

GEMEINSAM VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Nachhaltigkeitsbericht 2008



DER GENOSSENSCHAFTLICHE FINANZVERBUND:
FÜHRENDER ALLFINANZDIENSTLEISTER IN DEUTSCHLAND

1.230 GENOSSENSCHAFTSBANKEN

DZ BANK Gruppe

SEGMENT BANK	SEGMENT RETAIL	SEGMENT IMMOBILIEN	SEGMENT VERSICHERUNG
<p>Geschäftsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Corporate Banking - Investment Banking - Prozessmanagement 	<p>Geschäftsfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Asset Management - Retail & Private Banking 	<p>Geschäftsfeld</p> <ul style="list-style-type: none"> - Immobilien 	<p>Geschäftsfeld</p> <ul style="list-style-type: none"> - Versicherung
<p>Marken und Marktpositionen in Deutschland</p> <p>DZ BANK</p> <p>Nr. 5 (Nr. 28 in Europa) ¹</p>	<p>Marken und Marktpositionen in Deutschland</p> <p>Union Investment</p> <p>Nr. 3 (Asset Management) ²</p>	<p>Marken und Marktpositionen in Deutschland</p> <p>Schwäbisch Hall </p> <p>Nr. 1 (Bausparen) ²</p>	<p>Marken und Marktpositionen in Deutschland</p> <p>R+V</p> <p>Nr. 2 (Lebensversicherungen)</p>
<p>VR LEASING</p> <p>Nr. 3 (Leasing) ²</p>	<p>DZ BANK International</p>	<p> DG HYP</p> <p>Nr. 3 (Hypothekenbanken)</p>	
<p>DZ Equity Partner</p>	<p>DZ PRIVATBANK Schweiz</p> <p>Nr. 3 ^{5,6}</p>		
<p>DZ BANK Ireland</p> <p>Nr. 3 ^{3,4}</p>	<p>DZ Private Wealth Management <small>GENOSSENSCHAFT</small></p>		
<p>kreditwerk</p> <p>Nr. 1 (Kreditprocessing)</p>	<p>Team!Bank</p> <p>Nr. 3 (Konsumentenkredit)</p>		
<p>DVE</p> <p>Nr. 2 (Schiffsfinanzierung für Deutschland) ²</p>			
<p>Reise Bank</p> <p>Nr. 1 (Anbieter von Auslandszahlungsmitteln in Deutschland)</p>			
<p>Produktmarken</p> <p>DZ BANK</p> <p>AKZENT Invest <small>ZERTIFIKATE DER DZ BANK</small></p> <p>Nr. 1 (Garantiezertifikate)</p>	<p>Produktmarken</p> <p>TeamBank</p> <p>e@sy Credit</p> <p>Nr. 3 (Konsumentenkredit)</p>		

1 Nach Bilanzsumme
2 Neugeschäft
3 Nach Assets
4 Tochtergesellschaft deutscher Banken in Irland
5 Nach AuM
6 Tochtergesellschaft deutscher Banken

Stand 31.12.2007

UNSER MISSION STATEMENT

Als Spitzeninstitut der Genossenschaftsbanken fühlt sich die DZ BANK einer langen Tradition verantwortlichen Handelns verpflichtet. Das bedeutet, dass wir mit unseren Finanzprodukten und Dienstleistungen einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen und unseren wirtschaftlichen Erfolg auf eine nachhaltige Art und Weise erzielen.

Dazu gehört, dass wir unsere Mitarbeiter umfangreich fördern und die Umwelt bestmöglich schützen. Darüber hinaus engagieren wir uns als Teil der Gesellschaft für Bildung, Kultur und Soziales.

In partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den Genossenschaftsbanken wollen wir so den Ansprüchen unserer Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter in Deutschland und im Ausland gerecht werden und zu einer lebenswerten Gesellschaft beitragen.

HINWEISE ZUM BERICHT

Mit dem vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht 2008 berichtet die DZ BANK AG erstmals umfassend und detailliert über alle Themen, die im Unternehmen nachhaltigkeitsrelevant sind. Wir haben damit bewusst einen Weg eingeschlagen, der auf noch mehr Transparenz und einen noch intensiveren Austausch mit unseren Stakeholdern abzielt.

BERICHTSUMFANG UND -GRENZEN

Dieser Bericht bezieht sich, sofern nicht anders vermerkt, auf die DZ BANK AG mit Hauptsitz in Frankfurt am Main. Angaben zu Mitarbeiterdaten umfassen alle Standorte der DZ BANK AG und somit alle Mitarbeiter, die bei der DZ BANK AG angestellt sind. Die Umweltdaten beziehen sich auf den Standort Frankfurt. Unsere weiteren Standorte möchten wir im Rahmen des Umweltmanagementsystems künftig sukzessive in die Berichterstattung einbinden. Während des Berichtszeitraums 2007/2008 sind keine wesentlichen Veränderungen eingetreten, so dass eine Vergleichbarkeit der Daten gegeben ist.

ORIENTIERUNG AM GRI-INDEX

Die Struktur des Nachhaltigkeitsberichts orientiert sich am aktuellen Leitfaden der Global Reporting Initiative (GRI). Wir sind uns bewusst, dass wir in unserem ersten Bericht die von der GRI geforderten Kriterien nicht vollständig abdecken können. Dennoch haben wir uns für die Anlehnung an diese international anerkannten Leitlinien sowie für die Abbildung des Indexes entschieden. Auf den Seiten 62 und 63 geben wir einen Überblick über die von uns in diesem Bericht behandelten Indikatoren des GRI-Leitfadens.

Wir werden kontinuierlich an unseren nachhaltigen Themen arbeiten und 2009 in einem Statusbericht über unsere Fortschritte und Entwicklungen berichten.

THEMENAUSWAHL

Die Themen für diesen Bericht richten sich nach den Vorgaben der GRI und wurden in Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Unternehmensbereichen und Fachabteilungen festgelegt. Zusätzlich wurden auch die Informationsinteressen unserer Stakeholder berücksichtigt.

STRUKTUR DES BERICHTS

Der Bericht beginnt mit einem Porträt der DZ BANK. In den folgenden vier Kapiteln berichten wir über die nachhaltigkeitsrelevanten Bereiche Ökonomie, Mitarbeiter, Gesellschaft sowie Ökologie. Die Kapitel starten dabei mit der Darstellung eines Projektes, das repräsentativ für das Engagement der DZ BANK in diesem Bereich ist.

WEITERE INFORMATIONEN

Weiter gehende Informationen zur DZ BANK AG, zur Struktur der DZ BANK Gruppe und zum genossenschaftlichen FinanzVerbund enthält unser Geschäftsbericht. Über aktuelle Entwicklungen informieren wir kontinuierlich auch im Internet unter

www.nachhaltigkeit.dzbank.de

INHALT

- 01 Unser Mission Statement
- 02 Hinweise zum Bericht

- 04 Vorwort

- 06 DZ BANK IM PORTRÄT: EIN VORBILDLICHER FINANZDIENSTLEISTER**
- 08 Verantwortung aus Tradition
- 08 Bedeutung unternehmerischer Verantwortung
- 09 Stakeholderdialog
- 11 Verantwortungsvolle Unternehmensführung
- 12 Compliance nach internationalen Standards

- 14 ÖKONOMIE: VERANTWORTUNGSVOLL ERFOLGREICH**
- 18 Zufriedene Kunden
- 20 Partner des Mittelstandes
- 21 Verantwortung im Anlagegeschäft
- 24 Verantwortung im Kreditgeschäft
- 25 Public Private Partnership
- 26 Risikomanagement

- 28 MITARBEITER: BALANCE FINDEN**
- 32 Berufseinstieg und Nachwuchsförderung
- 35 Personalentwicklung und Karrierechancen
- 37 Leistungsgerechte Vergütung
- 37 Gesundheit
- 39 Vereinbarkeit von Beruf und Familie
- 40 Demografischer Wandel

- 42 GESELLSCHAFT: ENGAGEMENT ALS UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE**
- 46 Bürgerschaftliches Engagement mit Tradition
- 47 Bildung und Wissenschaft
- 50 Kulturelles Engagement
- 50 Soziales Engagement

- 52 ÖKOLOGIE: DIE UMWELT SCHÜTZEN**
- 56 Einführung des Umweltmanagementsystems
- 61 Umweltgerechte Fassadenmodernisierung

- 62 Index nach GRI-G3 (Global Reporting Initiative)
- 64 Impressum
- 64 Weitere Informationen zur DZ BANK

Wolfgang Kirsch, Vorstandsvorsitzender der DZ BANK AG



SEHR GEEHRTE LESERINNEN UND LESER,

zur Zeit der großen Hungersnöte im 19. Jahrhundert hatten Friedrich Wilhelm Raiffeisen und Hermann Schulze-Delitzsch die gleiche Vision: Mit Hilfe von Kreditgenossenschaften sollten Bauern, Fabrikarbeiter und Handwerker in die Lage versetzt werden, ohne Restriktionen an Kleinkredite zu kommen, um sich so aus eigener Kraft aus ihrer Armut zu befreien. Aus dieser Idee heraus entstanden später die Genossenschaftsbanken.

Als Spitzeninstitut der heute rund 1.230 Genossenschaftsbanken in Deutschland fühlt sich die DZ BANK gemeinsam mit ihrem Schwesterinstitut, der WGZ BANK, dieser langen Tradition gesellschaftlich verantwortlichen Handelns verpflichtet.

Selbstverständlich haben sich die Herausforderungen seit dem 19. Jahrhundert erheblich verändert.

Wir leben nicht mehr im Zeitalter der Industrialisierung, sondern in dem der Globalisierung – mit ganz

eigenen Themen, Chancen und Problemen. Auch heute aber handeln Unternehmen nicht losgelöst von ihrem gesellschaftlichen Umfeld. Im Gegenteil: Sie sind als Teil der Gesellschaft auf dieses Umfeld angewiesen.

Es liegt daher sowohl in der Verantwortung der Unternehmen als auch in ihrem ureigenen Interesse, sich für die Gesellschaft einzusetzen und sich ihren Normen konform zu verhalten. Denn ein stabiles gesellschaftliches Umfeld und das Vertrauen der Bevölkerung in ihre Unternehmen sind unerlässlich für ein nachhaltig erfolgreiches Wirtschaften. Konkret bedeutet dies, dass Unternehmen sich nicht nur an wirtschaftlichen, sondern auch an sozialen und ökologischen Zielen messen lassen müssen.

Als Zentralbank der Genossenschaftsbanken unterstützen wir diese mit maßgeschneiderten Produkten und Dienstleistungen effizient und kostengünstig – und versorgen so rund 30 Millionen Kunden in Deutschland mit dem gesamten Spektrum an Finanzlösungen. Die hohe Zufriedenheit unserer Kunden

und die mehrfach ausgezeichnete Qualität unserer Verbundprodukte zeugen dabei von der engagierten und gewissenhaften Wahrnehmung unserer ökonomischen Verantwortung.

Den wirtschaftlichen Erfolg wollen wir zum einen in unserem Kerngeschäft mit ökologischen und sozialen Zielen verbinden. Unsere Überzeugung, dass wirtschaftlicher Erfolg und ein verantwortliches Handeln zusammengehören, schlägt sich zum anderen auch im Umgang mit unseren Mitarbeitern nieder. Auf ihren Fähigkeiten, ihrem Einsatz und ihrer Motivation fußt unser gesamtes Geschäftsmodell. Wenn wir sie intensiv fördern, ihre Leistung angemessen honorieren und ihre Gesundheit schützen, ist das nicht nur eine Frage der sozialen Verantwortung, sondern auch ökonomisch vernünftig.

Es gibt aber auch Bereiche, mit denen wir nicht zugleich ökonomische Ziele verfolgen, sondern ausschließlich der Gesellschaft etwas zurückgeben wollen, von der wir in vielfältiger Weise profitieren. Hierzu gehört unser langjähriges Kunstengagement, dessen Bedeutung für die Öffentlichkeit wir erst kürzlich mit der Übergabe von über 200 bedeutenden Fotografien an das Frankfurter Städel Museum unter Beweis gestellt haben.

Um über unsere Aktivitäten in den Bereichen Ökonomie, Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft angemessen Auskunft zu geben, haben wir unser 125-jähriges Jubiläum zum Anlass genommen, erstmals einen umfangreichen Nachhaltigkeitsbericht vorzulegen, bei dessen Erstellung wir die Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) berücksichtigt haben. Dabei geht es uns nicht darum, uns mit unserem gesellschaftlichen Engagement zu schmücken. Wir wollen, indem wir möglichst offen berichten, verstärkt in einen Dialog mit der Gesellschaft treten.

Wir begreifen Nachhaltigkeit als Prozess. Dieses Verständnis entspricht unserem kommunikationsorientierten Ansatz. Wir lernen ständig dazu und sind bereit, uns weiterzuentwickeln und auch etablierte Regelungen und Verhaltensweisen zu hinterfragen.

Für 2008 möchte ich drei Ereignisse herausstellen, die unseren ernsthaften Willen und die Fähigkeit, uns ständig weiterzuentwickeln, verdeutlichen. Erstens

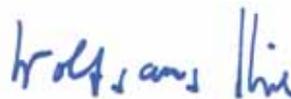
haben wir ein Umweltmanagementsystem eingeführt, das unsere nachhaltigen Umweltaktivitäten sicherstellt. Durch konkrete Vorgaben und Methoden setzen wir unsere anspruchsvollen Umweltziele systematisch in die Praxis um.

Zudem haben wir das Zertifikat „berufundfamilie“ verliehen bekommen, mit dem die gemeinnützige Hertie-Stiftung unsere Familienfreundlichkeit honoriert. Das Zertifikat ist aber nicht nur eine Auszeichnung, es verpflichtet zugleich zu konkreten zukünftigen Maßnahmen. Diese Verpflichtung sind wir gerne eingegangen.

Schließlich haben wir uns intensiv mit unseren Unternehmenswerten auseinandergesetzt und gemeinsam ein neues Leitbild entwickelt, das von nun an die Basis für unser erfolgreiches und zugleich verantwortungsvolles Handeln bildet.

Auch in Zukunft wollen wir unserer langen Tradition eines verantwortlich handelnden Unternehmens gerecht werden. Den mit diesem Nachhaltigkeitsbericht eingeschlagenen Weg der noch größeren Transparenz und Offenheit werden wir konsequent fortsetzen. In diesem Sinne freue ich mich auf Ihre Anmerkungen, Kritik und Verbesserungsvorschläge.

Mit freundlichen Grüßen



Ihr Wolfgang Kirsch

Als Spitzeninstitut des genossenschaftlichen FinanzVerbundes ist die DZ BANK einer der führenden Allfinanzanbieter in Deutschland. Unternehmerische Verantwortung wahrzunehmen, hat bei uns eine lange Tradition.

EIN VORBILDLICHER FINANZDIENSTLEISTER

„Zusammen geht mehr“ – dieses Motto der DZ BANK spiegelt unsere innere Überzeugung wider. Es zeigt sich darüber hinaus auch in unserer Organisationsstruktur. Die DZ BANK AG ist Teil des genossenschaftlichen FinanzVerbundes, der rund 1.230 Volksbanken und Raiffeisenbanken umfasst. Seine Grundprinzipien lauten Gegenseitigkeit und Partnerschaft – und leiten uns erfolgreich seit mehr als 125 Jahren.

Eine Besonderheit des FinanzVerbundes ist, dass von seinen 30 Millionen Kunden mehr als die Hälfte – rund 16 Millionen Kunden – Genossenschaftsanteile gezeichnet haben. Damit verfügt der genossenschaftliche FinanzVerbund unter den deutschen Bankengruppen mit Abstand über die meisten Anteilseigner. Wir können somit auf einen breit diversifizierten Rückhalt sowie eine stabile Verankerung in der Bevölkerung vertrauen. Gemessen an der Bilanzsumme gehört der genossenschaftliche FinanzVerbund zu den größten privaten Finanzdienstleistungsorganisationen Deutschlands.

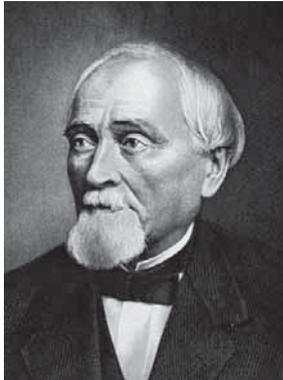
DIE BANK, DIE IHREN KUNDEN GEHÖRT
Innerhalb des FinanzVerbundes fungiert die DZ BANK AG als Zentralinstitut für die Genossenschaftsbanken mit ihren 12.000 Bankstellen. Sie sind

sowohl unsere Kunden als auch unsere Anteilseigner. Damit sind wir die privatwirtschaftlichste aller Organisationen: die Bank, die ihren Kunden gehört.

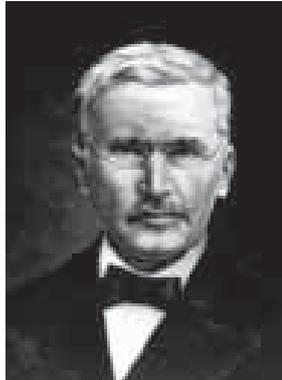
In dieser Rolle sehen wir uns in erster Linie als Partner, der die Banken vor Ort unterstützt und ihre Position im Wettbewerb durch maßgeschneiderte, innovative und günstige Finanzprodukte stärkt. Bei der Zusammenarbeit mit den Genossenschaftsbanken gilt für uns immer das Subsidiaritätsprinzip: Jeder Partner im Verbund konzentriert sich auf seine originäre Aufgabe, die seinen Stärken entspricht. Die DZ BANK als übergeordnete Einheit versteht sich in diesem Zusammenhang vor allem als Leistungserbringer und Unterstützer. Wir übernehmen ausschließlich Aufgaben, die sich besser, schneller und effizienter zentral erledigen lassen.

Unser Leistungsspektrum reicht von strukturierten Anlage- und Zinsprodukten über die gesamte Palette des Wertpapierhandels bis hin zu Fondslösungen, Genussschein-Emissionen und der Begleitung von Börsengängen. Mit der Marke „AKZENT Invest“ befinden wir uns zudem auf dem Weg zur Marktführerschaft im Zertifikategeschäft. Auch in Finanzierungsfragen sind wir national und international erfolgreich.

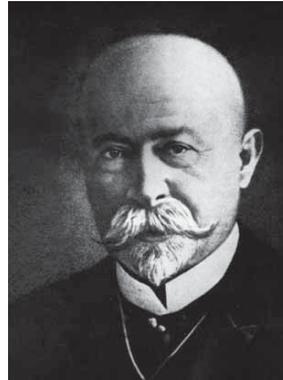
Hermann Schulze-Delitzsch



Friedrich Wilhelm Raiffeisen



Wilhelm Haas



Neben unserer Tätigkeit als Zentralbank der Genossenschaftsbanken fungieren wir als Geschäftsbank mit zunehmend internationaler, insbesondere europäischer Ausrichtung. Ausdruck unserer Internationalität sind unsere Filialen in New York, London, Hongkong, Singapur und seit 2007 auch Mailand. Darüber hinaus verfügen wir über Repräsentanzen in neun weiteren Ländern. Durch sie können wir unseren hohen Qualitätsansprüchen fast überall auf der Welt gerecht werden und direkt auf das Wissen unserer Experten an allen wichtigen internationalen Finanzplätzen zugreifen.

DIE DZ BANK GRUPPE

Im Laufe unserer 125-jährigen Entwicklung haben wir ein einmaliges Allfinanzspektrum aufgebaut. Die Unternehmen der DZ BANK Gruppe mit ihren starken Marken gehören dabei zu den Eckpfeilern dieses Allfinanzangebots. Zur DZ BANK Gruppe zählen die Bausparkasse Schwäbisch Hall, die Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank (DG HYP), die DZ BANK International, die DZ PRIVATBANK Schweiz, die R+V Versicherung, die TeamBank, die Union Investment Gruppe, die VR LEASING und verschiedene andere Spezialinstitute.

Durch die Kooperation der Unternehmen der DZ BANK Gruppe können die Vertriebsangebote für die genossenschaftlichen Banken optimiert werden. Die Spezialinstitute der DZ BANK Gruppe stellen in ihrem jeweiligen Kompetenzfeld wettbewerbsstarke erstklassige Produkte zu vernünftigen Preisen bereit. Damit sind die Genossenschaftsbanken in Deutsch-

land in der Lage, ihren Kunden ein komplettes Spektrum an herausragenden Finanzdienstleistungen anzubieten.

Einen Überblick über die DZ BANK Gruppe mit ihren vier Segmenten Bank, Retail, Immobilien und Versicherung gibt die Grafik auf der Innenseite des Umschlags.

PARTNERSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT SEIT 125 JAHREN

Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Genossenschaftsbanken ist Teil unserer Tradition und geht auf die Ideen von Hermann Schulze-Delitzsch, Friedrich Wilhelm Raiffeisen und Wilhelm Haas zurück. Sie waren schon im 19. Jahrhundert überzeugt, dass man im Verbund mit Gleichgesinnten erfolgreicher ist.

Für den Geldausgleich unter den genossenschaftlichen Banken wurden 1883 die Landwirtschaftliche Genossenschaftsbank AG in Darmstadt sowie 1895 die Preußische Zentralgenossenschaftskasse in Berlin gegründet – die beiden Wurzeln der DZ BANK. 1929 vereinigten sich die ländlichen Genossenschaftsorganisationen von Raiffeisen und Haas zum weltgrößten Genossenschaftsverbund.

Mit der Gründung des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken wurde 1972 auch die organisatorische Trennung zwischen den Volksbanken und Raiffeisenbanken aufgehoben.

WIRTSCHAFTLICHER ERFOLG

Auch wenn die DZ BANK sich im Verlauf ihrer Geschichte stark verändert hat: Die Grundüberzeugung, dass man Herausforderungen zusammen erfolgreicher begegnet, ist geblieben. Und unser wirtschaftlicher Erfolg bestätigt uns darin, dieser Grundüberzeugung auch in Zukunft treu zu bleiben.

Gerade in dem herausfordernden wirtschaftlichen Umfeld der Finanzmarktkrise hat sich unser Geschäftsmodell als Allfinanzanbieter als tragfähig erwiesen. Wir profitieren von der intensiven und erfolgreichen Zusammenarbeit im genossenschaftlichen FinanzVerbund.

VERANTWORTUNG AUS TRADITION

Unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit haben bei der DZ BANK eine lange Tradition. Schon die genossenschaftliche Grundidee beruhte auf dem Gedanken, wirtschaftliche und gesellschaftliche Probleme gemeinsam zu lösen. Wir haben uns daher von Anfang an als Teil der Gesellschaft empfunden, zu deren Gelingen wir beitragen möchten.

