

Nachhaltigkeits-Management in der HypoVereinsbank

Werte leben - Wert schaffen

Vortrag von Sabine Pex beim 1. Fundraisingtag der Evangelischen Kirchen in
Mecklenburg und Vorpommern am 1. März 2007 in Güstrow



Inhalt

- Die HypoVereinsbank in der Unicredit Gruppe
- Warum Nachhaltigkeit/ CSR in der HypoVereinsbank?
- Aktivitäten in den CSR-Handlungsfeldern



Die HypoVereinsbank

- Wir sind **der führende Anbieter von Bank- und Finanzdienstleistungen im Herzen Europas** – und gleichzeitig eine der größten deutschen Banken
- Wir verstehen uns als Bank für die **Privatkunden und mittelständisch geprägten Firmenkunden**. Darüberhinaus sind wir Partner für die international tätigen Unternehmen unserer Region
- Unser Wettbewerbsvorteil liegt in der **genauen Kenntnis der regionalen Märkte** sowie in engen und **intensiven Kundenbeziehungen**, die wir mit der Kompetenz und Leistungsfähigkeit einer international tätigen Großbank verbinden
- Als Mitglied der UniCredit-Gruppe sind wir die einzige Bank in Deutschland mit einer **dezidiert europäischen Wachstumsstrategie**

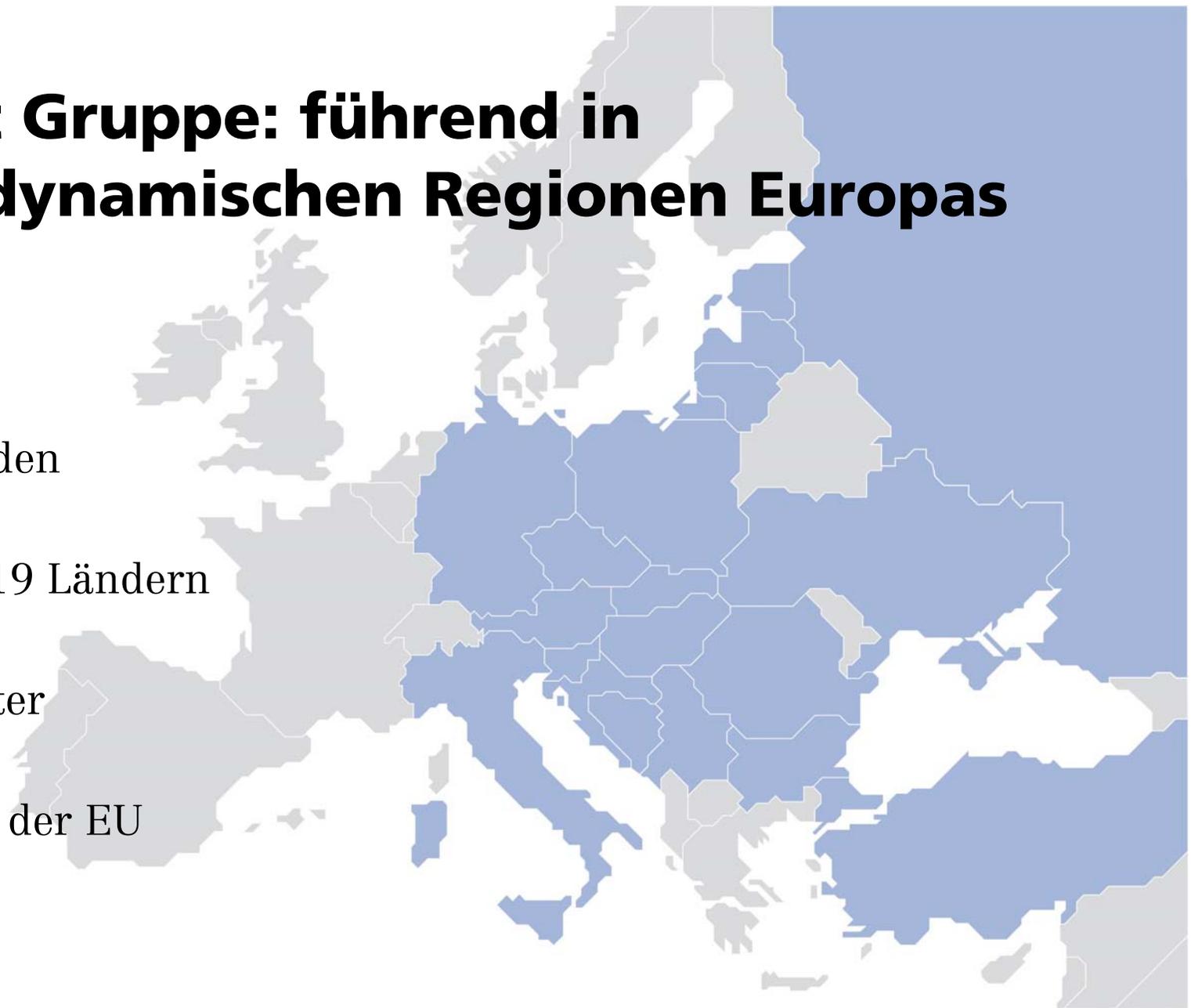
Wichtige Kennzahlen der HypoVereinsbank

Mitarbeiter	19.870
Kunden (in Mio.)	3,2
Geschäftsstellen	669
Bilanzsumme (in Mrd. €)	313,6
Kernkapital (in Mrd. €)	11,9
Börsenkapitalisierung (in Mrd. €)	20,4

Die UniCredit Gruppe: führend in starken und dynamischen Regionen Europas

in Zahlen:

- 28 Millionen Kunden
- 7.000 Filialen in 19 Ländern
- 140.000 Mitarbeiter
- Fünftgrößte Bank der EU



Die Divisionen der HypoVereinsbank

Privat- und
Geschäfts-
kunden

Wealth
Management

Firmenkunden

Investment
banking

Chief Executive
Officer
(CEO)

Chief Financial
Officer
(CFO)

Chief Risk
Officer
(CRO)

Chief Operating
Officer
(COO)

Human
Resources
(HR)

Inhalt

- Die HypoVereinsbank in der Unicredit Gruppe
- Warum Nachhaltigkeit/ CSR in der HypoVereinsbank?
- Aktivitäten in den CSR-Handlungsfeldern



Was bedeutet Nachhaltigkeit?

Eine Entwicklung, welche

- die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt,
- ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre Bedürfnisse nicht befriedigen können.

Definition der UN-Kommission für Umwelt und Entwicklung 1987

Wichtige Themen dabei sind z. B. Bewältigung des Klimawandels, Ressourceneffizienz, sauberes Trinkwasser, faire Arbeitsbedingungen.

