ideen realisiert wurden.

### Eingereichte Vorschläge



### Berechenbare Gesamtersparnis durch Ideenmanagement (in Mio. Euro)



## 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 für den Konzern-Einkauf 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 den Supplier Code of Conduct 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 auftrag-

gebenden 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 zum Supplier Code of Conduct, zum Umweltfragebogen und zur Paper Policy, siehe Kapitel „Leitlinien“.



## Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage



Verantwortlicher Umgang mit Risiken heißt für uns, die erwartete Wertschöpfung sorgfältig gegen mögliche Gefahren abzuwägen. Dabei achten wir auf die Belange unterschiedlicher Interessengruppen. Kein Geschäft ist es wert, das Vertrauen unserer Kunden und unser Ansehen in der Öffentlichkeit aufs Spiel zu setzen. «

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. Das Eingehen von Risiken ist ein wesentlicher Teil des Bankgeschäfts. 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 Auslagerungsmanagement bis zur zentralen Aufsichtskommunikation, vom Business Continuity Management bis zur Informationssicherheit.

Allen gemeinsam ist das Ziel: eine balancierte, nachhaltige Steuerung unseres Risikokapitals zur Erwirtschaftung von wiederkehrenden Erträgen für alle Stakeholder – Aktionäre, Mitarbeiter, Kunden und Gesellschaft.

## 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. Geschäfte in direktem Zusammenhang mit bestimmten Waffenarten wie Personen-Landminen, Streubomben oder ABC-Waffen sind explizit ausgeschlossen.

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 Geldwäscheschutz

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 Mitarbeiter ihr Verhältnis zu ihren Kunden und 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. Die Compliance-Funktion der Bank entwickelt ein einheitliches Compliance-Verständnis und verbessert das bestehende interne Kontrollsystem fortlaufend. Sie unterstützt und berät die Geschäftsbereiche. Durch regelmäßige Risikoanalysen sowie Kontroll- und Überwachungstätigkeiten trägt sie 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.



## Verhinderung von Korruption

Die 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 Mitarbeiter 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 im Supplier Code of Conduct 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.

*Bekämpfung von Geldwäsche,  
Terrorismusfinanzierung und  
sonstigen strafbaren  
Handlungen*

G4-14



## Datenschutz und Datensicherheit

**Kundenanfragen**  
(auf volle Hundert gerundet)



**Auskunftsersuchen zu gespeicherten Daten**  
(auf volle Hundert gerundet)



Die Postbank schützt die Daten, die ihre 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 2016 erneut in unabhängigen Tests ausgezeichnet worden.

### Datenschutz

Die öffentliche Debatte über neue europaweit einheitliche, datenschutzrechtliche Regelungen hat dazu geführt, dass erneut eine hohe Zahl von Kundenanfragen und -beschwerden mit datenschutzrechtlichem Hintergrund an die Postbank gerichtet wurden. Wie im Vorjahr sind rund 600 Kundenanfragen zum Datenschutz eingegangen.

Die Zahl der Auskunftsersuchen 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 Kunden nicht nur direkt bei der Postbank erfragen, sondern auch über Serviceportale im Internet oder indem sie Drittfirmen beauftragen. 2016 hat die Postbank rund 900 dieser Auskünfte an Kunden versandt. Im Vorjahr waren es noch 1.700 gewesen.

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

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 Mitarbeiter. Datenschutz wird bei der internen Kommunikation der Postbank genauso großgeschrieben wie bei der externen.

2018 tritt die EU-Datenschutzgrundverordnung in Kraft. Sie ersetzt zu großen Teilen das derzeit gültige Bundesdatenschutzgesetz durch europaweit geltende Regelungen. Im Einklang mit der strategischen Ausrichtung der Postbank arbeiten wir bereits jetzt daran, die neuen Anforderungen umfassend und rechtzeitig umzusetzen.

[Mehr Infos hier](#)



## Sicher unterwegs

*Cyberattacken in Unternehmen steigen stetig. Banken sind für Hacker besonders interessant. Hier stoßen sie auf jede Menge sensibler Daten, die sie für kriminelle Machenschaften nutzen können. Die Postbank ist gegen solche Angriffe gewappnet.*

Nur wenige Jahre ist es her, dass Unbekannte illegal ins Netzwerk des Deutschen Bundestages eindringen und fast beliebig Daten abgreifen konnten. Noch immer ist unklar, wer die Angreifer waren. Ein Grund mehr, kritische IT-Infrastrukturen, zu denen auch Kreditinstitute gehören, im Sinne des im vergangenen Jahr verabschiedeten IT-Sicherheitsgesetzes (ITSiG) vor Angriffen abzusichern. „Die Cybersicherheit ist laut Bundesinnenministerium insbesondere durch die vermehrte Nutzung von Daten eine der zentralen Herausforderungen unserer Zeit“, sagt Britta Rothe, Rechtsanwältin bei der Postbank mit Schwerpunkt IT-Recht. „Denn Kriminalität verlagert sich immer mehr ins Netz.“ Kreditinstitute sind für Cyberattacken besonders interessant. Dies hängt vor allem mit den zunehmenden Internetaktivitäten im Zahlungsverkehr zwischen Kunde und Bank, etwa durch Online- oder Mobile-Banking, zusammen. Insbesondere die in Banken vorzufindende Kombination von personen- und transaktionsbezogenen Daten ist für Kriminelle interessant. Gleichzeitig wächst der Wunsch der Kunden, gerade im Online- oder Mobile-Banking möglichst weitreichende Sicherheit zu haben. Kreditinstitute wie die Postbank haben daher in eigenem Interesse umfangreiche Informations- und IT-Sicherheitskonzepte aufgebaut und bauen diese weiter aus. Zudem wurde der aufsichtsrechtliche Rahmen in den vergangenen Jahren verstärkt.

### Bestens gerüstet

In der Postbank greifen ausgeklügelte Sicherheitsprozesse ineinander, die durch den Ausbau der Funktion des „Chief Information Security Officer“ (CISO) noch wirkungsvoller zum Einsatz kommen, an vielen Stellen in enger Zusammenarbeit mit der IT-Tochter Postbank Systems. Aber auch die Mitarbeiter sind gefragt, um die Informationssicherheit in der Bank zu erhöhen. „So ist es ratsam, die Computer in der Mittagspause immer zu sperren“, sagt Guido Kaminski, Informationssicherheitsbeauftragter. Aber Informationssicherheit hat nicht nur etwas mit IT-Systemen zu tun. Mitarbeiter werden bei der Postbank gezielt unterwiesen, mit ihren Unterlagen sorgfältig umzugehen. Entsprechende Werkzeuge wie Schulungen oder Informationsveranstaltungen sollen helfen, die Postbanker für das Thema Informationssicherheit noch stärker zu sensibilisieren.





Geldautomat mit einem sogenannten „Froschmaul“ zur Betrugsbekämpfung

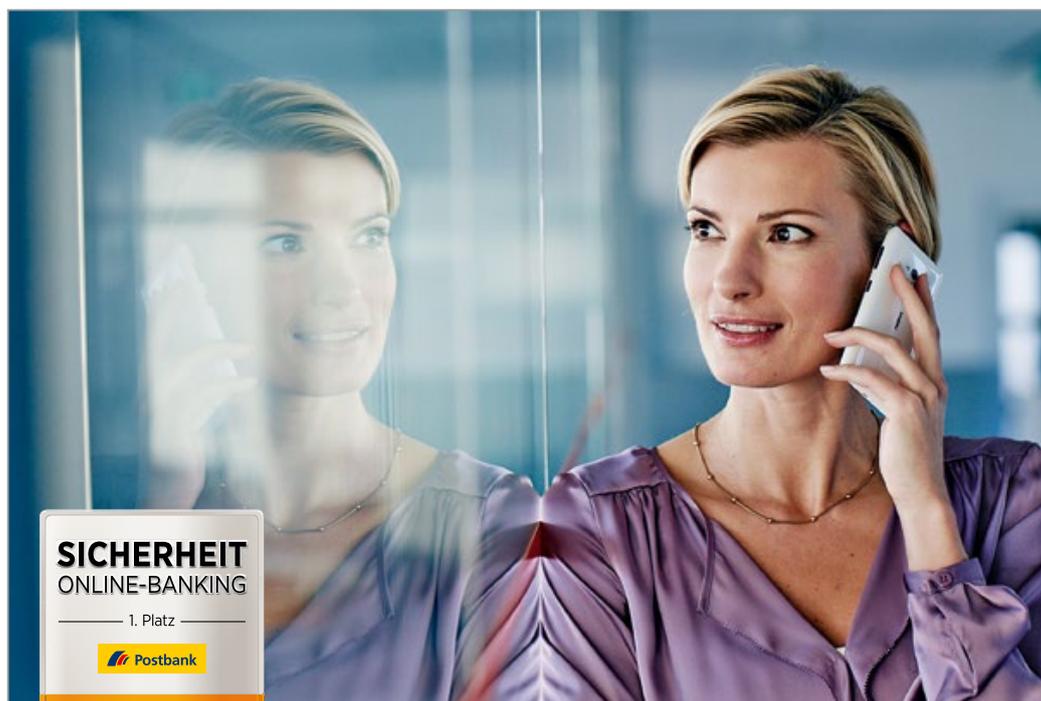
## Sicherheit im Online- und Telefon-Banking

2016 haben wir unsere systemisch unterstützte Betrugserkennung weiter ausgebaut. Dadurch konnten wir die Betrugsschäden im Online- und Telefon-Banking nochmals senken. Vor allem ist es uns gelungen, die Geschwindigkeit zu steigern, mit der unsere Abwehrsysteme sich an neue oder geänderte Angriffsmuster (Modi Operandi) anpassen.

Ein wichtiger Baustein im Kampf gegen Betrug liegt in der Aufklärung unserer Kunden. Über die Sicherheitshinweise im Online-Banking können sie sich einen schnellen Überblick verschaffen und selbstständig ihre Sicherheit verbessern.

Die Mitarbeiter für die Betrugserkennung und -vermeidung arbeiten weiter daran, Betrug im Vorfeld zu verhindern, noch bevor Kunden oder die Bank Schaden erleiden. Sie arbeiten an der Verbesserung ihrer Analyseinstrumente, damit Muster im Betrugsvorgehen der Täter schnell entdeckt werden können.

[Mehr Infos hier](#)



**SICHERHEIT**  
ONLINE-BANKING

— 1. Platz —



**Handelsblatt**

Gesamtergebnis  
Im Test: 8 Filialbanken  
handelsblatt.com · 02.01.2017  
Quelle: S.W.I Finance

Im Handelsblatt-Vergleich zur Sicherheit im Online-Banking hat die Postbank den ersten Platz belegt. Das Analysehaus S.W.I. untersuchte die Sicherheits- und Legitimationsverfahren und die Qualität der Kundenkommunikation von acht Filialbanken.

## Sicherheit bei Selbstbedienungsgeräten

Manipulationen an Geldautomaten haben 2016 branchenweit in Deutschland erstmals wieder leicht zugenommen. Allerdings auf einem insgesamt niedrigen Niveau: Gab es 2010 noch 1.765 Manipulationen an Geldautomaten in Deutschland, waren es 2016 nur 159. Besonders erfreulich: Dank der besseren Schutzverfahren von Banken und Handel ist die Schadenssumme weiter zurückgegangen.

2016 haben erneut mehrere Tätergruppen deutschlandweit versucht, Geldautomaten durch gezielte Sprengungen auszurauben. Die Zahl der Fälle hat sich insgesamt fast verdoppelt. 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 ist 2016 weiter zurückgegangen. Technische Sicherheitsvorkehrungen bei der Abwicklung von Kartenzahlungen und die regelmäßige Kontrolle der SB Geräte sowie eine zunehmende Sensibilisierung der Kunden haben dazu beigetragen, Betrügereien rund um das Kartengeschäft nachhaltig einzudämmen.

Die Postbank informiert ihre 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 Callcentern kompetente Ansprechpartner.

Mehr Infos hier



## Sicherste Online-Bank

*Die Postbank erreicht überdurchschnittlich gute Ergebnisse in den Kategorien „Sicherheit“ und „Kundenorientierung“. 41 Kreditinstitute waren im bundesweiten Test.*

Die Postbank ist die „Sicherste Online-Bank“, so das Ergebnis der diesjährigen Analyse des Wirtschaftsmagazins FOCUS-MONEY und von DEUTSCHLAND TEST. Bundesweit nahmen 41 Kreditinstitute an dem Jahrestest 2016 teil, der insgesamt 22 Prüfaspekte in den Kategorien „Sicherheit“ und „Kundenorientierung“ umfasste. Die Postbank sicherte sich in diesem Jahr bereits zum vierten Mal in Folge die höchste Punktzahl.

„Bei der Postbank hat Sicherheit im Online- und Mobile-Banking oberste Priorität. Ohne Wenn und Aber lautet die Maxime: safety first. Wir bieten unseren Online-Kunden höchste Sicherheitsstandards und modernste Sicherheitsverfahren. Auch

in Zukunft setzen wir alles daran, unsere Kunden nicht nur bestmöglich zu schützen, sondern sie auch umfassend und vorbeugend über mögliche Gefahren aufzuklären“, betont Philip Laucks, Chief Digital Officer der Postbank.

Der Test beinhaltete Fragestellungen zu Aspekten der Online-Sicherheit, beispielsweise Verfahren zur Freigabe von Transaktionen sowie Verschlüsselungstechniken. Die Experten bewerteten darüber hinaus unter dem Punkt „Kundenorientierung“ aber auch, wie die Kreditinstitute über Sicherheit im Online-Banking informieren und für ihre Kunden – auch im Notfall – erreichbar sind.



Zum vierten Mal in Folge:  
sicherste Online-Bank

# 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 individuelle Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben und unterstützt ihre Mitarbeiter, fit und gesund zu bleiben. Sie fördert die vielfältige Zusammensetzung ihrer Belegschaft. Die Postbank ist überzeugt: Gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind das wertvollste Kapital eines modernen Dienstleistungsunternehmens.

## Personalmanagement

### Daten und Fakten

Zum Jahresende 2016 waren im Postbank Konzern insgesamt 21.719 Mitarbeiter beschäftigt. Das entspricht 18.112 Vollzeitkräften (FTE). Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr (2015 waren es 17.875 Mitarbeiter oder 14.758 FTE) erklärt sich aus der Wiedereingliederung ehemaliger Tochterunternehmen zum 01.01.2016. Diese waren vorübergehend mehrheitlich in eine Gesellschaft des Deutsche Bank Konzerns überführt. Gemessen in FTE waren 58,8 % der Belegschaft Tarif-Beschäftigte, 24,8 % Beamte und 16,4 % außertariflich Beschäftigte.

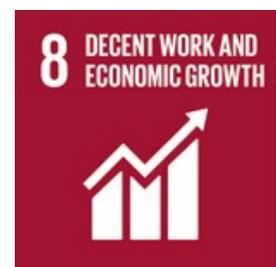
Mehr als 99 % der Mitarbeiter sind im Inland beschäftigt. Knapp 1 % der Beschäftigten verteilt sich auf Standorte in Luxemburg und Italien.

Knapp 93 % der Mitarbeiter sind in einem unbefristeten Arbeitsverhältnis angestellt. Im Vorjahr waren es gut 91 %. Die hohe Verbundenheit der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen zeigt sich in einer langen Betriebszugehörigkeit von durchschnittlich 21 Jahren. Auch die Fluktuationsquote ist gering. Sie ist mit 7,0 % (Vollzeitkräfte) gegenüber dem Vorjahr gleich geblieben. 2016 sind 1.001 Mitarbeiter neu eingestellt worden, 1.332 Beschäftigte haben das Unternehmen verlassen. Hauptursachen für

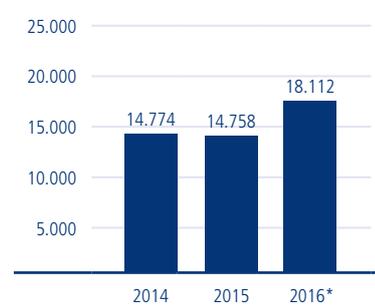
das Ausscheiden aus dem Unternehmen waren Vorruhestandsvereinbarungen, der Beginn des gesetzlichen Ruhestands sowie die zum Jahresende ausgelaufenen Befristungen von Beschäftigungsverhältnissen.

Die Postbank bietet ihren Beschäftigten flexible Arbeitszeitmodelle an, um ihr berufliches und persönliches Leben aufeinander abzustimmen. Rund 24 % der Mitarbeiter nutzen Teilzeitangebote, die meisten davon (92 %) sind Frauen. Für alle Beschäftigten gibt es Gleitzeitregelungen, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ebenfalls erleichtern.

2015 hat die Postbank das „mobile Arbeiten“ eingeführt und 2016 ausgeweitet. In mehreren Unternehmen des Konzerns können Mitarbeiter bis zu 20 % ihrer regulären Arbeitszeit mobil erbringen, z. B. von zu Hause aus. Das Konzept war bei den Mitarbeitern und ihren Vorgesetzten derart erfolgreich, dass die Bank es 2017 auf den gesamten Konzern ausdehnen will.