DIE GENOSSENSCHAFTSIDEEN

Der Ausgangspunkt der Genossenschaftsidee war ein ökologisches Nachhaltigkeitsproblem. Im 19. Jahrhundert führte das starke Bevölkerungswachstum zu einer Intensivierung der Landwirtschaft, die eine natürliche Regeneration der Böden nicht mehr zuließ. Die Folge waren sinkende Erträge und Missernten, was große Teile der ländlichen Bevölkerung in bittere Armut stürzte.

Friedrich Wilhelm Raiffeisen, einer der Begründer der Genossenschaftsidee, sah die Lösung in der Versorgung der Bauern mit günstigen Krediten und Anlagemöglichkeiten. Dadurch sollten sie in die Lage versetzt werden, sich landwirtschaftliche Gerätschaften, Dünger und Vieh zu kaufen. Raiffeisen gründete zwei Wohltätigkeitsvereine, in deren Rahmen wohlhabende Bürger hilfsbedürftigen Bauern Kredite zur Verfügung stellten. Weil die wohl tätigen Bürger aber keinen ausreichenden Anreiz hatten, sich langfristig

zu engagieren, wandelten sich die Vereine bald in Instrumente der Selbsthilfe. Die Mitglieder halfen sich nun gegenseitig. Damit hielt die Idee der modernen Genossenschaft Einzug im ländlichen Raum. Sie war wenige Jahre zuvor von Hermann Schulze-Delitzsch entwickelt worden, um den durch die Industrialisierung unter Druck geratenen Handwerkern zu helfen.

In der Folge gründeten sich weitere Genossenschaftsbanken, die zur nachhaltigen wirtschaftlichen Entwicklung von Landwirten, Handwerkern und Gewerbetreibenden beitrugen. Landwirte konnten sich Dünger kaufen, der dem Boden die entzogenen Nährstoffe zurückgab, Handwerker und Gewerbetreibende erhielten Kredite, mit denen sie in ihren Betrieb investieren konnten. Die dauerhaft erfolgreiche Beseitigung der wirtschaftlichen Not dieser Bevölkerungskreise sollte sich bald als wichtiger Beitrag zur Lösung der „Sozialen Frage“ herausstellen.

NACHHALTIGKEIT HEUTE

Heute ist die Genossenschaft eine Rechtsform, die sich durch besonders nachhaltige und langfristig angelegte Beziehungen zu ihren Eigentümern, Kunden und Investoren auszeichnet. Der Zweck von Genossenschaften ist die dauerhafte Förderung ihrer Mitglieder, nicht die kurzfristige Maximierung von Gewinnen. Weil Genossenschaftsmitglieder sowohl Eigentümer als auch Kunden sind, fallen viele der in anderen Unternehmen üblichen Interessenkonflikte weg.

Im Bankensektor trägt gerade die Vielzahl kleiner, selbständiger Genossenschaftsbanken zur Stabilität der Branche bei. Diese wiederum ist eine Voraussetzung für eine nachhaltige gesamtwirtschaftliche Entwicklung und stabile gesellschaftliche Verhältnisse.

BEDEUTUNG UNTERNEHMERISCHER VERANTWORTUNG

Unser Bekenntnis zur unternehmerischen Verantwortung bedeutet, dass wir neben ökonomischen auch soziale, ökologische und ethische Aspekte zur Grundlage unseres Handelns machen. Wir haben unsere unternehmerische Verantwortung deshalb in

unsere Geschäftstätigkeit integriert, indem wir sie so nachhaltig wie möglich ausrichten und ständig vor dem Hintergrund ökologischer und sozialer Aspekte weiterentwickeln. Darüber hinaus engagieren wir uns als guter „Corporate Citizen“ seit Jahren für die Gesellschaft.

NACHHALTIGKEIT ALS ERFOLGSMODELL

Wir sind darüber hinaus überzeugt, dass verantwortliches Handeln und wirtschaftlicher Erfolg keine Gegensätze sind, sondern sich – im Gegenteil – ergänzen und gegenseitig befruchten. So trägt unser Nachhaltigkeitsengagement zu unserer guten Reputation bei und erleichtert uns dadurch die Gewinnung und Bindung von hochqualifizierten Fach- und Führungskräften. Zudem mindert es in vielen Bereichen auch Kosten und Risiken.

Ein Beispiel für die erfolgreiche Integration des Nachhaltigkeitsgedankens in unser Kerngeschäft ist die Entwicklung einer ganzen Reihe von nachhaltigen Geldanlagen. Wir geben dadurch den 30 Millionen Kunden der Genossenschaftsbanken die Möglichkeit, eine hohe Rendite mit ethischen und ökologischen Zielen zu kombinieren.

GEMEINSAME WERTE ALS RICHTSCHRITZ

Die Grundlage unseres verantwortlichen Handelns im täglichen Geschäft bilden unsere gemeinsamen Werte *Tatkraft*, *Integrität* und *Vertrauen*, die wir auch in unserem Leitbild festgehalten haben. Sie weisen uns den Weg im Umgang untereinander sowie mit unseren Verbundpartnern, Kunden und Lieferanten.

- *Tatkraft* heißt für uns strukturiertes, eigenverantwortliches, aktives und kreatives Handeln. Dahinter steht das Ziel, bedarfsgerechte Lösungen im Sinne der Unternehmensstrategie umzusetzen.
- Unter *Integrität* verstehen wir den Einklang von Reden, Handeln und eigener Persönlichkeit.
- *Vertrauen* bedeutet für uns eine durch gemeinsame Erfahrung begründete positive Zukunftserwartung. Wir schaffen Vertrauen auf Basis von Kompetenz, Offenheit und Fairness. Durch Vertrauen reduzie-

ren wir Komplexität in unserer Zusammenarbeit und erhöhen unsere Handlungsfähigkeit.

Wir sind überzeugt, dass gemeinsame Werte die Basis für ein verantwortliches Handeln sind. Deshalb haben wir die Werte nicht einfach vorgegeben, sondern sie in einem aufwendigen Diskussionsprozess gemeinsam entwickelt und herauskristallisiert. Sie geben nun einen Rahmen vor, den wir jeden Tag aufs Neue mit Leben füllen – und in dem für unverantwortliches Handeln und Verhalten kein Raum ist. Mehr zu unserem Leitbild erfahren Sie im Kapitel Mitarbeiter auf Seite 32.

STAKEHOLDERDIALOG

Mit unseren Stakeholdern, mit denen wir durch unsere Geschäftstätigkeit in Beziehung stehen, führen wir einen ständigen Dialog und nehmen ihre Interessen und Wünsche sehr ernst. Wir sind überzeugt, dass uns dieser Dialog dabei hilft, angemessene Entscheidungen zu treffen sowie Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen.

DIALOG MIT UNSEREN VERBUNDPARTNERN

Die rund 1.000 Genossenschaftsbanken, die uns angeschlossen sind, sind sowohl unsere Anteilseigner als auch unsere wichtigsten Kunden. Wir betreiben daher eine aktive Verbundpolitik, welche die Vertreter der Genossenschaftsbanken frühzeitig in strategische Entscheidungen einbindet.

Ziel unseres subsidiären Koordinationsmodells ist es, die Genossenschaftsbanken optimal zu unterstützen und ihren Bedürfnissen entsprechende Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln. Als eine wichtige Plattform für den Informationsaustausch mit den Genossenschaftsbanken haben sich die Bankenbeiräte der DZ BANK bewährt. Diese vier Beiräte (jeweils rund 40 Vorstände von Genossenschaftsbanken der Region) stehen der DZ BANK bei der strategischen verbund- und geschäftspolitischen Ausrichtung beratend zur Seite und nehmen gleichzeitig eine wichtige Multiplikatorenfunktion wahr. Analog zur regionalen Betreuungsstruktur bestehen vier regionale Banken-

beiräte in Baden-Württemberg, Bayern sowie den Regionen Mitte und Nord/Ost, die über ein transparentes Nominierungsverfahren auf Basis der regionalen Untergliederung der Verbände besetzt werden.

Neben den Bankenbeiräten gibt es spezielle Beiräte für die sieben Geschäftsfelder Corporate Banking, Investment Banking, Prozessmanagement, Asset Management, Retail & Private Banking, Immobilien sowie Versicherung. Diese Geschäftsfeldbeiräte bearbeiten sowohl operative als auch strategische Themen und begleiten die Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen schon in einem sehr frühen Stadium.

IM GESPRÄCH MIT MITARBEITERN

Auch mit unseren Mitarbeitern stehen wir in einem ständigen Dialog. Dazu nutzen wir – neben der umfangreichen persönlichen Kommunikation – verstärkt das Intranet. Hier werden Informationen zu allen Bereichen der DZ BANK publiziert. Vom Intranet aus gelangen die Mitarbeiter außerdem auf das virtuelle Portal der DZ BANK Gruppe sowie auf das Portal der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Selbstverständlich sind unsere Filialen und Repräsentanzen im Ausland an diese Informationsplattformen angebunden.

IM DIALOG MIT DEM KAPITALMARKT UND UNSEREN LIEFERANTEN

Mit dem Kapitalmarkt stehen wir in einem intensiven Austausch. Unter anderem publizieren wir nicht nur einmal im Jahr einen Geschäftsbericht, sondern zusätzlich einen Halbjahresbericht. Zudem veröffentlichen wir bei Bedarf aktuelle Mitteilungen zu unserer Geschäftsentwicklung.

Wir sind überzeugt, dass auch in der Kommunikation mit unseren Lieferanten größtmögliche Offenheit, Transparenz und Fairness die Basis für eine langfristig erfolgreiche Zusammenarbeit sind.

UNSER AUSTAUSCH MIT GESELLSCHAFT, WISSENSCHAFT UND POLITIK

Als Teil der Gesellschaft engagieren wir uns in vielfältiger Weise und gelangen darüber in einen Dialog mit ganz verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen. Diesen betrachten wir als Bereicherung, der unseren Blick über die Unternehmensgrenzen hinaus sowie das gegenseitige Verständnis von Wirtschaft und Gesellschaft fördert. Ganz besonders gilt das für den Standort Frankfurt, weil wir hier ansässig sind und uns der Stadt daher in hohem Maße verbunden fühlen.

SUBSIDIÄRES KOORDINATIONSMODELL

Segmente	Bank							Retail	Immobilien	Versi- cherung
	Geschäftsfelder									
Arbeitsgruppen	Corporate Banking	Investment Banking	Prozess Manage- ment	Asset Manage- ment	Retail & Private Banking	Immobilien			Versi- cherung	
Auslandskoordination	•	•	•	•	•	•		•	•	
Produkt- und Vertriebskomitee Privatkunden	•	•	•	•	•	•		•	•	
IT, Operations und Ressourcen	•	•	•	•	•	•		•	•	
Personal	•	•	•	•	•	•		•	•	
Risikomanagement	•	•	•	•	•	•		•	•	
Steuerung	•	•	•	•	•	•		•	•	
Koordination Geschäftsfeldbeiräte										

MITGLIED IM UN GLOBAL COMPACT

Seit 2008 ist die DZ BANK Mitglied im UN Global Compact, der im Jahr 2000 vom damaligen UN-Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufen wurde. Die Wirtschaft, so seine Vision, solle sich aktiv an dem Aufbau einer nachhaltigeren und gerechteren Weltwirtschaft beteiligen. Dazu möchte auch die DZ BANK einen Beitrag leisten. Wir bekennen uns deshalb zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact, werden also ...



1. die international verkündeten Menschenrechte respektieren und ihre Einhaltung innerhalb unserer Einflussphäre fördern.
 2. sicherstellen, dass wir nicht bei Menschenrechtsverletzungen mitwirken.
 3. das Recht unserer Beschäftigten, sich gewerkschaftlich zu betätigen, respektieren sowie deren Recht auf Kollektivverhandlungen effektiv anerkennen.
 4. alle Formen von Zwangsarbeit bzw. erzwungener Arbeit ausschließen.
 5. an der Abschaffung von Kinderarbeit mitwirken.
 6. jede Diskriminierung in Bezug auf Beschäftigung und Beruf ausschließen.
 7. eine vorsorgende Haltung gegenüber Umweltgefährdungen einnehmen.
 8. Initiativen zur Förderung größeren Umweltbewusstseins ergreifen.
 9. die Entwicklung und die Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.
 10. gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.
- www.unglobalcompact.org

Mit der Wissenschaft tauschen wir uns intensiv aus, indem wir Kooperationen mit verschiedenen Hochschulen pflegen. Darüber hinaus fördern wir Forschung und Lehre, beispielsweise durch Stiftungslehrstühle, die einen direkten Bezug zum Bank- oder Genossenschaftswesen haben. Gemeinsame Veranstaltungen und die besondere Förderung von exzellenten Arbeiten prägen zusätzlich den Austausch mit der Wissenschaft. Mehr zu unseren Kooperationen mit Universitäten finden Sie im Kapitel Gesellschaft auf den Seiten 47 bis 49.

Gemeinsam mit anderen Unternehmen übernehmen wir außerdem Verantwortung für politische Ziele. Ein Beispiel dafür ist unsere Mitgliedschaft im von der UNO initiierten Global Compact. Sie verpflichtet uns zur Einhaltung von zehn Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.

VERANTWORTUNGSVOLLE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Die DZ BANK bekennt sich zu den Grundsätzen einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Dabei tragen wir den Besonderheiten unseres genossenschaftlichen Finanzverbundes Rechnung.

ZUSAMMENSPIEL VON VORSTAND UND AUFSICHTSRAT

Unser Vorstand leitet das Unternehmen und entwickelt die strategische Ausrichtung. Diese stimmt er mit dem Aufsichtsrat ab und sorgt anschließend für ihre Umsetzung. Dabei hält der Vorstand alle gesetzlichen Bestimmungen ein und sorgt für deren Beachtung im Konzern. Darüber hinaus wacht er über ein umfassendes Risikomanagement und -controlling, um die Gefahren für den Konzern und seine Stakeholder so weit wie möglich zu reduzieren und berechenbar zu machen. Mehr zu unserem Risikomanagement erfahren Sie im Kapitel Ökonomie, im Geschäftsbericht und im Aufsichtsrechtlichen Risikobericht.

Die Überwachung und Beratung des Vorstands erfolgen durch den Aufsichtsrat und seine Ausschüsse. Dabei arbeiten Vorstand und Aufsichtsrat zum Wohle des Unternehmens eng zusammen. Das bedeutet unter anderem, dass der Vorstand den Aufsichtsrat frühzeitig über alle relevanten Entwicklungen informiert. Geschäfte von grundlegender Bedeutung bedürfen zudem einer Zustimmung durch den Aufsichtsrat. Um fachlich auf höchstem Niveau kontrollieren zu können, bildet der Aufsichtsrat Ausschüsse, wie beispielsweise den Prüfungsausschuss, welcher für Fragen der Rechnungslegung, des Risikomanagements und der Compliance zuständig ist.

Die Vertreter des Aufsichtsrates werden von der Hauptversammlung gewählt, wobei die Genossenschaftsbanken die größte Aktionärs- und zugleich wichtigste Kundengruppe darstellen. Mit neun Vertretern der Genossenschaftsbanken verfügt der Aufsichtsrat somit über eine erstklassige Bankexpertise. Entsprechend dem Mitbestimmungsgesetz sind – neben einem Vertreter des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR)¹ – auch zehn Vertreter der Arbeitnehmerseite im Aufsichtsrat. Es ist grundsätzlich ausgeschlossen, dass Vorstandsmitglieder der DZ BANK nach ihrem Ausscheiden aus dem Vorstand unmittelbar in den Aufsichtsrat wechseln. www.bvr.de

TRANSPARENTE RECHNUNGSLEGUNG NACH IFRS

Um alle unsere Aktionäre so umfangreich und transparent wie möglich zu informieren, erfüllen wir bei unserem Konzernabschluss und allen Zwischenberichten die International Financial Reporting Standards (IFRS). Der Konzernabschluss wird vom Vorstand aufgestellt und sowohl von einem externen Abschlussprüfer als auch vom Aufsichtsrat geprüft.

Obwohl wir alle gesetzlichen Bestimmungen einhalten, geht es uns in erster Linie nicht um die Erfüllung formeller Vorgaben, sondern vielmehr um eine langfristige und auf Wertschaffung ausgerichtete Unternehmensführung. Wir werden die Corporate Governance deshalb in Zukunft noch weiter ausbauen und so dazu beitragen, dass das Vertrauen der Kunden, Eigentümer und Mitarbeiter sowie der Öffentlichkeit erhalten und gefördert wird.

COMPLIANCE NACH INTERNATIONALEN STANDARDS

Die rechtlichen Vorschriften im Bereich der Finanzdienstleistungen müssen ständig neuen Entwicklungen und Produkten angepasst werden und verändern sich zum Schutz der Anleger und der Finanzindustrie mit hoher Dynamik. Die Einhaltung aller nationalen und internationalen rechtlichen Standards entspricht daher nicht nur unserem innersten Selbstverständnis als Spitzeninstitut des genossenschaftlichen Finanzverbundes, sondern stellt auch hohe Anforderungen an unsere Compliance.

DAS COMPLIANCE OFFICE MIT SEINEN BEIDEN TEAMS

Unser Compliance Office berät, überwacht und kontrolliert unsere verschiedenen Geschäftseinheiten bei der Einhaltung aller rechtlichen Standards.

Es besteht aus den beiden Teams Wertpapier-Compliance und Geldwäscheprävention. Zu den Aufgaben des Compliance-Teams gehören unter anderem die Beratung der Fachbereiche sowie die Sicherstellung der Einhaltung aller wertpapierhandelsrechtlichen Regelungen in diesen Einheiten, also

¹ Der BVR ist der Spitzenverband der genossenschaftlichen Kreditwirtschaft in Deutschland. Mitglieder sind alle Genossenschaftsbanken, die genossenschaftlichen Zentralbanken, die Unternehmen des Finanzverbundes und die Prüfungsverbände. Er vertritt bundesweit und international die Interessen der genossenschaftlichen Bankengruppe.

beispielsweise die Verhinderung von Insiderhandel und Regelungen für private Geschäfte der Mitarbeiter. Dazu führt es Kontrollen durch, erstellt interne Policies und schult Mitarbeiter in relevanten Vorschriften.

Zur Kernaufgabe des Teams Geldwäscheprävention gehört es, entsprechende Grundsätze und Verfahren zu entwickeln, so dass Geldwäsche verhindert wird und die Finanzierung von terroristischen Vereinigungen ausgeschlossen ist. Monitoringmaßnahmen sowie Gefährdungsanalysen werden durchgeführt und die Mitarbeiter der Bank geschult.

Das Compliance Office verfügt über einen direkten Berichtsweg zum zuständigen Dezernenten im Vorstand und ist organisatorisch an den Bereich Recht angebunden. Die Auslandsniederlassungen verfügen über eigene lokale Compliance Officer, die nicht nur an den jeweiligen Niederlassungsleiter, sondern auch an den Leiter des Compliance Office der DZ BANK AG berichten.

PROFESSIONELLES WHISTLEBLOWING-SYSTEM

Zur Vorbeugung gegen Wirtschaftskriminalität und unzulässige Einflussnahme auf Mitarbeiter hat die DZ BANK im Jahr 2008 ein Whistleblowing-System eingeführt, über das sowohl unsere Beschäftigten als auch Außenstehende Informationen vertraulich übermitteln können. Dazu können sie sich zum einen an den internen Ombudsmann wenden. Dieser ist durch eine arbeitsrechtliche Zusatzvereinbarung zur Geheimhaltung der Identität des Informanten verpflichtet und bildet die Schnittstelle zum Hinweisgeber. Darüber hinaus steht aber auch ein Anwalt als externer Ombudsmann zur Verfügung. Auch hier ist durch seine Schweigepflicht Vertraulichkeit gewährleistet.

Neben einem eigenen Compliance Office und einem professionellen Whistleblowing-System beruht unser ordnungsgemäßes Handeln aber auch auf der Integrität unserer Mitarbeiter. Um sie zu fördern, haben wir Regelungen aufgestellt, die verbindlich sind und deren Missachtung sanktioniert wird. Daneben führen wir Schulungen durch, die rechtliche Anforderungen und ihre Auswirkungen auf die tägliche Arbeit vermitteln. In der Vergangenheit haben wir alle nationalen und internationalen Standards und Vereinbarungen im Bereich Compliance erfüllt. Wir werden dies auch in Zukunft gewissenhaft tun.



Die DZ BANK ist ein ökonomisch leistungsstarkes Unternehmen, das seinen Erfolg auf eine vorbildliche Art und Weise erzielt. Indem wir in unserem Kerngeschäft Verantwortung übernehmen, erhalten wir das in uns gesetzte Vertrauen und bauen es weiter aus.

VERANTWORTUNGSVOLL ERFOLGREICH

Hier weht der Wind an neun von zehn Tagen: Klaus Treimer und Stefan Frahm, Vorstände der Volksbank Ostholstein Nord, auf Fehmarn.



„Sie können heute mit weniger Windkraftanlagen auf der gleichen Fläche sehr viel mehr Leistung erzeugen. Nicht zuletzt deshalb beteiligen wir uns an der Finanzierung für das Repowering von Windkraftanlagen auf Fehmarn.“

ALEXANDRA POHL, FIRMENKUNDENBETREUERIN UND EXPERTIN FÜR ERNEUERBARE ENERGIEN BEI DER DZ BANK

WINDKRAFT ERMÖGLICHEN

Auf der Ostseeinsel Fehmarn, der mit rund 185 Quadratkilometern drittgrößten Insel Deutschlands, weht der Wind an neun von zehn Tagen. Es ist daher kein Zufall, dass hier vor über 20 Jahren die Geschichte der privaten Windenergienutzung in Deutschland begann.

Die frühen Fehmarner Windkraftpioniere gaben ihren Anlagen damals sogar noch Namen. So nannte der Maschinenbauer Manfred Wollin, der 1984 als Erster ans Netz ging, sein zweiflügeliges Windrad „Flinke Marianne“. Die bescheidene Leistung: rund 50 Kilowatt.

„Heute sind die modernen Windkraftanlagen um ein Vielfaches stärker“, erklärt Alexandra Pohl, Firmenkundenbetreuerin und Expertin für erneuerbare Energien bei der DZ BANK. „Sie können heute mit weniger Windkraftanlagen auf der gleichen Fläche sehr viel mehr Leistung erzeugen. Nicht zuletzt deshalb beteiligen wir uns an der Finanzierung für das Repowering von Windkraftanlagen und stellen hierfür eine ganze Reihe von maßgeschneiderten Finanzierungslösungen bereit.“

Durch den Austausch von Windkraftanlagen der ersten Generation durch leistungsstärkere Anlagen ließe sich nach Berechnungen des Deutschen Windenergie-Instituts die gesamte jährliche Windstromproduktion von 30 Milliarden Kilowattstunden auf 90 Milliarden steigern. Dies entspricht ungefähr 15 Prozent des jährlichen Stromverbrauchs in Deutschland. Um den

Austausch zu realisieren, wäre allerdings ein Investitionsvolumen von geschätzten 34 Milliarden Euro notwendig.