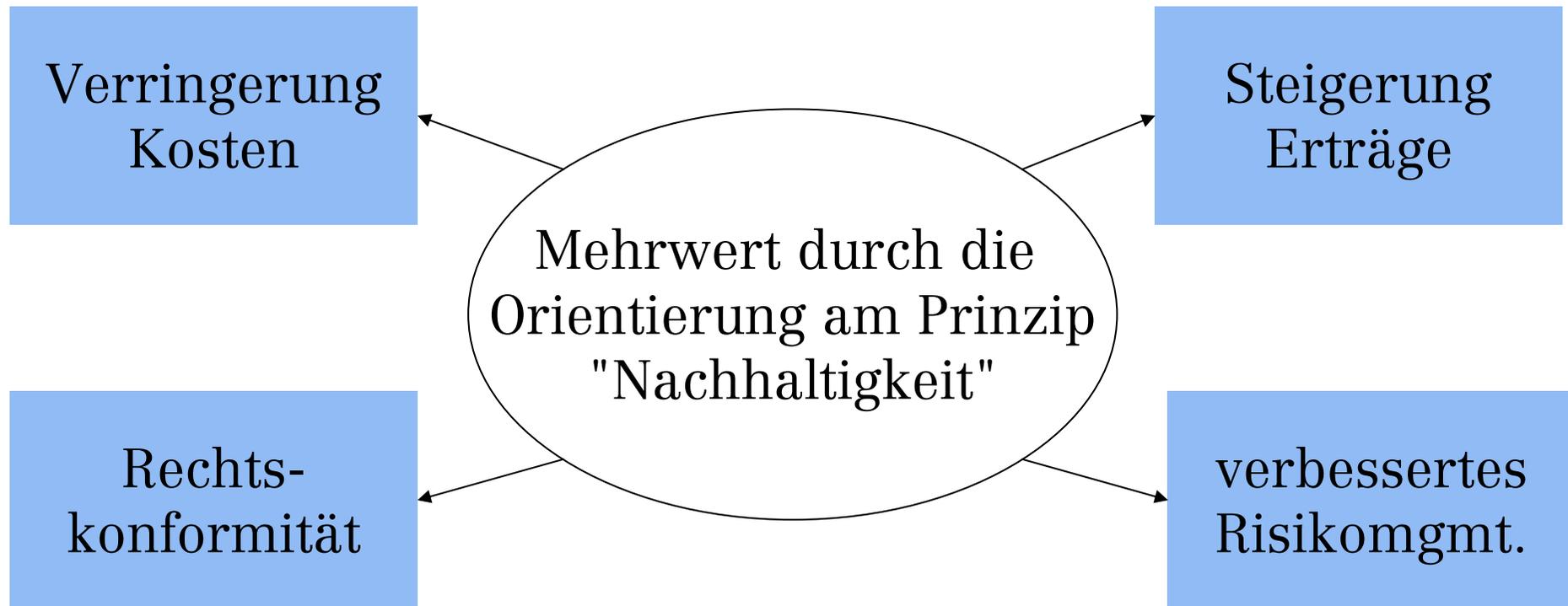
wirtschaftlich



sozial
fair

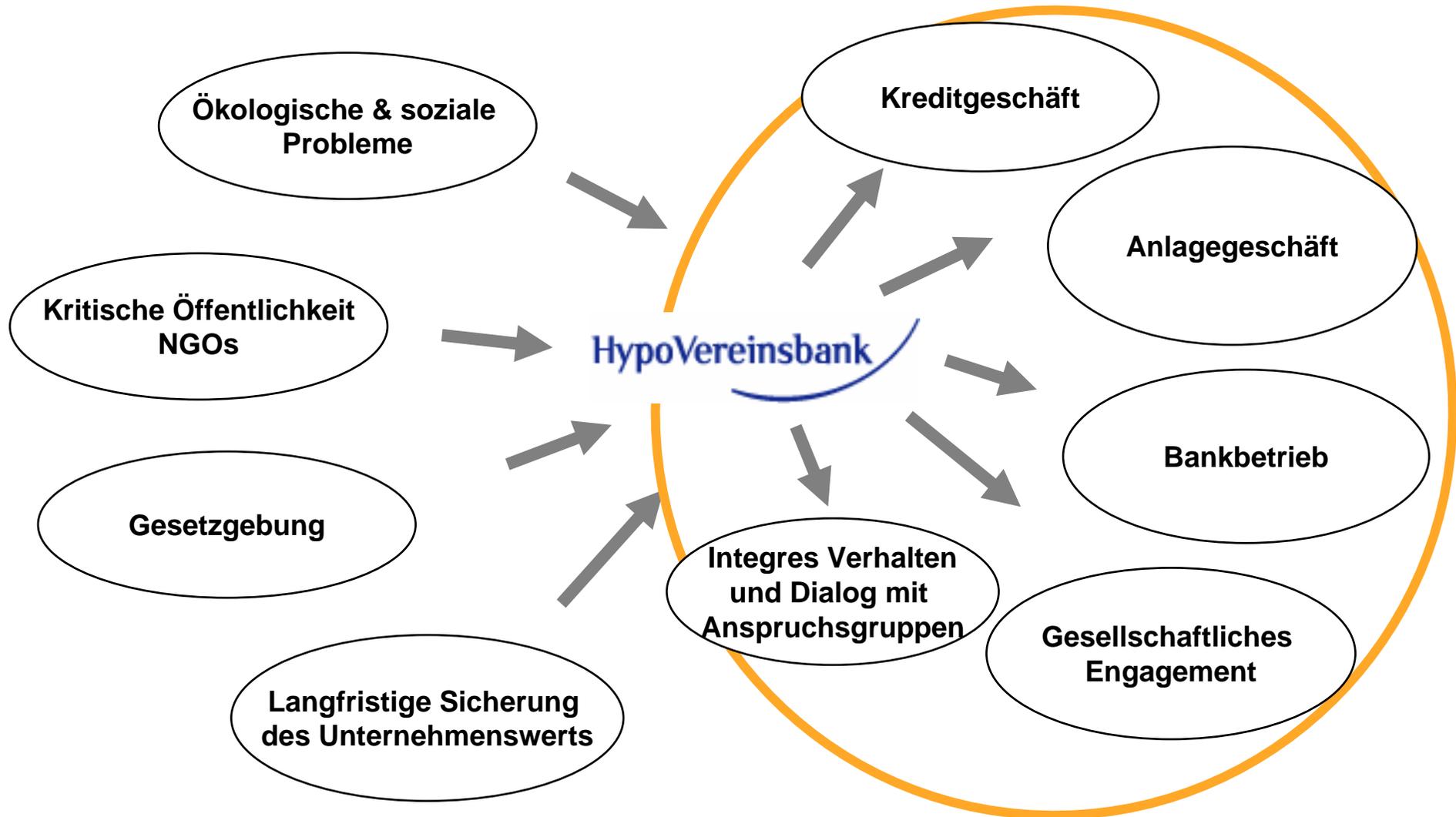
umwelt-
freundlich

Warum orientieren sich Unternehmen am Prinzip "Nachhaltigkeit"?



Ziel: langfristige Steigerung des Shareholder Values durch Aufgreifen der Chancen & Vermeiden der Risiken, die sich aus wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Entwicklungen ergeben

Herausforderungen und Handlungsfelder



Ziel der Aktivitäten bezüglich Nachhaltigkeit

- **Vertrauen unserer Anspruchsgruppen** (Kunden, Aktionäre, Mitarbeiter und Gesellschaft) stärken durch umwelt- und sozialverträgliches Verhalten
- **Stärken des Unternehmenswertes** durch Berücksichtigung ökologischer und sozialer Chancen und Risiken:
 - Kreditrisiken minimieren;
 - neue Marktsegmente erschließen wie erneuerbare Energien, CO2 Emissionshandel und Nachhaltige Geldanlagen;
 - eigene Attraktivität als Nachhaltiges Investment zu steigern (v.a. Investoren wie Pensionskassen & Stiftungen aus US & UK).