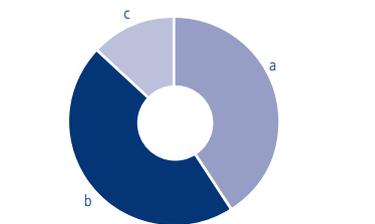


**Mitarbeiter** (auf Vollzeit umgerechnet)



\*Anstieg infolge Wiedereingliederung von Tochtergesellschaften

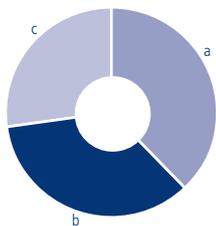
**Neueinstellungen**



Daten und Fakten

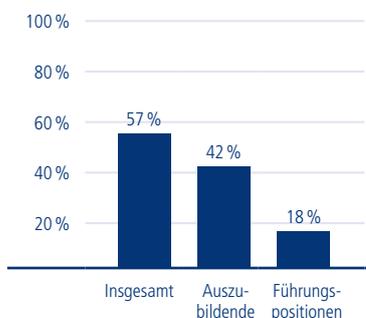
G4-DMA	G4-10	G4-11	G4-LA9

## Ausgeschiedene Mitarbeiter

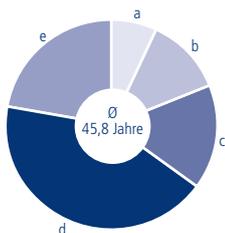


- a 27% unter 30 Jahre
  - b 35% 30–50 Jahre
  - c 38% über 50 Jahre
- Insgesamt: 1.332

## Anteil weiblicher Mitarbeiter

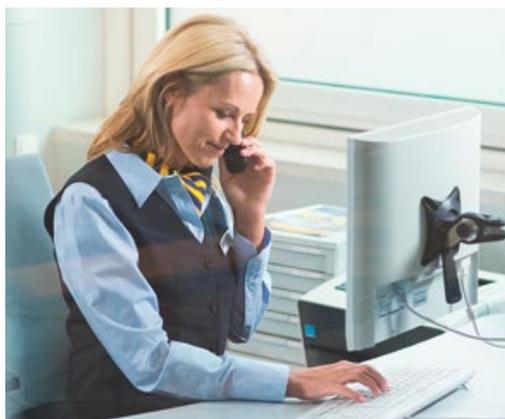


## Altersstruktur Mitarbeiter



- a 7% bis 24 Jahre
- b 12% 25–34 Jahre
- c 16% 35–44 Jahre
- d 43% 45–54 Jahre
- e 22% über 54 Jahre

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 2016 waren im Aufsichtsrat der Postbank AG 35 % der Mitglieder weiblich (Vorjahr: 24 %), im Vorstand (ohne Generalbevollmächtigte) waren es 17 % (Vorjahr: 14 %). Der Frauenanteil bei den leitenden Führungskräften im Gesamtkonzern ist 2016 erneut um zwei Prozentpunkte auf 18 % gestiegen. Der Anteil weiblicher Auszubildender blieb mit 42 % nahezu unverändert (Vorjahr: 41 %).



Das Durchschnittsalter der Belegschaft liegt bei 45,8 Jahren (2015: 45,7 Jahre). Es entspricht damit etwa dem Durchschnitt der 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 Mitarbeiter einstellt. Sie hat Methoden entwickelt, durch die das Wissen und die Erfahrung der älteren Mitarbeiter an kommende Generationen weitergegeben werden.

Die Zahl der Auszubildenden ist 2016 erneut auf insgesamt 1.052 gestiegen (2015: 1.000). Der Großteil 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 65 Studenten, die ihre berufliche Ausbildung mit einem Hochschulstudium verbinden.

Die Schwerbehindertenquote der Postbank lag Ende 2016 bei 8,0 % (2015: 7,4 %). Damit haben wir die gesetzlich geforderte Quote von 5,0 % erneut übertroffen.

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

Mitarbeiter, 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 neunten Mal in Folge hat die Corporate Research Foundation (CRF) die Postbank mit dem Titel „Top Arbeitgeber Deutschland“ ausgezeichnet.

Daten und Fakten

G4-LA9



## Kennzahlen Mitarbeiter

31.12.2016

**Anzahl Mitarbeiter<sup>1</sup>** 21.719

**Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit** 21 Jahre

**Durchschnittsalter** 45,8 Jahre

**Anteil weiblicher Mitarbeiter** 57,2 %

**Anteil männlicher Mitarbeiter** 42,8 %

**Unbefristete Arbeitsverhältnisse** 20.093 92,5 %

davon weiblich 11.613 53,5 %

davon männlich 8.480 39,0 %

**Befristete Arbeitsverhältnisse** 1.626 7,5 %

davon weiblich 800 3,7 %

davon männlich 826 3,8 %

**Vollzeit** 16.423 75,6 %

davon weiblich 7.549 34,76 %

davon männlich 8.874 40,86 %

**Teilzeit** 5.296 24,4 %

davon weiblich 4.864 22,4 %

davon männlich 432 2,0 %

**Neuzugänge** 1.001 4,6 %

davon weiblich 508 2,3 %

davon männlich 493 2,3 %

**Externe Abgänge** 1.332 6,1 %

davon weiblich 836 3,8 %

davon männlich 496 2,3 %

**Deutschland** 21.601 99,46 %

davon weiblich 12.361 56,91 %

davon männlich 9.240 42,54 %

**Luxemburg** 105 0,48 %

davon weiblich 44 0,20 %

davon männlich 61 0,28 %

**Italien** 13 0,06 %

davon weiblich 8 0,04 %

davon männlich 5 0,02 %

**Anzahl Mitarbeiter<sup>1</sup>** (auf Vollzeit umgerechnet) 18.111,86

**Fluktuationsquote** (bezogen auf Vollzeitkräfte) 7,0 %

### Tarif-Beschäftigte

(bezogen auf Vollzeitkräfte) 10.651,53 58,8 %

davon weiblich 6.837,23 37,8 %

davon männlich 3.814,30 21,1 %

### Außertariflich Beschäftigte

(bezogen auf Vollzeitkräfte) 2.964,95 16,4 %

davon weiblich 678,16 3,7 %

davon männlich 2.286,79 12,6 %

### Beamte

(bezogen auf Vollzeitkräfte) 4.495,38 24,8 %

davon weiblich 2.314,63 12,8 %

davon männlich 2.180,75 12,0 %

### Leitende Angestellte

(bezogen auf Vollzeitkräfte) 459,09 2,5 %

davon weiblich 84,31 0,47 %

davon männlich 374,78 2,07 %

### Nicht leitende Angestellte

(bezogen auf Vollzeitkräfte) 17.652,77 97,5 %

davon weiblich 9.745,71 53,8 %

davon männlich 7.907,06 43,7 %

1) Der Anstieg gegenüber dem Vorjahr (2015: 17.875 Mitarbeiter, 14.757,57 FTE) erklärt sich aus der Wiedereingliederung ehemaliger Tochterunternehmen zum 01.01.2016. Diese waren vorübergehend mehrheitlich in eine Gesellschaft des Deutsche Bank Konzerns überführt.

### Kennzahlen Mitarbeiter



## Informationen über Vergütungssysteme

Die Postbank legt Wert auf ein motivierendes Vergütungssystem. Sie vergütet ihre Mitarbeiter entsprechend ihren 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 Mitarbeitern handelt es sich um leitende bzw. nicht leitende außertarifliche Arbeitnehmer, Tarifarbeitnehmer und Beamte. Der überwiegende Teil von ihnen erhält neben dem Grundgehalt einen jährlich auszuzahlenden variablen Gehaltsbestandteil. Den variablen Gehaltsbestandteil ermitteln wir basiert auf der Durchführung von Zielvereinbarungs- und Leistungsbeurteilungsprozessen. Im Rahmen dieser Prozesse werden die Mitarbeiter regelmäßig, mindestens jedoch einmal jährlich nach Ablauf des Kalenderjahres, beurteilt. Darüber hinaus gibt es unterjährig Monitoringgespräche.

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 2016

An der Mitarbeiterbefragung 2016 haben sich 67 % der Beschäftigten beteiligt. Nach 64 % im Vorjahr wurde damit ein neuer Höchstwert erreicht. In vielen Themenbereichen (z. B. Leitbild, Kommunikation, Veränderungsfähigkeit) haben sich die Zustimmungswerte gegenüber dem Vorjahr verbessert oder konnten gehalten werden. Besonders erfreulich ist, dass die Zustimmung beim Thema Führung erneut gestiegen ist. Damit zeigen die initiierten Maßnahmen wie z. B. die Impulstrainings nachhaltige Wirkung.

Sehr hohe Einsatzbereitschaft, Möglichkeiten, die eigenen Fähigkeiten und Kenntnisse bei der Arbeit einzusetzen, Bekanntheit des Leitbildes, das Verständnis für Herausforderungen im aktuellen Umfeld sowie die Möglichkeit für eigenverantwortliches Arbeiten – diese Fragen erhielten Zustimmungswerte von über 80 % und haben sich teilweise gegenüber 2015 erneut verbessert.

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



## „Die Basis, um noch besser zu werden“

Aus der Mitarbeiterbefragung lassen sich Jahr für Jahr die Zufriedenheit der Mitarbeiter und kritische Themen ablesen. Welche Ergebnisse für die Entwicklung der Bank besondere Bedeutung haben und was die Folgerungen daraus sind, erläutert Ralf Stemmer, Vorstand Ressourcen und Arbeitsdirektor.

### Auf den Punkt gebracht: Wie bewerten Sie die Ergebnisse der aktuellen Mitarbeiterbefragung?

Besonders freut mich die hohe Beteiligung. Sie zeigt, dass die Mitarbeiter ein großes Interesse haben, an der Gestaltung ihrer Bank mitzuwirken. Insgesamt spiegeln die Ergebnisse eine positive Entwicklung wider. In vielen Themenbereichen wurden die Vorjahreswerte übertroffen. Das ist bemerkenswert, denn wir haben den Mitarbeitern in einem schwierigen Jahr 2016 mit all seinen Herausforderungen eine Menge abverlangt.

### Erstmals fragte die Postbank nach der Arbeitsbelastung der Kollegen. Welche Schlüsse ziehen Sie aus den Ergebnissen?

Keine Frage, 2016 hatten wir besonders hohe Anforderungen, beispielsweise die Entflechtung aus dem Deutsche Bank Konzern bei gleichzeitig dringenden Projekten wie die Einführung einer neuen Kontowelt. In den Antworten spiegelt sich die hohe Arbeitsbelastung wider, die wir definitiv in vielen Bereichen haben. Auf der anderen Seite zeigen die Ergebnisse ein großes Engagement der Postbanker für ihr Unternehmen. Das stimmt mich sehr zuversichtlich, dass wir auch in Zukunft die Herausforderungen, die das Umfeld an uns stellt, meistern werden. Umso wichtiger ist es, dass wir die richtigen Bedingungen schaffen, damit jeder von uns seine Leistung auch bringen kann. Daran müssen wir noch ein gutes Stück arbeiten.

### Zum Thema Führung gab es in den vergangenen Jahren immer wieder kritische Anmerkungen der Mitarbeiter. Wie schneidet die Postbank jetzt ab?

Hier haben wir in den vergangenen Jahren offensichtlich große Fortschritte gemacht. Vor drei Jahren sind wir die Herausforderungen rund um die Mitarbeiterführung angegangen, zum Beispiel haben wir



Ralf Stemmer,  
Vorstand Ressourcen

die Führungsgrundsätze und Impulstrainings eingeführt. Mittlerweile sehen wir, dass sich die Anstrengungen gelohnt haben – seither sind die Ergebnisse um zehn Prozentpunkte gestiegen. Wir haben heute eine hohe Zufriedenheit beim Thema Führung – und wir arbeiten daran, das Niveau kontinuierlich zu steigern.

#### Das Ziel: stetige Verbesserung

Die Führungskräfte der Bank besprechen die Ergebnisse mit ihren Mitarbeitern und definieren Verbesserungsmaßnahmen. Übergeordnete Themen, die auf Ebene des Top-Managements zu behandeln sind, werden an den Vorstand weitergeleitet.

**Veränderung:** 75 % der Mitarbeiter schätzen die Veränderungsfähigkeit der Postbank und ihrer Belegschaft in herausfordernden Zeiten – der Höchstwert unter den acht Dimensionen.

**Führung:** 70 % Zustimmung erhält die Dimension „Führung“ bei den Mitarbeitern. Ein Erfolg für die Maßnahmen zur Verbesserung der Führungsqualität in den vergangenen Jahren.

**Kundenfokus:** 71 % der Mitarbeiter geben ein positives Votum bei den Fragen zum Kundenfokus. Die Dimension verliert damit fünf Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.

**Leitbild:** 65 % Zustimmung erhält die Dimension „Leitbild“ – die meisten Mitarbeiter kennen das Leitbild, viele wünschen sich, dass es im Alltag noch mehr gelebt wird.

**Arbeitspensum:** 70 % der Mitarbeiter geben an, ihr Arbeitspensum in der zur Verfügung stehenden Zeit zu schaffen.

**Vorgesetzte:** 56 % finden mit ihrem Vorgesetzten eine Lösung, wenn die Arbeit einmal zu viel wird.

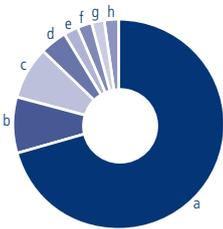
## Aus- und Weiterbildung



Bei der Postbank Gruppe waren Ende 2016 1.038 Auszubildende beschäftigt, 2015 waren es noch genau 1.000. Gut 400 von ihnen haben ihre Ausbildung beziehungsweise ihr duales Studium 2016 begonnen. Der beliebteste Ausbildungsberuf ist nach wie vor „Bankkauffrau/-mann“. Die Bewerber können zwischen elf unterschiedlichen Ausbildungs- und Studiengängen auswählen.

Die Postbank hat 2016 am Ausbildungsstandort in Dortmund den ersten Platz bei der Verleihung des „Ausbildungspreises der Dortmunder Wirtschaft“ errungen. Insgesamt ist dies das dritte Mal in Folge, dass die Postbank einen der Podiumsplätze bei dieser Preisverleihung erreicht. Das bestätigt unser Bemühen, unseren Azubis eine besonders hochwertige Ausbildung anzubieten. Die bewerteten Bereiche waren: der Innovationsgrad der Ausbildung, die Qualitätsförderung in der Ausbildung und das Ausbildungsengagement.

### Auszubildende 2016



- a 735 Bankkaufleute
  - b 89 Verkäufer/-innen im Bereich Post- und Bankdienstleistungen
  - c 83 Vertriebsorientierte Bankkaufleute
  - d 42 Kaufleute Dialogmarketing
  - e 24 Fachinformatiker
  - f 23 Studenten Hochschule Bonn-Rhein-Sieg
  - g 21 Studenten Hochschule Weserbergland
  - h 21 Studierende Weserbergland (Wirtschaftsinformatik)
- Insgesamt: 1.038 Azubis und duale Studierende

Trotz der erneuten Steigerung der Ausbildungsplätze ist die Ausbildungsquote leicht zurückgegangen. Der Grund liegt darin, dass 2016 die ehemaligen Service-Gesellschaften der Postbank in den Konzern reintegriert wurden.

Im Jahr 2016 konnten rund 95 % der Auszubildenden die Ausbildung erfolgreich abschließen. Allen, die sich in der Ausbildung bewährt haben, bietet die Bank ein Beschäftigungsverhältnis als Mitarbeiter an.

Den Ausbildungsberuf zum/zur „Verkäufer/-in im Bereich Post- und Bankdienstleistung“ kann man seit 2016 nun auch bundesweit an sieben Ausbildungsstandorten erlernen. In dieser Ausbildung befinden sich derzeit über 90 Azubis, für 2018 sind weitere 80 Ausbildungsplätze für diesen Bereich vorgesehen.

Neben den klassischen Ausbildungsberufen bietet die Postbank verschiedene duale Studienprogramme an. So starteten im September 2016 in Bonn erstmalig 15 Studierenden in das neue duale Studienprogramm in Kooperation mit der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Das Programm beinhaltet hochwertige, bankenspezifische akademische Inhalte sowie intensive Praxisphasen in mindestens zwei Ressorts und vier verschiedenen Abteilungen der Postbank AG. Dieses duale Studium dient vor allem der Sicherung des akademischen Nachwuchses für Head-Office Funktionen am Standort Bonn.

2016 haben wir die ersten Azubis für den neuen Ausbildungsberuf „Kaufleute für Büromanagement“ rekrutiert. Er wird ab September 2017 an vier Standorten in Deutschland angeboten.

Duale Studienprogramme bieten wir auch am Standort Hameln an, in enger Zusammen-

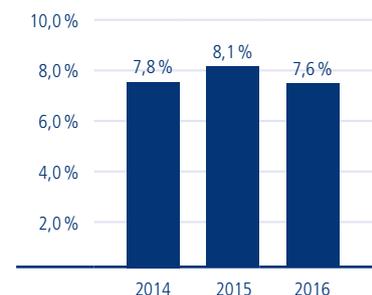
Von Anfang an binden wir unsere Azubis aktiv in das Tagesgeschäft ein. So verstehen sie schnell die wirtschaftlichen Zusammenhänge und das Geschäftsmodell der Bank. Zur fachlichen Unterstützung können die Studierenden und Auszubildenden auf die Hilfe und Unterstützung von Dozenten der Frankfurt School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

Ausbildung

G4-DMA



### Ausbildungsquote



menarbeit mit der Hochschule Weserbergland. Die Bewerber können zwischen zwei Studienprogrammen wählen: das praxisintegrierte Studium zum „Bachelor of Arts in Bankbetriebswirtschaft“ oder das Studium zum „Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik“.

Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil unseres Leitbildes. Es gehört zu den Lerninhalten der Ausbildungszeit. An allen Standorten nehmen die Azubis an Trainings, Gruppenübungen und Rollenspielen teil, um den toleranten Umgang miteinander zu üben, Anzeichen für Diskriminierung, Fremdenfeindlichkeit und Rassismus erkennen zu können und diesen präventiv entgegenzutreten. Weitere Angebote aus dem Spektrum der Nachhaltigkeit sind:

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



Studierende des Einstellungsjahrgangs 2016 in Hameln

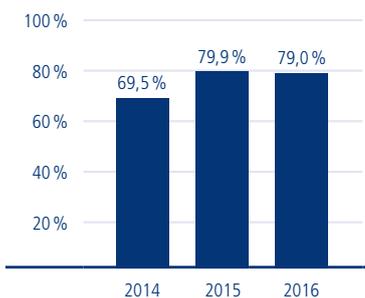


Vom Vorstand ausgezeichnet: Award für unsere besten übernommenen Auszubildenden 2016

**Bestehensquote der Auszubildenden**



**Übernahmequote der Auszubildenden**



Auszubildende zur/zum Bankkauffrau/-mann und Kauffrau/-mann für Dialogmarketing am Ausbildungsstandort Dortmund 2016



## Praktikum

160 Studierende haben im Jahr 2016 ein Praktikum bei der Postbank absolviert. Unser aufwendiges Praktikantenprogramm verstehen wir als eine Investition in die Zukunft. Häufig ist ein Praktikum der Einstieg in eine Berufskarriere bei der Postbank.