Auf Fehmarn beispielsweise hatten die Betreiber, vor allem ortsansässige Landwirte, nicht nur die konzeptionelle Leitung bei der Erstellung der neuen Anlagen, sondern mussten auch in Eigenregie ein durch die höhere Gesamtleistung notwendig gewordenes Erdkabel zum Festland verlegen. Allein diese Erdkabelverlegung kostete rund 17 Millionen Euro.

Wir von der DZ BANK begreifen es als unsere Aufgabe, als starker, verlässlicher Finanzpartner den Ausbau von Windkraft und anderen regenerativen Energien in Deutschland zu ermöglichen. Dabei arbeiten wir eng mit den Genossenschaftsbanken zusammen. Sie sind in der Lage, auf die Bedürfnisse vor Ort schnell und flexibel einzugehen. Zugleich können sie mit der DZ BANK auf einen erfahrenen und finanzstarken Partner zurückgreifen.

Auf Fehmarn haben wir zusammen mit unserem Partner vor Ort, der Volksbank Ostholstein eG, welche die Konsortialführung in Händen hält, nicht nur die Erdkabelverlegung, sondern auch den Bau von 64 modernen Windkraftanlagen mit jeweils 2,3 Megawatt Leistung maßgeblich mitfinanziert. Es handelt sich dabei um das größte Repowering-Projekt in Deutschland. Mittlerweile sind die meisten Windkraftanlagen am Netz und tragen dazu bei, dass sich die Gesamtleistung der Windkraft auf Fehmarn vervierfacht hat.



Die DZ BANK berücksichtigt bei der Vergabe von Krediten und der Entwicklung von Anlageprodukten nachhaltige Kriterien. Darüber hinaus ermöglichen wir vielfältige Projekte im Bereich der erneuerbaren Energien.

NACHHALTIG FINANZIEREN UND ANLEGEN

Als Zentralbank der Genossenschaften ist die DZ BANK mit einem schlüssigen und unseren Kunden verpflichteten Geschäftsmodell nachhaltig wirtschaftlich erfolgreich. Die DZ BANK unterstützt die Genossenschaftsbanken effektiv und effizient, vor allem durch wettbewerbsfähige Produkte und Dienstleistungen, die wir ihnen kostengünstig zur Verfügung stellen. Dabei pflegen wir einen partnerschaftlichen Stil der Zusammenarbeit, der zu unserem wirtschaftlichen Erfolg beiträgt. Mehr zum Profil der DZ BANK lesen Sie im Kapitel Porträt auf den Seiten 6 bis 8. Über unsere aktuellen geschäftlichen Entwicklungen informieren wir ausführlich in unseren Finanzberichten, insbesondere im Geschäftsbericht.

FINANZVERBUND GENIESST OBERSTE PRIORITÄT

Als eine der tragenden Säulen des genossenschaftlichen Finanzverbundes sehen wir uns primär in der Position des professionellen Dienstleisters für die Volksbanken und Raiffeisenbanken. Gemeinsam mit den Unternehmen der DZ BANK Gruppe wollen wir uns offensiv am Markt positionieren. Dies bedeutet, dass wir nachhaltige Spitzenpositionen anstreben, indem wir unsere Position im deutschen Retail-Mengengeschäft sowie im gehobenen Privatkundensegment halten und ausbauen. Einen weiteren Fokus legen wir auf das Transaction Banking. Dabei zielen wir auf den Ausbau unserer Marktführerschaft

in Deutschland sowie auf die Expansion in Europa. Zudem streben wir an, eine zielgruppenorientierte Corporate und Investment Bank für den deutschen Mittelstand und die Finanzinstitute zu werden.

Um diese Ziele zu erreichen, hat der genossenschaftliche Finanzverbund für uns höchste Priorität. Wir handeln nach dem strategischen Leitgedanken: „Verbund First“. Das heißt, dass wir Maßnahmen darauf fokussieren, die Position der Volksbanken und Raiffeisenbanken zu stabilisieren und zu stärken. Dazu priorisieren und koordinieren wir gezielt personelle und finanzielle Ressourcen in der Gruppe.

ZUFRIEDENE KUNDEN

Mit unseren direkten Kunden, den Genossenschaftsbanken, arbeiten wir partnerschaftlich und vertrauensvoll zusammen. Ihre Zufriedenheit sichert unseren Erfolg und spiegelt zugleich die hohe Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen wider.

POSITIVE ERGEBNISSE DER KUNDENBEFRAGUNG

Um ein neutrales und repräsentatives Bild zur Zufriedenheit der Genossenschaftsbanken zu erhalten, haben wir 2007 in Zusammenarbeit mit dem renommierten Marktforschungsinstitut forsa eine

Kundenbefragung durchgeführt. Dabei wurde sowohl die Zufriedenheit mit der gesamten DZ BANK als auch die Zufriedenheit mit einzelnen Bereichen abgefragt. Schon die Rücklaufquote von 72 Prozent war außergewöhnlich hoch und zeugt von einer guten Zusammenarbeit.

Wichtigstes Ergebnis der Befragung ist, dass 90 Prozent der Genossenschaftsbanken mit uns zufrieden sind. Diese breite Gesamtzufriedenheit verstehen wir als Bestätigung unserer Arbeit und unseres partnerschaftlichen Ansatzes der Zusammenarbeit.

VERBESSERUNGSPOTENZIAL NUTZEN

Gleichzeitig sind die Umfrageergebnisse für uns Ansporn, noch besser zu werden. Wir sind überzeugt, den Anteil der „außerordentlich zufriedenen“ Kunden von derzeit 21 Prozent noch weiter ausbauen zu können.

Neben diesen Ergebnissen zur Gesamtzufriedenheit hat die Umfrage auch gezeigt, welche Bereiche unsere Kunden besonders wertschätzen und in welchen noch Verbesserungspotenzial besteht. Alle beteiligten Bereiche haben Detailanalysen angefertigt und darauf aufbauend Maßnahmen zur weiteren Steigerung der Kundenzufriedenheit eingeleitet. 2009 werden wir erneut eine Befragung durchführen und dadurch in der Lage sein, die Entwicklung der Kundenzufriedenheit zu messen und darauf zu reagieren.

2007 haben wir mit „Pro Customer“ ein Projekt zur Einführung eines Kundenbetreuungs- und -managementsystems gestartet, dessen Ziel es ist, die Ortsbanken noch stärker in den Mittelpunkt unseres Vertriebskonzeptes zu stellen. Dazu gehört unter anderem, eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit zu etablieren, um den Kunden ganzheitliche Lösungspakete anbieten zu können. Damit unsere Mitarbeiter diese neue Form der Zusammenarbeit schnell und konsequent in die Tat umsetzen können, wird der Prozess durch Change Management-Maßnahmen begleitet.

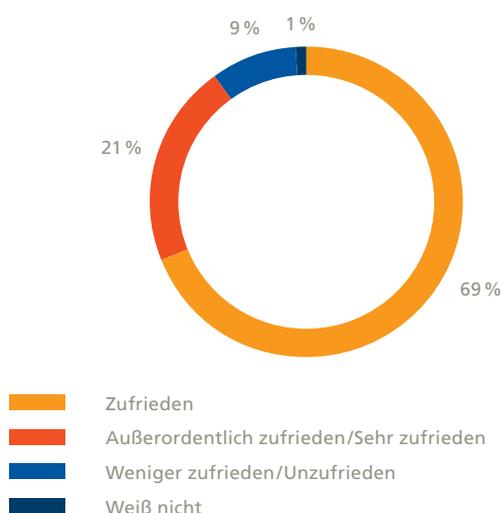
HOHE PRODUKTQUALITÄT UND ERFOLGREICHE DIENSTLEISTUNGSANGEBOTE

Ein Grund für die Zufriedenheit unserer Kunden ist die hohe Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen. Dies zeigt unter anderem die Tatsache, dass die Genossenschaftsbanken in durchschnittlich mehr als 90 Prozent der Fälle auf Produkte zurückgreifen, die von der DZ BANK und ihren Tochterunternehmen stammen.

Im Bereich der Dienstleistungen profitieren die Genossenschaftsbanken von den fundierten Aktienanalysen unserer Research-Abteilung, welche die Voraussetzung für einen langfristigen Anlageerfolg an den Aktienmärkten bilden. Sie belegen jedes Jahr bei den internationalen Analysten-Ratings der drei wichtigsten Agenturen „StarMine“, „AQ“ und „ISFA“ in vielen Kategorien die besten Plätze. Auch bei dem von der Börsen-Zeitung vergebenen „AktienAnalystenAward“ gehört die DZ BANK Jahr für Jahr zu den Höchstplatzierten. Dafür wurde sie 2008 mit dem erstmals vergebenen Kontinuitätspreis ausgezeichnet.

Unsere Research-Abteilung ist Teil des TÜV-zertifizierten Entwicklungsprozesses. Ihr Know-how fließt in die Entwicklung unserer Zertifikate ein. Auch unsere Zertifikate wurden mehrfach ausgezeichnet.

KUNDENZUFRIEDENHEIT



Quelle: Kundenzufriedenheitsbefragung Januar/Februar 2007

AUSGEZEICHNETE ZERTIFIKATE

Für ihre Zertifikate wurde die DZ BANK mehrfach ausgezeichnet. Unter anderem als:

ZERTIFIKATE-HAUS DES JAHRES 2007

Wie in den vier Vorjahren erzielte die DZ BANK den ersten Platz bei der Publikumsabstimmung des Zertifikate-Journals, der WELT, der WELT am SONNTAG und der Deutschen Börse.

BESTER EMITTENT TEILSCHUTZ-ZERTIFIKATE 2007

Mit dem Preis zeichnet Focus Money Anbieter von Teilschutz-Zertifikaten aus, die dem Anleger gute und zielgerechte Investments ermöglichen.

BESTER EMITTENT GARANTIE-ZERTIFIKATE 2008

Die Auszeichnung, die ebenfalls von Focus Money sowie dem Zertifikateweb und einer Expertenjury vergeben wird, kürt den besten Anbieter im Bereich der Garantie-Zertifikate.

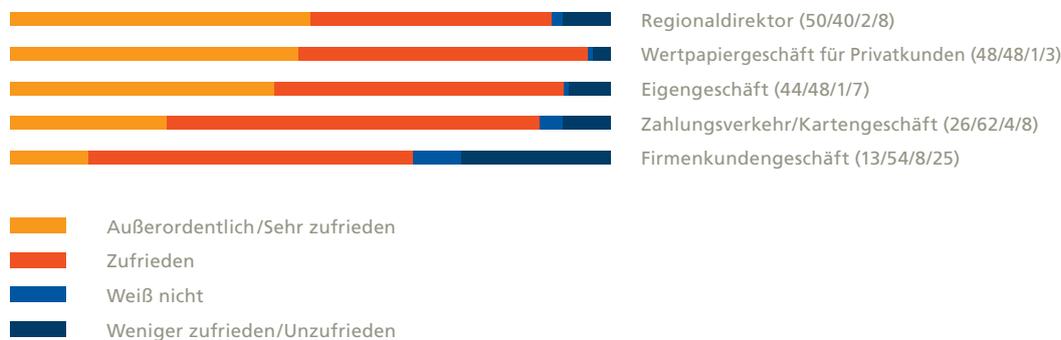
Neben der hohen Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen trägt der partnerschaftliche Umgang mit den Genossenschaftsbanken zu ihrer großen Zufriedenheit bei. Dazu gehört selbstverständlich auch, dass wir mit allen Daten vertrauensvoll umgehen und dem Datenschutz höchste Priorität einräumen.

PARTNER DES MITTELSTANDES

Der Mittelstand gilt in Deutschland als „Rückgrat“ der Wirtschaft. Mehr als 99 Prozent aller deutschen Unternehmen sind Kleinunternehmen und Mittelständler. Bei ihnen arbeiten rund 70 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten.

Die regionale Marktbearbeitung im Mittelstandsgeschäft obliegt den Volksbanken und Raiffeisenbanken. Als lokale Unternehmerbanken sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken wertvolle und historisch gewachsene Partner des Mittelstandes. Zum Mittelstand zählen wir sowohl kleine und mittlere Unternehmen als auch größere mittelständisch geprägte Unternehmen. Im Gegensatz zu Konzernunternehmen oder Niederlassungen von Großbanken ermöglicht die unternehmerische Gestaltungsfreiheit der Bank, die eigene Positionierung konsequent an den regionalen Markterfordernissen auszurichten.

KUNDENZUFRIEDENHEIT MIT EINZELNEN BEREICHEN in Prozent



Quelle: Kundenzufriedenheitsbefragung Januar/Februar 2007

Als Zentralinstitut orientiert sich die DZ BANK strikt am Prinzip der Subsidiarität. Nach dieser Maßgabe unterstützt und fördert die Zentralbank das Firmenkundengeschäft der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Dazu macht sie beispielsweise bedarfsorientierte Angebote zur effizienten und umfassenden Marktbearbeitung sowie zum Risikotransfer. Die gemeinschaftliche Kreditbereitstellung im FinanzVerbund ermöglicht den Volksbanken und Raiffeisenbanken Zugang zu Kunden mit Kreditbedarf, der die Risikotragfähigkeit der einzelnen Bank übersteigt.

Neben dieser Kernfunktion im Kreditgeschäft ist die DZ BANK lösungsorientierter Partner für alle Themen und Produkte des Firmenkundengeschäftes und erschließt den Banken das umfassende Angebot eines echten Allfinanzanbieters. Ihr Leistungsangebot definiert die DZ BANK über Kompetenzfelder, die komplementär das regionale Angebot der Volksbanken und Raiffeisenbanken ergänzen.

Unsere Kompetenzfelder sind Finanzierungslösungen, Risikomanagement, Anlagekonzepte, Internationales Geschäft, Zahlungsverkehrslösungen sowie Spezialthemen des Mittelstandsgeschäftes. Damit sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken in der Lage, ihren Kunden ein komplettes Spektrum an modernen Finanzdienstleistungen anzubieten und ihrer Rolle als „Partner des Mittelstandes“ gerecht zu werden.

INDIVIDUELLE FINANZIERUNGSLÖSUNGEN

Die bedarfsgerechte Einbindung von Förderprogrammen in die Finanzierung der Firmenkunden ist ein wesentliches Kompetenz- und Profilierungsmerkmal des genossenschaftlichen FinanzVerbundes. Die DZ BANK unterstützt das Förderkreditgeschäft der Volksbanken und Raiffeisenbanken durch in den Regionen ansässige Experten. Bei dem ERP-Energieeffizienzprogramm der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) beträgt der Marktanteil etwa 50 Prozent. Auch bei regionalen Förderinstituten verfügt die DZ BANK über eine führende Position.

Im Mai 2008 hat die DZ BANK einen Globaldarlehensvertrag in Höhe von 150 Millionen Euro mit der Europäischen Investitionsbank (EIB) abgeschlossen. Damit erhalten die Volksbanken und Raiffeisen-

banken eine attraktive Ergänzung ihres Leistungsangebotes zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit. Die Mittel dienen der Förderung von Unternehmen – insbesondere kleiner und mittlerer Unternehmen – auf den Gebieten Forschung, Entwicklung, Innovation, Bildung und Umweltschutz.

INITIATIVE AGRARNATURENERGIE

Ein weiterer Schwerpunkt sind die gemeinsam mit den Verbundpartnern initiierten Maßnahmen zum Ausbau des klassischen Geschäftsfeldes der Volksbanken und Raiffeisenbanken in den Sektoren Agrar, Natur und Energie. Die Initiative zielt darauf ab, die Marktanteile des genossenschaftlichen FinanzVerbundes im klassischen Agrargeschäft auszubauen und die Kompetenz auf neue Geschäftsfelder auszuweiten. Ein besonderes Gewicht liegt dabei auf der Finanzierung von Projekten im Bereich der erneuerbaren Energien (Biogas, Photovoltaik und Wind). Durch den Aufbau von Kompetenzzentren und die branchenspezifische Ergänzung der Leistungspalette leistet die DZ BANK dazu einen substantiellen Beitrag.

VERANTWORTUNG IM ANLAGEGESCHÄFT

Soziale, ökologische und ethische Kriterien spielen bei der Auswahl von Anlageprodukten eine immer größere Rolle. Neben einem stärker ausgeprägten sozialen und ökologischen Bewusstsein vieler Anleger hat sich auch die Erkenntnis durchgesetzt, dass nachhaltiges Investieren keineswegs zu einer schlechteren Performance führt. Ethik und Rendite lassen sich durchaus kombinieren.

Auch im genossenschaftlichen Sektor ist eine wachsende Nachfrage nach nachhaltigen und ethischen Anlagemöglichkeiten zu verzeichnen. So wollen beispielsweise die genossenschaftlich organisierten Kirchenbanken nicht nur ihren Kunden ethisch korrekte Produkte anbieten, sondern auch ihre eigene Kapitalanlage nach ethischen Kriterien gestalten.

MASSGESCHNEIDERTE NACHHALTIGE ANLAGEPRODUKTE

Die DZ BANK fördert die Nachfrage nach ethischen Anlageprodukten, indem sie auf den konkreten Bedarf der genossenschaftlichen Banken und deren

Kunden zugeschnittene Anlageprodukte entwickelt. Zur Ermittlung dieses Bedarfes haben wir 2008 eine Kundenbefragung durchgeführt, die unserem marktnahen Ansatz entspricht.

Neben den von den Kunden vorgegebenen Kriterien zur Auswahl nachhaltiger Aktien beziehen wir auch die Ergebnisse etablierter Ratingagenturen im Bereich des nachhaltigen Investments ein. Darauf aufbauend können wir in Abhängigkeit von der Risikoneigung Zertifikate mit einem maßgeschneiderten Chancen-Risiken-Profil entwerfen. Auf diese Weise haben wir bereits eine ganze Reihe von nachhaltigen Anlageprodukten entwickelt. Dazu gehören auf Basis ethischer

Kriterien zusammengestellte Aktienkörbe, Klimaschutz-Zertifikate und Mikrofinanzprodukte.

Auch wenn in den letzten Jahren Fortschritte bei der Bewertung der sozialen und ökologischen Performance von Unternehmen gemacht wurden, fand eine systematische Integration von ethischen Aspekten in die Finanzanalyse mangels quantifizierbarer und vergleichbarer Daten bisher nicht ausreichend statt. Die DZ BANK beteiligt sich deshalb an der Kommission der Deutschen Vereinigung für Finanzanalyse & Asset Management (DVFA) zur Entwicklung moderner Ansätze in diesem Bereich.

NACHHALTIGE ANLAGEPRODUKTE DER DZ BANK

Anlageprodukt	Beschreibung
Aktienkorbzertifikate auf ausgewählte ethische Aktien (LIGA Bank Ethik VarioZins Garant, PlusZins, Ethik Garant, ZielZins, Ethik Garant Double)	Die jährlich erreichbaren Kupons sind an die Wertentwicklung eines Aktienkorbes geknüpft, der nach ethischen Kriterien zusammengestellt wurde.
DZ NH BfOM Value Select Index	Der Index setzt sich aus 16 Aktien des Dow Jones STOXX 600 zusammen, die den ethischen, sozialen und ökonomischen Anforderungen der Nachhaltigkeitsrating-Agentur oekom research gerecht werden. Darüber hinaus müssen sie auch den Negativkriterien der Bank für Orden und Mission standhalten.
BfOM Ethik Garant Alpha Deep	Das Zertifikat basiert auf dem DZ NH BfOM Value Select Index. Anleger profitieren bereits, sofern sich der DZ NH BfOM Value Select Index an einem der Bewertungstage relativ um maximal zwei Prozentpunkte schwächer als der Performanceindex DAX entwickelt hat.
Klimaschutz Garant	Die Höhe der Verzinsung des Zertifikats ist an die Performance des Global Clean Energy Index gekoppelt, der in 30 Unternehmen aus dem Bereich „saubere Energie“ investiert.
WKN 80953 (Global Trend Stars)	Das Zertifikat setzt auf die Profiteure der Globalisierung. Ein zentrales Selektionskriterium ist dabei eine nachhaltige Unternehmensstrategie.
Pax-Rural-Mikrofinanz-Zertifikat	Das Zertifikat kombiniert soziales Investment im Bereich Mikrofinanzierung mit anderen Referenzschuldern, die in den Themenbereich der Förderung eines stabilen, nachhaltigen und gerechten Wachstums von Ländern fallen.
Liga-Pax-Mikrofinanz-Zertifikat	Das Zertifikat kombiniert soziales Investment im Bereich Mikrofinanzierung mit verschiedenen Fonds, die in Aktien von ethisch ausgerichteten Emittenten investieren.
DZ BANK Agrar TopSelect plus	Der Index setzt sich aus Unternehmen zusammen, die dazu beitragen, die Nahrungsmittelknappheit zu beseitigen.

Erstellung des Fundaments für eine Windkraftanlage:
Die Stahlarmierung wird vor der Betonierung gefertigt.



Das Turmsegment wird mit Hilfe eines Spezialkrans installiert.



Repowering auf der Insel Fehmarn: Auch bei Großprojekten ist der FinanzVerbund durch das Zusammenspiel von örtlicher Genossenschaftsbank und DZ BANK leistungsfähig.



VERANTWORTUNG IM KREDITGESCHÄFT

Die DZ BANK ist sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung in ihrer Rolle als Zentralbank für das deutsche Genossenschaftswesen und als international agierendes Kreditinstitut bewusst. Der Nachhaltigkeit unseres unternehmerischen Handelns und dessen Wertschöpfung wird eine hohe Bedeutung beigemessen. Das bedeutet für uns, dass wir einen fairen Umgang mit unseren Kreditnehmern pflegen und eine offene und ehrliche Geschäftsbeziehung anstreben.

BEREICHE UNSERES KREDITGESCHÄFTS

Das Kreditgeschäft der DZ BANK wird in unterschiedlich fokussierten Bereichen betreut: VR-Mittelstand, Corporate Finance, Structured Finance, Capital Markets and Business Development sowie Treasury.

Zentrale Aufgabe ist es, die Volksbanken und Raiffeisenbanken im mittelständischen Firmenkundengeschäft zu unterstützen. Innerhalb der DZ BANK ist hier der Bereich VR-Mittelstand zuständig. Dieser Bereich unterstützt und fördert vor allem das Geschäft der Genossenschaftsbanken mit mittelständischen Unternehmern. Dabei werden die angebotenen Produkte entweder direkt über die Genossenschaftsbanken vor Ort oder gemeinsam mit der DZ BANK vertrieben. Die Produktpalette ist vielfältig und umfasst unter anderem die Bereitstellung von Förderdarlehen, Angebote für das Zins- und Devisenmanagement, Unterstützung bei Public Private Partnership-Projekten, die Optimierung der Refinanzierungsmöglichkeiten sowie die Unterstützung des Auslandsgeschäftes.