Corporate Social Responsibility (CSR)- Management in der HVB

Shareholder Value
Steigerung des Unternehmenswerts durch:

Langfristige Sicherung der Licence to operate / Reputation
+ Erfüllung der Erwartungen unserer Anspruchsgruppen
(Kunden / Mitarbeiter / Aktionäre / Lieferanten / lokale Gemeinschaften / Gesellschaft)
+ Schaffung von Wert für sie (Stakeholder Value)

**Produkte:
Kreditgeschäft**

**Produkte:
Anlagegeschäft**

Bankbetrieb

Personal

Integres Verhalten

**Gesellschaftliches
Engagement**

**Interne + Externe
Kommunikation**

HVB ist in Sachen Nachhaltigkeit führend

Externe Analysten bewerten die Kompetenz der HVB in Sachen Nachhaltigkeit als sehr positiv:

- Dow Jones Sustainability Indexes (seit 2000)
- FTSE4Good (seit 2001)
- Corporate Responsibility Rating von oekom research (2005)
- Dax-30 Nachhaltigkeits-Rating (2005)
- Banken-Umwelt-Ranking des WWF (2003)
- "Global 100 - Most Sustainable Corporations in the World" (2005)
- CoreRating, Ethibel, Storebrand, Innovest, Zürcher Kantonalbank etc.



UniCredit Group - Sustainability - Microsoft Internet Explorer provided by HVB Group

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Suchen Favoriten

Adresse http://www.unicreditgroup.eu/DOC/jsp/navigation/include_content_responsabilita.jsp?parCurrentId=0b0030398031a4a4&parCurrentPage=responsabilita.html&parLocale=en Links

ITALIANO ACCESSIBILITY MAP CONTACTS FAQ

UniCredit Group

Quick Search

ABOUT US GOVERNANCE **SUSTAINABILITY** BUSINESS INVESTOR CENTER MEDIA CENTER RESEARCH

Home > Sustainability

Path file

Values

Our stakeholders

Local area consultation

Environmental commitment

Cultural development

Social and Environmental Report

Socially responsible investment

Partnership

Sustainability indexes and ratings

Glossary

Contacts

Download center

UniCredit Worldwide

Sustainability

Updated as at August 31, 2006

Argomenti correlati

Link

Visit the HVB and BA-CA CSR sections

HVB

BA-CA

We operate by accepting responsibility for our business decisions, fully aware that the long term sustainability of the business, intended as a three-way acceptance of social, environmental and economic responsibility, is a competitive element that also encourages territorial, market and social cohesion development.

Social responsibility forms part of the company philosophy. We are convinced that in order to perform our work well we need to have principles, management targets and conduct that allow us to determine our identity. Our system of values is based on integrity, which allows us to transform profit into sustainable long term value for all concerned: employees, customers, shareholders and the local community.

In our everyday approach we adopt policies marked by fairness, product and service quality, development of human resources and respect for the environment.

Our Stakeholders
Targeting approach and decisions to the creation of value in all our relations.

Local area consultation
Listening to the needs of the local area in order to actively contribute to the relaunch of local mechanisms.

Environmental commitment
Behavioural commitment coherent with respect for the natural environment.

Cultural Development
Sustaining cultural development by promoting initiatives dedicated to art and education.

Social and Environmental Report
A tool for the communication and measurement of objectives achieved in terms of social responsibility.

Socially Responsible Investments
The socially responsible world of finance: investment funds.

Partnership
Our partnerships with non-profit making organizations and associations for the promotion of socially responsible culture.

Sustainability Indexes and Ratings
Financial community assessments on the sustainability of our business activities.

Fertig

Start Posteingang - ... Nachhaltigkeitst... Anmeldung - Na... WG: Berechtigu... 7 Internet E... Strategiesgespr... Newsletter_200... Einladungsliste... Microsoft Power... 14:54

Corporate Social Responsibility (CSR)-Ansatz der neuen UniCredit Group

- Sorge tragen für geschäftliches Wachstum, einhergehend mit dem Respektieren der Hoffnungen und Erwartungen aller Stakeholder
- **Verantwortung tragen für alles was wir tun**
- "Doing our job well and ensuring that the business enjoys the reputation which is essential for its survival and success in the long term."
- Die Maximierung von Gewinn und Unternehmenswert muss auf einem Wertesystem aufbauen: Profit erzeugen und soziale Verantwortung tragen ist kein Gegensatz ("no business can prosper for long without social approval")
- Nur mit Integrität können wir Gewinne für die Anspruchsgruppen – das sind unsere Kunden, Mitarbeiter, Aktionäre und die Gesellschaft insgesamt – in Wert umwandeln.

Inhalt

- Die HypoVereinsbank in der Unicredit Gruppe
- Warum Nachhaltigkeit/ CSR in der HypoVereinsbank?
- Aktivitäten in den CSR-Handlungsfeldern



CSR-Management in der HVB

Shareholder Value
Steigerung des Unternehmenswerts durch:

Langfristige Sicherung der Licence to operate / Reputation
+ Erfüllung der Erwartungen unserer Anspruchsgruppen
(Kunden / Mitarbeiter / Aktionäre / Lieferanten / lokale Gemeinschaften / Gesellschaft)
+ Schaffung von Wert für sie (Stakeholder Value)

**Produkte:
Kreditgeschäft**

**Produkte:
Anlagegeschäft**

Bankbetrieb

Personal

Integres Verhalten

**Gesellschaftliches
Engagement**

**Interne + Externe
Kommunikation**

Nachhaltigkeit im Kreditgeschäft (1)

- Umweltrisiken sind Kreditrisiken der Bank:
 - Kreditausfallrisiken
 - Haftungsrisiken
 - Reputationsrisiken
- Reduzierung und Management der Umwelt- und Sozialrisiken in unserem Kreditportfolio in den Bereichen:
 - Projektfinanzierung
 - Außenhandel
 - Unternehmensfinanzierung
 - Immobilienfinanzierung

Durch eine funktionierende Umweltrisikoprüfung (URP) mit Policies, angemessenen Prozessen, Schulungen, Ratingsystem, Screeningtools und Informationsplattformen



Nachhaltigkeit im Kreditgeschäft (2)

- Reputationsschutz durch Transparenz bei unseren Entscheidungen, NGO-Dialog und gesteuerte Krisenkommunikation
- Unterstützung neuer/bestehender Geschäftsfelder:
 - Erneuerbare Energien
 - Carbon Solutions / Emissionshandel
 - Immobilienfinanzierung
 - Finanzierung Umwelttechnologie-Transfer CEE
- Die HVB verpflichtet sich zur Umweltrisikoprüfung
 - Allgemeine Kreditgrundsätze der HVB
 - Equator Principles (Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank)
 - UNEP-Erklärung



CSR-Management in der HVB

Shareholder Value
Steigerung des Unternehmenswerts durch:

Langfristige Sicherung der Licence to operate / Reputation
+ Erfüllung der Erwartungen unserer Anspruchsgruppen
(Kunden / Mitarbeiter / Aktionäre / Lieferanten / lokale Gemeinschaften / Gesellschaft)
+ Schaffung von Wert für sie (Stakeholder Value)

**Produkte:
Kreditgeschäft**

**Produkte:
Anlagegeschäft**

Bankbetrieb

Personal

Integres Verhalten

**Gesellschaftliches
Engagement**

**Interne + Externe
Kommunikation**

Nachhaltige Geldanlage lt. Presse auf dem Vormarsch

- "Ein Investmentstil erobert die Märkte! Anleger setzen verstärkt auf „ethisch korrekte“ Unternehmen", Die Welt
- "Die Börse belohnt Unternehmen, die nachhaltig wirtschaften", Die Zeit
- "Mehr als nur ein gutes Gewissen. Nachhaltige Investments sind auf dem Vormarsch", Financial Times Deutschland

Uno startet Initiative für „verantwortliches Investieren“

Kofi Annan: Soziale und ökologische Kriterien werden von der Finanzwelt bislang nicht ausreichend berücksichtigt

HOLGER ALICH | PARIS

Die Vereinten Nationen (Uno) haben gestern eine weltweit neue Initiative gestartet, damit institutionelle Investoren wie Pensionsfonds bei ihrer Anlagepolitik soziale und ökologische Kriterien stärker beachten. Dazu hat die Uno gemeinsam mit internationalen Großinvestoren die sechs „Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren“ vorgelegt. Die Initiative von Uno-Generalsekretär Kofi Annan wird von zahlreichen Großinvestoren wie der **Münchener Rück** oder der französischen Staatsbank **CDC** unterstützt, die zu-

sammen laut UN mehr als zwei Milliarden Dollar Gelder verwalten.