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

- keine Substitution von Vollzeitstellen durch Praktikanten oder Trainees
- Hochschulabsolventen, die sich auf eine feste Stelle beworben haben, werden nicht durch Praktika verdrängt
- kein Ködern von Praktikanten durch vage Aussichten auf eine anschließende Vollzeitstelle
- Praktika werden vornehmlich zur beruflichen Orientierung angeboten
- Praktikanten wird eine adäquate Aufwandsentschädigung gezahlt

Das Praktikum soll einen „Ausbildungscharakter“ haben, weshalb die Postbank ihre Praktikanten aktiv in das Tagesgeschäft und konkrete Projekte mit einbezieht und regelmäßig Feedbackgespräche führt. Die Mindestdauer für ein Praktikum beträgt drei Monate, wobei die Durchschnittsdauer bei drei bis sechs Monaten liegt. Um ihren Horizont zu erweitern, können die Praktikanten einen Einblick in andere Unternehmensbereiche erlangen. Sie können an Seminaren und Workshops teilnehmen, die über ihr Praktikumsgebiet hinausreichen. Als soziale Ergänzung zum Praktikantenprogramm gibt es ein Netzwerk, in dessen Mittelpunkt regelmäßige Treffen zum persönlichen Austausch und zum Kennenlernen stehen (z. B. ein Praktikantenstammtisch).



## Weiterbildung

Für die Postbank sind gut ausgebildete 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 Mitarbeiter 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 Steigerung der Gesundheit, der Leistungsfähigkeit und der Arbeitszufriedenheit.

Die wichtigsten Ziele sind:

- Fachkenntnisse ausbauen, auf aktuellstem Stand halten und an kommende Generationen weitergeben
- persönliche Potenziale erkennen und ausbauen
- Perspektiven entwickeln, das Führungsverhalten stärken und die Gesundheit fördern, um die Zufriedenheit der Mitarbeiter zu steigern

Im vergangenen Jahr nahmen die Beschäftigten insgesamt an 52.783 Weiterbildungstagen teil. Davon entfielen 21.496 Weiterbildungstage auf weibliche und 29.685 Tage auf männliche Mitarbeiter. 1.602 Tage haben leitende Mitarbeiter in Anspruch genommen. Das entspricht einem Durchschnitt von 2,5 Weiterbildungstagen für weibliche Mitarbeiter, 3,2 Weiterbildungstagen für männliche Mitarbeiter. Leitende Mitarbeiter hatten durchschnittlich 3,4 Weiterbildungstage zur Verfügung.

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

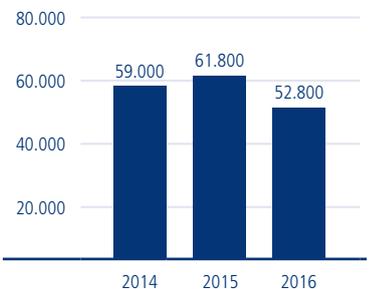
Beispiele aus dem Gesundheitsprogramm:

- Advanced Professionals Workshop – Gesundheit im Fokus
- die Führungskraft als Gesundheitsmanager
- Gesundheit – Tipps gegen Stress

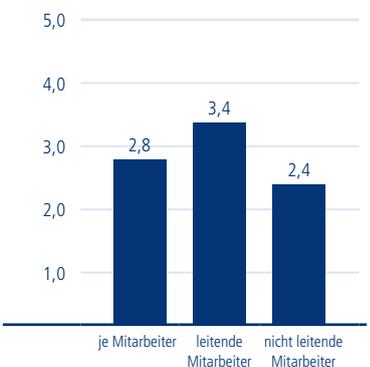
Weiterbildung heißt bei der Postbank auch, spezielle berufliche Laufbahnen zu fördern und unseren Mitarbeitern behilflich sein, die nächsten Karriereschritte zu gehen. Beispiele dafür sind:

- **Postbank Stipendium**  
Förderung von nebenberuflichen Weiterqualifizierungen bzw. berufsbegleitender Studiengänge für weiterbildungsinteressierte Leistungsträger der Postbank mit erster Berufserfahrung. IHK-Aufbauqualifizierungen werden mit bis zu 4.000 EUR gefördert, Bachelor- und Masterstudiengänge mit bis zu 8.000 EUR. Im Jahr 2016 wurden rund 100 Stipendiaten gefördert.
- **Advanced Professionals**  
Angebot für berufserfahrene Leistungsträger zur Unterstützung der Fachlaufbahn und zur persönlichen und beruflichen Standortbestimmung.
- **Junior Management Programm**  
Programm für nicht leitende Mitarbeiter mit Potenzial und Aufstiegsbereitschaft in Vorbereitung auf den nächsten Karriereschritt.

**Weiterbildungstage**  
(auf volle Hundert gerundet)



**Durchschnittliche Weiterbildungstage**



Weiterbildung

G4-LA9 G4-LA10



- **Management Programm**

Angebot für erfahrene nicht leitende Führungskräfte mit dem Ziel, mehr Führungswissen zu erwerben in Vorbereitung auf den nächsten Karriereschritt.

- **Women's Development**

Maßnahme, die sich an Mitarbeiterinnen mit Führungspotenzial richtet, die noch keine Führungsaufgabe wahrnehmen.

- **Führungskräfte-Curriculum**

Im Jahr 2016 haben 725 Mitarbeiter an einem Training des Führungskräfte-Curriculums teilgenommen, mehr als doppelt so viel wie im Vorjahr. Das Führungskräfte-Curriculum wurde 2015 neu eingeführt. Die Trainings orientieren sich an den unterschiedlichen Rollen einer Führungskraft: „Die Führungskraft als Strategieentwickler“, „Die Führungskraft als Change Manager“, „Die Führungskraft als Coach“, usw. Viele Trainings können von leitenden und nicht leitenden Führungskräften gemeinsam besucht werden. Dadurch wird die Trainingsauslastung erhöht und das interne Kommunikationsnetz der Bank gestärkt.

- **Impulstrainings Führungsgrundsätze**

Der eintägige Workshop bietet die Möglichkeit zum bereichsübergreifenden Erfahrungsaustausch und soll Impulse zur regelmäßigen Reflektion des eigenen Führungsverhaltens geben. Über 700 Führungskräfte haben 2016 an einem Impulstraining zu den Führungsgrundsätzen der Bank teilgenommen. Der Rückgang gegenüber dem Vorjahr (rund 1.000 Teilnehmer) erklärt sich aus der fortschreitenden Implementierung der Führungsgrundsätze, die bereits 2015 im Postbank Konzern verankert wurden.

- **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. Die Teilnehmerzahl an den Talentprogrammen erhöhte sich 2016 auf 122 – gegenüber 96 im Vorjahr.

Durch versachlichte und optimierte Auswahlprozesse bemüht die Bank sich um die fundierte Auswahl von Mitarbeitern für bestimmte Aufgaben. So will sie eine angemessene Objektivität im Bewerbungsprozess auch in Zukunft sicherstellen.

2016 haben wir ein Pilotprojekt zur beruflichen Weiterentwicklung durch „strukturierte Entwicklungsgespräche“ erfolgreich abgeschlossen. Diese Gesprächsform gibt den Mitarbeitern die Möglichkeit, von ihren Vorgesetzten Feedback zu ihrer beruflichen Entwicklung zu erhalten. Die Initiative dazu geht vom Mitarbeiter aus. Führungskräfte sollen ihre Mitarbeiter auf die Chancen eines strukturierten Entwicklungsgesprächs hinweisen. Der Prozess besteht aus einer Selbsteinschätzung des Mitarbeiters und aus der Einschätzung seiner Führungskraft hinsichtlich Leistung und Potenzial. In einem strukturierten Entwicklungsgespräch werden anschließend Eigen- und Fremdbild abgeglichen und ggf. Entwicklungsmaßnahmen abgeleitet. Auf Wunsch des Mitarbeiters werden die Ergebnisse in sogenannten „People Days“ mehreren Führungskräften vorgestellt und von ihnen diskutiert. Dadurch entsteht ein Pool relativ sachlich ermittelter Talente.

Das Lernkonzept der Postbank kombiniert zwei verschiedene Methoden: die Präsenzveranstaltungen und das computerbasierte Lernen, wie eLearning oder Web Based Training.

Durch den didaktisch fundierten Wechsel verschiedener Lernmedien werden auch das eigenverantwortliche Lernen und die Eigeninitiative gefördert.

Das eLearning umfasst mehrere verschiedene Bereiche, wie LernClips zu bankspezifischen Themen, Fragen zu sozialen und methodischen Kompetenzen oder auch nachhaltigkeitsrelevante Themen. Beispiele hierfür sind Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz oder das Umweltmanagement der Postbank.

## Wissenstransfer

In den kommenden Jahren wird eine große Anzahl an Beschäftigten der Bank in den Ruhestand gehen. Gerade diese Mitarbeiter verfügen über Fachkenntnisse, individuelle Erfahrungen, Wertvorstellungen und Detailinformationen, die für die Postbank von enormem Wert sind. Um einen Know-how-Verlust zu vermeiden und diese Informationen an bestehende und kommende Mitarbeiter weiterzugeben, wurde ein aktives Wissensmanagement eingeführt.



Die 2011 eingeführte „Wissensstafette“ bietet den organisatorischen Rahmen, um bei der Neubesetzung einer Position die Erfahrung des Vorgängers möglichst weitreichend auf den Nachfolger zu übertragen. Systematisch werden die Erfahrungsbereiche in Dialogform erfasst, sortiert, verknüpft und dokumentiert. Erfahrene Bildungsmanager der Postbank Akademie begleiten den Prozess, damit das Fach-, Projekt- und Führungswissen reibungslos übertragen wird. Die Wissensstafette dient ebenfalls zum Erfahrungsaustausch mit stellvertretenden Mitarbeitern und zur Einarbeitung neuer Mitarbeiter. Dieses Verfahren hat sich in den vergangenen Jahren als ein verlässliches Instrument erwiesen.

## Aus Syrien zur Postbank Systems: die etwas andere Praktikantengeschichte

*2015 nach Deutschland gekommen, im September 2016 ein Praktikum bei der Postbank Systems. Motiviert und wissbegierig erledigt Salih Al Harbat seine Aufgaben und die Abteilung stärkt ihm den Rücken. Mit dem Ziel, einen Ausbildungsplatz zu bekommen, ist das Erlernen von neuen (Programmier-)Sprachen keine Hürde für den jungen Mann.*

Salih Al Harbat hatte ein Ziel. Das Ziel, später einmal in der IT zu arbeiten. Salih Al Harbat kommt aus Syrien. Schon früh war er an IT Themen interessiert. Doch der Krieg und der spätere kurze Aufenthalt in Jordanien machten es ihm unmöglich, dieses Ziel in die Tat umzusetzen. Seit 2015 ist Salih Al Harbat in Deutschland. Der 19-Jährige mit anerkannter Fachoberschulreife lernte sehr schnell Deutsch, um hier einen neuen Anfang zu wagen. Am 15. September 2016 begann er sein Praktikum in der Postbank Systems im Rechenzentrum in Bonn.

Ob das Arbeiten mit Betriebssystemen, das Schreiben von Skripten oder das Erlernen von Programmiersprachen – das Praktikum ist vielfältig. Unterstützt wird der junge Praktikant tatkräftig von der ganzen Abteilung. „Wenn man sieht, wie engagiert und wissbegierig Salih vom ersten Tag an in das Praktikum reingegangen ist, das ist schon schön – da macht die Betreuung viel Spaß“, lobt sein Chef den neuen Praktikanten.

Noch hat Salih Al Harbat sein Ziel nicht ganz erreicht, doch die Signale stehen auf grün. Herr Al Harbat hat bis August 2018 einen Vertrag zu einer „einjährigen Einstiegsqualifizierung“ unterschrieben, mit dem Ziel, nach erfolgreicher Bewerbung im zweiten Halbjahr 2018 die Ausbildung zum Fachinformatiker zur Systemintegration in der Postbank Systems AG anzutreten.

„Ich möchte eine Ausbildung zum Fachinformatiker für Systemintegration machen. Dies ist meine große Chance im Leben. Eine Chance, die ich von meinen Chefs bekommen habe, denn sie haben mir gesagt, dass ich mich bewerben kann. Das habe ich jetzt gemacht. Ich hoffe, dass es mit der Ausbildung klappt.“

Wir wünschen ihm viel Erfolg!



Salih Al Harbat (m.) mit seinen Mentoren, Tobias Koch (l.) und Sebastian Liedtke (r.)

## Leben und Arbeiten

### Beruf und Familie

Die gemeinnützige „berufundfamilie GmbH“ überprüft regelmäßig die Familienfreundlichkeit der Postbank. Sie bietet ein etabliertes Managementinstrument zur guten Vereinbarkeit von Beruf und Familie, das zusätzlich vom Bundesfamilienministerium unterstützt wird. Da die Postbank auch großen Wert auf die Entwicklung von Frauen im Rahmen des Diversity Managements legt und dieses Instrument auch hierfür geeignet ist, setzen wir es vielseitig im Unternehmen ein.

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 2016 erreicht worden:

- **Mobiles Arbeiten:** Nach dem Start 2014 in der Zentrale Bonn wurde 2016 das mobile Arbeiten in der Postbank Gruppe weiter ausgebaut. Mittlerweile profitieren neben den Mitarbeitern der Postbank Systems auch die Beschäftigten des Betriebes Management der Postbank Filialvertrieb AG sowie der Postbank Factoring. Verhandlungen mit den Sozialpartnern zum Abschluss weiterer Betriebsvereinbarungen an diversen Standorten wurden aufgenommen. Die Regelungen gestatten es den 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 zehn Stipendien für das internationale Schüleraustauschprogramm und das internationale Community Service Programm wurden vergeben.
- **Eltern-Kind-Büros:** Fortführung in Bonn und München.



### pme Familienservice

In Zusammenarbeit mit dem pme Familienservice unterstützen wir unsere Mitarbeiter in ganz Deutschland bei der Koordination von Beruf und Familie. Das weitgefächerte Angebot trifft auf große Zustimmung unter den Angestellten. Das Konzept umfasst die Regelbetreuung von Kindern in Kindertagesstätten, einen Back-up-Service für die Notfallbetreuung, Ferienprogramme, Haushaltshilfen und Hausaufgabenbetreuung.

Mitarbeiter 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.

Zum Dienstleistungsportfolio des pme Familienservice gehören auch pflegenaher Dienstleistungen für ältere Familienmitglieder. Beschäftigte können sich im Intranet sowie in einem Serviceportal des pme Familienservice über sämtliche Angebote informieren.



## Sozialfonds

Im Jahr 2000 hat die Postbank einen Sozialfonds eingerichtet. Das darin enthaltene Budget ist für die Zahlung von sozialen Leistungen an Mitarbeiter gedacht und wird entsprechend der Beschäftigtenanzahl auf die Zentrale und die Standorte aufgeteilt. Folgende soziale Leistungen werden aus dem Sozialfonds finanziert:

- einmalige Unterstützungen für außergewöhnliche Notfälle von Beschäftigten
- Aufwand für Betriebsfeste
- Geschenksparbücher
- Aufmerksamkeiten

2016 hat die Postbank ein Budget von 199.700 EUR zur Verfügung gestellt.



**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 Mitarbeitern einen erholsamen Urlaub zu ermöglichen. Das Erholungswerk richtet sich in erster Linie an Beschäftigte mit geringen finanziellen Mitteln. Es betreibt eigene Ferienanlagen und bietet darüber hinaus ein vielfältiges Angebot mit Kooperationspartnern für Reisen in touristisch interessanten Regionen – zu günstigen Konditionen und auch in der Hochsaison. Unter bestimmten Voraussetzungen können Postbank Mitarbeiter Zuschüsse für sich und ihre mitreisenden Kinder bekommen.

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 zugute kommt, tragen die Verwaltungskosten die Deutsche Post AG, die Deutsche Telekom AG und die Deutsche Postbank AG gemeinsam.

## Mobiles Arbeiten

Seit seiner Einführung in 2014 in der Zentrale Bonn erfreut sich das neue Arbeitszeitmodell in der Postbank Gruppe zunehmender Beliebtheit. Über 200 Beschäftigte verschiedener Gesellschaften praktizieren bereits diese Arbeitsform. Tendenz steigend. Die Mitarbeiter erhalten mit Abschluss einer Ergänzungsvereinbarung zum Arbeitsvertrag die Möglichkeit, durchschnittlich einmal pro Woche von einem Ort ihrer Wahl zu arbeiten und für sich mehr Eigenverantwortung im Hinblick auf das eigene Zeitmanagement zu erhalten. Neben einer Steigerung der Work-Life-Balance können so auch Familie, Pflege und Beruf besser vereinbart werden. Die mobilflexible Arbeit erhöht die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Mitarbeiter. Weitere positive Effekte sind die Steigerung von Motivation bei gleichzeitiger Reduzierung der Gesundheitsbelastung. Auch die Umwelt profitiert davon, da der Berufsverkehr und die Parkplatzsituation entlastet werden.



## Betreuungswerk

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

- Notfall- und Waisenhilfe
- Studienförderung
- Seniorenarbeit

*Leben und Arbeiten*

G4-DMA



## Gesundheit

Die Postbank hilft ihren Mitarbeitern, körperlich und mental gesund zu bleiben. Sie hat ein umfassendes Gesundheitsmanagement aufgebaut, das in der Personalstrategie 2020 fest verankert ist. Die Angebote zur Gesundheitsvorsorge und -förderung wurden auch 2016 von den Mitarbeitern positiv wahrgenommen. Mit insgesamt 87.350 Teilnahmen (2015: 75.700) ist die Akzeptanz nochmals kräftig angestiegen.

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 Mitarbeiter und talentierten Nachwuchs. Mit unserem umfassenden Gesundheitsmanagement positionieren wir uns auf dem Arbeitsmarkt als verlässlicher, verantwortungsbewusster und sozial nachhaltiger Arbeitgeber.

Unseren Mitarbeitern wird ein vielfältiges Angebot bereitgestellt, welches von individueller Beratung zu spezifischen Gesundheitsfragen über kurze effektive Übungseinheiten am Arbeitsplatz bis hin zu individuellen und dauerhaften Kursangeboten mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten reicht. Besonders beliebt waren in diesem Jahr Kurse zum „Power Workout“, Entspannungstrainings sowie die Lauf- und Walkinggruppen als Vorbereitung auf die Firmenläufe 2016. Diese Angebote werden durch gezielte Impulsaktionen und Kursangebote zur Vermittlung von Gesundheitswissen erweitert. Im Intranet finden unsere Mitarbeiter zahlreiche Tipps und Hintergrundinformationen zu grundlegenden Gesundheitsfragen sowie saisonale Themenschwerpunkte. Zahlreiche Anregungen und Ideen der Beschäftigten helfen uns, unser Angebot stetig weiterzuentwickeln.