Der Bereich Corporate Finance umfasst das Kredit- sowie M&A-Geschäft mit den in Deutschland ansässigen Direktkunden der DZ BANK. Die DZ BANK bietet mit der Corporate Finance-Beratung großen mittelständischen Unternehmen und multinationalen Konzernen mit Hauptsitz in Deutschland das gesamte Produktspektrum einer modernen Firmenkunden-

und Investmentbank. Mit maßgeschneiderten Finanzierungslösungen unterstützen und sichern wir den langfristigen unternehmerischen Erfolg unserer Kunden.

Der Bereich Structured Finance ist für internationale Finanzierungen zuständig. Die Produktpalette reicht dabei von der traditionellen Außenhandelsfinanzierung über strukturierte Handels- und Exportfinanzierung sowie Projekt- und Akquisitionsfinanzierung bis hin zu Kreditsyndizierungen.

Der Bereich Capital Markets and Business Development ist für Anleiheemissionen sowie die Strukturierung von Aktien-, Zins-, Kredit- und Devisenprodukten im Kassa-, Derivate- und Strukturenmarkt verantwortlich. Das Teilkreditportfolio Treasury besteht aus festverzinslichen Wertpapieren, Kreditderivaten und Tranchen aus der Verbriefung von Kredit- oder Anleiheportfolios in unterschiedlichen Forderungsklassen.

NACHHALTIGKEITSKRITERIEN

BEI DER KREDITVERGABE

Die DZ BANK ist sich bewusst, dass durch die Kreditvergabe die Realisierung von Projekten mit beeinflusst wird. An dieser Stelle sehen wir eine zentrale Verantwortung. Die DZ BANK kann durch die Kriterien, die ihrer Kreditvergabe zu Grunde liegen, in begrenztem, jedoch wesentlichem Maße zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Diesen Hebel wollen und werden wir künftig noch stärker nutzen und ausbauen.

In der Vergangenheit war es bereits unser Anliegen, keine Finanzierungen zu tätigen, die negativ auf die Reputation wirken. Diesem Ansatz folgend befinden wir uns derzeit in einem Prozess der Überarbeitung unserer Kreditvergaberichtlinie. Hier sollen neben ökonomischen Kriterien, wie etwa einer risikoadäquaten Verzinsung, zukünftig verstärkt soziale, ökologische und ethische Kriterien bei der Kreditvergabe berücksichtigt werden.

DIE DZ BANK UNTERSTÜTZT DAS SOZIALE ENGAGEMENT IHRER MITARBEITER

DER DZ BANK MIKROFINANZFONDS

Der von Mitarbeitern gegründete und ehrenamtlich verwaltete DZ BANK Mikrofinanzfonds bietet allen Beschäftigten des DZ BANK Konzerns die Möglichkeit zu einem „ethischen Investment“. Derzeit haben rund 250 Mitarbeiter in den Fonds investiert. Sie setzen ihr Know-how und ihre finanziellen Mittel ein, um Mikrofinanzorganisationen in der Dritten Welt zu unterstützen.

Wer eine Existenz gründen will, braucht Kredit. Doch wer arm ist, gilt in vielen Ländern bei den Geschäftsbanken als nicht kreditwürdig. Mikrofinanzorganisationen gewähren Kleinkredite an arme Menschen und verzichten auf traditionelle Sicherheiten. Sie setzen bei der Kreditvergabe auf die Leistungsbereitschaft und den Ideenreichtum ihrer Kreditnehmer. Die Kunden bauen mit den Krediten ihre Kleinunternehmen aus, schaffen produktive Arbeitsplätze und verbessern aus eigener Kraft ihre Situation. Auch die Sparangebote treffen auf großes Interesse, da die Kunden so finanzielle Vorsorge für Notfälle, wie beispielsweise Krankheit oder schlechte Ernten, treffen können.

Mit Unterstützung des DZ BANK Mikrofinanzfonds können die Mikrofinanzorganisationen Refinanzierungskredite bei lokalen Geschäftsbanken aufnehmen, um die Vergabe von Kleinkrediten auszuweiten. Derzeit hat die DZ BANK im Auftrag des Fonds drei Garantien für Mikrofinanzorganisationen in Mali und Namibia herausgelegt. Die Garantien über insgesamt 99.000 Euro werden vom DZ BANK Mikrofinanzfonds besichert.

Mikrofinanzinstitut FIDES in Mali: Kundinnen lassen sich ihr Sparguthaben auszahlen.



PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP

Unter Public Private Partnership (PPP) versteht man eine langfristig vertraglich geregelte Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und der Privatwirtschaft zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben. Dabei wird nicht die öffentliche Aufgabe privatisiert, sondern lediglich deren Durchführung befristet an eine private Unternehmung vergeben. Letztlich werden privates Kapital und Fachwissen mobilisiert, um staatliche Aufgaben auch in Zeiten knapper Haushalte weiterhin angemessen erfüllen zu können.

ATTRAKTIVER WACHSTUMSMARKT

In den letzten Jahren hat sich PPP zu einem attraktiven Wachstumsmarkt entwickelt. Von 2002 bis März 2008 wurden in Deutschland 88 PPP-Projekte mit einem Investitionsvolumen von insgesamt 2,9 Milliarden Euro vergeben. Vor allem in den Bereichen Verkehrsinfrastruktur sowie Hochbau der öffentlichen Hand, also beispielsweise beim Bau von Krankenhäusern, Verwaltungsgebäuden und Schulen, finden PPP-Projekte eine immer größere Verbreitung.

WIRTSCHAFTLICHE IMPULSE SETZEN

Die DZ BANK will der Wirtschaft, insbesondere der Finanzwirtschaft, über die eigene Geschäftstätigkeit hinaus Impulse geben. Deshalb sind wir Mitglied in verschiedenen Initiativen, unter anderem:

INITIATIVE FINANZSTANDORT DEUTSCHLAND

Die Initiative hat das Ziel, den Finanzstandort Deutschland zu stärken. Dafür entwickelt sie konkrete Produkte und will der Volkswirtschaft so neue Impulse geben. Die DZ BANK gehört zum Initiatorenkreis und ist mit 25 Vertretern in verschiedenen Arbeitsgruppen vertreten.

WIRTSCHAFTSINITIATIVE FRANKFURT RHEIN-MAIN

Die Initiative bedeutender und erfolgreicher Unternehmen im Rhein-Main-Gebiet soll die Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit der Region Frankfurt Rhein-Main erhöhen.

FRANKFURT MAIN FINANCE

Das Hauptziel von Frankfurt Main Finance besteht darin, den Finanzplatz Frankfurt international möglichst wirkungsvoll zu positionieren.

Die DZ BANK hat sich dem Thema PPP verschrieben. Durch die intensive und leistungsfähige Zusammenarbeit unserer Spezialinstitute können wir ganzheitliche Lösungen bei der finanzwirtschaftlichen Konzeption und Begleitung von PPP-Projekten anbieten. Für unsere gute Aufstellung in diesem Bereich sprechen auch unsere 19 Mitarbeiter in den Sektoren PPP, Infrastruktur und Energie an den Standorten Frankfurt, Hamburg und London.

Ein Beispiel für unsere PPP-Tätigkeit ist die Finanzierung der HafenCity-Schule in Hamburg. Sie soll eine Kindertagesstätte, einen Hort und eine Grundschule umfassen. Das PPP-Projekt wird von einem mittelständischen Unternehmen umgesetzt und von der DG HYP und der DZ BANK mit 17,4 Millionen Euro finanziert.

RISIKOMANAGEMENT

Die gezielte Übernahme und Kontrolle von Risiken ist integraler Bestandteil der Unternehmenssteuerung der DZ BANK. Für die DZ BANK gilt der Grundsatz, bei allen Aktivitäten nur in dem Maße Risiken einzugehen, wie es zur Erreichung der geschäftspolitischen Ziele absolut erforderlich ist.

RISIKOARTEN UND RISIKOMANAGEMENT

Das bedeutendste Risiko für den DZ BANK Konzern ist das Kreditrisiko, also die Gefahr eines Verlusts, der dadurch entsteht, dass ein Geschäftspartner seinen vertraglichen Pflichten nicht nachkommt. Daneben bestehen Marktpreisrisiken, Beteiligungsrisiken und durch die Aktivitäten der R+V auch versicherungstechnische Risiken. Wie bei jeder unternehmerischen Tätigkeit kommen Liquiditätsrisiken sowie operationelle Risiken und strategische Risiken hinzu.

Die DZ BANK verfügt über ein konzernweites Risikomanagementsystem, das auf den vom Vorstand verabschiedeten Risikostrategien aufbaut. Es setzt sich aus der Risikosteuerung, dem Risikocontrolling sowie der Internen Revision zusammen. Unter Risikosteuerung ist die dezentrale operative Umsetzung der Risikostrategien in den risikotragenden Geschäftseinheiten zu verstehen. Das Risikocontrolling ist für die Identifikation, Messung und Bewertung von Risiken sowie für die Limitüberwachung zuständig. Die Interne Revision nimmt in allen wesentlichen Konzerngesellschaften Überwachungs- und Kontrollaufgaben wahr. Mehr zu den Risikoarten und unserem Risikomanagementsystem lesen Sie in unserem Geschäftsbericht und in unserem Aufsichtsrechtlichen Risikobericht.

REPUTATIONSRISIKO

Unter der Reputation eines Unternehmens versteht man seinen guten Ruf bei Kunden, Investoren und in der Öffentlichkeit. Das Reputationsrisiko bezeichnet die Gefahr, dass dieser gute Ruf beschädigt wird. Sie wird häufig unterschätzt, weil die Konsequenzen eines Reputationsverlustes vordergründig zunächst immateriell sind. Er wirkt aber langfristig und kann im schlimmsten Fall das Vertrauen in ein Unternehmen zerstören.

Gerade von Banken wird ein verantwortungsvolles und ethisch einwandfreies Verhalten erwartet. Wir haben das Reputationsrisiko 2008 deshalb explizit in den Risk-Self-Assessment-Prozess für das operationelle Risiko integriert. Ziel des noch laufenden Prozesses ist es, unsere gute Reputation langfristig zu sichern und dazu ein effizientes Managementsystem aufzubauen.

FINANZKENNZAHLEN DZ BANK KONZERN

Kennzahl in Mio. €	2006	2007	30.06.2007	30.06.2008
Operatives Ergebnis ¹	2.092	1.277	1.321	601
Risikovorsorge im Kreditgeschäft	335	209	71	105
Ergebnis vor Steuern	2.067	1.068	1.250	496
Ergebnis nach Steuern	1.859	897	945	388
Eigenkapital	10.840	11.003	11.003	10.093
Bilanzsumme	421.684	431.337	431.337	429.865
Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt (Anzahl)	24.055	24.210	24.186	24.355

¹ Operative Erträge (Summe aus Zinsüberschuss, Provisionsüberschuss, Handelsergebnis, Ergebnis aus Finanzanlagen, Sonstigem Bewertungsergebnis aus Finanzinstrumenten, Ergebnis aus dem Versicherungsgeschäft und Sonstigem betrieblichem Ergebnis) abzüglich Verwaltungsaufwendungen



Unser Geschäft lebt vom Einsatz und vom Engagement unserer Mitarbeiter. Wir empfinden es deshalb als Teil unserer unternehmerischen Verantwortung, uns für unsere Mitarbeiter einzusetzen und sie in allen Lebensphasen zu unterstützen.

BALANCE FINDEN

Hier darf gespielt werden: Anna Luzia mit Vater Peter Rippelbeck, Gruppenleiter Marketing, im Eltern-Kind-Büro der DZ BANK in Frankfurt.



„Für mich ist es wichtig, mich nicht zwischen Kindern und einer interessanten Aufgabe entscheiden zu müssen. Bei der DZ BANK gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, Beruf und Familie zu vereinbaren. Ich selbst arbeite etwa zwei Tage von zu Hause aus, um meinem Kind näher sein zu können.“

HEIKE HAUPTMANNL, GRUPPENLEITERIN KREDIT BEI DER DZ BANK

MITARBEITER SIND UNSER WERTVOLLSTES KAPITAL

Kinder oder Karriere? Heike Hauptmannl, Gruppenleiterin Kredit bei der DZ BANK, will sich diese Frage nicht stellen. Für sie ist es wichtig, sich „nicht zwischen dem familiären Glück und einer interessanten Aufgabe entscheiden zu müssen“. Dass sie nie vor die Wahl gestellt wurde, auch nicht, als ihre Schwangerschaft mit der Beförderung zur Gruppenleiterin zusammenfiel, hat die 42-Jährige der Vielfalt an individuellen Maßnahmen zu verdanken, mit der wir die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ermöglichen. Zu unserem Angebot gehören unter anderem flexible Arbeitszeiten, Teilzeitmodelle, verlängerte Elternzeiten und Sabbaticals, also zeitlich begrenzte Auszeiten.

Nach intensiven Gesprächen mit Vorgesetzten, Kollegen und Familie hat sich Heike Hauptmannl anders als viele Kollegen nicht für eine Teilzeitlösung entschieden, sondern für das Modell der „alternierenden Telearbeit“, bei dem sie nach drei Monaten Bypasspause wieder Vollzeit arbeitet – allerdings zwei Tage von zu Hause aus, um ihrem Kind näher sein zu können. Zwar ist es auch in diesem Modell nicht immer einfach, Beruf und Familie unter einen Hut zu bringen. Doch die DZ BANK unterstützt ihre Mit-

arbeiter weit über die flexible Arbeitsregelung hinaus – etwa, indem sie nicht nur die reguläre Betreuung der Kinder finanziell unterstützt, sondern auch eine Notfallbetreuung sowie Eltern-Kind-Büros anbietet.

Warum machen wir das alles? Nur aus Nächstenliebe zu unseren Mitarbeitern? „Auch, aber nicht nur“, sagt Albrecht Merz, im Vorstand zuständig für Personal. Er hält die bessere Vereinbarkeit von Beruf und Familie nicht nur aus gesellschaftlichen und demografischen Gründen für notwendig, sondern ist überzeugt, dass sich das Engagement auch für die Bank selbst lohnt. „Denn gerade hochqualifizierte und auf dem Arbeitsmarkt hart umkämpfte Mitarbeiter wünschen sich einen Arbeitgeber, der nicht nur eine steile Karriere, sondern auch ein erfülltes Privatleben ermöglicht“, so Merz.

Die DZ BANK erfüllt diese Wünsche: Von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung wurden wir mit dem Zertifikat „berufundfamilie“ für unsere Familienfreundlichkeit ausgezeichnet. Das Zertifikat ist aber nicht nur eine Anerkennung für unsere Leistung, es verpflichtet zugleich zu konkreten zukünftigen Maßnahmen. Dies entspricht unserem Anspruch, bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie nicht stehen zu bleiben, sondern weiter voranzuschreiten.



Die DZ BANK ermöglicht durch verschiedene Modelle die Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Und wir fördern unsere Mitarbeiter vom ersten bis zum letzten Arbeitstag intensiv, honorieren ihre Leistung angemessen und schützen ihre Gesundheit.

ZUSAMMEN GEHT MEHR

„Zusammen geht mehr“ – dieses Unternehmensmotto ist für uns weit mehr als nur ein Werbeslogan. Es spiegelt unsere innere Überzeugung wider, dass man gemeinsam mehr Erfolg hat. Erst das Engagement unserer Mitarbeiter hat uns zu dem gemacht, was wir heute sind: einer der größten privaten Finanzdienstleister Deutschlands.

Wir möchten, dass unsere Mitarbeiter gerne ins Büro kommen und Spaß an der Arbeit haben. Dazu trägt unser wertschätzender und respektvoller Umgang miteinander ebenso bei wie unsere offene Unternehmenskultur.

Insgesamt beschäftigte die DZ BANK zum Ende des dritten Quartals 2008 weltweit 4.258¹ Mitarbeiter, darunter befinden sich rund 500 ausländische Mitarbeiter. 3.907 Mitarbeiter arbeiten im Inland und 351 im Ausland – unter anderem in Nordamerika, England, Singapur, Italien und Russland. Unsere Internationalität zeigt sich auch darin, dass an unseren Auslandsstandorten rund zwei Drittel des oberen Führungspersonals nicht aus Deutschland stammen.

DURCH GEMEINSAME WERTE VERBUNDEN

Um das betriebliche Miteinander weiter zu stärken und zu intensivieren, haben wir zeitgleich mit unserem 125-jährigen Bestehen ein Leitbild entwickelt, das auf drei Werten fußt: Tatkraft, Integrität und Vertrauen.

Dabei handelt es sich nicht um ein starres Manifest, das von der Unternehmensspitze vorgegeben wurde. Wir haben uns die Zeit genommen, unser Leitbild in mehreren Schritten zu entwickeln. Und es hat sich gelohnt: Schon der Prozess des Zuhörens, Diskutierens und Reflektierens hat ein starkes Gemeinschaftsgefühl geschaffen.

Unser Leitbild wird gemeinsam mit den Mitarbeitern durch verschiedene Aktivitäten im Unternehmen verankert und stetig weiterentwickelt. Denn gerade in einem immer komplexeren Umfeld sind gemeinsame Überzeugungen die Basis für ein vertrauensvolles Miteinander.

BERUFSEINSTIEG UND NACHWUCHSFÖRDERUNG

NACHWUCHS FÖRDERN

Ganz besonders großen Wert legen wir auf die Förderung unseres Nachwuchses. Denn die Berufseinsteiger von heute sichern als Mitarbeiter und Führungskräfte von morgen den nachhaltigen Erfolg unserer Bank. Weil sie unsere Zukunft sind, ist es eines unserer wichtigsten Ziele, die Besten jedes Jahrgangs für eine Karriere bei uns zu gewinnen und sie anschließend optimal zu fördern – in allen Phasen ihrer beruflichen Entwicklung.

¹ Unter Einschluss der Auszubildenden und Aushilfen

EINBLICK FÜR SCHÜLER

Um auch schon Schülern ab der fünften Klasse einen Einblick in die Arbeitsabläufe und Ausbildungsmöglichkeiten bei der DZ BANK zu geben, beteiligen wir uns seit 2005 am jährlich stattfindenden „Girls' Day/Neue Wege für Jungs“. Unternehmen öffnen ihre Türen für Mädchen und Jungen, um ihnen praxisnah eine Vielzahl von Berufen vorzustellen.

Die ursprüngliche Idee des Aktionstages ist es, Schülerinnen für Berufe aus technischen oder naturwissenschaftlichen Branchen zu begeistern. Der Aktionstag soll aber auch neue Wege und Perspektiven für die Berufs- und Lebensplanung von Jungen aufzeigen.

Girls' Day/Neue Wege für Jungs: Kinder verschaffen sich einen Einblick in die DZ BANK.



Zum Ende des dritten Quartals 2008 haben wir im In- und Ausland rund 160 Nachwuchskräfte beschäftigt. Dazu gehören neben 103 Auszubildenden (Inland 100/Ausland 3) und Bachelor-Studierenden insgesamt 56 Trainees. Hinzu kommen Praktikanten, Diplomanden, Doktoranden und die Teilnehmer unserer verschiedenen studienbegleitenden Programme. Unser Ziel ist es, jeder Nachwuchskraft ein Ausbildungs- und Entwicklungsmodell zu ermöglichen, das den individuellen Talenten und Stärken gerecht wird.

AUSBILDUNG ODER DUALES STUDIUM?

Schulabgänger können in der DZ BANK eine Ausbildung zum/zur Bankkaufmann/-frau sowie zum/zur Kaufmann/-frau für Bürokommunikation mit und ohne Zusatzausbildung Fremdsprachenkorrespondenz absolvieren. Darüber hinaus bieten wir aber auch verschiedene Modelle an, die ein Studium mit einer Ausbildung im Unternehmen kombinieren. So können Schulabgänger zum Beispiel einen Bachelor of Science in Wirtschaftsinformatik oder Betriebswirtschaftslehre an der Frankfurt School of Finance and Management (FS) erwerben und gleichzeitig Praxiserfahrung innerhalb der Bank sammeln. Auch ein Studium an einer Berufsakademie mit integrierten Praxisphasen ist möglich.

Um von Anfang an eine Atmosphäre der gegenseitigen Unterstützung herzustellen, beginnt unsere Erstausbildung mit einer Einführungswoche. In dieser Zeit lernen sich nicht nur die Auszubildenden und Ausbilder kennen, sondern auch die Nachwuchskräfte untereinander. Sie hilft, frühzeitig wichtige Netzwerke zu knüpfen, und fördert die Bindung an das Unternehmen.

Weil wir wissen, dass die Ausbildungsqualität nicht nur von einer guten Atmosphäre, sondern auch von den persönlichen Rahmenbedingungen abhängt, unterstützen wir unsere Auszubildenden durch eine Reihe von Maßnahmen, die wir in einer extra geschaffenen Betriebsvereinbarung „Ausbildung“ auch schriftlich festgehalten haben. So übernehmen wir beispielsweise die Kosten für Bücher, leisten Zuschüsse für Klassenfahrten und gewähren Sonderurlaub zur Vorbereitung auf Prüfungen.

PROGRAMME FÜR STUDIERENDE UND GRADUIERTE

Für Studierende und Graduierte bieten wir eine ganze Reihe von Entwicklungsprogrammen an. Bereits während des Studiums bekommen Studierende im Rahmen eines Praktikums bei uns einen Einblick in das

Outdoor-Übung: Auszubildende des Jahrgangs 2008 der DZ BANK während ihrer Einführungswoche.



Tagesgeschäft. Wer sich für eine Abschlussarbeit mit Bezug zur Bankpraxis entscheidet, kann außerdem an unserem Diplomandenprogramm teilnehmen.

Nachwuchskräfte, die ihr Studium bereits abgeschlossen haben, können sich für eines unserer 12- bis 24-monatigen fachbereichsspezifischen Trainee-programme entscheiden und so die theoretische durch eine praxisorientierte Ausbildung ergänzen. Dabei erhalten sie einen umfassenden Einblick in die verschiedenen Aufgabenstellungen eines Bereiches und können sich anschließend optimal vorbereitet entscheiden, in welcher konkreten Position sie ihre berufliche Karriere beginnen wollen. Wer nach dem Studium eine neue wissenschaftliche Herausforderung sucht, kann im Rahmen unseres Doktorandenprogramms Theorie und Praxis gewinnbringend miteinander verbinden.