„Die Prinzipien sind aus der Einsicht erwachsen, dass zwar die Finanzwirtschaft die Weltwirtschaft steuert, die Finanzwelt bei ihrer Anlagepolitik bisher aber unzureichend soziale, ökologische Corporate-Governance-Kriterien berücksichtigt“, zitiert eine UN-Mitteilung Kofi Annan.

Die Unterzeichner der Kriterien verpflichten sich bei Unternehmen, an denen sie Aktien halten, auf die Einhaltung dieser Kriterien bei der Unternehmensführung zu drängen. Ferner verpflichten sich die Investoren, bei ihrer Anlagepo-

litik diese Kriterien – neben der Rendite – als Maßstab zu berücksichtigen. Ferner müssen die Unterzeichner für die Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren werben und über die Anwendung im eigenen Haus regelmäßig berichten.

In den vergangenen Jahren hat es von verschiedener Seite ähnliche Initiativen gegeben. Der Index-Anbieter Dow Jones zum Beispiel legte im Jahr 1999 den Nachhaltigkeits-Index (Dow Jones Sustainability Index) auf; dort werden nur Unternehmen aufgenommen, die ihre Mitarbeiter respektieren, auf die Umwelt achten und eine transparente Kommunikation bieten. Stu-

dien zeigen, dass die Einhaltung solcher Nachhaltigkeits-Kriterien nicht zulasten der Performance gehen.

„Die neuen Prinzipien der UN sind ein hilfreiches Instrument, die Einzel-Initiativen global zu bündeln“, sagt Ralf Häßler, Nachhaltigkeits-Experte beim Rückversicherer Münchener Rück. Sein Haus unterstützt die Initiative und hat sich selbst bereits seit dem Jahr 2002 dazu verpflichtet, Nachhaltigkeitskriterien beim Kauf von Aktien und Anleihen zu berücksichtigen.

Mit dabei ist auch der französische Finanzriese CDC, der wie die Münchener Rück bei der Formulie-

rung der Kriterien mitarbeitete. Jean Pierre Sicard, Direktor für nachhaltige Entwicklung bei der CDC, räumt ein, dass die Kriterien selbst recht offen formuliert sind. „Es liegt in der Verantwortung des einzelnen, sie bei der Investmentpolitik konkret anzuwenden“, erklärt der Experte.

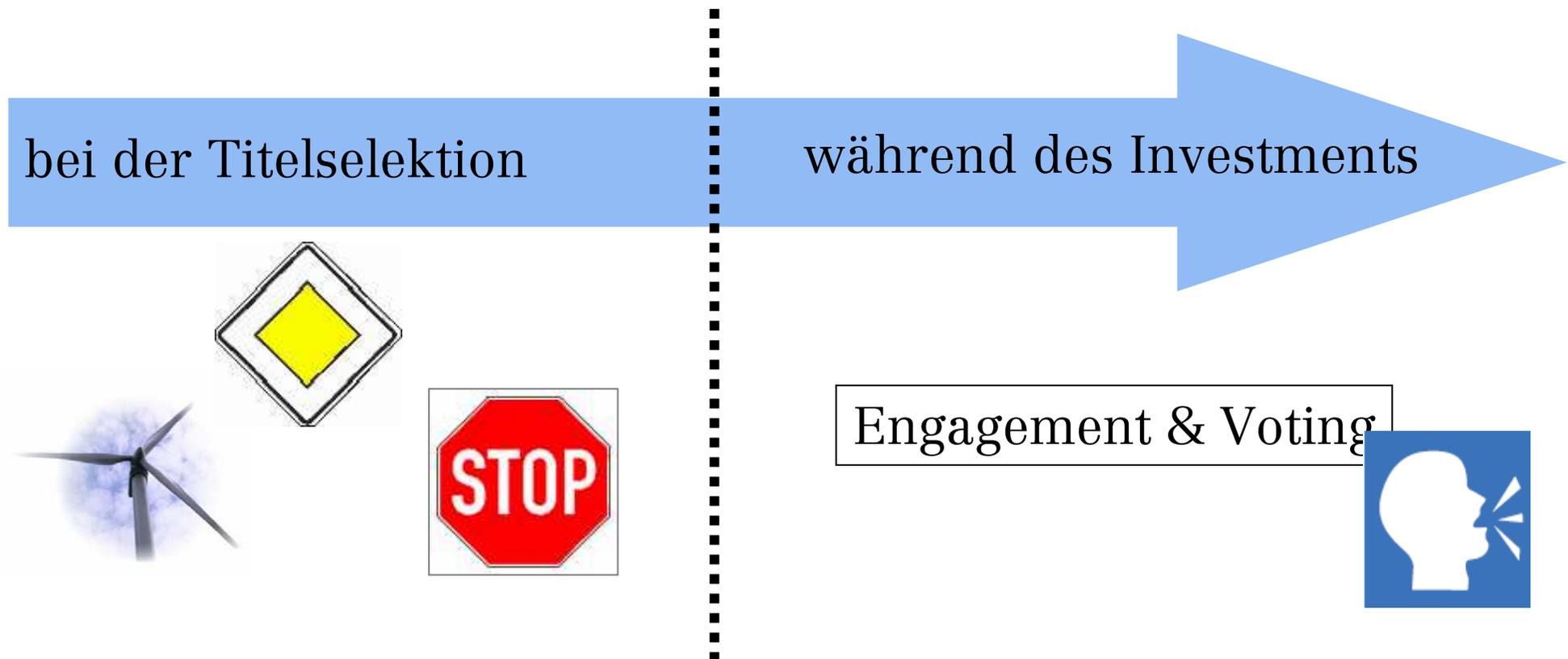
Der Interpretationsspielraum sei der Preis dafür, eine möglichst breite Zustimmung zu den Kriterien zu bekommen. Damit die Selbstverpflichtung nicht zu einer reinen Werbe-Veranstaltung wird, setzt die CDC auf öffentlichen Druck durch Medien und durch Nicht-Regierungs-Organisationen.