2016 haben wir zusammen mit der Krankenkasse Deutsche BKK das Projekt „Onlineplattform“ zur Weiterentwicklung des Gesundheitsmanagements an den Standorten Hamburg und Bonn sowie im Filial-

gebiet Hamburg Stadt pilotiert. Für insgesamt 32 unterschiedliche Angebote, von Vorträgen bis hin zu Screening-Maßnahmen, haben sich 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über einen Zeitraum von mehreren Monaten registriert. Besonders gut angenommen wurden die Screening-Angebote. Sie waren vollkommen ausgebucht. Sämtliche Maßnahmen wurden evaluiert und für die Weiterentwicklung des betrieblichen Gesundheitsmanagements der Postbank 2017 genutzt. Die Fusion der Deutsche BKK mit der BARMER GEK wurde Ende des Jahres durch eine Präsenzaktion an allen großen Standorten beworben. Hier konnten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich über die Fusion mit der Barmer informieren und über ein Ernährungsrätsel einen Obstkorb für ihre Abteilung gewinnen.

Seit 2014 gibt es die deutschlandweit einzigartige Strukturlösung „Ansprechpartner Gesundheit“ der VIP-Training GmbH. An 13 Großstandorten und seit 2015 auch in 15 Filialgebieten des Filialvertriebs der Postbank stehen Ansprechpartner Gesundheit bereit. Sie machen Gesundheitsthemen wie Ernährung, Bewegung und Entspannung am Arbeitsplatz erlebbar und versuchen, Gesundheitswissen in den Arbeitsalltag und die Freizeit zu integrieren. Sie stehen als persönliche Berater in Gesundheitsfragen zur Verfügung und sind telefonisch sowie per E-Mail auch außerhalb ihrer Präsenzzeiten erreichbar.

Unsere Mitarbeiter haben die Angebote der Ansprechpartner für Gesundheit intensiv wahrgenommen. In insgesamt 330 Filialen sind mehr als 16.000 Teilnahmen registriert worden. In den Großstandorten waren es sogar 70.300 Teilnahmen. Die Rückmeldungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren durchweg positiv.

Ein wissenschaftlich fundiertes Gesundheitsbewusstsein unserer Mitarbeiter trägt zur Stabilität der Bank bei. Aus diesem Grund durchläuft der Postbank Nachwuchs



Aktionstag zur Fusion mit der Barmer: Mitarbeiter informieren sich und im Rahmen eines Rätsels konnten sie einen Obstkorb gewinnen.



Firmenlauf im Juni 2016 in Essen

bereits zu Beginn seiner Karriere das Programm „Gesunder Start“. Es zeigt den Auszubildenden, wie sie Verantwortung für ihre Gesundheit übernehmen sollten und Leben und Arbeit in nachhaltiger Weise in Einklang bringen können. Das Programm wird von der Trägerkrankenkasse der Postbank gefördert. Es beginnt mit dem Eintritt in das Unternehmen und erstreckt sich über die gesamte Ausbildungsdauer. Ein Methodenmix aus Präsenzveranstaltungen, Onlinebetreuung und Wissensvermittlung gestaltet das Programm anschaulich und abwechslungsreich.

Mit großer Freude nehmen zahlreiche Postbank Mitarbeiter regelmäßig an Firmenläufen teil. Die Teilnahmekosten werden von Postbank Immobilien und dem Gesundheitsmanagement übernommen. Zusätzlich spendet die Bank einen Euro pro gelaufenem Kilometer an „Save the Children“. 2016 haben über 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bundesweit an den Firmenläufen teilgenommen. Das sind knapp 200 Teilnehmende mehr als im vergangenen Jahr. Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.

Besonders erfolgreich wurde in diesem Jahr die Typisierungsaktion für Stammzellspender unter dem Motto „Von Mitarbeitern für Mitarbeiter – eine Bank fürs Leben“ durchgeführt. Die Ansprechpartner Gesundheit haben in Kooperation mit der Stefan-Morsch-Stiftung die Möglichkeit zur kostenlosen Registrierung und den Austausch mit der Stiftung an unterschiedlichen Standorten angeboten. So konnten knapp 200 Neuregistrierungen erzielt und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Thema Leukämie sensibilisiert werden.

Zur Abwehr gesundheitlicher Gefahren bieten wir unseren Mitarbeitern jährlich eine Gripeschutzimpfung an.

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 mit eingebunden. Durch das koordinierte Zusammenwirken und die ganzheitliche Sichtweise 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.

### Gesundheitsförderung in Zahlen

Anzahl Betriebssportgruppen	7
Filialgebiete mit regionalem Ansprechpartner Gesundheit	15
Standorte mit Ansprechpartner Gesundheit	13
Grippeimpfungen	1.150
Teilnahmen an Gesundheitsmaßnahmen	>87.000
Teilnahmen Firmenläufe	>900



Typisierung von Stammzellspendern am Standort Hamburg

## „Im Boot ziehen alle an einem Strang“

Das Teamrudern 2016 auf der Weser war für den Standort Hameln ein voller Erfolg. Der Trainingsgedanke war dabei nicht für alle die Hauptsache. Neben der Gesundheit ging es genauso um Spaß, Teamgeist und gemeinsames Erleben.

Ende Juni ging es auf der Hamelner Weser wieder sportlich zu. Zum 14. Mal fand dort die Drachenboot-Fun-Regatta statt. Insgesamt begaben sich 56 Mannschaften auf den Fluss und paddelten um die Wette, um einen der begehrten Titel in den Kategorien „Fun“ oder „Sport“ zu gewinnen. Die Postbank in Hameln schickte gleich zwei Teams an den Start. Die „Mäusefänger“ und die „BlackITs“.

Das Boot der „Mäusefänger“, in dem seit Jahren Mitarbeiter der Postbank Immobilien, der Postbank Finanzberatung sowie der BHW Kreditservice paddeln, trat in der Kategorie „Sport“ an. Hier haben die Mannschaften ein deutlich höheres Trainingspensum hinter sich gebracht als die in der Kategorie „Fun“ startenden Teams. „Seit März gehen die Kollegen zweimal die Woche aufs Wasser, um zu trainieren“, erzählt Ronald Scholz, Systemintegrator bei der Postbank Systems. „Das stärkt nicht nur die Kondition jedes Einzelnen, sondern schweißßt das Team zusammen.“ Das Engagement hat sich gelohnt: Am Ende der Regatta sicherten sich die „Mäusefänger“ unter den insgesamt 16 Teams ihrer Kategorie den neunten Platz. In einem der Rennen erzielte die Mannschaft sogar die zweitbeste Zeit.

Unter insgesamt 40 Mannschaften der Kategorie „Fun“ errangen die „BlackITs“ den zehnten Platz. Das Team besteht ausschließlich aus Mitarbeitern der Postbank Systems. „Auch wenn wir nicht so intensiv trainieren, sind wir mit Leib und Seele dabei“, sagt Teammitglied Ronald Scholz. „Für uns zählen vor allen Dingen der Spaß beim Rennen und unser Zusammenhalt, denn im Boot ziehen wir alle an einem Strang.“ Beide Teams konnten sich gegenüber dem Vorjahr steigern.



## Vielfalt, Integration und Wertschätzung



Als Unterzeichner der 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. Zur Umsetzung der nachhaltigen Entwicklung haben die Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen 17 Sustainable Development Goals verabschiedet, zu deren Erreichung die Postbank in ihrem Verantwortungsbereich beiträgt.

Zwangsarbeit, Lohndumping und gesundheitsgefährdende Arbeitsbedingungen nicht zu dulden.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Richtlinien“.

### Gender Diversity Management

Sozialwissenschaftliche Studien belegen: gemischte Arbeitsgruppen arbeiten besser als homogene. Für die Postbank ist die vielfältige Zusammensetzung ihrer Arbeitsteams deshalb auch ein Faktor für dauerhaften Erfolg am Markt. 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 bis 2018 auf 25 % 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 Gruppe verbindliche Gender-Zielwerte, die bis zum 30.06.2017 erreicht werden sollen: 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.



charta der vielfalt

### 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 im Supplier Code of Conduct der Bank festgehalten, der Partnerunternehmen verpflichtet, Kinderarbeit,

Charta der Vielfalt

G4-15



Gender Diversity Management

G4-DMA



Im Jahr 2016 standen folgende Handlungsfelder im Vordergrund:

- Proaktive Weiterverfolgung der Gender-Ziele für die vom „Gesetz für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“ 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 Visibilität von Frauen wie z. B. „Wirkungsvoller Auftritt“ und „Karrierestrategien für weibliche Führungskräfte“ im Führungskräfte-Curriculum.
- Spezielles Entwicklungsangebot für Frauen (Women's Development Programm).

## 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. Wegen der guten Erfahrungen mit der Regenbogen Arbeit gGmbH haben wir Anfang 2016 den zunächst befristeten Vertrag in ein unbefristetes Vertragsverhältnis umgewandelt. Den Ausschlag dafür gab nicht zuletzt die hohe Zufriedenheit der Mitarbeiter mit der Qualität ihrer Kantine.

Das in München eingesetzte Team besteht zum Teil aus Menschen mit psychischen und körperlichen Einschränkungen sowie Lern- und Sehbehinderungen. Durch eine auf die Mitarbeiter abgestimmte Organisation können auch die herausfordernden Stoßzeiten gut bewältigt werden. Das Konzept wurde 2012 erprobt und hat sich inzwischen gut bewährt.



## PB Women Connect – bestens vernetzt

*PB Women Connect verbindet fast 500 Postbankerinnen miteinander. Das Frauennetzwerk fördert den professionellen Austausch engagierter Mitarbeiterinnen. Seit der Gründung im Jahr 2015 haben die fünf Initiatorinnen eine Menge bewegt.*



Das Treffen der Postbankerinnen Ende Februar ist das dritte seit Gründung des Netzwerks PB Women Connect vor knapp einem Jahr. Dahinter stehen fünf Frauen, die sich aus eigener Initiative zusammengetan haben, um in der Postbank etwas zu bewegen. „Frauen sind in der Postbank nicht auf allen Ebenen vertreten und deshalb auch weniger vernetzt. Das wollten wir ändern und mit unseren Veranstaltungen den professionellen Austausch von Frauen in der Postbank über alle Ressorts hinweg fördern“, sagt Sandra Sievers, eine der Mitbegründerinnen. Sie und ihre Kolleginnen wollen in der Bank Themen ans Management adressieren, die nicht nur die Frauen in der Postbank, sondern auch die Unternehmenskultur weiterbringen. „Transparente Besetzungsverfahren, Führungspositionen in Teilzeit, berufliche Weiterentwicklung nach der Elternzeit – wir können sicher noch vieles besser machen“, ergänzt ihre Kollegin Betina Bauer. „Wir greifen Themen auf, die Postbankerinnen bewegen.“



Der direkte Draht zur oberen Führungsebene besteht über Anke Steenbock, Bereichsleiterin Gesamtbank Performancemanagement. Sie hat die Schirmherrschaft für das Netzwerk übernommen. Die Managerin ist begeistert von der Energie, der Offenheit und Neugierde der Teilnehmerinnen. „Dieser Austausch ist besonders für die jungen Frauen wichtig. Bei PB Women Connect treffen sie Vorbilder“, sagt Steenbock. „Wir brauchen das Potenzial der Frauen.“ Auf diese Potenziale will das Netzwerk aufmerksam machen. Seit Gründung im Jahr 2015 haben sich knapp 500 Interessentinnen registriert. Jetzt arbeiten die Initiatorinnen an einem intelligenten, technisch getriebenen Netzwerk, das den Austausch weiter verbessern soll. „Wir sind hartnäckig – im Interesse unserer Kolleginnen.“

Von links nach rechts:  
Betina Bauer, Sandra Sievers,  
Dr. Anke Steenbock,  
Susanne Regenstein,  
Leonie Diestelhorst und  
Angelika Neubauer

Rund 70 Frauen und ein Mann: Für die Postbank ist das ein eher ungewohntes Bild. Die einzige männliche Person im Raum ist Hanns-Peter Storr, Leiter des Vorstandsressorts Chief Risk Office (CRO). Das Netzwerk PB Women Connect hat ihn eingeladen, zum Jahresauftakt über seinen Werdegang, die Eigenständigkeit der Postbank innerhalb des Deutsche Bank Konzerns und die „Bank der Zukunft“ zu sprechen.

**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 Mitarbeiter aktiv bei der ehrenamtlichen Arbeit in ihrem sozialen Umfeld.

## Soziales Engagement

### Wir für Kinder und Flüchtlingshilfe

Das 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 die Organisation in Form eines umfangreichen Bildungsprojekts für Kinder in Deutschland. Zum anderen fördern wir das soziale Engagement unserer

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit Hilfe von finanziellen Mitteln und persönlichen Freistellungen seitens der Postbank entwickeln die Mitarbeiter Projekte für Kinder in Deutschland und setzen sie anschließend in die Tat um. Mitarbeiterinitiativen zur Flüchtlingshilfe werden seit September 2015 unterstützt.



### Wir für Kinder – die zwei Säulen unseres Engagements





## 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. Sie ist politisch und konfessionell ungebunden und setzt sich in über 120 Ländern seit mehr als 90 Jahren für die Rechte der Kinder ein.

2013 hat die Postbank gemeinsam mit „Save the Children“ das Bildungsprojekt „Wir für Kinder – Bildung ist Zukunft“ an deutschen Grundschulen und Kindergärten ins Leben gerufen. Das Projekt verfolgt das Ziel, die Bildungschancen für Kinder unter zehn Jahren nachhaltig zu verbessern. Auch die Eltern sind in das Projekt eingebunden. Die Familien werden unter professioneller Anleitung über einen Zeitraum von acht Wochen spielerisch begleitet. Dadurch verbessert sich die Kommunikation innerhalb des Familien-, Freundes- und Schulumfeldes. Eine positive Lehr- und Lernkultur führt zu verbesserten Bildungsmöglichkeiten der Kinder. Neben finanzieller Unterstützung des Projektes bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, sich als „Schulbotschafter“ zu engagieren. Die Schulbotschafter begleiten Aktionen vor Ort, motivieren ihre Kollegen, sich ebenfalls zu engagieren und dienen als Schnittstelle zwischen der Bildungseinrichtung „Save the Children“ und der Postbank.

Mehr Infos hier



## Aktionstage

Durch die Aktionstage ermöglicht die Postbank ihren Mitarbeitern, Institutionen aus ihrem eigenen Umfeld durch ehrenamtliche Mitarbeit zu unterstützen. Die Aktionstage werden von der Bank finanziell mit bis zu 1.000 EUR bezuschusst, und das Engagement wird durch die Freistellung von der Arbeit mit bis zu einem Tag pro Kalenderjahr gefördert.

2014 wurden die Aktionstage als zweite Säule des „Wir für Kinder“-Programms begründet. Mitarbeiter können teilnehmen, indem sie eine konkrete Projektidee einreichen.

Seit dem Start der „Wir für Kinder“-Aktionstage im September 2014 sind bis Ende 2016 bereits über 80 Projekte genehmigt.

Seit September 2015 werden auch Aktionstage zur Flüchtlingshilfe veranstaltet. Das Prinzip der Vorgehensweise ist analog zu dem der Aktionstage für „Wir für Kinder“. Sie werden von der Bank in gleicher Weise finanziell unterstützt, und die Mitarbeiter dürfen sich für einen Tag von der Arbeit freistellen lassen. Darüber hinaus können Mitarbeiter über eine eigens dafür eingerichtete „Hilfsbörse“ selbst Initiativen vorstellen, Aufrufe starten und Kollegen suchen, die sich mit ihnen gemeinsam engagieren.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Spenden“.

## Teamentwicklung durch soziales Engagement

Seit 2015 verbindet die Postbank soziales Engagement mit dem Gedanken der Teamentwicklung. Sie hat dazu eine Broschüre entworfen, die sich vor allem an Führungskräfte wendet. Die Chefs werden ermuntert, gemeinsam mit ihren Mitarbeitern soziale Projekte in Angriff zu nehmen und dabei als Team besser zusammenzuwachsen. Die Ergebnisse zeigen, dass soziale Projekte gut geeignet sind, um die Zusammenarbeit, den Teamgeist und das Gruppenverständnis zu trainieren. Unterstützt werden Projekte zugunsten von Kindern oder Flüchtlingen.



## „Wir für Kinder“-Aktionstage: Restaurierung der Drachenburg

*Dank Bastian Heinz und dessen Teamkollegen erstrahlt das Klettergerüst Drachenburg auf dem Frankfurter Spielplatz in neuem Glanz. Es wurde fleißig gepinselt und als Belohnung gab es strahlende Kindergesichter.*

Das Rauschen des Frankfurter Stadtverkehrs ist auf dem Gelände des Spielplatzes Drachenburg kaum zu hören. Bäume mit großen Kronen schirmen ihn von der Großstadt ab. Bei Sonne spenden sie Schatten. Doch so idyllisch war es an diesem Ort in der Eschenheimer Anlage nicht immer: Bis vor zehn Jahren war die Fläche eher als Hundeklo bekannt. Benutzte Spritzen lagen herum. Das störte die Mitarbeiter einer Kindertagesstätte und Eltern so sehr, dass sie sich damals für den Bau der Drachenburg, ein wie eine mittelalterliche Burg aussehendes Klettergerüst, einsetzten. Über neun Jahre später ist der Lack ab. Bastian Heinz, Vertriebsdirektor von Postbank Firmenkunden im Bereich West, wollte helfen und initiierte bereits seinen zweiten „Wir für Kinder“-Aktionstag.

Mit finanzieller Unterstützung der Postbank und handwerklichem Geschick engagierten sich die Kollegen für einen neuen farbenfrohen Anstrich der Drachenburg. Doch bevor sie neuen Lack auftragen konnten, schliffen sie die hölzernen Fassaden ab. „So haben wir nicht nur dafür gesorgt, dass sich die Kinder auf dem Spielplatz wieder wohlfühlen, sondern auch zur Verschönerung des Stadtbildes beigetragen“, sagte Heinz. Fachlich unterstützt wurden die Postbanker von Mitarbeitern des Vereins Discorso, der sich zusammen mit dem Kinderbüro und dem Grünflächenamt der Stadt für den Erhalt und die Pflege der etwa 450 Spielflächen in Frankfurt einsetzt.