HOHE AUSBILDUNGSQUALITÄT

Die hohe Qualität unserer Ausbildungs- und Entwicklungsprogramme haben auch die Ergebnisse eines Online-Interviews bestätigt, für die rund 200 unserer aktuellen und ehemaligen Nachwuchskräfte aus den Abschlussjahren 2006 und 2007 befragt wurden. Über 70 Prozent haben uns eine gute bis sehr gute Arbeit bescheinigt.

Die Online-Umfrage hat aber nicht nur die Zufriedenheit der Teilnehmer unserer Ausbildungs- und Entwicklungsprogramme, sondern auch Verbesserungsmöglichkeiten abgefragt. So werden wir auf Anregung der Befragten in Zukunft die verschiedenen Entwicklungsprogramme noch stärker miteinander vernetzen und einen stärkeren Fokus auf die Beratung legen.

Neben der Umfrage sind auch die regelmäßigen Jahrgangsbesten-Ehrungen durch die Industrie- und Handelskammer (IHK) ein Indiz für die sehr gute Qualität unserer Ausbildung. Allein 2008 haben vier unserer Auszubildenden mit der Gesamtnote Eins abgeschlossen und wurden dafür von der IHK ausgezeichnet.

PERSONALENTWICKLUNG UND KARRIERECHANCEN

Die Führungskräfte der DZ BANK führen regelmäßig mit jedem ihrer Mitarbeiter ein Beurteilungs- und Fördergespräch. Hier wird unter anderem die künftige persönliche Weiterentwicklung des Mitarbeiters besprochen. Dabei kann der Mitarbeiter auch selbst Vorschläge einbringen. Die individuelle und bedarfsgerechte Förderung der Mitarbeiter ist ein essentieller Bestandteil zur Erreichung der Unternehmensziele.

WEITERBILDUNG FÜR ALLE MITARBEITER

Weiterbildung hat in der DZ BANK einen hohen Stellenwert. Denn umfangreiche Kenntnisse unserer Mitarbeiter in allen relevanten Bereichen der Wirtschaft sind Voraussetzung für unseren nachhaltigen Unternehmenserfolg. Wir investieren daher in die Kompetenz all unserer Mitarbeiter.

Das Weiterbildungsprogramm der DZ BANK fußt auf drei Säulen: interne Maßnahmen, Bereichstrainings und externe Trainingsangebote. Unser internes Trainingsangebot umfasst verschiedene Trainings zu den Themen Bank- und Betriebswirtschaft, Gesundheitsmanagement, Projektmanagement, Führung, Sprachen, Kommunikation und Persönlichkeit sowie Informationstechnologie. Alle Trainings sind exakt auf den Bedarf und die Besonderheiten der DZ BANK zugeschnitten und werden permanent an die veränderten Bedürfnisse angepasst. Darüber hinaus bieten wir unseren Mitarbeitern bereichsspezifische Trainings an, die auf den speziellen Bedarf der Fachbereiche zugeschnitten sind. Gibt es zudem Weiterbildungsbedarf, der nicht durch das interne „Offene Programm“ oder

durch die bereichsspezifischen Trainings abgedeckt werden kann, erhalten unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, sich in externen Instituten zu schulen.

BESONDERE POTENZIALE FÖRDERN

Bei unserem „Potenzialförderprogramm“ handelt es sich um ein 18-monatiges Entwicklungsprogramm, für welches wir seit 2006 Mitarbeiter mit besonderem Entwicklungspotenzial auswählen. Es soll zielgerichtet auf anspruchsvolle Fach- und Führungsaufgaben vorbereiten. Dazu besteht es sowohl aus festen als auch aus individuellen Programmelementen, die auf den Bedarf der Mitarbeiter abgestimmt sind.

Bis Ende des dritten Quartals 2008 haben insgesamt 72 Mitarbeiter das Programm durchlaufen. Positiv bewertet wurden vor allem das Mentoring durch eine Führungskraft außerhalb der eigenen Abteilung sowie die Bearbeitung und Präsentation eines Praxisfalls – beides feste Bestandteile des Potenzialförderprogramms. Zudem wurde von den Teilnehmern hervorgehoben, dass das Programm genug Spielraum für individuelle Entwicklungsmöglichkeiten lässt.

Ein weiteres Ziel des Programms ist es, die Besetzung vakanter Positionen im Sinne einer strategischen Nachfolgeplanung sicherzustellen sowie die Mitarbeiterbindung zu erhöhen.

Wir sind davon überzeugt, dass eine strategiebegleitende Personalentwicklung unabdingbar ist, um der wirtschaftlichen Entwicklung und den Veränderungen im Bankensektor gerecht zu werden. Den Weg hin zu einer Personalentwicklung, die sich aus der Unternehmensstrategie ableitet, haben wir deshalb konsequent beschritten.

FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG

Wir haben ein zweijähriges Führungskräfteprogramm für Abteilungs- und Gruppenleiter in Zusammenarbeit mit dem renommierten Malik Management Zentrum St. Gallen implementiert. Dabei lernen die Teilnehmer, ihre Abteilung bzw. Gruppe noch wirksamer zu steuern und zu gestalten. So arbeiten die Teilnehmer kontinuierlich in einer festen Gruppe mit

Führungskräften der gleichen Hierarchieebene, aber aus unterschiedlichen Bereichen. Dadurch entsteht ein bereichsübergreifender Erfahrungsaustausch.

Des Weiteren haben wir im Jahr 2007 zwei Angebote für Führungskräfte aufgesetzt, die sich der Herausforderung einer neuen Führungsposition stellen. Adressaten des Trainings „Neu in der Führungsposition“ sind Führungseinsteiger, die zum ersten Mal eine Führungsposition übernehmen. Zielgruppe des zweiten Trainings sind erfahrene Führungskräfte, die von einer Führungsposition auf eine andere wechseln. Beide Angebote begleiten und unterstützen die jeweiligen Teilnehmer während der ersten Monate auf der neuen Position.

INTERKULTURELLE TRAININGS

Wir bieten interkulturelle Trainings an, die den Fach- und Führungskräften die Kommunikation mit Geschäftspartnern aus anderen Kulturkreisen erleichtern sollen. Dazu gehören sowohl Sprachtrainings als auch bankfachliche Trainings zu internationalen Themen.

TRAINING FÜR TRAINER

Um auch speziell diejenigen Mitarbeiter der DZ BANK fortzubilden, die als Trainer tätig sind, haben wir 2007 einen Trainertag durchgeführt, der auf großes Interesse gestoßen ist. Eingeladen waren diejenigen Mitarbeiter, die bei der DZ BANK im Rahmen der internen Weiterbildungsangebote zu unterschiedlichen Themen referieren oder bei anderen Partnern des genossenschaftlichen Finanzverbundes als Trainer tätig sind. Sie konnten sich untereinander

austauschen und wurden in Workshops über neue Lernformen informiert.

Die hohe Qualität und Akzeptanz unserer Weiterbildungsangebote spiegeln sich in dem überwiegend positiven Feedback wider. Zum Stichtag 30. September 2008 würden dieses Jahr 1.226 von 1.291 Teilnehmern, von denen wir Rückmeldung erhalten haben, das besuchte Training weiterempfehlen. Die Anzahl der Weiterbildungstage pro Mitarbeiter lag zum 30. September 2008 bei durchschnittlich 2,9 Tagen.

CHANGE-MANAGEMENT

Unter Change-Management verstehen wir die Gestaltung und Steuerung von Veränderungs- und Erneuerungsprozessen mit verschiedenen Instrumenten. Ziel ist es, die Zusammenarbeit und Kommunikation so zu gestalten, dass die jeweiligen Organisationseinheiten oder Projektteams erfolgreich und effizient arbeiten können.

Die Begleitung von Veränderungsprozessen wird intern stark nachgefragt. Beispiele sind die Umstrukturierung eines Bereiches, der sich auf eine neue Kundengruppe konzentriert, und Workshops, die helfen, eine gemeinsame Ausrichtung für neu zusammengesetzte Führungsteams zu finden.

WECHSEL INNERHALB DER DZ BANK GRUPPE

Innerhalb der DZ BANK Gruppe eröffnen sich für unsere Mitarbeiter eine Vielzahl von Karrierewegen. Möglich ist der Wechsel zwischen einer Bank, einer Bausparkasse (Schwäbisch Hall), einer Immobilien-

WEITERBILDUNGSTAGE NACH MITARBEITERKATEGORIEN* in Tagen



* Stand: 30. September 2008, Berechnungsbasis: 3.882 inländische Stammmitarbeiter, inkl. der Auszubildenden und ohne Aushilfen

DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT* in Jahren



* Stand: 30. September 2008, Berechnungsbasis: 3.882 inländische Stammmitarbeiter, inkl. der Auszubildenden und ohne Aushilfen

bank (DG HYP), einer Versicherung (R+V Versicherung), einer Fondsgesellschaft (Union Investment) und einer Leasinggesellschaft (VR LEASING).

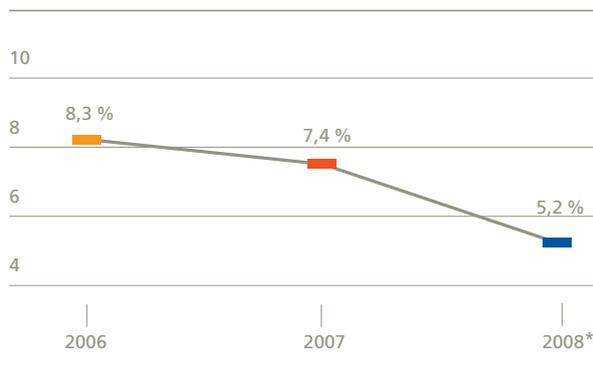
Um diese Vielseitigkeit für unsere Mitarbeiter nutzbar zu machen, haben wir verschiedene Maßnahmen getroffen, um den Wechsel innerhalb der DZ BANK Gruppe zu erleichtern. So werden zum Beispiel bei gleicher Qualifikation Mitarbeiter eines Gruppenunternehmens gegenüber einem externen Bewerber bevorzugt. In der Regel verläuft ein Wechsel ohne Probezeit und unabhängig von sonstigen vertraglichen Kündigungsfristen. Auch der Wechsel in Auslandsfilialen ist möglich und wird von uns unterstützt.

Ein deutliches Zeichen der hohen Arbeitsplatzzufriedenheit unserer Mitarbeiter ist unsere geringe Mitarbeiterfluktuation. Sie betrug in den ersten drei Quartalen 2008 3,9 Prozent.

LEISTUNGSGERECHTE VERGÜTUNG

Unsere Mitarbeiter tragen durch ihren Einsatz ganz wesentlich zu unserem wirtschaftlichen Erfolg bei. Es gehört deshalb zu unserem Verständnis unternehmerischer Verantwortung, diesen Einsatz angemessen zu honorieren. Selbstverständlich haben Männer und Frauen auf gleichen Positionen die gleichen gehaltlichen Möglichkeiten.

DURCHSCHNITTLICHE FLUKTUATIONSRATE



* Für 2008 auf 12 Monate hochgerechnet

SICHERHEIT DURCH FIXGEHÄLTER UND SOZIALLEISTUNGEN

Bereits 2004 haben wir ein Vergütungssystem eingeführt, das unseren Mitarbeitern Sicherheit gibt und zugleich immer wieder neue Leistungsanreize setzt. Durch einen festen Gehaltsanteil können unsere Mitarbeiter langfristig planen und sich auf ein geregeltes Einkommen verlassen.

Zudem bieten wir umfangreiche Sozialleistungen für die Work-Life-Balance und die Sicherheit unserer Mitarbeiter. Dazu gehören eine betrieblich geförderte Altersvorsorge, die Bezuschussung von Kinderbetreuungskosten, Notstandsbeihilfen, eine Gruppenunfallversicherung sowie die finanzielle Unterstützung von Hinterbliebenen, wenn ein Mitarbeiter während seines aktiven Berufslebens stirbt.

ANREIZE DURCH VARIABLE GEHALTSANTEILE

Gleichzeitig geben variable Gehaltsanteile Ansporn zu noch mehr Leistung. Grundlage für die Berechnung der variablen Gehaltsanteile ist die individuelle Leistungsbeurteilung. Sie beruht auf einem Zielvereinbarungsgespräch mit dem direkten Vorgesetzten, in dem konkrete Ziele festgelegt werden. Dazu können auch Ziele der Nachhaltigkeit gehören.

Anhand des Grades der Erreichung der vereinbarten Ziele wird dann die Leistung des einzelnen Mitarbeiters bewertet. In die Berechnung des variablen Gehaltsanteils fließt aber nicht nur die individuelle Leistung, sondern auch der Erfolg des gesamten Unternehmens und des jeweiligen Unternehmensbereichs ein.

GESUNDHEIT

Als Teil unserer Verantwortung als Arbeitgeber betrachten wir auch den Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeiter. Gesundheit ist aber nicht nur ein Gewinn für den Mitarbeiter. Gesunde Mitarbeiter sind auch ein Gewinn für uns.

BETRIEBLICHER GESUNDHEITSSCHUTZ

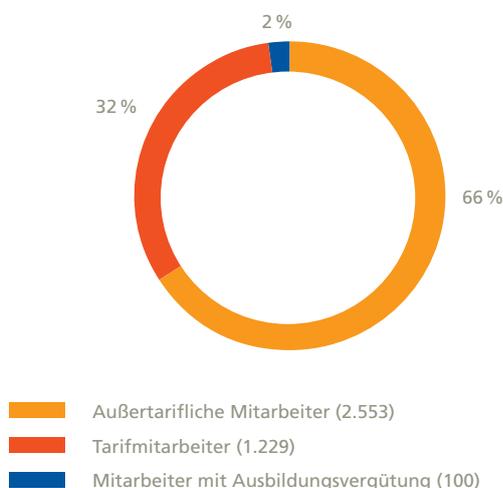
Neben den gesetzlich vorgeschriebenen Gesundheits- und Augenuntersuchungen für einige Berufsgruppen machen wir unseren Mitarbeitern regelmäßig weitere Vorsorgeangebote. Dazu gehören etwa Beratungen zur Ergonomie am Arbeitsplatz, regelmäßige Arbeitsplatzbegehungen, Vorträge zu den Themen Stressbewältigung und Ernährung sowie die jährliche Grippe-schutzimpfung.

Nicht nur physische, sondern auch psychische Probleme können die Gesundheit unserer Mitarbeiter belasten und führen zu einer eingeschränkten Leistungsfähigkeit. In diesen Fällen können sich unsere Mitarbeiter unkompliziert und unbürokratisch an unsere betriebliche Sozialberatung wenden.

GESUNDHEITLICHE VORSORGE

Seit Oktober 2007 ist die DZ BANK eine komplett rauchfreie Zone. Begleitet wurde diese Veränderung zur Steigerung der Gesundheit unserer Mitarbeiter durch Tabakentwöhnungsprogramme im Rahmen unserer Trainingsangebote. Zusätzlich konnten die Mitarbeiter an vielen Standorten ihre Lungenfunktion kostenlos testen lassen. 2008 setzten wir uns außerdem für die Aktion „Rauchfrei“ des Deutschen Krebsforschungszentrums ein, deren Ziel es ist, dass möglichst viele Raucher mindestens vier Wochen auf Tabak verzichten.

MITARBEITER NACH ART DER ANSTELLUNG*



* Stand: 30. September 2008, Berechnungsbasis: 3.882 inländische Stammmitarbeiter, inkl. der Auszubildenden und ohne Aushilfen

Eine lange Tradition bei der DZ BANK hat der Betriebssport. Mitarbeitern wird die Gelegenheit gegeben, sich gemeinsam fit und gesund zu halten. Rund 650 Mitarbeiter nehmen aktuell diese Möglichkeit wahr. Das Angebotsspektrum reicht von autogenem Training über Badminton bis hin zu Selbstverteidigungskursen, Sportklettern und Wirbelsäulengymnastik.

2008 haben wir zudem unser internes Weiterbildungsangebot um die Kurse „Fit for Business“ und „Mentale Fitness“ erweitert. In „Fit for Business“ erlernen die Teilnehmer, mehr auf sich selbst zu achten – etwa, indem sie sich mit Themen wie Ernährung oder Stressmanagement beschäftigen. In „Mentale Fitness“ geht es um Möglichkeiten, seine berufliche Leistungsfähigkeit durch ein besseres Gedächtnis zu steigern.

Das Programm „Wiedereingliederung“ wurde 2007 eingeführt, um Mitarbeitern, die eine längere Krankheitsphase hinter sich gebracht haben, den Wiedereinstieg in das Berufsleben zu erleichtern. Zudem sollen gemeinsam Bedingungen geschaffen werden, die langfristig zum Gesundheitserhalt des Mitarbeiters beitragen.

GLEICHE MÖGLICHKEITEN FÜR MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN

Um auch Mitarbeitern mit einer Behinderung gleichwertige Möglichkeiten bieten zu können, sind alle unsere Gebäude „barrierefrei“. Das bedeutet unter anderem, dass sie über Aufzüge mit Sprachfunktion, ausreichend Behindertentoiletten und automatische Türöffner auf den Fluren verfügen.

Zum Stichtag 30. September 2008 beschäftigten wir im Inland 142 schwerbehinderte Mitarbeiter. Dies entspricht einer Quote von 3,8 Prozent. Ihre Interessen werden von der Schwerbehindertenvertretung wahrgenommen.

EIN AUSGEZEICHNETER ARBEITGEBER

TOP-ARBEITGEBER 2008

Die DZ BANK ist eines der 88 Unternehmen, die 2008 das Gütesiegel als TOP-Arbeitgeber von der Corporate Research Foundation (CRF) erhalten haben. Damit zählt die DZ BANK zu den attraktivsten Arbeitgebern Deutschlands.

ZERTIFIKAT „BERUFUNDFAMILIE“ 2007

Am 27. August 2007 hat die DZ BANK von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung das Grundzertifikat „berufundfamilie“ für ihre familienorientierte Personalpolitik erhalten. Das Audit erfasst, inwieweit die Unternehmenspolitik die Interessen des Arbeitgebers und die Belange der Mitarbeiter berücksichtigt und in Balance bringt. Zugleich verpflichtet das Zertifikat die DZ BANK zu künftigen Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Diese werden im Rahmen einer Reauditierung überprüft.



VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Beruf und Familie zu vereinbaren gleicht häufig einem Balanceakt. Die DZ BANK hat deshalb Bedingungen geschaffen, die unsere Mitarbeiter darin unterstützen, ihren Beruf erfolgreich auszuüben und gleichzeitig ein erfülltes Familienleben zu führen.

FAMILIENFREUNDLICHE ARBEITSZEITMODELLE

Unsere verschiedenen Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie umfassen unter anderem flexible Teilzeitmodelle, Eltern-Kind-Büros und die Möglichkeit alternierender Telearbeit. Auch Sabbaticals, also zeitlich begrenzte Auszeiten, sind möglich.

Dass sich Alternativen zur 39-Stunden-Woche bei der DZ BANK etabliert haben, zeigt sich auch darin, dass alle offenen Stellen grundsätzlich als teilzeitgeeignet ausgeschrieben werden. Zum 30. September 2008 lag der Anteil an Mitarbeitern, die im Inland teilzeitbeschäftigt waren, bei 14,1 Prozent. Der Anteil weiblicher Mitarbeiter in Teilzeit betrug 41,6 Prozent.

Ein wichtiger Schlüssel zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie sind die Betreuungsmöglichkeiten für Kinder. Hier hat die DZ BANK ihr Angebot an Belegplätzen in Kindergärten und Krippen für ihre Mitarbeiter deutlich ausgeweitet. Zudem gibt es seit 2007 eine Notfallbetreuung für Kinder im Alter von acht Wochen bis zwölf Jahren. Dieser Service ist für Mitarbeiter bis zu zehn Tage im Jahr kostenfrei.

ZERTIFIKAT „BERUFUNDFAMILIE“

Die familienfreundliche Personalpolitik der DZ BANK wurde 2007 von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung mit dem Zertifikat „berufundfamilie“ honoriert. Das Zertifikat ist aber nicht nur eine Auszeichnung, sondern verpflichtet auch zu konkreten Maßnahmen und Zielen.

Dazu gehört eine noch familienbewusstere Aufgaben- und Terminplanung, wie beispielsweise die Einführung von „Familiensperrterminen“ – also Zeiten, an denen bewusst keine Besprechungen oder Veranstaltungen stattfinden.

„ELDERCARE“ – KOMPETENZTRAINING FÜR PFLEGENDE MITARBEITER

Bei Menschen, die sich neben ihrem Beruf um die Pflege älterer Angehöriger kümmern, kommt es häufig zu einem Gefühl von Ratlosigkeit und Überforderung. Um Mitarbeiter zu unterstützen, die solch eine Herausforderung zu bewältigen haben, bietet die DZ BANK Kompetenztrainings zum Themenspektrum „Eldercare“ an. Die erste Seminarreihe begann im Oktober 2007 und wurde im Herbst 2008 erneut durchgeführt. Dabei ging es unter anderem um

- praktische Tipps zur Pflege älterer Angehöriger,
- die frühzeitige Erkennung von Depressionen im Alter,
- finanzielle und rechtliche Aspekte der Pflege.

Alle Teilnehmer schätzten den vertrauensvollen Erfahrungsaustausch und bewerteten das Angebot als äußerst hilfreich. Die DZ BANK wird ihr Engagement im Bereich „Eldercare“ auch künftig weiter ausbauen. So sind seit Juli 2008 Leistungen zu den Bereichen Home- und Eldercare über den Familienservice abrufbar.

ERFOLGSFAKTOR FAMILIE

Neben 378 weiteren Unternehmen gehören wir zu den Erstunterzeichnern der „Gemeinsamen Erklärung zum Erfolgsfaktor Familie“. Mit der Unterzeichnung am 1. April 2008 haben wir uns zu einer familienbewussten Unternehmensführung verpflichtet.

Diese Überzeugung kommunizieren wir aktiv auch innerhalb der Bank. Unser Ziel ist es, Familie im Unternehmen sichtbar zu machen und gerade Führungskräfte noch stärker für das Thema zu sensibilisieren. Dazu gehört auch, dass wir die Vereinbarkeit von Beruf und Familie nicht losgelöst von bestehenden Instrumenten zu verwirklichen versuchen, sondern sie in diese integrieren.

PFLEGE ÄLTERER ANGEHÖRIGER

Zum familiären Umfeld unserer Mitarbeiter zählen wir alle Lebensgemeinschaften, in denen die Mitglieder langfristig soziale Verantwortung für andere Personen übernehmen. Weil immer mehr Menschen sich neben ihrem Beruf um die Pflege älterer Angehöriger kümmern, haben wir ein spezielles Kompetenztraining für pflegende Mitarbeiter eingeführt, die dieser Doppelbelastung gerecht werden müssen.