„Rendite ist wichtig, aber auch die Frage, wie sie erwirtschaftet wird.“

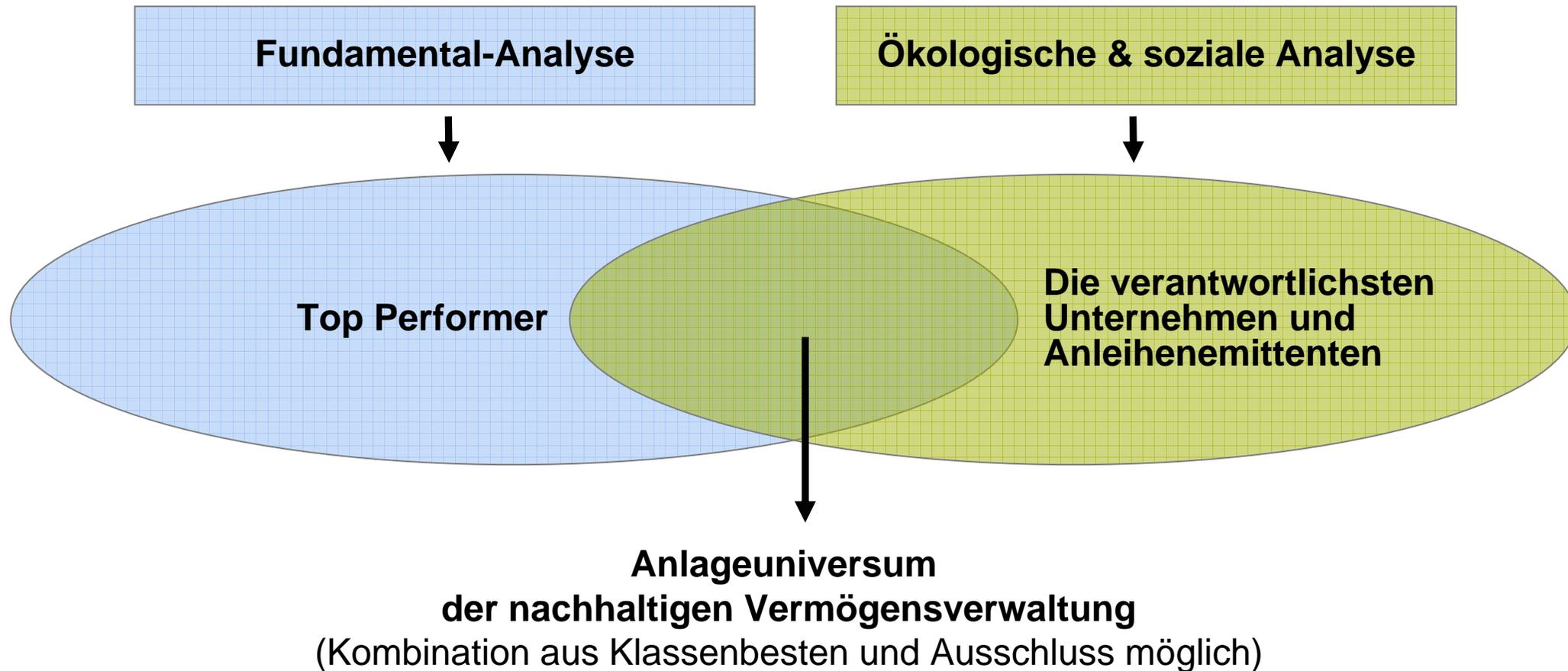
- Durch das **Knüpfen der Investitionsentscheidung an ökologische und soziale Mindestkriterien** zeigt man Unternehmen & Staaten, dass einem auch wichtig ist, auf welche Weise Rendite erwirtschaftet wird
- **Nachhaltige Geldanlagen bewerten:**
 - neben der finanziellen Güte eines Unternehmens
 - deren Verhalten gegenüber Umwelt, Mitarbeitern, Lieferanten und Gesellschaft
- **Investoren profitieren** von Unternehmen, die einen weitsichtigeren Umgang mit den Chancen und Risiken ökologischer und sozialer Entwicklungen pflegen – aus den eben gezeigten Gründen

Wie kann man Nachhaltigkeit im Investment-Prozess umsetzen?



Kombinationen von Positiv- und Negativ-Screening sowie Engagement sind üblich

Der Investment-Prozess am Beispiel der HVB Nachhaltigen Vermögensverwaltung



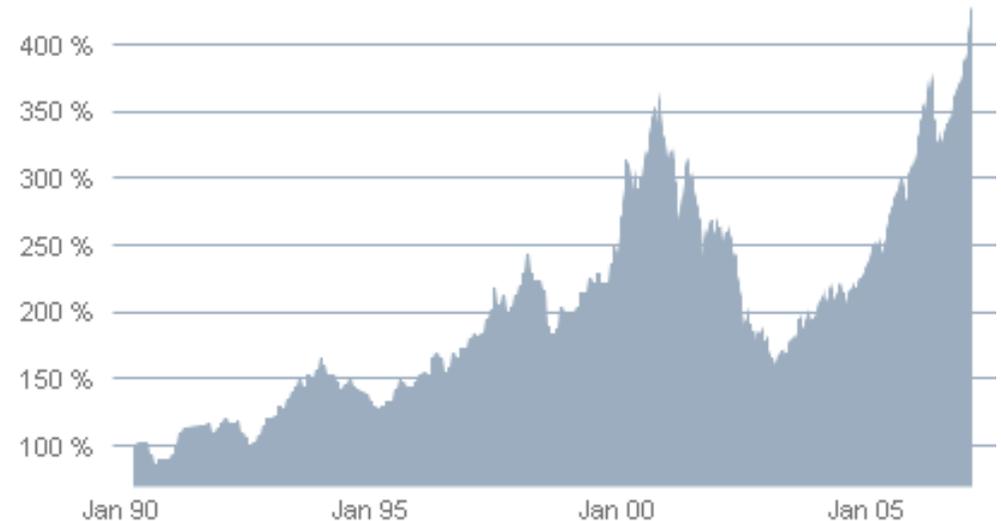
Kein Renditeverzicht durch Nachhaltigkeit!

- Investoren profitieren von Unternehmen, die einen weitsichtigeren Umgang mit den Chancen und Risiken ökologischer und sozialer Entwicklungen pflegen.
- Studien wie z.B. **UNEP FI Show me the money (2006)** oder **Morgan Stanley (2004)** weisen nach, daß die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien in der Geldanlage keinen Renditeverzicht bedeutet
- Performance der **HVB Nachhaltigen Vermögensverwaltung** (max. 65% Aktienquote) lag in 2006 bei 9,45% und damit deutlich über dem konventionellen Referenzportfolio (6,83% bei max. 70% Aktienquote).*

* Die dargestellten Wertentwicklungen der Vergangenheit stellen keine Garantie für die Zukunft dar.

Performance der nachhaltigen Geldanlageprodukte

- Nachhaltige VV First Flex: 9,45% in 2006 (bei max. 65% Aktienanteil) – (zum Vergleich: 6,83% klass. Musterdepot First Flex mit max. 70% Aktienanteil; Benchmark: 6,53%)
- Activest EcoTech: +24,88% in 2006 (5 S&P Fund Stars, Morningstar Rating 4)
- Nachhaltigkeitszertifikate: Outperformance des HVB Nachhaltigkeitsindex gg.über seinem Referenzindex DJ Euro Stoxx 50



Überblick über die Möglichkeiten, mit der HVB 'nachhaltig' zu investieren

Ind. Vermögensverwaltung



HVB Nachhaltige Vermögensverwaltung

Investmentfonds



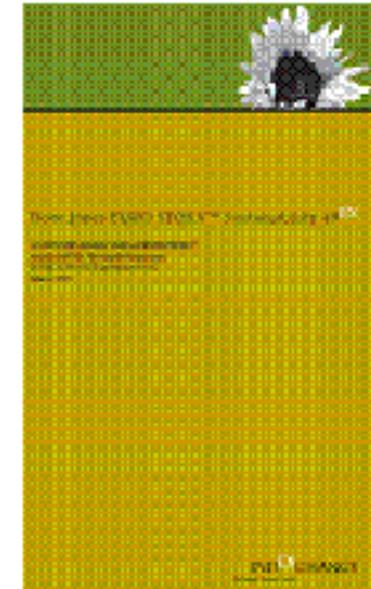
- Activest EcoTech
- Pictet Water Fund
- Sarasin OekoStar

Zertifikate



- Zertifikate auf den HVB Nachhaltigkeitsindex:
- HVB Express Zertifikat
 - HVB Rendite Express Zert.