„Damit sich die Kinder nicht an herausstehenden Schrauben verletzen, haben wir diese entfernt“, nennt Maja Langefeld aus dem Geschäftskundenbereich eine weitere Aufgabe, die sie und ihre Vertriebskollegen erledigt haben. Viele der Postbanker, mit denen sie auf dem Spielplatz gearbeitet hat, kannte sie vorher nicht. So war der Aktionstag nicht nur für sie in jeder Hinsicht ein Erfolg. „Wir haben uns noch mehr als Team wahrgenommen, das ein oder andere private Gespräch geführt und uns so noch besser kennengelernt.“



## „Wir für Kinder“-Aktionstage: Revitalisierung des Schulteichs

Die Kinder der Grundschule in Eimbeckhausen können endlich wieder die Molche, Wasserläufer und Schnecken am Schulteich beobachten. Tim Rehkopf revitalisierte den Schulteich mit Hilfe seines Teams, des Naturschutzbundes Bad Münders und der Schüler und Eltern.



Bild oben: der Teich im vorherigen Zustand

Bilder unten: das erfolgreiche Ergebnis nach der Revitalisierung



„Also, da gibt es Molche, Wasserläufer, eine Menge Schnecken und so kleine Tiere“, erklären die Kinder der Nachmittagsbetreuung aufgeregt und hüpfen mit ihren Harken um den Schulteich herum.

„Nach 25 Jahren war der Teich verwildert, vermüllt und fast zugewachsen“, so Schulleiterin Diana Rosenthal. Mit der Unterstützung des örtlichen NABU und der finanziellen Hilfe der Postbank ist der in die Jahre gekommene Tümpel wieder hergerichtet worden. Ein quellenartiger Brunnen lässt von der Seite über einige Steine frisches Wasser in den Teich plätschern, der einmal pro Woche von den Kindern unter Anleitung der pädagogischen Mitarbeiterinnen der Nachmittagsbetreuung gereinigt wird. Und das mit offensichtlich großem Spaß, wie das Gekreische der Kleinen erahnen lässt.

„Wir führen die ‚Wir für Kinder‘- Aktionstage durch, da wir gemerkt haben, dass es zwar viele gute Ideen gibt, die Mittel zu deren Umsetzung aber begrenzt sind“, berichtet Tim Rehkopf, der selbst einmal Schüler der Grundschule in Eimbeckhausen war. Aus dem Programm „Wir für Kinder“ der Bank wurden deshalb Geräte und andere Utensilien für die Erneuerung des Schulteiches bezahlt. Fünf Tage lang haben die NABU-Helfer, das Kollegium, ehemalige Schüler, Freunde der Schule sowie Postbank Kollegen Bäume gestutzt, Äste gekappt, Schmutzwasser abgepumpt und Schlamm abgesaugt und außerdem Müll und Flaschen entfernt. Die Stadt spendete zusätzlich zur Absicherung des neuen Refugiums einen Maschendrahtzaun.

Keine Frage, dass der wiederbelebte Schulteich auch künftig im Mittelpunkt so mancher Unterrichtsstunde im Fach Sachkunde stehen wird.

„Fische, Amphibien, Pflanzen, alles das kann jetzt wieder von den Kindern untersucht werden“, freuen sich die Pädagoginnen.

## „Wir für Kinder“-Aktionstage: frische Farbe für die Gartenbänke

*Die Bänke im Besuchergarten des Kinderkrankenhauses riechen noch frisch gestrichen und sind von weitem an ihren leuchtenden Farben zu erkennen. Neben dem neuen Anstrich der Bänke konnten Beate Reichold und ihr Team die Kinder auch durch gute Laune und einen Star-Wars-Besuch glücklich machen.*

Beate Reichold und ihre Kollegen brachten die Gartenbänke im Besuchergarten des Kinderkrankenhauses „Auf der Bult“ in Hannover auf Vordermann. Die Bänke wurden zusammen mit den kleinen Patienten verschönert und wetterfest gemacht.

Die Abteilung Kinder- und Jugendpsychiatrie des Kinderkrankenhauses „Auf der Bult“ betreut und therapiert Kinder mit seelischen Erkrankungen. Im Besuchergarten können die Kinder bei schönem Wetter Zeit mit ihren Familien verbringen. „Damit im Garten eine kindgerechte Atmosphäre herrscht, haben wir, zwei Teams der Postbank, die in die Jahre gekommenen Gartenbänke restauriert“, berichtet Reichold.

Ende 2016 hatte sich das Team um Beate Reichold in Hannover zusammengefunden, um den Bänken einen bunten und wetterfesten Anstrich zu verpassen. Während sich der eine Teil dem Abmontieren und Abschleifen der Holzplatten widmete, tauchten die anderen schon die Pinsel in die leuchtend blaue, rote und gelbe Farbe und bemalten die teilweise schon vorgrundierten Latten. Ein paar Kinder der Klinik hatten Spaß daran, selbst mit Pinsel und Farbe umzugehen und unterstützten die Postbanker. „Das ist ein besonderer Tag heute“, sagte Frau von Schindling-Horny. Sie hatte als Vorstandsreferentin der Klinik dafür gesorgt, dass alle bestens versorgt wurden. Neben der Malerkolonie bescherten auch kostümierte Star Wars Darsteller den Kindern einen besonderen Tag. Sie sorgten mit kleinen Geschenken für eine weitere Überraschung.

Am späten Nachmittag konnten alle Teilnehmer zufrieden die Pinsel sinken lassen: Zwei Teakbänke mit Lehne, ein Holztisch und zahlreiche neue Bänke strahlten jetzt in neuem Glanz. „Sie haben so viel Schwung und frischen Wind mitgebracht, haben toll zugepackt und viel ‚gewuppt‘. Das wirkte richtig ansteckend und motivierend auf die Patienten sowie auf uns Mitarbeiter“, bedankte sich Frau Schindling-Horny zum Abschluss des Aktionstages.



## Flüchtlingshilfe-Aktionstage: Trainingsausrüstung für den Club Basketball Leben e.V.

*Andreas Bogner verteilt Trikots und Basketbälle an Flüchtlingskinder. Um dem tristen Alltag ein bisschen Leben einzuhauchen und versteckte Talente zu entdecken, können die Kinder am wöchentlichen Basketballtraining teilnehmen.*



Andreas Bogner ist Mitarbeiter des Geschäftskundenvertriebsmanagements München/Nürnberg und wurde auf den gemeinnützigen Verein Basketball Leben e.V. aufmerksam. Flüchtlingskinder aus der Unterkunft in der Landsberger Straße in München sollen durch das Projekt spielerisch den Basketballsport kennenlernen. Da in der Unterkunft keine Sporthalle zur Verfügung steht, findet das Spektakel im Sportkeller des Hauses statt. Zunächst wurden ein mobiler Basketballkorb und ein

paar Bälle organisiert. Schnell war der Andrang sehr hoch, sodass sich mittlerweile zweimal pro Woche 15 bis 20 Kinder zum Basketballtraining treffen. So bekommen die Kids zum einen Abwechslung in ihrem oft tristen Alltag und zum anderen wird versucht, talentierte und motivierte Kinder direkt in den Verein BC Hellenen zu integrieren. Bisher konnten drei Kinder rekrutiert werden, die alleine oder mit ihren Eltern zwei- bis dreimal die Woche nach Neuhausen in die Albrechtstraße kommen, um am regulären Training teilzunehmen. Über den Sport wird den Kindern eine neue Perspektive gegeben und auch die Möglichkeit geschaffen, sich schnell in Deutschland zu integrieren. Durch die finanzielle Unterstützung der Postbank konnte allen Basketballkindern aus der Unterkunft zunächst ein Trikot für das Training überreicht werden. Ebenso konnten weitere Basketbälle angeschafft werden, damit zukünftig noch mehr Kinder am Trainingsprogramm teilnehmen können.



## Flüchtlingshilfe-Azubi-Aktionstag: Teamkochen, ein Baustein zur Integration

*Die Azubis aus dem Jahrgang 2014 am Ausbildungsort Essen veranstaltete ein Teamkochen mit der Integrationsklasse der Berufsschule. Trotz Sprachbarriere, aber mit großem Spaß zauberten die Azubis mit den Flüchtlingen und Profiköchen vier verschiedene Gerichte auf den Tisch. Viele Hände – schnelles Ende: Das Aufräumen in Teamarbeit war schnell erledigt.*

Nachdem alle Zutaten für das Kochen besorgt waren, traf man sich am Vormittag in den Räumlichkeiten des Robert-Schumann-Berufskollegs zur anstehenden Einführung. Hierbei wurden die Kochschüler über den richtigen Umgang mit den Arbeitsmaterialien und Sicherheitsvorkehrungen unterrichtet.

In kleinen Gruppen ging es dann endlich zur „Kochsache“. Bei der Besprechung der Rezepte standen die Profiköche den Schülern zur Seite und beantworteten geduldig alle Fragen. Beim anschließenden Vorbereiten der Zutaten und Kochen ergab sich die Arbeitsteilung von selbst. Trotz der sprachlichen Barrieren kam sich niemand in die Quere und das gemeinsame Kochen war für alle Beteiligten ein großer Spaß.

Vier verschiedene Gerichte kamen am Ende auf den Tisch und wurden von den Gruppen präsentiert. Die selbst gekochten Gerichte waren für alle ein Gaumenschmaus und manch einer hätte gern noch einen Nachschlag davon gehabt. Die Aufräumarbeiten im Anschluss wurden ebenso gemeinsam und mit viel Freude erledigt. Raum aufräumen, Geschirr spülen

und abtrocknen – alles eine Sache der Teamarbeit. Ganz zum Schluss hatten die Auszubildenden noch ein Geschenk der besonderen Art: Je nach Muttersprache erhielt jeder Flüchtling sein ganz persönliches Wörterbuch sowie eine Wundertüte mit einem Lineal und einem Anspitzer.

Luceyn Sönmez, angehender Verkäufer bei der Postbank, ist glücklich darüber, diese Aktion durchgeführt zu haben: „Wir freuen uns jedes Mal, wenn wir uns nun in der Schule nicht nur begegnen, sondern auch voneinander wissen, dass einer für den anderen da ist.“

## Flüchtlingshilfe- Aktionstage: Rundum- verschönerung einer Flüchtlingsunterkunft in Essen

*Ein Sandkasten voller Spielzeug für die Kids und eine mit Blumen bepflanzte Terrasse für die Eltern. Die Männer bewiesen ihre Muskelkraft beim Bäumepflanzen und Gehwegpflastern, die Frauen übernahmen den dekorativen Teil. Das Engagement Eva-Maria Wöhlers und ihres Teams in der Flüchtlingsunterkunft war ein voller Erfolg.*

Das Team um Eva-Maria Wöhler des Betriebs-Centers für Banken in Essen brachte an zwei Tagen eine Flüchtlingsunterkunft für Familien in Essen auf Vordermann. Die Teambuildingmaßnahme stand unter dem Motto „Ein Gewinn für alle“ und „Auf zur guten Tat“.

Kinderspielzeug, Kinderkleidung, Bettwäsche und weitere Sachspenden wurden von zahlreichen Kollegen zur Verfügung gestellt. Voll bepackt machten sich die fleißigen Helfer auf den Weg. In Absprache mit der Einrichtung konzentrierten sich die Helfer auf die kindgerechte Gestaltung des Außenbereichs und die dekorative Umgestaltung des Hauses.

Der Tag startete mit der Instandsetzung der beiden Sandkästen im Garten. Diese mussten vom verschmutzten Sand befreit, mit neuem aufgefüllt und abschließend mit Wetterschutzgel versiegelt werden. Da unter den Spenden eine Menge Sandspielzeug dabei war, konnten die Kinder die Sandkästen direkt einweihen.



Außerdem sorgte eine mitgebrachte große Sandmuschel, gefüllt mit Wasser, für großen Spaß bei den Kindern.

Nachdem die Postbank Mitarbeiter mit Hilfe der Frauen aus der Einrichtung die Terrasse gereinigt hatten und die großen Blumenkübel auf der Terrasse bepflanzte waren, kümmerten sich die Kinder mit Gießkannen um die nötige Bewässerung. In der Zwischenzeit hatten die männlichen Kollegen alle mitgebrachten Tische und Bänke zusammengesraubt. Zwei Obstbäume, die auf der Wiese gepflanzt wurden, sollen in zwei Jahren die ersten Früchte tragen.

Eine große Herausforderung war das Anbringen der Fahrradständer an der Hauswand. Es musste gemessen, gebohrt und gedübelt werden. Aber auch das wurde erfolgreich gemeistert und die mitgebrachten Fahrradschlösser konnten direkt zum Einsatz kommen.

Am zweiten Aktionstag waren die Teamleiter an der Reihe. Diese widmeten sich der Umgestaltung des Hauses. Zudem musste der zum Haus führende Plattenweg unter hohem Kraft-

aufwand begehbar gemacht werden. Daran beteiligten sich auch die Männer des Hauses, und gemeinsam kam man mit viel Schweiß, aber auch Spaß, ans Ziel.

Am Ende dieses Aktionstags hatten die Helfer gemeinsam mit den Kindern eine große weiße Wand mit den Worten „Wir sind alle Kinder dieser Welt“, zahlreichen Figuren und einer Weltkugel verschönert. Die Kinder steuerten selbst gebastelte und bemalte Gipshände bei, während die Kollegen in der Zwischenzeit weiterhin den Pinsel schwingen.

„Es war alles in allem eine absolut gelungene Maßnahme. Wir haben uns untereinander außerhalb des Arbeitsalltags anders kennengelernt. Dieser Tag hat uns einen anderen Blick auf die Flüchtlingssituation gegeben. Wir waren mit den Bewohnern zusammen ein ganz großes Team und die unterschiedlichen Sprachen kein Handicap“, freut sich Eva-Maria Wöhler.

## Bildung



### Konzernbotschafter-Programm

Seit 2009 gibt es das Konzernbotschafter-Programm: Fach- und Führungskräfte der Postbank Gruppe 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 sie Stiftungen, studentische Organisationen und Lehrstühle sowohl finanziell als auch ideell. Derzeit verleiht die Bank insgesamt achtzehn 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

### Kooperation mit „Save the Children“

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

Folgende Spendenaktionen wurden 2016 zugunsten von „Save the Children“ realisiert:

- Verkauf von Kinderlernbüchern mit Spendenanteil in den Finanzcentern der Postbank, Spendensumme: ca. 80.000 EUR.
- Mitarbeiter „Laufen für den guten Zweck“ – Spendenläufe der Postbank Immobilien GmbH, Spendensumme: ca. 8.000 EUR.
- Spende der Postbank im Rahmen des Weihnachtsgrußkartenversandes an Geschäftspartner: ca. 4.000 EUR.
- Weitere Spenden durch spezielle Aktionen von Fachbereichen der Postbank: ca. 20.000 EUR.
- Postbank VISA Card für Mitarbeiter: Für jeden Euro, der mit der Postbank VISA Card „Save the Children“ umgesetzt wird, spendet die Postbank einen Cent an „Save the Children“. Es kam eine Spendensumme von knapp 38.000 EUR zusammen.

In ihren Filialen hat die Postbank Spendendosen aufgestellt. Allein dadurch konnten im Jahr 2016 mehr als 140.000 EUR zugunsten von „Save the Children“ gesammelt werden.

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

### Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion

Die Weihnachtsbaum-Wunschzettelaktion erzielte 2016 eine Spendensumme von über 17.800 EUR. Die Spende setzt sich zusammen aus Mitarbeiterspenden von insgesamt ca. 6.400 EUR, verdoppelt durch die Postbank und einer Spende des Postbank Partners Western Union von über 5.000 EUR. Die Spende unterstützt in 2016 die Save the Children Flüchtlingshilfe in Syrien.



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.

### RTL-Spendenmarathon

Die Postbank nahm am RTL-Spendenmarathon und der damit verbundenen 24-Stunden-Bikechallenge mit Joey Kelly teil und spendete eine Summe von 28.000 EUR an die RTL Stiftung – Wir helfen Kindern e. V.

### „Wir für Kinder“-Aktionstage

Die Aktionstage ihrer Mitarbeiter unterstützt die Bank – neben der Freistellung der teilnehmenden Mitarbeiter – auch finanziell mit bis zu 1.000 EUR je Projekt. Im Jahr 2016 sind auf diesem Weg ca. 50.000 EUR für gemeinnützige Organisationen zusammengekommen.

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

### Verkauf von UNICEF-Grußkarten

In der Vorweihnachtszeit verkaufen Mitarbeiter der Postbank und der Deutschen Post in ihren Filialen ehrenamtlich UNICEF-Grußkarten. Im Jahr 2016 sind insgesamt 22.000 Kartensets verkauft und 337.000 EUR umgesetzt worden, mit einem Spendenanteil von 283.000 EUR. In der mittlerweile zehn Jahre währenden Aktion ist seit 2007 ein gesamtes Spendenvolumen von rund 4 Millionen EUR zusammengekommen.



## Bälle für Deutschland

Fußball fördert die Kommunikation zwischen Menschen mit unterschiedlicher Herkunft, Hautfarbe oder Religion. Die Postbank möchte dies unterstützen und verlost daher monatlich Fußbälle an Sportvereine, Schulen und Kindergärten. 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 diese, rundet auf und verlost am Ende des Monats die erspielten Bälle in Sets à 10 Postbank Fußbälle unter allen Bewerbern.

In der „Postbank Fankurve“ auf Facebook können sich Vereine, Schulen, Kindergärten und sonstige Institutionen, in denen Fußbälle gebraucht werden, für die Teilnahme an der Verlosung bewerben. Seit Beginn der Aktion im Januar 2012 wurden insgesamt bereits knapp 9.000 Bälle verlost.

Darüber hinaus unterstützte die Postbank die Stiftung ihres Partners Borussia Mönchengladbach bei der Förderung sportbezogener sozialer Maßnahmen zur Integration von Jugendlichen in die Gesellschaft. Gemeinsam mit der Borussia-Stiftung und der Stadt Mönchengladbach konnten so drei Kunstrasenplätze mit jeweils rund 600 Quadratmetern Nutzfläche an ausgewählten Standorten in Mönchengladbach eröffnet werden.