DEMOGRAFISCHER WANDEL

Der demografische Wandel stellt nicht nur die Gesellschaft als Ganzes, sondern auch Unternehmen vor große Herausforderungen. Die DZ BANK ist sich dieser Herausforderungen bewusst und bereitet sich intensiv auf den demografischen Wandel vor. Unsere heutige Altersstruktur zeigt die Grafik auf Seite 41.

HANDLUNGSBEDARF IN GANZ VERSCHIEDENEN BEREICHEN

Als Basis für weitere Maßnahmen haben wir eine Altersstrukturanalyse erstellt, die es erlaubt, die demografische Entwicklung bei der DZ BANK für die nächsten zehn Jahre vorherzusagen. Aus ihr ergibt sich Handlungsbedarf in ganz verschiedenen Bereichen, etwa bei der Rekrutierung von Nachwuchskräften, dem Wissenstransfer zwischen den Generationen und bei unseren Weiterbildungsangeboten.

GEWINNUNG VON NACHWUCHSKRÄFTEN

Um bereits möglichst frühzeitig Nachwuchskräfte zu gewinnen, kooperieren wir mit insgesamt vier Hochschulen: der European Business School Oestrich-Winkel (EBS), der European School of

JUNGE IMPULSE

Insgesamt 120 Nachwuchskräfte der DZ BANK beschäftigten sich am 22. und 23. April 2008 mit der „Herausforderung Demografie“. Unsere mittlerweile vierte Nachwuchskräfteveranstaltung besuchten Teilnehmer an Ausbildungs-, Studierenden- und Entwicklungsprogrammen. Ziel der Veranstaltung war es, den Nachwuchskräften die Möglichkeit zu geben, sich intensiv mit einem bankübergreifenden Thema zu beschäftigen und sich untereinander zu vernetzen.

Darüber hinaus sollte der Einfallsreichtum der Nachwuchskräfte auch der Bank neue Impulse geben. Nach einem Eingangsvortrag von Professor Meinhard Miegel zu den Herausforderungen des demografischen Wandels entwickelten die Nachwuchskräfte in Kleingruppen konkrete Ideen – etwa zu neuen Rekrutierungsmöglichkeiten oder der Zusammenarbeit von älteren und jungen Mitarbeitern. Die entwickelten Ideen fließen in die Arbeit zur grundsätzlichen Konzeption „Umgang mit dem demografischen Wandel in der DZ BANK“ mit ein.

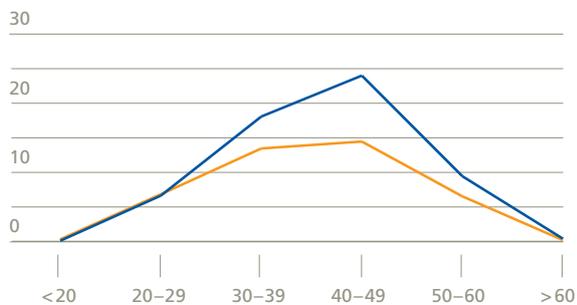
Business Reutlingen (ESB), der Universität Karlsruhe und der Universität Bayreuth. An der Universität Karlsruhe finanzieren wir sogar einen eigenen Stiftungslehrstuhl zu einem finanzwirtschaftlichen Themengebiet. Mehr dazu lesen Sie im Kapitel „Gesellschaft“ auf Seite 48.

Darüber hinaus sind wir auf diversen hochschulunabhängigen Jobbörsen und Karriereveranstaltungen präsent, um den Kontakt zu hochqualifizierten Studienabgängern zu suchen und die DZ BANK als Arbeitgeber vorzustellen. Die verschiedenen Maßnahmen zur Gewinnung von Nachwuchskräften werden regelmäßig einer systematischen Erfolgskontrolle unterzogen.

AUF DEM RICHTIGEN WEG

Die Vielzahl von Maßnahmen zur Ausbildung, Förderung und Weiterentwicklung, zur gerechten und leistungsorientierten Bezahlung, zum Schutz der Gesundheit unserer Mitarbeiter sowie zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie machen uns schon heute zu einem der attraktivsten Arbeitgeber in Deutschland. Dies zeigt auch die Auszeichnung durch die Corporate Research Foundation (CRF) als TOP-Arbeitgeber 2008. Trotzdem wollen wir unser Engagement für unsere Mitarbeiter weiter ausbauen. Denn sie sind unser wertvollstes Kapital und zugleich die Basis unseres Erfolgs.

ALTERSSTRUKTUR DER MITARBEITER* in Prozent



	<20 Jahre %	20-29 Jahre %	30-39 Jahre %	40-49 Jahre %	50-60 Jahre %	>60 Jahre %
■ Männlich	0,1	6,6	18,0	23,9	9,4	0,4
■ Weiblich	0,3	6,8	13,4	14,4	6,5	0,2

* Stand: 30. September 2008, Berechnungsbasis: 3.882 inländische Stammmitarbeiter, inkl. der Auszubildenden und ohne Aushilfen



Bei der DZ BANK ist der Einsatz für das Gemeinwohl Teil der genossenschaftlichen Unternehmensphilosophie. Wir wollen wirtschaftlichen Erfolg mit dem Engagement für die Allgemeinheit verbinden und dabei Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen.

ENGAGEMENT ALS UNTER- NEHMENSPHILOSOPHIE

Hier ist Kunst für alle da: Besucher der Fotoausstellung REAL im Frankfurter Städel Museum.



„Wir möchten unsere Kunstsammlung dahin bringen, wo sie hingehört: zu den Menschen. Am meisten hat das breite Publikum von ihr im Museum. Wir haben uns deshalb entschieden, über 200 Meisterwerke aus unserer Sammlung dem Frankfurter Städel Museum zu übergeben – für immer.“

LUMINITA SABAU, LEITERIN DER KUNSTSAMMLUNG DER DZ BANK

KUNST FÜR ALLE

Gegenüber dem Schreibtisch von Wolfgang Kirsch, dem Vorstandsvorsitzenden der DZ BANK, hängt eine Fotografie von Jörg Sasse. Sie zeigt verschwommen ein Fluss- oder Seeufer, an dem sich bei strahlendem Sonnenschein viele nur undeutlich zu erkennende Menschen aufhalten. Für Kirsch ist das fast schon impressionistische Werk immer wieder ein inspirierendes Rätsel, das abseits von sachlichen Arbeitsabläufen zum Denken anregt. „Es lockt mich, den angedeuteten Menschen und dem Ort nachzuspüren.“

Schon bald aber wird die Fotografie mit dem Titel „9-9-6-1“ ihren bisherigen Platz verlassen. Gemeinsam mit rund 200 weiteren Spitzenwerken unserer Kunstsammlung wird sie 2010 in den Besitz des Frankfurter Städel Museums übergehen – unwiderruflich. Wir machen so einen bedeutenden Teil unserer international anerkannten Unternehmenssammlung mit Fotografien von so berühmten Künstlern wie Richard Avedon, Andreas Gursky oder Andy Warhol einer breiten Öffentlichkeit zugänglich.

Als wir uns Anfang der 90er Jahre entschieden, eine eigene Kunstsammlung aufzubauen, waren wir europaweit das einzige Unternehmen, das sich auf

zeitgenössische Fotografie festlegte. Damals war es noch keineswegs selbstverständlich, Fotografien überhaupt als Kunst zu verstehen. Doch Luminita Sabau, die unsere Kunstsammlung seit 1992 leitet, war überzeugt, dass die dynamische Entwicklung der Fotografie zur innovativen und offenen Kultur der DZ BANK passen würde.

Mittlerweile umfasst die Sammlung über 6.000 Fotografien von mehr als 550 Künstlern. In den Bürogebäuden begegnet man ihnen auf Schritt und Tritt – sie sind zu einem festen Teil des Unternehmens geworden. Doch unser Horizont endet nicht an den Grenzen des eigenen genossenschaftlichen Verbundes. Mit unserer Kunstsammlung möchten wir auch der Gesellschaft, als deren Teil wir uns begreifen, etwas zurückgeben. Und mit der Übergabe von 200 bedeutenden Fotografien an das Städel Museum neue Wege in der Zusammenarbeit von Wirtschaft und Kultur beschreiten.

Die Sasse-Fotografie wird nun bald das Büro verlassen und zur Freude von Wolfgang Kirsch ihre ganze Kraft für ein breites Publikum entfalten. Auch wenn das für ihn „ein persönlicher Abschied“ ist.



Wir setzen uns weit über die eigenen Unternehmensgrenzen hinaus für Kunst und Kultur, Bildung und Wissenschaft sowie für die Gesellschaft ein. Zudem unterstützen wir das vielfältige und freiwillige Engagement unserer Mitarbeiter.

WERTE FÖRDERN

„Was dem Einzelnen nicht möglich ist, das vermögen viele“, hat Friedrich Wilhelm Raiffeisen, der gemeinsam mit Hermann Schulze-Delitzsch zu den Begründern des deutschen Genossenschaftswesens gehört, einmal gesagt. Wir sind überzeugt, dass diese Idee, auf der die DZ BANK beruht, im Jahr unseres 125-jährigen Bestehens aktueller ist denn je. Dies gilt

für die Zusammenarbeit innerhalb unseres genossenschaftlichen Finanzverbundes, aber auch bezüglich unseres Engagements für die Gesellschaft.

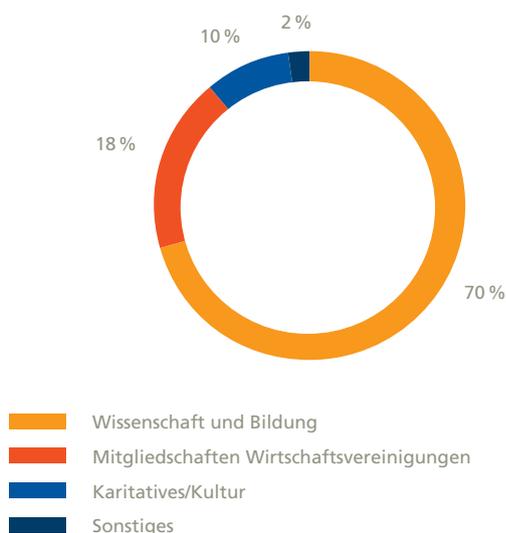
BÜRGERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT MIT TRADITION

Im Unterschied zu vielen anderen Unternehmen, die erst nach und nach die Bedeutung von bürgerlichem Engagement entdeckten, gehörte es bei uns von Anfang an zur Unternehmensphilosophie. Es liegt uns sozusagen in den Genen.

EIN TRADITIONSREICHES MODELL FÜR DIE ZUKUNFT

Die Ursprünge der Volksbanken und Raiffeisenbanken, welche später die DZ BANK gründeten, reichen bis in die Zeit der Industrialisierung zurück – eine Zeit, die von großen Hungersnöten und sozialen Schwierigkeiten geprägt war. Zur Lösung dieses gesellschaftlichen Problems trugen die genossenschaftlichen Ideen von Friedrich Wilhelm Raiffeisen und Hermann Schulze-Delitzsch in großem Maße bei: Auch Bauern, Fabrikarbeiter und Handwerker sollten ohne Restriktionen Kleinkredite aufnehmen können.

AUFGLIEDERUNG DES FÖRDERENGAGEMENTS DER DZ BANK AG NACH BEREICHEN*



* Zusätzliche Förderung nationaler und internationaler Bankvereinigungen in Höhe von 1,14 Mio. Euro (zuzüglich nationaler Genossenschaftsverbände)

Heute stehen wir vor neuen gesellschaftlichen Herausforderungen. Dazu gehört, dass sich der Staat in einigen Bereichen stärker zurücknimmt. Engagierte Bürger, Vereine und Unternehmen übernehmen daher zunehmend Aufgaben, die das Fundament unseres Zusammenlebens bilden.

Unsere genossenschaftlichen Grundprinzipien der Gegenseitigkeit und der Partnerschaft, der Solidarität und der Selbstbestimmung bilden eine gute Basis für unser gesellschaftliches Engagement. Wir verbinden wirtschaftlichen Erfolg mit dem Einsatz für das Gemeinwohl und übernehmen dabei Verantwortung für die Gestaltung unserer Gesellschaft. Ganz besonders gilt das für die Stadt Frankfurt, in der wir ansässig sind und der wir uns in hohem Maße verbunden fühlen.

VIELFÄLTIGES ENGAGEMENT

Das Modell des dezentralen Unternehmertums des genossenschaftlichen Finanzverbundes spiegelt sich in unserem gesellschaftlichen Engagement wider: Bundesweite, regionale und lokale Initiativen und Ideen ergänzen und inspirieren sich gegenseitig. Die DZ BANK konzentriert sich auf bundesweite Themen, während die Genossenschaftsbanken vor Ort stärker regionalspezifisch engagiert sind. Im Mittelpunkt steht in beiden Fällen stets der Gedanke der Hilfe zur Selbsthilfe.

Die DZ BANK setzte allein im Jahr 2007 rund 1,15 Millionen Euro für gemeinnützige Zwecke ein. Förderschwerpunkte sind die Bereiche Soziales/ Karitatives, Kultur sowie Wissenschaft/Bildung.

BILDUNG UND WISSENSCHAFT

Wir sind überzeugt, dass eine exzellente Bildung und ein konstruktiver Austausch zwischen Forschung und Praxis die besten Voraussetzungen für eine gesicherte Zukunft sind. Denn der Strukturwandel in der Wirtschaft und an den Finanzmärkten erfordert einen kontinuierlichen Wissenstransfer von Hochschulen in die Praxis. Umgekehrt kann die Wirtschaft zur Praxisrelevanz der Wissenschaft beitragen, indem sie aktuelle Fragestellungen an sie heranträgt.

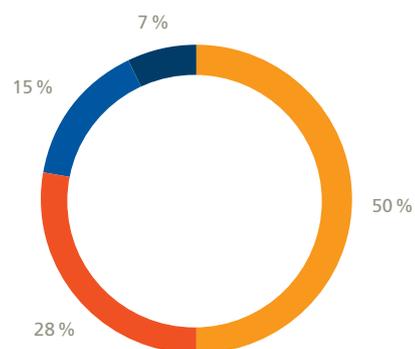
Die Förderung von Bildung und Wissenschaft stellt deshalb einen weiteren Schwerpunkt unseres Engagements dar.

DIE DZ BANK STIFTUNG

Die DZ BANK Stiftung ergänzt das gesellschaftliche Engagement der DZ BANK. Ihr Zweck besteht in der Förderung von Wissenschaft, Forschung und Lehre. Sie ist aus der schrittweisen Zusammenlegung von insgesamt vier Stiftungen entstanden: der Arnold Kremer-Stiftung und der GZB-Stiftung, die sich im Jahr 2000 zusammengeschlossen haben, sowie der Rudolf Hartmann-Stiftung und der Georg Draheim-Stiftung, die 2004 mit der DZ BANK Stiftung zusammengelegt wurden.

Die DZ BANK Stiftung unterstützt die Arbeit ausgewählter Universitäten und insbesondere die Mitgliedsinstitute der Arbeitsgemeinschaft genossenschaftswissenschaftlicher Institute. Sie fördert vor allem empirische Forschungsprojekte und Promotionsvorhaben sowie wissenschaftliche Tagungen. Ihr Stiftungsvermögen in Höhe von 15,9 Millionen Euro wurde seit 2001 durch Zustiftungen der DZ BANK um durchschnittlich eine halbe Million Euro pro Jahr erhöht.

FÖRDERSCHWERPUNKTE DER DZ BANK STIFTUNG (1985 – 2008)



Gesamtvolumen Förderbeiträge: rd. 10 Mio. Euro

- Genossenschaftswesen
- Bankwesen
- Sonstige Förderprojekte Wissenschaft und Bildung
- Kreditgenossenschaften

„AUSTAUSCH AUF GANZ VERSCHIEDENEN EBENEN“

PROF. DR. MARLIESE UHRIG-HOMBURG, INHABERIN DES VON DER DZ BANK STIFTUNG FINANZIERTEN LEHRSTUHLS „FINANCIAL ENGINEERING UND DERIVATE“ AN DER UNIVERSITÄT KARLSRUHE, ÜBER DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER DZ BANK.

FRAU UHRIG-HOMBURG, WIE KANN MAN SICH DIE ZUSAMMENARBEIT ZWISCHEN IHREM LEHRSTUHL UND DER DZ BANK VORSTELLEN?

Durch ihre finanzielle Unterstützung macht die DZ BANK Stiftung Forschung und Lehre im Bereich Financial Engineering und Derivate überhaupt erst möglich. Darüber hinaus erfolgt ein Austausch auf ganz verschiedenen Ebenen. So trägt

Prof. Dr. Marliese Uhrig-Homburg



die DZ BANK als wertvoller Gesprächspartner wesentlich zur Praxisrelevanz der Forschungsfragen bei. Auch der damit verbundene Zugang zu aktuellen Marktdaten ist für den Lehrstuhl von unschätzbarem Wert.

AUF WELCHE WEISE PROFITIEREN IHRE STUDIERENDEN VON DER KOOPERATION?

Viele Diplomarbeiten und Dissertationen entstehen in Zusammenarbeit mit der DZ BANK. Zudem helfen Praktika, einen Einblick in die tägliche Arbeit der genossenschaftlichen Zentralbank zu bekommen. Und dann gibt es auch noch den DZ BANK Karriere-Preis, für den sich Studierende mit ihren Abschlussarbeiten bewerben können.

WAS BEGREIFEN SIE ALS INHABERIN DES STIFTUNGSLEHRSTUHLS ALS IHRE HAUPTAUFGABEN?

Zum einen natürlich die Erforschung der Finanzmärkte und die Entwicklung praktischer Modelle, beispielsweise zur Bewertung von Zins- oder Kreditderivaten. Darüber hinaus sehe ich eine Hauptaufgabe aber auch in der guten Ausbildung künftiger Mitarbeiter von Banken und Unternehmen. Denn der Auslöser für Finanzkrisen ist meist menschliches Versagen an einer bestimmten Stelle – und davor kann Wissen schützen.

Ein Schwerpunkt der Förderung liegt in dem von der DZ BANK Stiftung eingerichteten Stiftungslehrstuhl „Financial Engineering und Derivate“ am Institut für Finanzwirtschaft, Banken und Versicherungen der Universität Karlsruhe. Mehr dazu erfahren Sie im Interview mit der Inhaberin des Lehrstuhls, Professorin Uhrig-Homburg.

Neben dem Stiftungslehrstuhl an der Universität Karlsruhe fördert die DZ BANK Stiftung auch die European Business School in Oestrich-Winkel (EBS). Dabei handelt es sich um die älteste und eine der renommiertesten privaten Hochschulen für Betriebswirtschaft in Deutschland. Die DZ BANK Stiftung kooperiert insbesondere mit der EBS-Stiftung.

Bankwirtschaftliche und finanzmarkttheoretische Forschungsprojekte werden auch an weiteren Universitäten, z. B. an der Goethe-Universität Frankfurt, finanziell unterstützt.

Den Schwerpunkt der Fördertätigkeit der DZ BANK Stiftung bildet allerdings die Genossenschaftswissenschaft: Über die Hälfte des Förderolumens der letzten zwei Jahrzehnte wurde in diesen Bereich investiert. Ein aktuelles Beispiel ist die Internationale Genossenschaftswissenschaftliche Tagung (IGT). Ziel dieser alle vier Jahre stattfindenden Veranstaltung ist es, die Chancen des Genossenschaftswesens für Unternehmen im dynamischen internationalen Wettbewerb aufzuzeigen. Sie hat sich

EINE AUSWAHL UNSERER MITGLIEDSCHAFTEN IM WISSENSCHAFTSBEREICH

STIFTERVERBAND FÜR DIE DEUTSCHE WISSENSCHAFT

Der Verband hat es sich zur Aufgabe gemacht, strukturelle Probleme im Wissenschafts- und Hochschulbereich zu erkennen und zu lösen.

STIFTUNG MARKTWIRTSCHAFT

Die marktwirtschaftlich orientierte Stiftung engagiert sich auf den Gebieten Arbeitsmarkt, soziale Sicherung und Steuern.

DEUTSCHES AKTIENINSTITUT

Das Institut setzt sich auf allen gesellschaft-

lichen Ebenen und im politischen Umfeld für den Finanzplatz Deutschland und für die Aktie als Anlage- und Finanzierungsinstrument ein.

HOUSE OF FINANCE

Im House of Finance werden die verschiedenen finanzwirtschaftlichen Forschungs-, Ausbildungs- und Beratungsinstitutionen der Goethe-Universität Frankfurt zusammengeführt. Es soll zu einem führenden europäischen Zentrum im Bereich der Finanzwirtschaft werden.

seit ihrer Gründung 1954 zu einem globalen Forum mit Teilnehmern aus zahlreichen Ländern verschiedener Kontinente entwickelt. Die DZ BANK Stiftung unterstützt nicht nur die Tagung selbst, sondern finanziert zudem zwei Preise, die aus diesem Anlass für hervorragende genossenschaftswissenschaftliche Leistungen verliehen wurden.

Die Bewahrung und öffentliche Verbreitung der genossenschaftlichen Idee im In- und Ausland sind ein Ziel zahlreicher Initiativen, die von der DZ BANK Stiftung und der DZ BANK begleitet werden. Neben den Publikationen der geförderten Forschungsprojekte sind hier insbesondere mehrsprachige Genossenschaftsglossare und die einzige deutschsprachige Fachzeitschrift für das gesamte Genossenschaftswesen (ZfgG) zu nennen. DZ BANK Stiftung und DZ BANK unterstützen zudem seit Jahren den Aufbau genossenschaftswissenschaftlicher Archive. Hier kommt der Zusammenarbeit mit der Stiftung GIZ eine besondere Bedeutung zu: Das Genossenschaftshistorische Informationszentrum (GIZ) erschließt unter anderem historische Quellen für die wissenschaftliche Recherche und macht die genossenschaftliche Idee durch Publikationen, Vorträge und Ausstellungen erlebbar.

KARRIERE-PREIS DER DZ BANK GRUPPE

Seit 2001 verleiht die DZ BANK in Kooperation mit dem Job- und Wirtschaftsmagazin „Junge Karriere“, dem „Handelsblatt“ sowie „WiWi-Online.net“ jedes Jahr den DZ BANK Karriere-Preis. 2009 verleihen

wir den Preis erstmals gemeinsam als DZ BANK Gruppe. Mit dabei sind die DZ BANK AG, die Bausparkasse Schwäbisch Hall, die R+V Versicherung, die Union Investment Gruppe, die DG HYP, die TeamBank und die VR LEASING. Ausgezeichnet werden die besten Abschlussarbeiten im Bereich „Banking and Finance“. Die Ausschreibung in den beiden Kategorien „Master Theses/Diplomarbeiten (Uni/FH)“ und „Bachelor Theses/Diplomarbeiten (BA)“ wird dem neuen zweistufigen Hochschulsystem gerecht.