ETF (Exchange Traded Funds)



Dow Jones Euro Stoxx Sustainability 40

Marktzahlen für Nachhaltige Geldanlage

- Stetig steigende Nachfrage nach Nachhaltigen Investments, sowohl bei institutionellen als auch bei privaten Anlegern:
 - Eurosif-Studie für Europa (2006): siehe Graphik
 - Studie Forum Nachhaltige Geldanlage für D, A, CH (2006): 14,3 Mrd € nachhaltig angelegt
- z.B. bereits EUR 5 Mrd. Assets under Management basierend auf Dow Jones Sustainability Indizes

FIGURE 3: SRI STRATEGIES AS APPLIED IN EUROPE, DECEMBER 31ST, 2005, € BILLION⁷

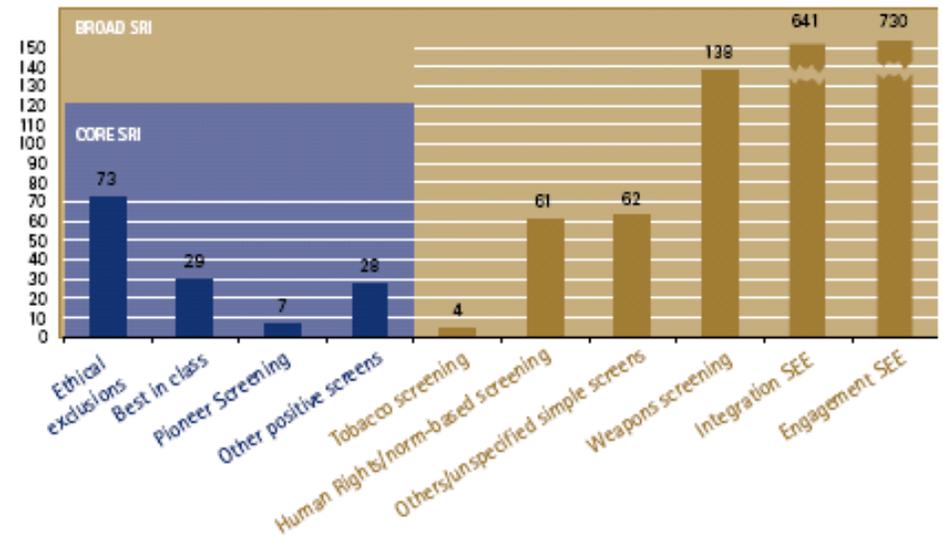


FIGURE 2: SRI IN EUROPE, DECEMBER 31ST 2005



Source: Eurosif

Aufgaben des Ansprechpartners für Nachhaltige Geldanlage

Schulung, Vorträge & Marketing

- Entwicklung und Durchführung von Schulungen in den Divisionen
- Vorträge z.B. bei Kundenveranstaltungen
- Vorträge bei externen Veranstaltungen, Konferenzen, Lehrgängen

Marktbeobachtung & Produktentwicklung

- Konzeption und (Weiter-)Entwicklung von nachhaltigen Geldanlageprodukten
- Platzierung der Produkte im Produktkatalog

Übergreifend

- Koordination von Anfragen von Ratingagenturen, Investoren und NGO's
- Bereitstellung von Spezialisten Know-How zu Umwelt- und Sozialfragen

Sabine Pex, GGS5
Tel. +49 89 378 21286



CSR-Management in der HVB

Shareholder Value
Steigerung des Unternehmenswerts durch:

Langfristige Sicherung der Licence to operate / Reputation
+ Erfüllung der Erwartungen unserer Anspruchsgruppen
(Kunden / Mitarbeiter / Aktionäre / Lieferanten / lokale Gemeinschaften / Gesellschaft)
+ Schaffung von Wert für sie (Stakeholder Value)

**Produkte:
Kreditgeschäft**

**Produkte:
Anlagegeschäft**

Bankbetrieb

Personal

Integres Verhalten

**Gesellschaftliches
Engagement**

**Interne + Externe
Kommunikation**

Nachhaltiger Bankbetrieb: Umwelt schützen, Kosten sparen

Kennzahlen 2005 (nach VfU)

■ Elektroenergie (kWh/MA):	9.916	↗
■ Heizenergie (kWh/MA):	6.796	↗
■ Wasser (l /MA/Tag):	81	↘
■ Dienstreisen (km/MA):	3.155	↘
■ Drucker-/Kopierpapier		
- Blatt/MA/Jahr	11.729	↗
- Recyclingquote	29 %	↗
■ Abfallaufkommen (kg/MA)	299	↗

Erfolge und laufende Projekte

- **Mobilität:** Von unseren Poolfahrzeugen fahren 20 mit Erdgas, 250 neue Dieselfahrzeuge sind mit Rußfilter ausgestattet. 17 Dienstfahräder sind im Einsatz.
- **Ökoprofit:** Auszeichnung der HVB für beste Maßnahmen: spart 300T€ p.a. an Energiekosten und 20t Chemie.
- **Digitalisierung von Geschäftsprozessen** senkt Papierverbrauch um 100 Mio. Blatt DIN A4 p.a.;
- **Mitarbeiterinformationskampagne** durch Infostände, Flyer, Pop-Ups, ...
- **Umweltmanagementsystem:** 2006 wird die HVB zertifiziert nach ISO 14.001 und validiert nach EMAS.

EMAS- und ISO 14001-Zertifizierung

Was?

- Zertifizierung der Bayerischen Hypo- und Vereinsbank AG nach ISO 14.001
- Validierung des Zentralgebäudes Z2 nach EMAS

Warum?

- **Ressourcenschonung und Kosteneinsparung**
Durch Reduzierung des Energie-, Wasser- und Materialverbrauches und des Abfallaufkommens (=> Reduzierung der CO₂ Emissionen)
- **Forderung von Nachhaltigkeits-Ratingagenturen und Investoren**
Zertifizierte Umwelt-Managementsysteme (auch in Group-Töchtern) sind ein wichtiger Bestandteil von positiv bewerteten Nachhaltigkeits-Ratings
- **Übereinstimmung mit UniCredit**
Aufbau eines zertifizierbaren Umwelt-Managementsystems, das mit den Vorgaben und den Vorgehensweisen der UniCredit übereinstimmt



"Pop Up"-Fenster zur Mitarbeiter-Motivation

- seit 2005
- erscheinen beim Abschalten der Rechner
- HYPer ZEN (Zentrale & Vertrieb), HYPer MIB, HVB Immobilien AG
- Hinweise zu Klimaschutz & Energiesparen
- auch für Kampagne zu den Werten der Integrity Charter genutzt



The screenshot shows a 'Pop Up' window from HypoVereinsbank, a member of the UniCredit Group. The window features a background image of people on a beach. The text is as follows:

HypoVereinsbank Member of UniCredit Group

Tipps für unsere Mitarbeiter: Den Klimawandel bremsen – jeder kann was tun.

Sie haben es ja schon bemerkt:
Der globale Klimawandel hat bereits begonnen, das Wetter spielt für alle spürbar „verrückt“.