[Mehr Infos hier](#)



Die Eröffnung eines Kunstrasenplatzes in Mönchengladbach

# Ökologische Nachhaltigkeit



**Umweltmanagementsystem** | Die Postbank verringert negative Umwelteinwirkungen aus ihrer Geschäftstätigkeit und unterstützt ihre Kunden und Mitarbeiter durch umweltfreundliche Angebote. Sie setzt sich für den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen ein. Sie nutzt ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem, 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 Mitarbeiter bindend und werden bei allen geschäftspolitischen Entscheidungen berücksichtigt.

Von 2012 bis 2015 haben wir unser Umweltmanagementsystem Schritt für Schritt 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 (vgl. dazu das Kapitel „Corporate Responsibility Programm“).
- 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.



Um einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu erzielen, beginnt anschließend der Kreislauf wieder von vorne.

Umweltleitlinie

G4-DMA



## Umweltleitlinie der Deutsche Postbank AG



## Zertifizierung nach ISO 14001



Zur Prüfung und Sicherung der Qualität ihres Umweltmanagementsystems lässt die Bank sich regelmäßig von einer unabhängigen Zertifizierungsgesellschaft überprüfen. Durch die Zertifizierung wird sichergestellt, dass Standards, Regelungen und Vorgaben gemäß ISO 14001 von der Postbank eingehalten werden. Im Januar 2015 ist das Umweltmanagementsystem der Postbank erneut nach der internationalen Norm ISO 14001 von unabhängigen Gutachtern geprüft und zertifiziert worden. Das Zertifikat gilt für drei Jahre und muss jedes Jahr durch ein Überwachungsaudit bestätigt werden. Das letzte Überwachungsaudit hat im Dezember 2016 stattgefunden. Dabei hat die DNV GL Business Assurance Zertifizierung und Umweltgutachter GmbH erneut bescheinigt, dass das Umweltmanagementsystem der Postbank den Norm-Anforderungen gerecht wird.

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 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



Das Energiemanagement-System hilft uns, die Energieeffizienz unserer Gebäude zu verbessern. Kostensenkung ist ein wichtiger und angenehmer Begleiteffekt.«

Zvezdana Seeger,  
Generalbevollmächtigte  
IT und Operations

2016 hat die Postbank ihr Umweltmanagementsystem um ein zertifiziertes Energiemanagement-System nach ISO 50001 erweitert. Mit seiner Hilfe will die Bank bis 2020 ihren Energieverbrauch systematisch senken. Dazu hat sie Investitionen von rund 250.000 EUR beschlossen. In der Endausbaustufe sollen dadurch jährlich 2.200 Megawattstunden an Strom und Heizenergie eingespart werden. 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.

Energiemanagement-System  
nach ISO 50001

G4-DMA



**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.

## Kommentierung ökologischer Ziele und Indikatoren 2016

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 31.12.2016 angegeben.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Corporate Responsibility Programm“.

Die ökologischen Ziele und Maßnahmen des Corporate Responsibility Programms 2016 konnten weitgehend umgesetzt werden:

### Umweltmanagement und Controlling

Der Aufbau eines zertifizierten Energiemanagement-Systems gemäß ISO 50001 ist abgeschlossen.

Die Postbank hat mittelfristige Ziele für die Verringerung ihres Energieverbrauchs beschlossen. Zahlreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Betriebsökologie sind mit kurzfristigen Energiesparzielen unterlegt.

Die bis Ende 2017 vorgesehenen Maßnahmen „Entflechtung der Datenauswertung aus dem Deutsche Bank Konzern“ und „Aufbau einer eigenständigen CO<sub>2</sub>-Bilanz“ werden nicht weiterverfolgt. Sie sind nach der Entscheidung zur Reintegration der Postbank in den Deutsche Bank Konzern nicht mehr erforderlich.

### Engagement und Bewusstsein

2016 hat die Postbank am Standort Bonn zum dritten Mal an der Aktion „Stadtradeln“ zur Förderung des Fahrrads als umweltfreundliches Verkehrsmittel teilgenommen.

Mit ihren Großstandorten Hameln und Frankfurt am Main hat die Postbank sich an der „Earth Hour“ 2016 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.

Energie- und Umweltziele

G4-DMA



Kommentierung ökologischer Ziele und Indikatoren 2016

G4-EN3

G4-EN8

G4-EN19



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

Die Treibhausgasemissionen je Mitarbeiter sind gegenüber dem Vorjahr um 12 % auf 1,85 Tonnen je Vollzeitäquivalent gesunken. Der starke Rückgang erklärt sich daraus, dass der Anteil des Stroms aus erneuerbaren Quellen 2016 nochmals kräftig angestiegen ist. Er liegt jetzt bei 97 % des gesamten Stromverbrauchs. Die Treibhausgasemissionen werden nach der „marktbasierten“ Methode berechnet.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Umweltbilanz“.

ausgeschöpft worden sind. Es wird zunehmend schwierig, Effizienzmaßnahmen zu definieren, die sich in überschaubarer Zeit amortisieren. Dennoch sind wir zuversichtlich, dass wir unsere Energieziele für 2020 mit Hilfe des neuen Energiemanagementsystems erreichen werden.

Bis Ende 2016 sind 6.300 Arbeitsplatz-PCs gegen ThinClients ausgetauscht worden. Aufgrund der Erfahrungen im Jahr 2016 ist diese Maßnahme angepasst worden: die verbleibenden PCs werden jeweils erst dann ausgetauscht, wenn die Geräte das Ende ihres Lebenszyklus erreicht haben. Dadurch verbessert sich die Kosteneffizienz.

Folgende Maßnahmen wurden gegenüber dem Corporate Responsibility Programm 2015 angepasst: Der für 2016 geplante Austausch von Fenstern am Standort Frankfurt am Main ist auf 2017 verschoben worden. Die für 2016 geplanten zusätzlichen Videokonferenzräume in Bonn wurden ersetzt durch Kommunikationssoftware am Arbeitsplatz. Dadurch können Videokonferenzen einfacher und kostengünstiger realisiert werden. Nicht umgesetzt wurde die Verbesserung der Raumlufttechnik in Bonn sowie der Austausch von Kühlgeräten in der Kantine München. In beiden Fällen hat das Einsparpotenzial die Kosten nicht gerechtfertigt.



## Energieverbrauch

Nach dem Rückgang im vergangenen Jahr ist der Energieverbrauch je Mitarbeiter 2016 wieder um 4 % auf 12.131 kWh pro Vollzeitäquivalent gestiegen. Bezogen auf die Heizenergie ist allerdings zu berücksichtigen, dass das Jahr 2015 im langjährigen Vergleich relativ warm war, während das Jahr 2016 etwas näher am Durchschnitt lag. Bereinigt um diesen Effekt lag die Zunahme des Energieverbrauchs pro Mitarbeiter bei unter 3 %. Die Schwankungen des Energieverbrauchs der letzten Jahre machen deutlich, dass die Potenziale zur Energieeinsparung durch moderne Gebäudetechnologie mittlerweile weitgehend

## Mobilität

Die Zahl der gereisten Kilometer ist gegenüber dem Vorjahr nahezu unverändert geblieben. Insgesamt waren die Mitarbeiter gut 100.000 km weniger unterwegs als 2015.

Insgesamt 9,8 Mio. km haben die Mitarbeiter 2016 mit der Bahn zurückgelegt, etwa so viel wie im Vorjahr. Im Fernverkehr sind Bahnreisen CO<sub>2</sub>-neutral gestellt. Die Treibhausgasemissionen aus Bahnreisen im Nahverkehr sind in die Umweltbilanz eingegangen.

Die Zahl der Flugreisekilometer ist 2016 um 4 % auf 5,2 Mio. km gesunken. Pro Mitarbeiter (Vollzeittäquivalent) lag der Rückgang bei 3 %.

Die Zahl der mit Kraftfahrzeugen zurückgelegten Kilometer ist gegenüber dem Vorjahr nahezu gleich geblieben. Dabei hat die mit Mietfahrzeugen und Taxis zurückgelegte Strecke wieder etwas zugenommen.

### Abfall/Ressourcenverbrauch

Der erzeugte Abfall je Mitarbeiter (Vollzeittäquivalent) ist 2016 um 9 % auf 393 kg gestiegen. Der Anteil des Abfalls, der dem Recycling zugeführt wird, konnte dabei um 2 % gesteigert werden. Nach dem Rückgang der Recyclingquote im vergangenen Jahr hatten wir die Reinigungskräfte und Mitarbeiter ermahnt, bei der Entsorgung stärker auf die Abfalltrennung zu achten.

Der Verbrauch an Druck- und Kopierpapier ist erneut leicht zurückgegangen. Mit 806 Tonnen lag er 1 % unter dem Niveau des Vorjahres. Im Postbank Konzern kommt ausschließlich zertifiziertes Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft und Recycling-Papier zum Einsatz.

Der Verbrauch an Recycling-Papier hat um 2 % zugenommen. Dadurch hat sich die Recycling-Quote um 3 % verbessert. Die Ursache dafür sind Anreize zur Verwendung von Recycling-Papier an den beiden Zentralstandorten Bonn und Hameln, die im Herbst 2016 gestartet wurden. Die Steigerung der Recycling-Quote bleibt weiterhin ein Ziel für die nächsten Jahre. Außer den jetzt gestarteten Anreizen zur Verwendung von Recycling-Papier nutzen wir die Mitarbeitermedien, um für die Verwendung von Recycling-Papier zu werben.



Der Trinkwasserverbrauch je Mitarbeiter (Vollzeittäquivalent) ist um 13 % auf 20 m<sup>3</sup> angestiegen, nachdem er im Vorjahr stark zurückgegangen war. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Trinkwasser in mehreren Standorten zu Kühlzwecken eingesetzt wird. Daraus ergeben sich erhebliche witterungsbedingte Schwankungen im Trinkwasserverbrauch.



**Energiespar-Contracting** | *Durch Energiespar-Contracting verringert die Postbank langfristig ihren Verbrauch an Strom und Heizenergie. Die eingesparten Energiekosten verbessern zugleich ihre Wirtschaftlichkeit. Die Umwelt profitiert durch den geringeren Verbrauch natürlicher Ressourcen und den verminderten Ausstoß an Treibhausgasen.*

Energieeffiziente Kältemaschine am Standort Essen. Sie wurde im Rahmen des Energiespar-Contractings eingebaut.



Die Energiesparpartnerschaft zwischen SPIE Energy Solutions und der Postbank wurde 2009 gestartet. Im ersten Schritt haben die Energieoptimierungsexperten von SPIE mehr als 20 Postbank Gebäude bundesweit auf energetische Einsparpotenziale untersucht. Für die Gebäude wurden Energiepässe erstellt. Energieeinsparungen durch Energiesparverträge ergaben sich 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.

2016 haben wir am Standort Essen ein umfangreiches Energieeffizienzprogramm erfolgreich abgeschlossen: Die Beleuchtung der Reklame auf dem Dach ist auf LED-Technik umgestellt worden. In den Büros wurden effiziente T5-Leuchtstoffröhren (zum Teil über Sensoren gesteuert) eingebaut und alte Kälteanlagen wurden durch moderne Geräte ersetzt. Der Flachbau wurde von innen energetisch gedämmt. In der Zentrale in Bonn sind 2016 die Sanitäranlagen optimiert worden. Die Beleuchtung wurde auf LED umgestellt und der Wasserfluss mit berührungsfreien Sensoren geregelt.

Für das Beleuchtungskonzept, das die SPIE Energy Solutions GmbH für die Postbank realisiert hat, ist SPIE 2015 mit dem European Energy Service Award ausgezeichnet worden. Der Award wird seit dem Jahr 2005 an Unternehmen vergeben, deren Dienstleistungen für mehr Energieeffizienz in Europa sorgen. SPIE hat für jeden Standort ein individuelles Maßnahmenpaket realisiert, das alle benötigten Beleuchtungsarten umfasst. Im Zusammenwirken mit einer intelligenten Steuerung konnte so für jedes Gebäude ein größtmögliches Einsparpotenzial gehoben werden. Die Postbank spart durch das Programm pro Jahr insgesamt etwa 330.000 EUR an Energiekosten und 1.100 Tonnen Kohlendioxid.

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.

Für die Standorte München, Bonn und Dortmund sind darüber hinaus Lieferverträge vereinbart worden. In München wird der Postbank Standort Bayerstraße durch SPIE mit Kälte und in Bonn die Liegenschaft Kennedyallee mit Wärme versorgt. Dortmund wird seit 2013 von SPIE mit Kälte versorgt. In allen Fällen wurden die Energieerzeugungsanlagen vor Aufnahme der Lieferung durch SPIE optimiert, sodass die Versorgung jetzt nicht nur zu wirtschaftlich besseren Konditionen erfolgt, sondern darüber hinaus auch weitergehende Energie- und CO<sub>2</sub>-Einsparungen erreicht werden.



**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

2016 haben wir damit begonnen, die Zahl unserer produktiven Rechenzentren von vier auf zwei zu verringern. Die zwei verbleibenden Rechenzentren werden nach dem Prinzip der Co-Location betrieben: Lediglich die Hardware selbst kommt von der Postbank. Die gesamte Gebäude-Infrastruktur, vor allem die energieintensiven Bereiche der Kühlung, Lüftung, Beleuchtung und Notstromversorgung werden 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.



### 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 2016 hatten wir bereits 6.300 LAN-Stationen gegen Thin Clients ausgetauscht. Knapp weitere 8.600 LAN-PCs sind zunächst wie Thin Clients konfiguriert worden.

Wir werden sie schrittweise gegen neue Geräte austauschen, wenn sie das Ende ihres Lebenszyklus erreicht haben.

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 Mitarbeitern an 17 Standorten in Europa. Knapp 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. Anfang 2017 hat AfB wieder 168 Notebooks von der Postbank übernommen. 2016 konnten wir keine Geräte anbieten, die zur Wiederaufbereitung geeignet waren. Als Direktspende hat die Postbank im Jahr 2016 allerdings insgesamt 98 IT-Geräte an gemeinnützige Organisationen wie Schulen oder Kindergärten gespendet.

Green IT

G4-DMA



## Videokonferenzen und mobiles Arbeiten

Durch Videokonferenzen kann die Bank einen Teil ihrer Dienstreisen einsparen. Dies vermindert nicht nur den CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Auch unproduktive Reisezeiten werden vermieden. Videokonferenzräume werden zunehmend durch Kommunikationssoftware verdrängt, die Videokonferenzen vom Arbeitsplatz aus ermöglicht. Dadurch müssen keine aufwändigen Videokonferenz-Anlagen mehr aufgebaut werden. 2016 haben wir erstmals keine weiteren Videokonferenzräume mehr eingerichtet, sondern in Kommunikationssoftware am Arbeitsplatz investiert.

2016 hat die Postbank die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten auf weitere Konzerngesellschaften ausgedehnt. Die Mitarbeiter können bis zu 20 % ihrer regulären Arbeitszeit 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. Das Konzept ist derart erfolgreich, dass es 2017 auf den Gesamtkonzern ausgeweitet werden soll.

## Ressourceneffizienz im Büro

Unsere Drucker sind so konfiguriert, dass der doppelseitige Druck die Standardeinstellung ist. Die meisten Geräte verfügen über eine Scan-Funktion, die es ermöglicht, Dokumente mit wenigen Handgriffen zu digitalisieren und anschließend papierlos weiterzuverarbeiten. 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. Durch die Modernisierung und Vernetzung der Druckerflotte ist die Zahl der eingesetzten Drucker bei der Postbank gegenüber Anfang 2013 auf die Hälfte gesenkt worden.

Wir wollen den Verbrauch von Drucker- und Kopierpapier weiter senken. Neben der Digitalisierung und papierlosen Weiterverarbeitung von Dokumenten hilft dabei der Einsatz von Tablets, auf denen Fach-, Führungs- und Vertriebskräfte ihre Dokumente in digitaler Form jederzeit abrufen können. Wo Ausdrücke dennoch unvermeidlich sind, wollen wir den Anteil an Recycling-Papier steigern. 2016 haben wir in den beiden Zentralstandorten Bonn und Hameln ein Anreizsystem eingerichtet, das die Verwendung von Recycling-Papier bevorzugt.

## Digitalisierung statt Papier bei der BHW Bausparkasse

*Mitarbeiter der BHW Bausparkasse, des BHW Kreditservice und der Postbank haben die Verarbeitung von Formularen digitalisiert. Dadurch ist die Bearbeitung der Serviceprozesse nicht nur viel schneller geworden, sie kommt auch weitgehend ohne Papier aus. Für sein erfolgreiches Projekt ist das Team mit dem Postbank Award 2016 in der Kategorie „Effizienz“ ausgezeichnet worden.*



Ausgezeichnet mit dem Postbank Award in der Kategorie „Effizienz“: das Projektteam zur Digitalisierung von Papierprozessen

Bis zu 40.000 Dokumente, darunter viele Formulare, werden bei der BHW Bausparkasse in Hameln täglich verarbeitet. Langwierige Prozesse und hohe Kosten waren der Alltag. Damit ist nun Schluss. „Ein Formular für alle – und alle für ein Formular“ lautet das neue Motto. Den Preisträgern gelang es, die bestehenden, unterschiedlichen Formulare komplett zu revolutionieren. Das steigert die Qualität und die Effizienz der ganzen Prozesskette.

Die Formulare werden einheitlich erstellt und können dank QR-Codes und Data-Matrizen direkt beim Geschäftsabschluss digitalisiert werden. Bearbeitungsprozesse, die früher mehrere Monate dauerten, wurden verkürzt auf wenige Tage. Die Erfahrungen aus diesem Projekt werden künftig auch in anderen Bereichen der Bank angewendet. Das ist ein großer Schritt in Richtung papierloses Büro.

## Energiemanagement

Nur ein Drittel der Energie in Rechenzentren wird von den Computern und deren Subsystemen direkt verbraucht. Zwei Drittel des Stromverbrauchs gehen 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. 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. In diesem Bereich haben wir uns für 2017 ambitionierte Ziele gesetzt.

Weitere Informationen, siehe Kapitel „Corporate Responsibility Programm“.

## 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. 2016 hat die Postbank ihre Projekte zur Virtualisierung von Arbeitsplatz PCs und zur ökologischen Ausrichtung ihrer Bürodrucker eingereicht und damit die Umweltpartnerschaft bis Oktober 2021 verlängert.



**Umweltbilanz** | *Die Postbank errechnet ihre CO<sub>2</sub>-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 mit Hilfe von Rechnungs- oder Zählerdaten – soweit sie verfügbar sind. Dadurch sind im vorliegenden Bericht 83 % der Treibhausgasemissionen (THG Emissionen) 2016 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.