Mit insgesamt 24.000 Euro ist der Karriere-Preis der DZ BANK Gruppe einer der höchstdotierten Hochschulpreise der deutschen Wirtschaft für akademische Abschlussarbeiten. Durch eine hochkarätige neunköpfige Jury aus Wissenschaft und Praxis wird sichergestellt, dass die ausgezeichneten Arbeiten den höchsten Qualitätsansprüchen genügen.

2008 wurden insgesamt 145 Arbeiten bewertet – 20 mehr als im Jahr zuvor. Auch im Ausland gewinnt der Preis an Bedeutung. So wurden beispielsweise Beiträge von Teilnehmern aus den Niederlanden, Italien und den USA eingereicht. Die Gewinner profitierten nicht nur durch die Preisgelder, sondern auch durch die Aufmerksamkeit der gesamten Branche.

GUT VERNETZT IN DER WISSENSCHAFT

Schließlich fördern wir Bildung und Wissenschaft durch unsere Mitgliedschaften in verschiedenen wissenschaftlichen Verbänden, Stiftungen und Instituten.

KULTURELLES ENGAGEMENT

Wir profitieren in vielfältiger Weise von der Gesellschaft und wollen ihr, über die eigene Geschäftstätigkeit hinaus, etwas zurückgeben. Deshalb engagieren wir uns nachhaltig im Kunstbereich und haben über die Jahre eine einmalige Kunstsammlung zusammengetragen, die sich auf das fotografische Bild konzentriert und die wir der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen.

KUNST FÜR ALLE ZUGÄNGLICH MACHEN

Bereits 1993 ins Leben gerufen, besteht die Kollektion heute aus rund 6.000 Werken von über 550 Künstlern von Richard Avedon bis Andy Warhol. Sie umfasst Porträts, Stadtbilder, Architekturdarstellungen, Interieurs, Landschaften, Genre, Stillleben, aber auch filmische Ideen, Konzeptkunst, journalistische sowie dokumentarische Fotografie.

Die DZ BANK möchte ihre Kunstsammlung nicht nur ihren eigenen Mitarbeitern zur Verfügung stellen, sondern sich noch weiter nach außen hin öffnen. Deshalb bieten wir bereits seit 1996 Führungen nicht nur für Mitarbeiter, sondern auch für externe Besucher an. Zudem organisieren wir regelmäßig Ausstellungen wie „Das Versprechen der Fotografie“, „Dialogues and Attitudes“, „American Dream“ und „REAL“, um nur einige zu nennen, die in Frankfurt, Berlin, Tokio, Paris, New York, Moskau, Budapest und andernorts gezeigt und so Menschen in ganz verschiedenen Teilen der Welt zugänglich gemacht werden konnten. Regelmäßig verleihen wir Teile unserer Sammlung auch an angesehenen Institutionen im In- und Ausland.

2006 haben wir deshalb unter dem Dach der DZ BANK Stiftung die DZ BANK Kulturstiftung gegründet. Sie hat die primäre Aufgabe, die Fotosammlung einer noch größeren Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Vorläufiger Höhepunkt dieser Strategie ist die Übergabe von 220 besonders bedeutenden Fotografien an das Frankfurter Städel Museum im Frühjahr dieses Jahres. Sie gehen dauerhaft an eine paritätisch von dem Städel Museum und der DZ BANK gehaltene GmbH über und werden ab 2010 in der „DZ BANK

Galerie“ des Museums ausgestellt. Wir glauben, dass diese Lösung Modellcharakter für eine fruchtbare Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Kultur hat, und hoffen, mit ihr einen Anstoß für ähnliche Projekte geben zu können.

KUNST (ER)LEBEN

Darüber hinaus haben wir im September 2006 das ART FOYER DZ BANK eröffnet. Dort finden jährlich sechs öffentliche Ausstellungen statt, bei denen stets der Künstler selbst oder ein hochkarätiger Kunstkenner eingeladen wird, um eine Einführung in die Zusammenstellung zu geben. Wir freuen uns, dass das ART FOYER im Februar 2009 neue und größere Räume im City-Haus I bekommen wird und wir dadurch auch Ausstellungen aus anderen Häusern zu Gast haben werden, die das Thema künstlerische Fotografie von weiteren Seiten beleuchten können.

Um begabte Studienanfänger trotz hoher Lebenshaltungskosten für ein Studium an der Hochschule für Musik und Darstellende Kunst in Frankfurt zu gewinnen, vergibt die DZ BANK Stiftung Stipendien an Studierende aus dem In- und Ausland. Dadurch soll die Entwicklung talentierter Studierender am Kunststandort Frankfurt gefördert werden.

SOZIALES ENGAGEMENT

Die DZ BANK unterstützt Bedürftige durch eine ganze Reihe von Mitgliedschaften und Spenden. Darüber hinaus fördern wir den Einsatz unserer Mitarbeiter für soziale Zwecke und setzen uns auch außerhalb des Unternehmens für bürgerschaftliches Engagement ein.

UNTERSTÜTZUNG HILFSBEDÜRFTIGER KINDER

Einer unserer karitativen Schwerpunkte liegt auf der Unterstützung kranker Kinder und ihrer Angehörigen. Dazu spenden wir seit einigen Jahren regelmäßig an den Verein „Tuberöse Sklerose Deutschland“ (TSD), der 1985 von den Eltern betroffener Kinder gegründet wurde. Der Verein sucht nach geeigneten Therapien für die komplexe Krankheit und hilft Betroffenen, die durch die Krankheit in Not geraten sind. Zudem leisten wir „Hilfe für krebskranke Kin-

der“ und unterstützen die Stiftung „Herzenswünsche e. V.“, die schwer kranken Kindern ihre größten Wünsche erfüllt.

FÜR EINE AKTIVE BÜRGERSCHAFT

Zusammen mit weiteren Unternehmen der DZ BANK Gruppe fördert die DZ BANK den Verein „Aktive Bürgerschaft“. Dies ist eine Initiative des genossenschaftlichen Finanzverbundes, die seit 1997 unter der Schirmherrschaft des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken die Idee und das Konzept der Bürgerstiftung in Deutschland verbreitet. Bürgerstiftungen sind Stiftungen, die sich fördernd und operativ für das lokale Gemeinwohl einsetzen.

GEDANKENAUSTAUSCH FÖRDERN

Auch für andere gemeinnützige Veranstaltungen stellt die DZ BANK regelmäßig ihre Räumlichkeiten kostenlos zur Verfügung. Im Jahr 2008 wurde hier das Dialog-Forum der Hessischen Landesstelle für Suchtfragen ausgerichtet, bei dem sich Vertreter aus Politik, Wirtschaft und gemeinnützigen Einrichtungen über Möglichkeiten der Suchtprävention austauschten. 2007 war unter anderem die Organisation „Inner Wheel“ zu Gast. Die Frauenvereinigung engagiert sich in den Gemeinden ihrer Mitglieder für soziale Projekte.

Der Hessische Stiftertag, der der Weiterentwicklung der Stiftungskultur in Hessen dient, wurde von der DZ BANK im Jahr 2007 zum zweiten Mal gesponsert. 75 Aussteller und über 1.000 Gäste nahmen die Möglichkeit wahr, sich über diese Form des gesellschaftlichen Engagements zu informieren.

CORPORATE VOLUNTEERING

Die DZ BANK unterstützt zudem die Mitarbeiter bei ihrem persönlichen ehrenamtlichen Engagement durch den von den Frankfurter Maltesern initiierten „Social Day“. Einmal im Jahr stellen Mitarbeiter-teams von Unternehmen dabei ihre Arbeitskraft einen Tag lang sozialen Einrichtungen zur Verfügung. Im Jahr 2008 halfen Nachwuchskräfte bei der Renovierung der Konrad-Haenisch-Schule in Frankfurt-Fechenheim. Die Schüler hatten zuvor selbst bei einem Projekt mehrere tausend Euro für die Multiple Sklerose Gesellschaft eingenommen.

Social Day 2008: Nachwuchskräfte der DZ BANK helfen bei der Renovierung der Frankfurter Konrad-Haenisch-Schule.



Anlässlich des Weihnachtsfestes 2007 erfüllten unsere Mitarbeiter außerdem die Wünsche von Kindern in schwierigen Lebenssituationen. Wunschzettel, die im Frankfurter Kinderbüro abgegeben worden waren, wurden unter anderem an den Weihnachtsbaum im City-Haus II der DZ BANK gehängt. Unsere Mitarbeiter haben die Wunschzettel schnell abgenommen – und die entsprechenden Geschenke den Kindern zukommen lassen. Die Aktion wird 2008 ausgebaut und wiederholt.

Seit 2005 veranstaltet die DZ BANK jedes Jahr an Weihnachten eine Wohltätigkeitsauktion, bei der unsere Mitarbeiter Poster und Kunstwerke ersteigern können. Der Erlös wird dabei immer wohltätigen Organisationen gespendet. 2007 betrug er rund 6.500 Euro. Dieser Betrag wurde von der DZ BANK auf 10.000 Euro erhöht und der Stiftung „Childaid Network“ zur Verfügung gestellt. Diese Stiftung wurde ins Leben gerufen, um weltweit Kindern, die unter Hunger und Krankheiten leiden, neue Chancen zu eröffnen.

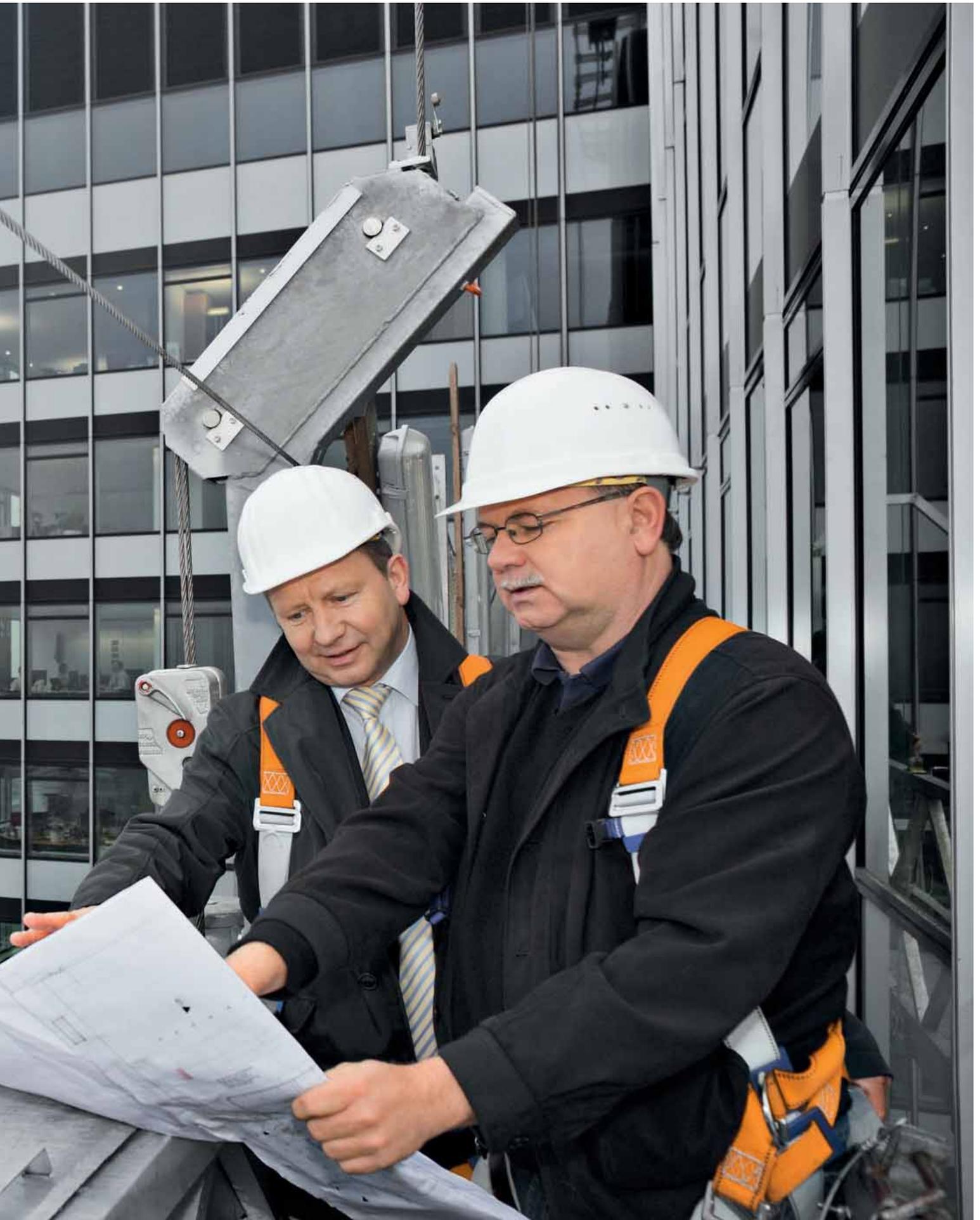
Seit Anfang der 1990er Jahre beteiligen sich außerdem zweimal im Jahr mehr als 100 Mitarbeiter an einer zusammen mit dem Roten Kreuz durchgeführten Blutspendeaktion.

Der Umweltschutz genießt bei der DZ BANK eine hohe Priorität. Wir haben ihn deshalb in unser operatives Geschäft integriert und uns für die nächsten Jahre ambitionierte und überprüfbare ökologische Ziele gesetzt.

DIE UMWELT SCHÜTZEN

Hier bekommt das „Selmi-Hochhaus“ ein neues Gesicht: Facility Manager Wolfgang Jahn und Bauleiter Manfred Döring beim Umbau des City-Hauses I in Frankfurt.





„Ausschlaggebend für die Modernisierung des City-Hauses I war nicht das Optische, sondern der Umweltaspekt. Durch die neue Fassade kann der Energieverbrauch um mehr als 30 Prozent gesenkt werden. Die CO₂-Emissionen sinken sogar um 48 Prozent.“

WOLFGANG JAHN, ABTEILUNGSLEITER DES FACILITY MANagements BEI DER DZ BANK

ÖKOLOGISCHER FORTSCHRITT, DER SICH SEHEN LASSEN KANN

Als das City-Haus I 1974 am Platz der Republik fertig gestellt wurde, war es mit 42 Stockwerken und einer Höhe von insgesamt 143 Metern das höchste Gebäude Deutschlands. Bauherr und Investor war der in Frankfurt lebende Perser Ali Selmi. „Das City-Haus I hat einen historischen Erkennungswert“, so Wolfgang Jahn, Abteilungsleiter des Facility Managements bei der DZ BANK. „Viele Frankfurter nennen es bis heute das Selmi-Hochhaus.“

2008 hat das Gebäude, das zusammen mit dem benachbarten City-Haus II und dem Westendtower unseren Hauptsitz am Platz der Republik und an der Mainzer Landstraße bildet, ein neues, moderneres Gesicht bekommen. Die gläserne Fassade, die vom renommierten Frankfurter Architekten Professor Christoph Mäckler stammt, hebt die Stärken des Hochhauses noch deutlicher hervor, indem die zeitlose Eleganz durch die Unterteilung der Brüstungen in breite silbergraue und schmale anthrazitfarbene Streifen deutlicher betont wird. Insgesamt wirkt es dadurch wesentlich leichter und reiht sich noch harmonischer in die Frankfurter Skyline ein.

„Ausschlaggebend für die Modernisierung war aber nicht das Optische, sondern der Umweltaspekt“, erklärt Jahn, der seit 22 Jahren bei der DZ BANK arbeitet und sich schon länger mit Energiefragen befasst. Durch die neue Fassade verbraucht das City-Haus I mehr als 30 Prozent weniger Energie. Ein Wert, den auch Jahn so nicht erwartet hatte. Noch deutlicher fallen die Einsparungen bei den CO₂-

Emissionen aus. Sie konnten um 48 Prozent und damit um 570 Tonnen pro Jahr gemindert werden.

Obwohl die Sanierung bei vollem laufendem Betrieb erfolgte, waren die Einschränkungen für die Mitarbeiter nicht so gravierend. „Arbeiten, die viel Lärm machten, wie etwa die Demontage von großen Glasteilen, haben wir meist auf das Wochenende legen können. Wenn die Mitarbeiter dann am Montagmorgen in ihr Büro gekommen sind, haben sie gar nicht mitbekommen, dass da überhaupt gearbeitet wurde“, so Jahn.

Umso beeindruckender war der Effekt für die Mitarbeiter, als die neue Fassade fertig gestellt war. Während die alten Fenster in einem leichten Bronzeton eingefärbt waren, ermöglicht die neue Fassade eine beeindruckende Helligkeit und Transparenz. Die stärkere Lichtdurchlässigkeit hat aber nicht nur einen optischen Effekt. Sie trägt auch zur Energieeinsparung bei, weil im täglichen Betrieb weniger künstliche Lichtquellen benötigt werden.

Insgesamt ist die Fassadenmodernisierung ein gutes Beispiel dafür, wie wir ökologische mit sozialen und ökonomischen Zielen verbinden. Sie senkt den Energieverbrauch und die CO₂-Emissionen drastisch, ermöglicht mehr Komfort für unsere Mitarbeiter und trägt darüber hinaus zum langfristigen Werterhalt der Immobilie bei – etwa, indem die Energieeffizienz-Anforderungen an moderne Gebäude erfüllt und die betrieblichen Nebenkosten für die Mieter gesenkt werden. Vielleicht ist es diese Kombination, die das Projekt für unseren Facility Manager Jahn so besonders gemacht hat.



Die Einführung unseres Umweltmanagementsystems ermöglicht es uns, unsere Umweltziele künftig noch effizienter und entschlossener umzusetzen. Außerdem haben wir durch eine aufwendige Fassadenmodernisierung deutliche Energieeinsparungen realisiert.

UNSERE ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG

Eine intakte Umwelt ist die Voraussetzung für eine hohe Lebensqualität und langfristig auch die Basis für jede Geschäftstätigkeit. Sie zu schützen ist deshalb in unser aller Interesse.

Mittlerweile herrscht ein weitgehender wissenschaftlicher Konsens darüber, dass der Klimawandel vom Menschen mit verursacht wird und unsere Lebensumstände verändern wird. Es ist daher eine der dringlichsten Aufgaben von Politik, Wirtschaft und jedem Einzelnen, den Umwelt- und Klimaschutz weiter auszubauen.

Die direkten Umweltauswirkungen einer Bank sind wesentlich geringer als die eines Produktionsbetriebes. Dies vermindert aber in keiner Weise unsere Mitverantwortung für eine intakte Umwelt. Bei der DZ BANK genießt der Umweltschutz deshalb eine hohe Priorität.

UMWELTPOLITIK UND UMWELTMANAGEMENTSYSTEM

Um die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt so weit wie möglich zu reduzieren, haben wir 2008 begonnen, an unserem Hauptstandort Frankfurt ein professionelles Umweltmanagementsystem einzuführen. Im Rahmen dieses Prozesses

haben wir uns auf eine engagierte Umweltpolitik verständigt. Ziel ist es, Umweltbelastungen konsequent zu überwachen und weiter zu reduzieren.

Ein Beispiel dafür, wie ernst wir unsere Umweltpolitik nehmen, ist die Modernisierung des City-Hauses I. Allein für die Sanierung der gesamten Außenfassade wurden 2008 mehr als 30 Millionen Euro aufgewendet. Dadurch können wir die CO₂-Emissionen wesentlich vermindern.

INDIREKTE UMWELTAUSWIRKUNGEN

Neben den direkten Umweltauswirkungen durch den Verbrauch von Strom, Wärme, Wasser und Papier tragen wir auch durch unsere indirekten Umweltauswirkungen eine ökologische Verantwortung. So können wir etwa bei der Vergabe von Krediten oder der Entwicklung von Anlageprodukten ökologische Kriterien berücksichtigen.

EINFÜHRUNG DES UMWELTMANAGEMENTSYSTEMS

Um unsere Umweltziele noch professioneller und effizienter in die Praxis umzusetzen, haben wir 2008 begonnen, ein Umweltmanagementsystem einzu-

UNSERE UMWELTPOLITIK

Die Verantwortung für die Umwelt ist für die DZ BANK AG von zentraler Bedeutung. Über die gesetzlichen Vorschriften hinaus haben wir uns deshalb verpflichtet, die Auswirkungen auf unsere Umwelt so gering wie möglich zu halten. Dabei beziehen wir neben unseren Mitarbeitern auch Dienstleister und Lieferanten in unsere Zielsetzungen mit ein. Ausdruck unseres Umweltengagements ist auch unser Bekenntnis zu den Prinzipien des UN Global Compact. Im Rahmen der Einführung eines Umweltmanagementsystems (UMS) arbeiten wir kontinuierlich an der Vermeidung und – wo dies nicht möglich ist – an der Verminderung von Umweltbelastungen. Wir

sind bestrebt, unsere Umweltleistung stetig zu verbessern. Dies schließt auch eine regelmäßige Überprüfung und Weiterentwicklung des Managementsystems ein. Das UMS erlaubt uns, anhand konkreter umweltpolitischer Zielsetzungen aussagekräftige Kennzahlen zu ermitteln und somit die Umweltbelastungen kontinuierlich zu überwachen. Das eigenverantwortliche und umweltbezogene Handeln unserer Mitarbeiter fördern wir durch praktische Anregungen, Schulungen und umfangreiche Informationen. Über die Umsetzung unserer Umweltschutzmaßnahmen berichten wir lückenlos und sorgen so für eine größtmögliche Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit.

führen. Als Teil unseres Managementsystems sorgt es für einen reibungslosen Ablauf des betrieblichen Umweltschutzes, regelt Verfahren und Verantwortlichkeiten und ermöglicht eine Bewertung unserer Umweltauswirkungen, um darauf aufbauend weitere Verbesserungen zu initiieren.

BEDEUTUNG DES UMWELT-MANAGEMENTSYSTEMS

Durch das Umweltmanagementsystem wollen wir unserer Verantwortung gegenüber der Umwelt noch besser gerecht werden. Wir sind überzeugt, unseren Beitrag zum Umweltschutz mit Hilfe des Umweltmanagementsystems deutlich ausbauen zu können.

Darüber hinaus können wir durch das System auch zur ökologischen Bewusstseinsbildung bei unseren Mitarbeitern beitragen. Mehr zur Bedeutung von Umweltmanagementsystemen bei Banken lesen Sie im Statement von Prof. Dr. Kerstin Kuchta, die uns bei dem Aufbau unseres Umweltmanagementsystems unterstützt hat.