Und das können wir tun:
Energie sparen, Recyclingpapier verwenden und öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Auch kleine Beiträge helfen, sparen Geld und schonen die Umwelt. Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

mehr dazu: Intranetsuche „Nachhaltigkeit“

Viele praktische Tipps, auch für privat unter www.wearewhatwedo.de

CSR-Management in der HVB

Shareholder Value
Steigerung des Unternehmenswerts durch:

Langfristige Sicherung der Licence to operate / Reputation
+ Erfüllung der Erwartungen unserer Anspruchsgruppen
(Kunden / Mitarbeiter / Aktionäre / Lieferanten / lokale Gemeinschaften / Gesellschaft)
+ Schaffung von Wert für sie (Stakeholder Value)

**Produkte:
Kreditgeschäft**

**Produkte:
Anlagegeschäft**

Bankbetrieb

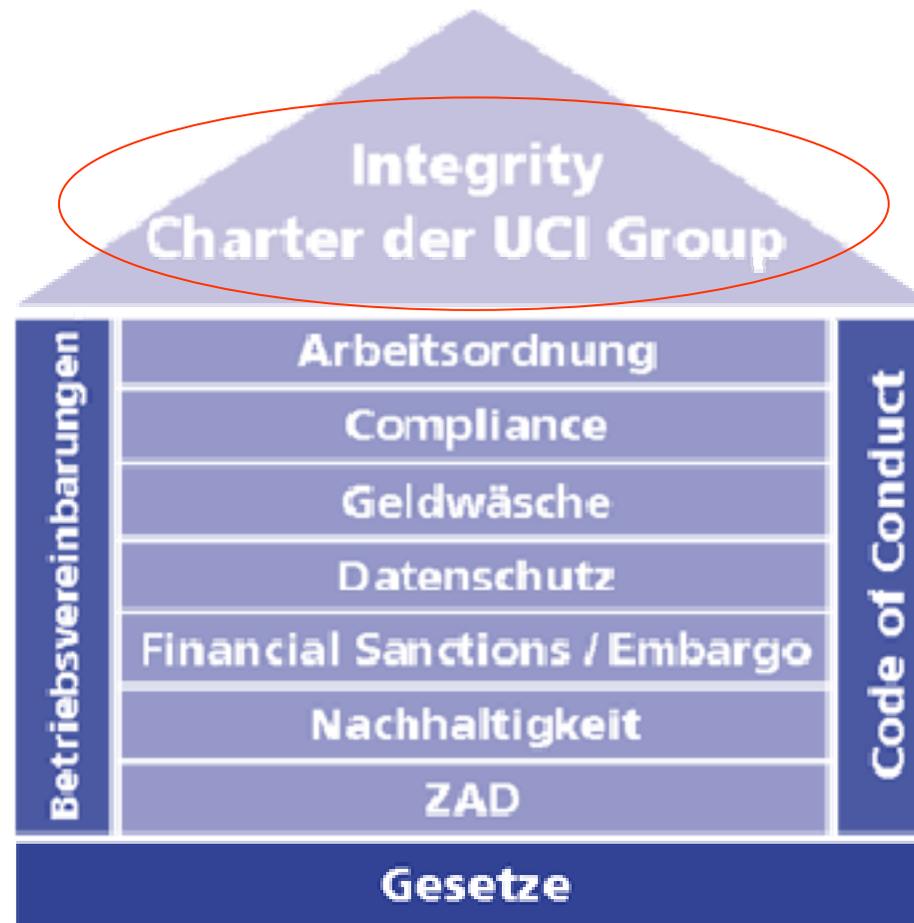
Personal

Integres Verhalten

**Gesellschaftliches
Engagement**

**Interne + Externe
Kommunikation**

Integres Verhalten sichert unsere "Licence to Operate"



Ein Ombudsmann-System wurde installiert, um die Einhaltung zu überprüfen

CSR-Management in der HVB

Shareholder Value
Steigerung des Unternehmenswerts durch:

Langfristige Sicherung der Licence to operate / Reputation
+ Erfüllung der Erwartungen unserer Anspruchsgruppen
(Kunden / Mitarbeiter / Aktionäre / Lieferanten / lokale Gemeinschaften / Gesellschaft)
+ Schaffung von Wert für sie (Stakeholder Value)

**Produkte:
Kreditgeschäft**

**Produkte:
Anlagegeschäft**

Bankbetrieb

Personal

Integres Verhalten

**Gesellschaftliches
Engagement**

**Interne + Externe
Kommunikation**

Unser Engagement für eine Nachhaltige Entwicklung

Maßnahmen des Nachhaltigkeits-Managements:

- Veranstaltungen:
 - HVB Summer Academy für Azubis im Haus Rissen (Club of Rome) in Hamburg
 - Vortragsreihe: Unternehmensverantwortung mit der Fachhochschule München
 - HVB Summer Academy für Nachhaltiges Wirtschaften im Mittelstand
- Micro-Finanz-Projekt mit der GTZ in den Tsunami-Gebieten in SriLanka unter Verwendung der Spendengelder
- Umfassender Dialog mit relevanten NGO-Gruppen
- Ökologische Projekte: Förderung der Renaturierung der Günz
- Eine Vielzahl von guten Einzelmaßnahmen v.a. Spenden im sozialen und wissenschaftlichen Bereich
- ...

Gesellschaftliches Engagement



Spenden:

- Unterstützung einer Vielzahl von Einrichtungen, Projekten und Initiativen, die das Gemeinwesen bereichern, z.B. gemeinnützige Einrichtungen und Hilfsorganisationen, Kirchen und Schulen.
- Unterschied zu Sponsoring: Vergabe von Spenden läuft im Stillen und ohne Gegenleistung ab.



Ziel: Beitrag zur sozialen und ökologischen Verbesserung des Gemeinwesens, in dem wir leben und arbeiten
=> Wahrnehmung sozialgesellschaftlicher Verantwortung.

Gesellschaftliches Engagement

Spenden: Beispiele

- **CBA Cooperative Beschützende Arbeitsstätten e.V.:** Einrichtung, die sich mit der Ausbildung behinderter Menschen beschäftigt.
- **LebensMut e.V.:** Psycho-onkologische Unterstützung krebskranker Patienten
- **Gemeinsam Leben Lernen e.V.:** Integration von Menschen mit geistiger Behinderung
- **Projekt "Mach dich fit":** Bekämpfung von Kinderarmut
- **Projekt "BenE München":** Kompetenzzentrum "Bildung für eine nachhaltige Entwicklung"
- **Opportunity International:** Entwicklungshilfe in Form der Mikrokreditfinanzierung
- **Förderverein der Stiftung Kulturlandschaft Günztal e.V.**
- **WWF**
- **Deutschen Gesellschaft für Muskelkranke e.V.**
- **Kinderhospiz Sternenbrücke in Hamburg.**
- **Kinderhospiz im Allgäu e.V.**

Gesellschaftliches Engagement

Mitgliedschaften

Die HypoVereinsbank unterstützt zahlreiche Organisationen, Einrichtungen und Fördervereine durch eine Fördermitgliedschaft.

Hauptaugenmerk dabei wird auf die Bereiche Kunst und Kultur, Wissenschaft und Bildung, Wirtschaft gelegt.