Von 01. 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 01. Januar 2016 gehören diese Gesellschaften wieder zum Postbank Konzern. Der Ressourcenverbrauch der Mitarbeiter dieser Gesellschaften ist in vollem Umfang in die Umweltbilanz 2014 und 2015 einbezogen worden. Damit sind die Umweltdaten der Jahre 2014 und 2015 vergleichbar mit denen der Vorjahre und denen kommender Jahre.

Umweltbilanz

G4-DMA



Datenbasis

G4-22

G4-23



Berechnungsmethodik

G4-22

G4-23



### 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 Mitarbeiter 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 „marktbasierter“ Ansatz als auch nach dem „lokalbasierter“ Ansatz: Der marktbasierter 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 durch-

schnittlichen Emissionsfaktoren für eine bestimmte geografische Region sowie den Aktivitätsdaten. Die Differenz zwischen beiden Werten resultiert bei der Postbank daraus, dass sie knapp 97 % ihres Stroms aus erneuerbaren Quellen bezieht. Dadurch sind die marktbasierend berechneten THG Emissionen um 48.249 Tonnen CO<sub>2</sub> niedriger als die lokalbasierend 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 (2015 und 2016), GHG Protocol und IEA (2015) oder, falls zutreffend, 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 Mitarbeiter aus Informationen der Entsorger bzw. den genutzten Containern und ihrer Entsorgungsfrequenz ermittelt. Sie werden anschließend auf die Gesamtzahl der Mitarbeiter hochgerechnet.

- **Papier**

Berichtet werden die im Inland eingekauften Mengen Kopier- und Druckerpapier des Postbank Konzerns.

- **Dienstreisen**

Für die Firmenwagen wird der CO<sub>2</sub>-Ausstoß anhand der Laufleistung und der verbrauchten Treibstoffmenge der Fahr-

zeuge im Fuhrpark des Postbank Konzerns (mittels Tankkartenabrechnungen) berechnet.

Für Mietfahrzeuge werden die CO<sub>2</sub>-Emissionen aufgrund der Daten-Zulieferungen der Mietwagenfirmen ermittelt.

Bei Bahnfahrten werden CO<sub>2</sub>-Emissionen nur für den Nahverkehr ausgewiesen, da im Fernverkehr alle Tickets des Konzerns CO<sub>2</sub>-neutral gestellt sind.

Für Flugreisen wird der CO<sub>2</sub>-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.



Stadtradeln am Standort Bonn, Mai 2016

Internes Umwelt-Audit am Standort Essen, Oktober 2016



## 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.

Vergleichbarkeit mit früheren Jahren

G4-22 G4-23



## Umweltbilanz der Postbank

Umweltdaten <sup>1</sup>		2016	2015	2014
<b>Treibhausgas(THG)emissionen</b> in t CO <sub>2</sub> -Äquivalente (CO <sub>2</sub> e) (sofern nicht anders angegeben)	<b>Abweichungen</b> im Vergleich zum Vorjahr			
<b>Gesamtsumme marktbasierter THG Emissionen<sup>2, 3, 4</sup></b>	<b>-14 %</b>	<b>34.183</b>	<b>39.534</b>	<b>41.732</b>
Marktbasierter Emissionen aus Energienutzung für Gebäude <sup>5</sup>	-14 %	28.120	32.555	34.242
Emissionen aus Geschäftsreisen	-14 %	5.803	6.713	7.257
Marktbasierter THG Emissionen (einschl. erneuerbarer Energien)/Mietfläche pro m <sup>2</sup>	-13 %	0,0259	0,0297	0,0313
Marktbasierter THG Emissionen (einschl. erneuerbarer Energien) je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	-12 %	1,85	2,11	2,22
<b>Scope 1: direkte THG Emissionen</b>	<b>-7 %</b>	<b>12.509,14</b>	<b>13.513,79</b>	<b>13.709,87</b>
Aus Erdgasverbrauch	0 %	6.802,63	6.826,60	6.531,14
Aus flüssigen fossilen Energieträgern <sup>6</sup>	-12 %	571,77	647,91	718,52
Aus H-FKW	-2 %	259,45	266,05	232,97
Aus eigenen bzw. geleasteten Fahrzeugen	-16 %	4.875,29	5.773,23	6.227,24
<b>Scope 2: indirekte THG Emissionen</b>	<b>-17 %</b>	<b>20.745,21</b>	<b>25.080,37</b>	<b>26.991,88</b>
Marktbasierter Emissionen aus Stromverbrauch	-68 %	2.395	7.573	9.465
Aus Dampferzeugung, Fernwärme und -kühlung	5 %	18.350,44	17.507,38	17.526,45
<b>Scope 3: sonstige indirekte THG Emissionen</b>	<b>-1 %</b>	<b>928,27</b>	<b>940,18</b>	<b>1.030,49</b>
Aus Flugreisen	-5 %	509,50	536,28	527,96
Aus Mietfahrzeugen und Taxifahrten	6 %	343,47	322,94	340,01
Aus Bahnreisen <sup>7</sup>	-7 %	75,30	80,96	162,52
Zum Vergleich: Gesamtsumme lokalbasierter THG Emissionen <sup>2</sup>	1 %	82.432	81.343	83.529
<b>Energieverbrauch (gesamt) in GJ<sup>8</sup></b>	<b>3 %</b>	<b>808.377,90</b>	<b>788.186,85</b>	<b>798.092,56</b>
<b>Energieverbrauch (gesamt) in GWh<sup>8</sup></b>	<b>3 %</b>	<b>225</b>	<b>219</b>	<b>222</b>
Energieverbrauch in kWh pro m <sup>2</sup>	3 %	170	165	166
Energieverbrauch in kWh je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	4 %	12.131	11.671	11.812
Stromverbrauch (gesamt) in GWh	2 %	105	102	106
Energie aus Primärbrennstoffquellen (Öl, Gas usw.) in GWh	-1 %	36	36	35
Bereitgestellte Wärme und Kühlung in GWh	4 %	84	81	81
Strom aus erneuerbaren Energien in GWh	11 %	102	92	93
<b>Reisen in km</b>	<b>0 %</b>	<b>48.266.673</b>	<b>48.379.774</b>	<b>51.676.693</b>
Flugreisen (gesamt) in km	-4 %	5.215.264	5.454.188	5.370.382
Kurzstreckenflüge	-4 %	2.106.177	2.182.909	2.098.468
Mittelstreckenflüge	1 %	2.829.889	2.797.758	2.837.626
Langstreckenflüge	-41 %	279.199	473.521	434.288
Flugreisen je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent) in km	-3 %	282	291	286
Bahnreisen (gesamt) in km	0 %	9.777.992	9.775.121	10.843.205
Straßenverkehr (gesamt) in km	0 %	33.273.417	33.150.465	35.463.106
Reisekilometer je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	1 %	2.608	2.579	2.753
<b>Abfall und Papier</b>				
<b>Abfall in t<sup>9</sup></b>				
Erzeugter Abfall in t	8 %	7.273,94	6.757,35	6.394,34
Erzeugter Abfall in t je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	9 %	0,39	0,36	0,34
Entsorgter Abfall in t	7 %	4.904,39	4.593,01	4.172,36
Entsorgter Abfall in t je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	8 %	0,26	0,24	0,22
Recycelter Abfall in t	9 %	2.369,55	2.164,34	2.221,98
Recycelter Abfall in t je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	11 %	0,13	0,12	0,12
Anteil recycelter Abfall in %	2 %	33 %	32 %	35 %

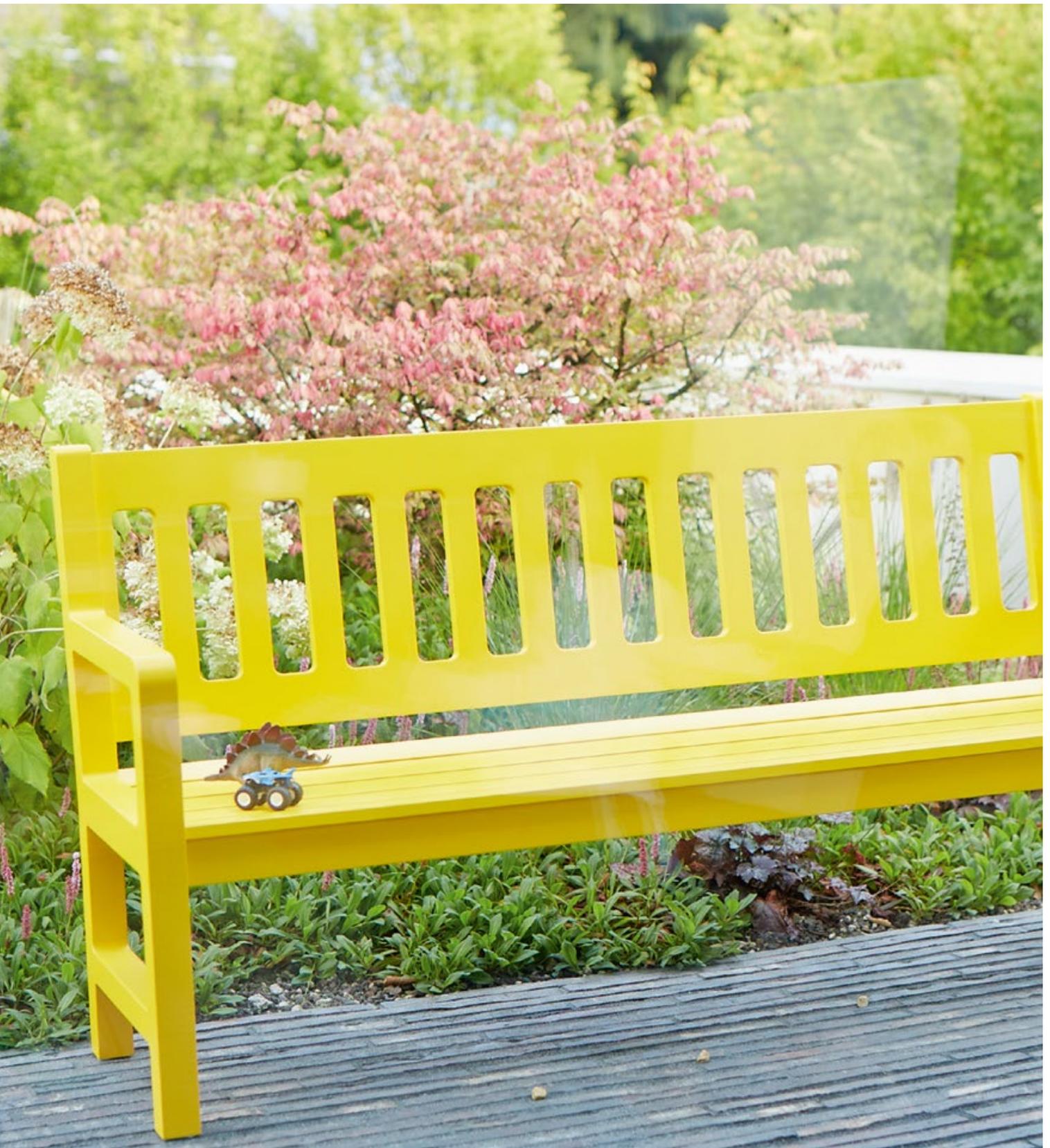


	Abweichungen im Vergleich zum Vorjahr	2016	2015	2014
Kompostierbarer Abfall in t	20 %	160,88	133,79	86,17
Abfall mit Energierückgewinnung in t	4 %	3.247,13	3.116,43	2.889,86
Müllverbrennung ohne Energierückgewinnung in t	11 %	1.496,38	1.342,79	1.196,34
Gefährlicher Abfall in t	-64 %	21,18	59,40	28,06
nicht gefährlicher Abfall in t	8 %	7.252,75	6.697,95	6.366,29
<b>Papierverbrauch in t</b>				
Verbrauch an Kopier- und Druckerpapier in t	-1 %	805,76	816,68	856,69
Recyceltes Papier in t	2 %	17,56	17,21	18,56
Anteil an Recyclingmaterial	3 %	2 %	2 %	2 %
Papierverbrauch in kg je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	0 %	3,63	3,63	3,81
<b>Wasserverbrauch<sup>10</sup></b>				
Trinkwasserverbrauch <sup>10</sup> in m <sup>3</sup>	11 %	365.203	328.356	335.397
Trinkwasserverbrauch in m <sup>3</sup> je Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent)	13 %	20	18	18
Trinkwasserverbrauch in m <sup>3</sup> pro Quadratmeter Mietfläche	12 %	0,28	0,25	0,25
<b>Bezugsgrößen</b>				
Durchschnittliche Gesamtmietfläche in m <sup>2</sup>	-1 %	1.320.794	1.329.899	1.333.340
Durchschnittliche Anzahl der Mitarbeiter (Vollzeitäquivalent) <sup>11</sup>	-1 %	18.511	18.760	18.768

- Alle für 2016 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
  - Veränderter 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 Mitarbeiter 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 Leitfa-den: 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 2016 der Postbank nach marktbasierter Ansatz sind: 34.183 Tonnen CO<sub>2</sub>e. Die Gesamtemissionen auf Basis lokaler Berichtsanforderungen betragen 82.432 Tonnen CO<sub>2</sub>e. Die um 48.249 Tonnen niedrigeren THG Emissionen resultieren aus erneuerbaren Energieverträgen.
- 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 (2015 und 2016), GHG Protocol und IEA (2015) 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 vorliegen- den 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 Elektri-zitäts- und Heizintensitäten hochgerechnet. Die Emissionen aus Kühlmittelverlusten werden eben-falls 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 CO<sub>2</sub>-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 Stan-dard-Umrechnungsfaktor verwendet. Es findet kein Verkauf von Strom, Fernwärme, Kühlung oder Dampf statt.
- Abfallmengen sind für 20 Großstandorte verfügbar, an denen über die Hälfte der Mitarbeiter beschäftigt ist. Die Gesamtmenge wurde auf Grundlage der Mitarbeiterzahl (Vollzeitäquivalente) hochgerechnet.
- Die Zahlen für Wasser beziehen sich nur auf Trinkwasser.
- Rund 4.000 Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente) waren vorübergehend (01.04.2014 bis 31.12.2015) innerhalb des Deutsche Bank Konzerns in die PBC Banking Services GmbH überführt, an der die Postbank knapp 50 Prozent hielt. Die Verbrauchsdaten dieser Mitarbeiter und die entsprechenden Emissionen sind für die gesamte Berichtsperiode in die Umweltbilanz der Postbank eingegangen.

# Anhang

**Über diesen Bericht** | *Der Nachhaltigkeitsbericht 2016 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 2016. Er schließt an den Nachhaltigkeitsbericht 2015 an, der im Juni 2016 erschienen ist.

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI G4, Option Core) 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](http://www.postbank.de/nachhaltigkeit)

Bei Fragen zu diesem Bericht oder zum Engagement der Postbank wenden Sie sich bitte an [nachhaltigkeit@postbank.de](mailto:nachhaltigkeit@postbank.de)

## Wichtige Ereignisse im Jahr 2016

Im Dezember 2015 hat die Postbank einen Kaufvertrag mit der PBC Banking Services GmbH über den Rückwerb ihrer Servicegesellschaften (Betriebs-Center für Banken AG, VÖB-ZVD Processing GmbH, Postbank Direkt GmbH, Postbank Service GmbH und BHW Kreditservice GmbH) und gleichzeitig mit der Deutsche Bank Privat- und Geschäftskunden AG über die Veräußerung der von der Postbank gehaltenen Anteile an der PBC Banking Services GmbH unterzeichnet. Der Erwerb und die Veräußerung erfolgten mit Wirkung zum 01. Januar 2016.

Hans-Peter Schmid legte sein Mandat als Mitglied des Vorstands der Deutschen Postbank AG und als Vorsitzender des Vorstands der Postbank Filialvertrieb AG zum 30. September 2016 nieder. Die kommissarische Nachfolge als für den Filialvertrieb zuständiger Vorstand übernahm Frank Strauß zusätzlich zu seinem Amt als Vorstandsvorsitzender der Postbank.

Weitere Informationen zu den Organen der Postbank und deren Veränderungen, vgl. Geschäftsbericht 2016, S. 6–7 und 27.

### Berichtsabgrenzung

G4-17	G4-23	G4-28
		
G4-29	G4-30	G4-32
		

### Wichtige Ereignisse im Jahr 2016

G4-13	G4-23
	

**Leitlinien** | *In ihrem Leitbild hat die Postbank „Nachhaltige Leistung“ als eigenständiges Prinzip formuliert. Verantwortungsbewusstes Handeln wird jedoch nicht nur von Mitarbeitern 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 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 unternehmerischer Verantwortung

Die Postbank hat für alle 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.

### Supplier Code of Conduct

Die Postbank setzt sich über die Konzerngrenzen hinaus für eine nachhaltige Entwicklung ein. Auch ihre Lieferanten, Dienstleister und Auftragnehmer müssen sich verpflichten, grundlegende soziale und ökologische Mindeststandards zu erfüllen. Zu diesem Zweck hat die Postbank den Verhaltenskodex „Supplier Code of Conduct“ entwickelt, der von den Lieferanten unterzeichnet, anerkannt und umgesetzt werden muss. Die wesentlichen Inhalte des Kodex sind:

- Verzicht auf Kinderarbeit
- Ausschluss von Zwangsarbeit
- Vergütung und Arbeitszeiten gemäß nationalen Regelungen
- Diskriminierungsverbot
- Arbeitsschutz
- Einhaltung von Antikorruptionsstandards
- Berücksichtigung des Umweltschutzes

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



Policy zur unternehmerischen Verantwortung



## Lieferantenfragebogen

Der Lieferantenfragebogen der Postbank prüft, ob eine geschäftliche Beziehung mit Händlern auf Grundlage ihres Umweltmanagementsystems 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 Papierzeugnissen 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. Seit Mitte 2006 war die Postbank durch den ehemaligen Mehrheitsaktionär Deutsche Post DHL dem UN Global Compact verpflichtet. 2010 hat sie sich eigenständig dem UN Global Compact verpflichtet und erstellt jährlich einen Fortschrittsbericht zur Umsetzung der 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 der einzige europäische Verein, der sich speziell mit Umweltmanagement-Fragestellungen bei Finanzdienstleistern beschäftigt. Ziel ist es, Umweltschutz und Umweltmanagement bei Kreditinstituten und Versicherungen zu fördern. Hierzu werden Strategien, Instrumente und Best-Practice-Lösungen entwickelt, der interne Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedsinstituten vorangetrieben und die breitere Öffentlichkeit informiert.