ORIENTIERUNG AN ISO 14001

Bei der Einführung des Umweltmanagementsystems haben wir uns an der weltweit anerkannten ISO-Norm 14001 orientiert. Kerngedanke der Norm

ist es, betrieblichen Umweltschutz als kontinuierlichen Verbesserungsprozess zu verstehen. Im ersten Schritt legt eine Organisation dazu eine verbindliche Umweltpolitik und überprüfbare Umweltziele fest. Im zweiten Schritt werden diese Ziele umgesetzt. Anschließend erfolgt eine Überprüfung, ob und inwieweit die Ziele erreicht wurden. Falls nötig werden Prozesse und Abläufe des Umweltmanagementsystems daraufhin angepasst.

Das Umweltmanagementsystem wurde zunächst an unserem Hauptstandort in Frankfurt eingeführt. Bis März 2009 soll es von einem externen Institut nach der ISO-Norm 14001 zertifiziert werden. In den Folgejahren möchten wir das Umweltmanagementsystem im Zuge der kontinuierlichen Verbesserung auf die weiteren Standorte ausweiten.

ANSPRUCHSVOLLE ZIELE BIS 2012

Die DZ BANK hat sich im Rahmen der Einführung des Umweltmanagementsystems ambitionierte Ziele gesetzt, die wir bis Februar 2012 umsetzen werden. Dazu gehören:

- die Reduzierung des Stromverbrauchs um 7,5 bis 10 Prozent durch die verstärkte Abschaltung von Computern und der Bürobeleuchtung zu Ruhezeiten.

„DIE INDIREKTEN UMWELTAUSWIRKUNGEN SIND DIE BEDEUTENDEREN“

PROF. DR. KERSTIN KUCHTA, DOZENTIN FÜR UMWELT-MANAGEMENT AN DER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN IN HAMBURG, ÜBER DIE BEDEUTUNG VON UMWELTMANAGEMENTSYSTEMEN BEI FINANZDIENSTLEISTERN.

„Als Professorin und Geschäftsführerin einer Firma für Umweltmanagement bin ich überzeugt, dass Umweltmanagementsysteme sowohl die direkten als auch die indirekten Umweltauswirkungen eines Betriebes berücksichtigen müssen.

Aus meiner Erfahrung mit Finanzdienstleistern weiß ich, dass die direkten Umweltauswirkungen einer Bank im Kerngeschäft vor allem durch den Verbrauch von Energie für Heizung, Klimatisierung, Informatik und Beleuchtung entstehen. Daneben werden auch Wasser und Materialien wie beispielsweise Papier verbraucht.

Für bedeutender halte ich bei Banken aber die indirekten Umweltauswirkungen. Darunter fallen solche Umweltauswirkungen, die durch die Finanzberatung oder Informations- und Marke-

tingdienstleistungen ausgelöst werden. So spielt etwa die Betrachtung des ökologischen Risikos von Unternehmen bei der Kreditvergabe nicht erst seit ‚Basel II‘ eine wichtige Rolle. Zunehmende Bedeutung erlangt auch ein ethisches und ökologisches Investment. Hier können sich Banken mit entsprechenden Anlageformen im Markt ‚nachhaltig‘ positionieren.

Einen weiteren wesentlichen indirekten Umweltaspekt der Finanzdienstleister sehe ich in ihrer Funktion als Multiplikator. Mit etwa 7 Millionen Beschäftigten in verschiedensten Einrichtungen im Inland gehören die Banken und Versicherungen zu den großen Arbeitgebern in Deutschland.

Im Rahmen des Voraudits zur Einführung eines Umweltmanagementsystems konnte ich feststellen, dass sich die DZ BANK durch vielfältige Projekte zur Verbesserung der ‚Produktökologie‘ auszeichnet. Das eingeführte Umweltmanagementsystem wird die DZ BANK intensiv unterstützen, Risiken zu reduzieren, das Image zu stärken und Ertragschancen zu nutzen.“

- die Verringerung der klimaschädlichen Energienutzung um 30 Prozent durch die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energien sowie ein noch effizienteres Energiemanagement.
- die Verbesserung der Abfalltrennung, insbesondere die Erhöhung des Anteils an entsorgtem Papier um 10 Prozent.
- die Steigerung des Anteils ökologischer Verkehrsarten bei Dienstreisen auf mindestens 66 Prozent.
- die Reduzierung des Wasserverbrauchs und die Steigerung des Bewusstseins der Mitarbeiter hinsichtlich des Umgangs mit Wasser.

SCHULUNGEN FÜR MITARBEITER

Die Akzeptanz und Bekanntheit unserer Nachhaltigkeitsstrategie bei den Mitarbeitern zu steigern, ist

eines unserer vorrangigsten Umweltziele. Bis 2012 wollen wir den Bekanntheitsgrad unseres Umweltprogramms auf 100 Prozent ausweiten. Dazu werden wir mindestens 20 Prozent unserer Mitarbeiter am Standort Frankfurt schulen. Diese sollen dann als Multiplikatoren die Bedeutung und den Stellenwert unseres Umweltprogramms im Unternehmen weiter kommunizieren.

WENIGER WASSER, WÄRME UND PAPIER

Bereits vor der Einführung des Umweltmanagementsystems haben wir uns bemüht, den Verbrauch von Strom, Wasser, Wärme und Papier so gering wie möglich zu halten. Wir haben in den letzten Jahren bereits deutliche Fortschritte erzielen können.

So ist der Wärmeverbrauch pro Mitarbeiter von 2005 auf 2007 um 7 Prozent zurückgegangen, der Wasserverbrauch sogar um 16 Prozent. Am deutlichsten ist

die Reduktion allerdings beim Papierverbrauch: Er sank von 2005 auf 2007 um 26 Prozent pro Mitarbeiter. Verantwortlich ist dafür vor allem die fortschreitende Umsetzung des „papierlosen“ Büros.

Beim Strom müssen wir allerdings eine leichte Zunahme von 2005 auf 2007 um 2 Prozent pro Mitarbeiter registrieren. Dies lässt sich auf technische Veränderungen etwa im Hardware-Bereich sowie bei der Klimaanlage zurückführen. Den detaillierten Verlauf unserer Verbrauchsentwicklung bei Energiebedarf, CO₂-Emissionen, Wasser, Abfall und Papier zeigt die Tabelle.

ÖFFENTLICHE VERKEHRSMITTEL STEHEN AN ERSTER STELLE

Umweltbewusstsein fängt für unsere Mitarbeiter schon morgens auf dem Weg zur Arbeit an. Bereits seit zehn Jahren bezuschussen wir an verschiedenen Standorten der Bank das Jobticket der Verkehrsverbände und ermöglichen so unseren Mitarbeitern, den öffentlichen Personennahverkehr kostengünstig zu nutzen. Durch einen weiteren Rahmenvertrag mit der Deutschen Bahn AG können auch die Mitarbeiter,

die außerhalb der Zonen des öffentlichen Nahverkehrs wohnen, umweltverträglich und vergünstigt zum Arbeitsplatz gelangen.

In unserer Dienstreiseordnung ist die Bahn für Dienstreisen das erste Mittel der Wahl. Seminarorte für Trainings der DZ BANK werden grundsätzlich so gewählt, dass sie mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen sind. Bei unseren Dienstwagen haben wir sichergestellt, dass sie mit der aktuellsten umweltschonenden Technik, wie beispielsweise Dieselpartikelfilter, ausgestattet sind. Dadurch wird die anfallende Emission so gering wie möglich gehalten.

2008 haben wir außerdem zum dritten Mal an der Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ teilgenommen, die von der AOK und dem Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club initiiert wurde. Dabei melden sich Teams oder Einzelpersonen an, die an einer festgelegten Anzahl von Tagen im Jahr mit dem Fahrrad zur Arbeit kommen. Ziel ist es, die Mitarbeiter zu mehr Fitness sowie einer ökologischen Verkehrsmittelnutzung anzuregen.

UMWELTDATENVERGLEICH*

Kennzahl	Einheit	2005	2006	2007
Energieverbrauch				
Strom	kWh/MA	9.512	10.111	9.707
Wärme	kWh/MA	4.077	3.951	3.776
CO₂-Emissionen				
Strom	kg CO ₂ /MA	5.669	6.026	5.785
Wärme	kg CO ₂ /MA	983	952	910
Wasserverbrauch				
	m ³ /MA	40,50	38,86	33,86
Abfallaufkommen				
Papier	kg/MA	33**	89	96
Gemischte Verpackungen	kg/MA	67	192	182
Restabfall	kg/MA	125	24	30
Gewerbeabfall	kg/MA	47	29	30
Papierverbrauch				
Chlorfrei gebleicht	Anteil [%]	80	95	98
Drucker- und Kopierpapier	kg/MA	92,01	82,08	67,91
Dienstreisen				
Absolut	Anzahl	19.721	15.458	17.420
davon Bahn	Anteil [%]	28,25	38,78	33,92
davon Flug	Anteil [%]	7,84	13,05	15,49

* Die Umweltdaten beziehen sich nur auf den Standort Frankfurt. ** Ohne Datenpapier

Fassadenmodernisierung des City-Hauses I: Die alten bronzefarbenen Fensterscheiben werden durch helle und energieeffiziente Scheiben ersetzt.



Durch die neue Fassade verbraucht das City-Haus I mehr als 30 Prozent weniger Energie.



UMWELTGERECHTE FASSADEN-MODERNISIERUNG

2008 haben wir die im Oktober 2007 begonnene Fassadenmodernisierung des City-Hauses I abgeschlossen, das zusammen mit dem City-Haus II und dem Westendtower unseren Unternehmenssitz in Frankfurt bildet. Dies wird zu deutlichen Energie- und CO₂-Einsparungen führen.

Ausschlaggebend für die Sanierung waren vor allem umweltpolitische Überlegungen. Denn das 1974 fertig gestellte Hochhaus entsprach nicht mehr unseren hohen ökologischen Ansprüchen. So führte beispielsweise eine unzureichende Wärmeisolierung dazu, dass viel Energie für das Heizen im Winter und das Kühlen im Sommer verbraucht wurde.

ÖKOLOGISCHE FASSADENKONSTRUKTION

Die neue Fassade wurde so konstruiert, dass sich nachhaltige Energieeinsparungen realisieren lassen. So führt beispielsweise die hellere Farbe zu weniger Aufheizung im Sommer, wodurch weniger Energie für die Kühlung benötigt wird. Zudem ist die Fassade wesentlich lichtdurchlässiger. Dadurch dringt mehr Tageslicht in das Gebäude und der Bedarf an elektrischer Innenbeleuchtung geht zurück.

Eine weitere energiesparende Neuerung sind die öffenbaren Fenster. Sie lassen sich zentral steuern und können abends geöffnet werden, so dass die Wärme des Tages schneller entweicht. Dadurch kann der Kälte- und Energiebedarf der Klimaanlage deutlich reduziert werden.

30 PROZENT WENIGER ENERGIEBEDARF

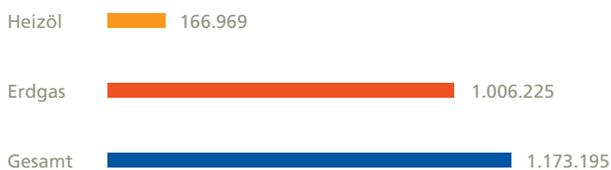
Insgesamt wird der Energiebedarf des Gebäudes durch die neue Fassade um mehr als 30 Prozent reduziert. Der CO₂-Ausstoß verringert sich sogar um 48 Prozent, was 570 Tonnen pro Jahr entspricht.

RECYCLING DER DEMONTIERTEN BESTANDTEILE

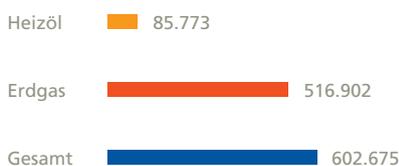
Auch bei der Demontierung von Materialien im Rahmen der Fassadenmodernisierung wurden hohe ökologische Maßstäbe eingehalten. Bestandteile aus Alu, Stahl oder Glas wurden recycelt und in den Materialkreislauf zurückgeführt. Problematische Bestandteile wie Dämm- oder Schaumstoffe wurden sachgerecht entsorgt oder gelagert.

ENERGIEBEDARF in kg je Jahr

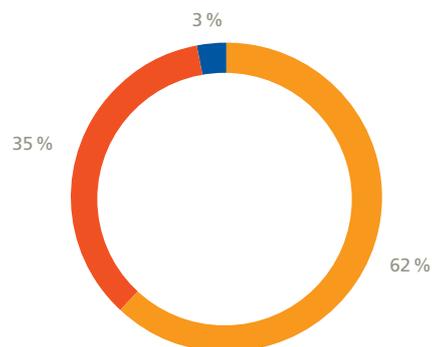
vor der Gebäudesanierung 2006



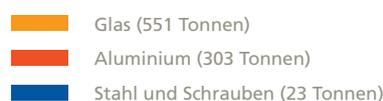
nach der Gebäudesanierung



ANTEIL RECYCLINGBAUTEILE AM DEMONTIERTEN GESAMTGEWICHT



Gesamtgewicht: ca. 877 Tonnen



INDEX NACH GRI-G3 (GLOBAL REPORTING INITIATIVE)

Der abgebildete GRI-Index dokumentiert, dass sich die DZ BANK an den Vorgaben der Global Reporting Initiative orientiert. Jedoch konnte noch nicht bei allen Indikatoren eine Offenlegung gemäß den Vorgaben der G3-Kriterien erfolgen.

Index nach GRI	Seitenzahl		
1. Vision und Strategie			
1.1 Vorwort des Vorstands- oder Aufsichtsratsvorsitzenden	4 f.		
1.2 Zentrale Nachhaltigkeitsrisiken, -chancen, -auswirkungen	12 f., 21 ff., 56 ff.		
2. Organisationsprofil			
2.1 Name des Unternehmens	2		
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	6, 19 f., GB		
2.3 Geschäftsbereiche und Unternehmensstruktur	U2, 10		
2.4 Hauptsitz des Unternehmens	64		
2.5 Anzahl/Name der Länder mit Geschäftstätigkeits-schwerpunkt	7		
2.6 Eigentümerstruktur	6, GB		
2.7 Bediente Märkte	18 ff., GB		
2.8 Größe der Organisation	27		
2.9 Wesentliche Änderungen bei Unternehmens- und Eigentümerstruktur	keine Relevanz		
2.10 Erhaltene Auszeichnungen	19 f., 39		
3. Berichtsparameter			
3.1 Berichtszeitraum	2		
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	keine Relevanz		
3.3 Berichtszyklus	2		
3.4 Ansprechpartner	64		
3.5 Prozesse zur Definition des Berichtsinhalts	2		
3.6 Berichtsgrenzen	2		
3.7 Darstellung spezieller Einschränkungen des Berichtsumfangs	2		
3.8 Grundlage für Berichterstattung über Joint Ventures etc.	keine Relevanz		
3.9 Messverfahren und Basis der Datenberechnungen	keine Angaben		
3.10 Neuformulierungen/Änderung bei der Darstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	keine Relevanz		
3.11 Änderung bei der Berücksichtigung von Themen und bei den angewandten Messverfahren	keine Relevanz		
3.12 GRI-Index	62 f.		
3.13 Externe Verifizierung der Aussagen	keine Angaben		
4. Unternehmensführung, Verpflichtungen und Engagement			
4.1 Führungsstruktur	11 f.		
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	12		
4.3 Kontrollorgan bzw. unabhängige Mitglieder der Unternehmensführung	12		
4.4 Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an den Vorstand/Aufsichtsrat	12		
4.5 Verknüpfung der Vergütung des oberen Managements mit Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	keine Angaben		
4.6 Vermeidung von Interessenkonflikten	12		
4.7 Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	keine Angaben		
4.8 Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	9		
4.9 Verfahren auf Vorstands-/Aufsichtsratsebene zur Überwachung ökologischer, ökonomischer, sozialer Chancen und Risiken	keine Angaben		
4.10 Verfahren zur Beurteilung der Leistungen des Vorstands	keine Angaben		
4.11 Ansätze für präventives Handeln	26 f.		
4.12 Teilnahme an und Unterstützung von externen Initiativen	11, 50 f.		
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	26, 49		
4.14 Liste der einbezogenen Stakeholdergruppen	9 ff.		
4.15 Identifikation der für das Unternehmen relevanten Stakeholder	9 ff.		
4.16 Ansätze für den Stakeholderdialog	9 ff.		
4.17 Stellungnahme zu zentralen Anliegen der Stakeholder	keine Angaben		
5. Leistungsindikatoren			
Ökonomische Leistungsindikatoren – Managementansatz	18 ff., GB		
EC1 Erwirtschafteter und verteilter Wert	27, GB		
EC2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	keine Angaben		
EC3 Betriebliche soziale Zuwendungen	GB		
EC4 Erhaltene staatliche Beihilfen/Subventionen	keine Angaben		
EC6 Zahlungen an lokale Zulieferer	keine Angaben		

EC7	Einstellung lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen	32	LA14	Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie	keine Angaben	
EC8	Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen mit vorrangiger Bedeutung für das Gemeinwohl	46 ff.	Menschenrechte – Managementansatz			
Ökologische Leistungsindikatoren – Managementansatz			56 ff.	HR1	Investitionsentscheidungen mit HR-Klauseln oder Prüfung	keine Angaben
EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht/Volumen	59	HR2	Überprüfung der Lieferanten auf Einhaltung der Menschenrechte	keine Angaben	
EN2	Anteil Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	keine Angaben	HR4	Anzahl der Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	keine Angaben	
EN3	Direkter Energieverbrauch	59	HR5	Versammlungs- und Kollektivverhandlungsfreiheit	keine Angaben	
EN4	Indirekter Energieverbrauch	keine Angaben	HR6	Kinderarbeit	11	
EN5	Energieeinsparungen	61	HR7	Zwangsarbeit	11	
EN8	Gesamter Wasserverbrauch nach Quellen	59	Gesellschaft – Managementansatz			
EN11	Biodiversität: Flächennutzung in geschützten Gebieten	keine Relevanz	SO1	Eindämmung negativer Folgen für Standortgemeinden	keine Angaben	
EN12	Auswirkungen auf Biodiversität in geschützten Gebieten	keine Relevanz	SO2	Analyse von Korruptionsrisiken	12 f.	
EN16	Direkte und indirekte Emissionen klimarelevanter Gase	59	SO3	Schulungen bezüglich Antikorruption	12 f.	
EN17	Andere indirekte Treibhausgasemissionen	keine Angaben	SO4	Antikorruptionsmaßnahmen	12 f.	
EN19	Emissionen ozonabbauender Stoffe	keine Relevanz	SO5	Politische Meinungsbildung und Lobbying-Aktivitäten	26	
EN20	NO _x , SO _x und andere wesentliche Emissionen	keine Relevanz	SO8	Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung der Gesetze	keine Angaben	
EN21	Abwasser nach Art und Menge	keine Angaben	Produktverantwortung – Managementansatz			
EN22	Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	59	PR1	Produktsicherheit	keine Angaben	
EN23	Freisetzung von Schadstoffen	keine Relevanz	PR3	Produkt- und Servicekennzeichnung	www	
EN26	Umweltorientierte Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen	21 ff.	PR5	Kundenzufriedenheit	19 f.	
EN27	Anteil von Produkten, deren Verpackungen wiederverwertet wurden	keine Relevanz	PR6	Marketingkommunikation	keine Angaben	
EN28	Geldbußen für Nichteinhaltung von Umweltauflagen	keine Angaben	PR9	Geldbußen für Gesetzesverstöße	keine Angaben	
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren – Managementansatz			32 ff.			
LA1	Belegschaft nach Beschäftigungsverhältnissen/Regionen	32 f., 38				
LA2	Mitarbeiterfluktuation	37				
LA4	Mitarbeiter, die unter Tarifverträge fallen	38				
LA5	Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	keine Angaben				
LA7	Verletzungen, Abwesenheitsquote und Todesfälle	keine Angaben				
LA8	Gesundheitsvorsorge, Beratungsangebote	37 f.				
LA10	Aus-/Weiterbildung: Stunden nach Mitarbeiterkategorien	36				
LA11	Wissensmanagement und lebenslanges Lernen	35 ff.				
LA12	Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung	35				
LA13	Mitarbeiterstruktur/Diversität des Managements	38, 41				

Hinweis:
GB = Geschäftsbericht 2007
www = www.nachhaltigkeit.dzbank.de
Zusatzindikatoren sind orange gekennzeichnet.

IMPRESSUM

DZ BANK AG
Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank,
Frankfurt am Main
Platz der Republik
60265 Frankfurt am Main
www.dzbank.de

Verantwortlich für den Inhalt:
Martin Roth,
Bereichsleiter Kommunikation & Marketing

Ansprechpartner:
Verena Loriz

Telefon: 069 7447-99785
Telefax: 069 7447-90309
E-Mail: nachhaltigkeit@dzbank.de

Redaktionsschluss:
3. November 2008

Konzept, Redaktion und Gestaltung:
Kirchhoff Consult AG

Gestalterisches Grundkonzept:
Peter Schmidt Group

Druck:
BGR Druck-Service GmbH

ERFAHREN SIE MEHR ÜBER DIE DZ BANK

GESCHÄFTSBERICHT 2007

Der Geschäftsbericht erläutert Strategie, Tätigkeit, Geschäftsentwicklung und Erfolg der DZ BANK Gruppe.
<http://www.dzbank.de/unternehmen/> > Investor Relations

AUFSICHTSRECHTLICHER RISIKOBERICHT

Im Aufsichtsrechtlichen Risikobericht finden Sie eine detaillierte Darstellung des Risikomanagementsystems sowie der aktuellen Risikolage der DZ BANK Gruppe.
<http://www.dzbank.de/unternehmen/> > Investor Relations

125 JAHRE DZ BANK

Die Jubiläumsbroschüre nimmt Sie mit auf eine Zeitreise durch das Morgen, Heute und Gestern der DZ BANK AG.
www.125-jahre-dzbank.de

WEBSITE DER DZ BANK

Auf unserer Website finden Sie aktuelle Informationen über die DZ BANK Gruppe.
www.dzbank.de

NACHHALTIGKEITSPORTAL

In unserem Nachhaltigkeitsportal informieren wir kontinuierlich über nachhaltigkeitsrelevante Themen.
www.nachhaltigkeit.dzbank.de



Dieses Print-Erzeugnis wurde auf FSC-zertifiziertem Papier gedruckt und im Rahmen der Klimainitiative des bvdm CO₂-kompensiert. Hiermit wird ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet. Mit den CO₂-Minderungs-Zertifikaten werden folgende „Gold Standard“-Projekte unterstützt: ein Windkraftprojekt in der türkischen Region Marmara, ein Windparkprojekt im indischen Bundesstaat Maharashtra sowie ein indisches Biogasanlagenprojekt.