DEUTSCHES AKTIENINSTITUT



CSR-Management in der HVB

Shareholder Value
Steigerung des Unternehmenswerts durch:

Langfristige Sicherung der Licence to operate / Reputation
+ Erfülle die Erwartungen unserer Anspruchsgruppen
(Kunden / Mitarbeiter / Aktionäre / Lieferanten / lokale Gemeinschaften / Gesellschaft)
+ Schaffe Wert für sie (Stakeholder Value)

**Produkte:
Kreditgeschäft**

**Produkte:
Anlagegeschäft**

Bankbetrieb

Personal

Integres Verhalten

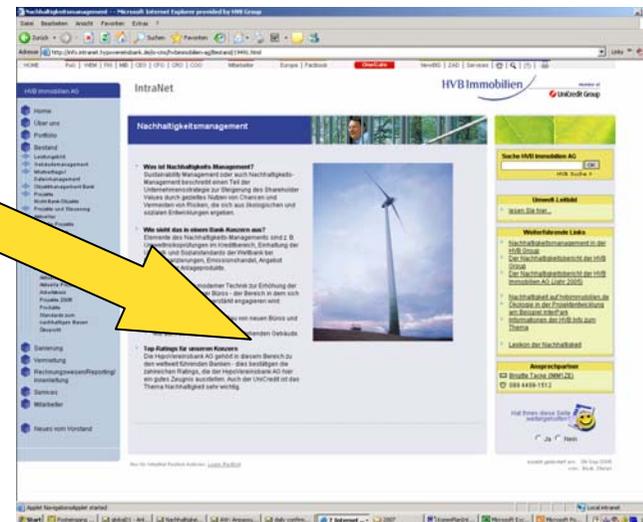
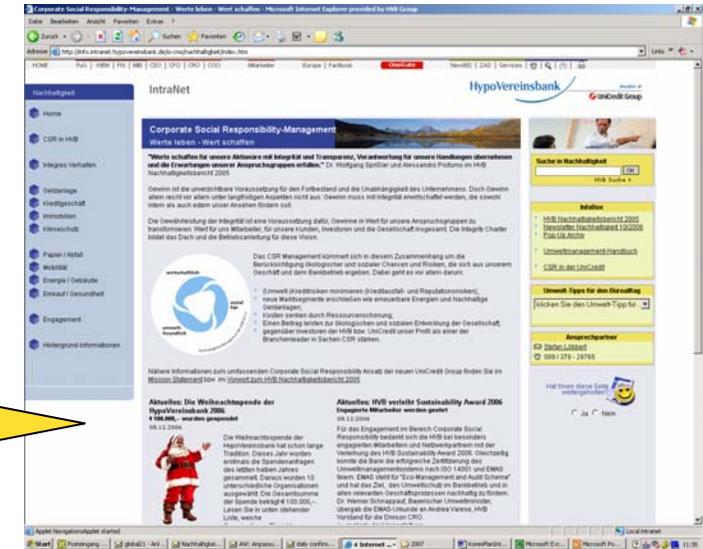
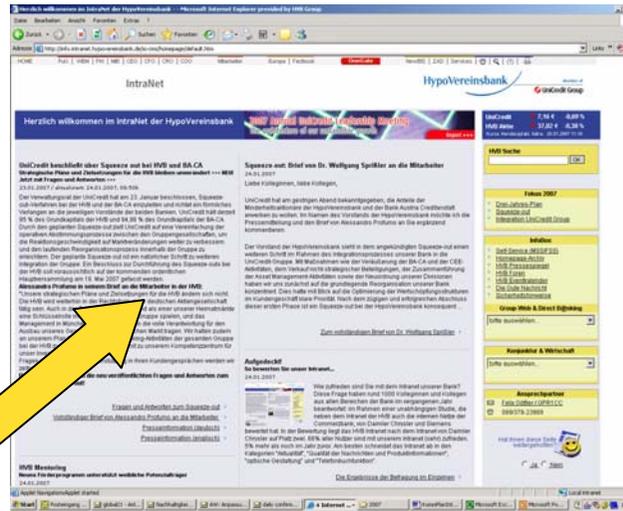
**Gesellschaftliches
Engagement**

**Interne + Externe
Kommunikation**

Information zu Nachhaltigkeit im Intranet

auf mehreren Ebenen:

- HVB AG Homepage
- Homepage von GGS5
- Seiten der Divisionen bzw. Töchter: GBS, MIB, POR, WOR, FOR, HVB Immobilien AG, HVB IS, VVB...



interner Nachhaltigkeits-Newsletter

- quartalsweise Publikation per Mail-Verteiler (ca. 400 Mitglieder)
- zudem per Führungskräfte-Info
- jeweils aktuelle Ausgabe auch auf den Intranet-Seiten von GGS5



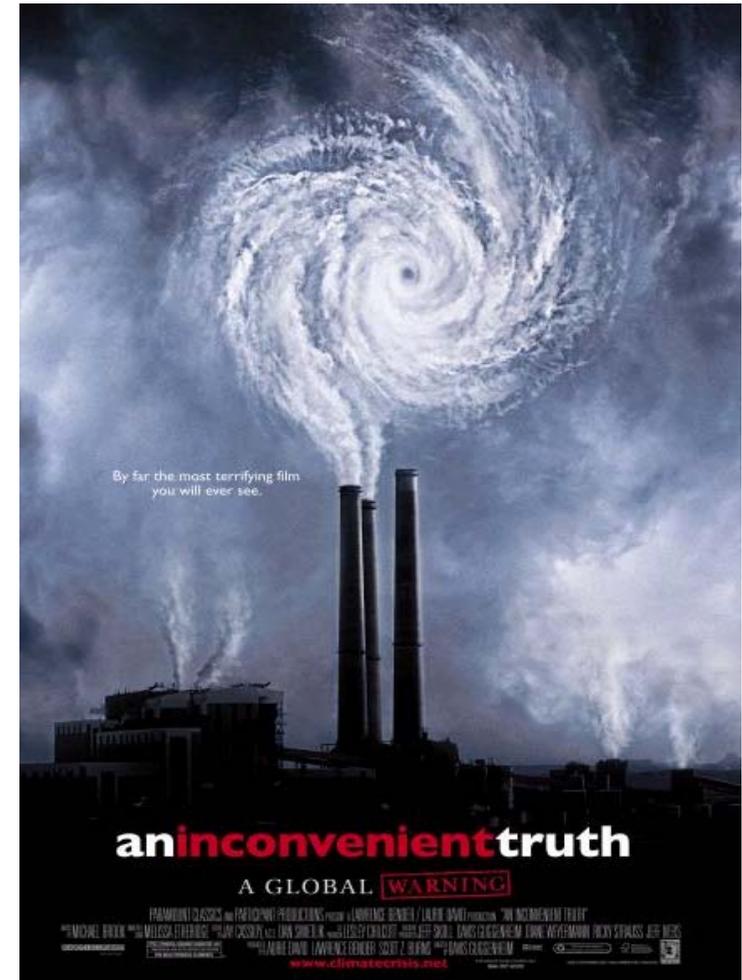
HVB Sustainability Award

- 1x jährlich
- Würdigung der engagiertesten Netzwerk-Partner
- Erfolge feiern: Review der Highlights der letzten 12 Monate
- Ausblick auf die nächsten 12 Monate



Veranstaltungen für Trainees, Alumni, Azubis

- Veranstaltung am 29.3.2007 für Alumni: Film "An inconvenient truth" und Diskussion
- Teilnahme am Trainee-Tag 1x im Jahr mit Nachhaltigkeits-Workshop o.ä.
- Vortrag bei den Einführungstagen für neue Trainees
- für Azubis z.B. Nachhaltigkeits-Quiz beim Azubi-Tag



Infostände in den zentralen Gebäuden

- Aktion im Jahr 2005
- im Rahmen von "Ökoprofit"
- gutes Fazit, Mitarbeiter nahmen die Aktion an
- Nachteil: erreicht nur Mitarbeiter in zentralen Gebäuden
- in Eigenregie durch die Divisionen/ Töchter bisher nur bei VVB



Für weitere Fragen stehe ich Ihnen gerne zur Verfügung

■ Sabine Pex

- Tel. 089 / 378 – 21286
- email: Sabine.Pex@hvb.de

■ Informationen zu Nachhaltigkeit in der HypoVereinsbank:

- Internet: www.hvb.de/nachhaltigkeit
- HVB Nachhaltigkeitsbericht 2005 (Bestellung per Mail unter Nachhaltigkeitspostfach@hvb.de)