### Arbeitskreis Nachhaltigkeit im Bankenverband

Die Postbank ist aktives Mitglied im Arbeitskreis „Nachhaltigkeit“ des Bankenverbandes. Der Bankenverband ist der Spitzenverband der privaten Banken in Deutschland. Ihm gehören über 200 private Banken und elf Mitgliedsverbände an. Im Arbeitskreis „Nachhaltigkeit“ werden spezifische Fragen des Nachhaltigkeitsmanagements in der Finanzindustrie, wie nachhaltige Bankprodukte und nachhaltige Unternehmensfinanzierung diskutiert.

### Carbon Disclosure Project

Das Carbon Disclosure Project (CDP), im Jahr 2000 in London gegründet, ist ein Gemeinschaftsprojekt institutioneller Anleger im Zusammenhang mit den wirtschaftlichen Auswirkungen des Klimawandels. In dieser Initiative fordern 827 Investoren mit einem Anlagevermögen von rund 100 Bill. US\$ die umfassende Offenlegung des Ausstoßes von Treibhausgasen. Mehrere Tausend der weltweit größten Unternehmen berichten bereits über ihre Emissionen auf der CDP-Plattform. Mit ihrer Unterzeichnung des CDP im Jahr 2006 bekannte die Postbank sich dazu, dass Finanzinstitutionen bei Anlageentscheidungen verstärkt Aspekte des Klimaschutzes beachten sollen.



**bankenverband**



Initiativen und Mitgliedschaften

G4-15



G4-16



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



### Fortschrittsbericht nach UN Global Compact

#### Prinzipien

#### Beispiele

(behandelt in Artikeln des Nachhaltigkeitsberichts 2016)

#### Menschenrechte

1: Unternehmen sollen die internationalen Menschenrechte achten und innerhalb ihres Einflussbereichs fördern.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leben und Arbeiten</li> <li>• Vielfalt, Integration und Wertschätzung</li> <li>• Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage</li> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>
2: Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie nicht zur Verletzung der Menschenrechte beitragen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leben und Arbeiten</li> <li>• Vielfalt, Integration und Wertschätzung</li> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>

#### Arbeitsnormen

3: Unternehmen sollen das Recht auf gewerkschaftliche Betätigung ihrer Angestellten und Kollektivverhandlungen anerkennen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personalmanagement</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>
4: Unternehmen sollen die Bekämpfung von Zwangsarbeit unterstützen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• Vielfalt, Integration und Wertschätzung</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>
5: Unternehmen sollen an der Abschaffung von Kinderarbeit mitarbeiten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeitsleitbild</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>
6: Unternehmen sollen die Beseitigung jeder Art von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung anstreben.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aus- und Weiterbildung</li> <li>• Vielfalt, Integration und Wertschätzung</li> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>

#### Umweltschutz

7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltgefährdungen vorsorgend handeln.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeitsleitbild</li> <li>• Nachhaltigkeitsmanagement</li> <li>• Analyse wesentlicher Themen</li> <li>• Corporate Responsibility Programm</li> <li>• Green IT</li> <li>• Lieferkette und Beschaffung</li> </ul>
8: Unternehmen sollen Initiative ergreifen, um das Umweltbewusstsein zu fördern.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeitsleitbild</li> <li>• Nachhaltigkeitsmanagement</li> <li>• Corporate Responsibility Programm</li> <li>• Aus- und Weiterbildung</li> <li>• Ökologische Produkte und Dienstleistungen</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>
9: Unternehmen sollen zur Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beitragen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachhaltigkeitsleitbild</li> <li>• Nachhaltigkeitsmanagement</li> <li>• Corporate Responsibility Programm</li> <li>• Energiespar-Contracting</li> <li>• Green IT</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>

#### Korruption

10: Unternehmen sollen gegen jede Form der Korruption, Erpressung und Bestechung eintreten.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensführung</li> <li>• Corporate Governance</li> <li>• Risikomanagement, Kreditvergabe und Geldanlage</li> <li>• Compliance und Geldwäscherschutz</li> <li>• Leitlinien</li> </ul>
---	---

**GRI Content Index** | Die Richtlinien der Global Reporting Initiative verlangen allgemeine Standardangaben zum Unternehmen und spezifische Informationen zu wesentlichen Handlungsfeldern in den Bereichen Ökonomie, Umwelt und Gesellschaft. Dieser ausführliche Inhaltsindex zeigt, wo diese Angaben im Nachhaltigkeitsbericht 2016, im Geschäftsbericht 2016 und in weiteren Dokumenten gemacht werden.



Materiality  
Disclosures  
Postbank

Apr 2017  
Service

### Allgemeine Standardangaben

Allgemeine Standardangaben	Seite	Externe Prüfung	Beschreibung
<b>Strategie &amp; Analyse</b>			
G4-1	S. 3	-	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation
<b>Organisationsprofil</b>			
G4-3	S. 6	-	Name des Unternehmens
G4-4	S. 6; GB 2016: S. 18 (GB 2016: Geschäftsbericht Postbank Konzern 2016; <a href="https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2016_D.pdf">https://www.postbank.de/postbank/docs/PBGB2016_D.pdf</a> )	-	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen
G4-5	GB 2016: S. 18	-	Hauptsitz der Unternehmung
G4-6	GB 2016: S. 18	-	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt
G4-7	GB 2016: S. 18	-	Rechtsform und Eigentümerstruktur
G4-8	S. 6; GB 2016: S. 18	-	Wesentliche Märkte
G4-9	S. 6, 117; GB 2016: S. 18, 46–47	-	Größe der Organisation
G4-10	S. 55, 57	-	Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnissen, Geschlecht und Regionen
G4-11	S. 55, 57–58	-	Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen
G4-12	S. 45	-	Beschreibung der Lieferkette
G4-13	S. 103; GB 2016: S. 27, 86–87	-	Signifikante Änderungen im Berichtszeitraum
G4-14	S. 16, 46–49	-	Umsetzung des Vorsorgeprinzips
G4-15	S. 72–73, 106–107	-	Unterstützung externer Initiativen
G4-16	S. 106	-	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen
<b>Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>			
G4-17	S. 103; GB 2016: S. 87	-	Liste der konsolidierten Unternehmen
G4-18	S. 13–15	-	Vorgehensweise zur Auswahl der Berichtsinhalte
G4-19	S. 14–15	-	Sämtliche wesentlichen Aspekte
G4-20	S. 13, 15	-	Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens
G4-21	S. 13, 15	-	Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens
G4-22	S. 13–15, 98–99, 101	-	Neudarstellungen von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten
G4-23	S. 98–99, 101, 103	-	Wichtige Änderungen des Berichtsumfangs und der Grenzen von Aspekten

Allgemeine Standardangaben	Seite	Externe Prüfung	Beschreibung
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>			
G4-24	S. 11	-	Einbezogene Stakeholdergruppen
G4-25	S. 10	-	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder
G4-26	S. 11–12, 25, 44	-	Ansatz für den Stakeholder-Dialog und Häufigkeit
G4-27	S. 13, 15	-	Zentrale Anliegen der Stakeholder und Stellungnahme
<b>Berichtsprofil</b>			
G4-28	S. 101, 103	-	Berichtszeitraum
G4-29	S. 103	-	Datum des letzten Berichts
G4-30	S. 103	-	Berichtszyklus
G4-31	S. 118	-	Ansprechpartner für Fragen zum Bericht
G4-32	S. 103	-	Option der Übereinstimmung mit GRI und gewählter Index
G4-33	Keine externe Prüfung	-	Externe Prüfung des Berichts
<b>Unternehmensführung</b>			
G4-34	S. 8–9; GB 2016: S. 6	-	Führungsstruktur inkl. höchstem Kontrollorgan
<b>Ethik und Integrität</b>			
G4-56	S. 42, 104	-	Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards

Spezifische Standardangaben				
DMA und Indikatoren	Seite	Auslassungen	Externe Prüfung	Beschreibung
<b>Kategorie: ökologisch</b>				
<b>Wesentlicher Aspekt: Energie</b>				
G4-DMA	S. 17, 87–89, 92, 94, 98		-	Managementansatz
G4-EN3	S. 89, 100		-	Energieverbrauch innerhalb der Organisation
<b>Wesentlicher Aspekt: Wasser</b>				
G4-DMA	S. 17, 87		-	Managementansatz
G4-EN8	S. 89, 101		-	Gesamtwasserentnahme nach Quelle
<b>Wesentlicher Aspekt: Emissionen</b>				
G4-DMA	S. 17, 87, 92, 94, 98		-	Managementansatz
G4-EN15	S. 100		-	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)
G4-EN16	S. 100		-	Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)
G4-EN17	S. 100		-	Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)
G4-EN19	S. 89, 100		-	Reduzierung der THG Emissionen
<b>Wesentlicher Aspekt: Produkte und Dienstleistungen</b>				
G4-DMA	S. 17, 33, 87		-	Managementansatz
G4-EN27	S. 35–36, 38–39		-	Umfang der Maßnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen
<b>Wesentlicher Aspekt: ökologisch nachhaltige Produkte und Dienstleistungen -</b>				
G4-DMA	S. 17, 33		-	Managementansatz
G4-FS8	S. 35–36, 38–39		-	Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen ökologischen Nutzen entwickelt wurden, für jeden Geschäftsbereich, aufgeschlüsselt nach dem Zweck

## GRI Content Index

DMA und Indikatoren	Seite	Auslassungen	Externe Prüfung	Beschreibung
<b>Kategorie: gesellschaftlich</b>				
<b>Unterkategorie: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung</b>				
<b>Wesentlicher Aspekt: Beschäftigung</b>				
G4-DMA	S. 55, 58, 67 – 68		-	Managementansatz
G4-LA1	S. 57		-	Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region
G4-LA2		Nicht anwendbar, da die genannten Leistungen allen Mitarbeitern zur Verfügung stehen. Eine Unterscheidung zwischen Voll- und Teilzeitbeschäftigten findet nicht statt.	-	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber Mitarbeitern mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden, nach Hauptgeschäftsstandorten
<b>Wesentlicher Aspekt: Aus- und Weiterbildung</b>				
G4-DMA	S. 55, 60		-	Managementansatz
G4-LA9	S. 55 – 57, 62 – 63		-	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie
G4-LA10	S. 63, 65		-	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen und diese im Umgang mit dem Berufsaufstieg unterstützen
G4-LA11	S. 58		-	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie
<b>Wesentlicher Aspekt: gleicher Lohn für Männer und Frauen</b>				
G4-DMA	S. 72		-	Managementansatz
G4-LA13		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
<b>Unterkategorie: Produktverantwortung</b>				
<b>Wesentlicher Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</b>				
G4-DMA	S. 28		-	Managementansatz
G4-PR5	GB 2016: S. 10		-	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit
<b>Wesentlicher Aspekt: Produktangebote, die soziale/gesellschaftliche Projekte unterstützen</b>				
G4-DMA	S. 33		-	Managementansatz
G4-FS7	S. 33 – 34		-	Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen gesellschaftlichen Nutzen entwickelt wurden, für jeden Geschäftsbereich, aufgeschlüsselt nach dem Zweck
<b>Wesentlicher Aspekt: soziale Einrichtungen fördern</b>				
G4-DMA	S. 33		-	Managementansatz
G4-FS7	S. 33 – 34		-	Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen gesellschaftlichen Nutzen entwickelt wurden, für jeden Geschäftsbereich, aufgeschlüsselt nach dem Zweck
<b>Wesentlicher Aspekt: Kultur, Sport oder Bildung fördern</b>				
G4-DMA	S. 33		-	Managementansatz
G4-FS7	S. 33 – 34		-	Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die für einen spezifischen gesellschaftlichen Nutzen entwickelt wurden, für jeden Geschäftsbereich, aufgeschlüsselt nach dem Zweck

## 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

G4



Diese Symbole verweisen auf den GRI Content Index auf den Seiten 108–110.

## 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. Der Deutsche Corporate Governance Kodex (DCGK) enthält Regeln und Empfehlungen für eine gute Unternehmensführung.

### CSR

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

## 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.

### Disruptive Innovation

Neue Technologie, die bestehende Technologien, Produkte oder Dienstleistungen verdrängen kann (vgl. auch „inkrementelle Innovation“).

## Diversifikation

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

## Diversity

Bezeichnet die Vielfalt innerhalb der Beleg- schaft im Hinblick auf Geschlecht, Herkunft, Nationalität, Alter, Religionszugehörigkeit und körperliche Einschränkungen der Be- schäftigten.

## E

### E2E – end to end

Vom ersten Kundenkontakt bis zur Erbrin- gung der Leistung.

### Energiespar-Contracting

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

### EU Ecolabel

Europäisches Umweltzeichen zur Kenn- zeichnung 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 = Postdienst- leistung).

## Fingerprint

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

## FinTech

Finanztechnologie-Unternehmen. FinTechs bieten innovative digitale Finanzdienst- leistungen an und treten damit in Konkur- renz zu Banken.

## Forward-Darlehen

Immobilienkredit, der erst in der Zukunft ausgezahlt wird. Damit können sich Bau- herren 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 internationa- ler Standard zur Erfassung von Treibhaus- gasemissionen.

### 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 Leitlinien zur Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten aufgesetzt hat, mit dem Ziel, diese untereinander vergleichbarer zu machen. Die G4-Guidelines sind die vierte Generation der Berichterstattungs-Standards.

## I

### IEA

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

### Inkrementelle Innovation

Schrittweise Verbesserung von Dienstleistungen, Produkten, Prozessen oder Geschäftsmodellen (vgl. auch „Disruptive Innovation“).

### 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 50001

Internationale Norm für Energiemanagementsysteme.

## K

### KfW

Als Bank des Bundes und der Länder ist die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) 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 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 geringem Nachhaltigkeitsengagement.

### 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.

### Supplier Code of Conduct

Verhaltenskodex für Lieferanten. Der Kodex fordert von allen Unternehmen, die mit der Postbank in Geschäftsbeziehung stehen, dass sie ihrem Handeln ethische Grundsätze zugrunde legen.

## 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.–31.12.2016	01.01.–31.12.2015 <sup>1</sup>
Gesamterträge	Mio. EUR	3.320	3.143
Verwaltungsaufwand	Mio. EUR	-2.853	-2.593
Ergebnis vor Steuern	Mio. EUR	307	584
Konzerngewinn	Mio. EUR	317	611
Bereinigtes Ergebnis vor Steuern <sup>2</sup>	Mio. EUR	468	523
<b>Cost Income Ratio gesamt</b>	<b>%</b>	<b>85,8</b>	<b>80,3</b>
<b>Return on Tangible Equity</b>			
vor Steuern	%	6,0	12,5
nach Steuern	%	6,2	13,1
<b>Ergebnis je Aktie<sup>3</sup></b>	<b>EUR</b>	<b>1,45</b>	<b>2,79</b>
<b>Bilanz</b>		<b>31.12.2016</b>	<b>31.12.2015<sup>1</sup></b>
Bilanzsumme	Mio. EUR	147.197	150.501
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden	Mio. EUR	118.918	119.150
Forderungen an Kunden	Mio. EUR	102.003	98.937
Risikovorsorge	Mio. EUR	998	923
Eigenkapital	Mio. EUR	7.226	7.164
<b>Harte Kernkapitalquote (Common Equity Tier 1 Capital Ratio) regular phased-in</b>	<b>%</b>	<b>14,2<sup>4</sup></b>	<b>13,7</b>
<b>Harte Kernkapitalquote (Common Equity Tier 1 Capital Ratio) fully phased-in</b>	<b>%</b>	<b>12,4<sup>4</sup></b>	<b>11,5</b>
<b>Verschuldungsquote (Leverage Ratio) regular phased-in</b>	<b>%</b>	<b>4,1<sup>4</sup></b>	<b>4,1</b>
<b>Verschuldungsquote (Leverage Ratio) fully phased-in</b>	<b>%</b>	<b>3,4<sup>4</sup></b>	<b>3,4</b>
<b>Mitarbeiter (auf Vollzeitkräfte umgerechnet)</b>	<b>Tsd.</b>	<b>18.112</b>	<b>14.758</b>
<b>Langfrustrating</b>			
Fitch		BBB+ Ausblick stable	BBB+ Ausblick evolving

1) Angaben angepasst (siehe Geschäftsbericht 2016, Note 6).  
2) Die Bereinigungen können im Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2016 im Abschnitt „Ertrags-, Finanz- und Vermögensanlage“ nachvollzogen werden.  
3) Bezogen auf 218,8 Millionen Aktien.  
4) Unter Berücksichtigung des Gewinns für das Geschäftsjahr 2016.

## Impressum

### Herausgeber

Deutsche Postbank AG  
Zentrale  
Friedrich-Ebert-Allee 114 – 126  
53113 Bonn  
[www.postbank.de](http://www.postbank.de)

[www.postbank.de](http://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](mailto:nachhaltigkeit@postbank.de)

[www.postbank.de/nachhaltigkeit](http://www.postbank.de/nachhaltigkeit)

### Konzeption und grafische Gestaltung

KrollSchmidWolf Kommunikation GmbH  
Zollhof 17, 40221 Düsseldorf

*Projektleitung und Ansprechpartner*

G4-31



### Anmerkung

Alle Inhalte dieses Berichts wurden aus unterschiedlichen Quellen sorgsam zusammengestellt. Redaktionsschluss war der 23.03.2017. 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 Kollegen und externen Beteiligten, die an der Erstellung dieses Berichts beteiligt waren.

### Bildnachweise

Deutsche Postbank, Fritz Philipp, Save the Children, UNICEF, Robert Schmiegelt

**Mehr Informationen hier:**

**[www.postbank.de/nachhaltigkeit](http://www.postbank.de/nachhaltigkeit) · [nachhaltigkeit@postbank.de](mailto:nachhaltigkeit@postbank.de)**

**Besuchen Sie uns auch unter**



[www.facebook.com/postbank](http://www.facebook.com/postbank)



[www.twitter.com/postbank](http://www.twitter.com/postbank)

Postbank Zentrale  
Konzernkommunikation  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Friedrich-Ebert-Allee 114 – 126  
53113 Bonn

678 117 074  
Stand: April 2017