

Nachhaltigkeits- performance der HypoVereinsbank nach GRI

20
10

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine Institution mit dem Ziel, einen weltweit anwendbaren Leitfaden der Nachhaltigkeits-Berichterstattung zu entwickeln und zu verbreiten. Diese Bilanz enthält alle Kernindikatoren der G3-Richtlinien inklusive des GRI Sector Supplements für Finanzdienstleister. Zusätzlich machen wir Angaben zu Zusatzindikatoren, die für unsere Performance relevant sind.

Bilanz
nach
GRI

BILANZ NACH GRI

Bilanz nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine Institution mit dem Ziel, einen weltweit anwendbaren Leitfaden der Nachhaltigkeits-Berichterstattung zu entwickeln und zu verbreiten. In diesem Dokument veröffentlichen wir in einer tabellarischen Bilanz alle uns verfügbaren Informationen zu den von der GRI entwickelten Indikatoren. Dabei haben wir uns an den aktuellen Leitlinien der GRI orientiert.

Die Bilanz enthält alle Kernindikatoren der G3-Richtlinien inklusive des GRI Sector Supplements für Finanzdienstleister, das 2008 veröffentlicht wurde. Zusätzlich machen wir Angaben zu Zusatzindikatoren, die für unsere Performance relevant sind.

Die GRI hat die Anwendung der G3-Richtlinien in dieser Bilanz überprüft und das Anwendungslevel B bestätigt.

Prüfer	C	C+	B	B+	A	A+
Selbsteinschätzung			√			
Extern			-			
GRI			√			

Tabelle 1 Prüfung



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **UniCredit Bank AG (HypoVereinsbank)** ihren Bericht „Nachhaltigkeitsperformance der HypoVereinsbank nach GRI 2010“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt.

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 21. September 2011

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex".

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 30. August 2011. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Inhalt

Bilanz nach den Leitlinien der Global Reporting Initiative	2
1. Strategie und Analyse	11
1.1. Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation	11
1.2. Zentrale Nachhaltigkeitsrisiken, -chancen und -auswirkungen	11
2. Organisationsprofil	12
2.1. Name der Organisation	12
2.2. Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	12
2.3. Organisationsstruktur	12
2.4. Hauptsitz der Organisation	12
2.5. Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist und Namen der Länder, in denen Hauptbetriebsstätten angesiedelt sind	12
2.6. Eigentümerstruktur und Rechtsform	13
2.7. Bediente Märkte	13
2.8. Größe der berichtenden Organisation	14
2.9. Signifikante Änderungen bzgl. Unternehmensgröße, -struktur, Eigentumsstruktur	14
2.10. Auszeichnungen im Berichtszeitraum	14
3. Berichtsparameter	18
Berichtsprofil	18
3.1. Berichtszeitraum	18
3.2. Veröffentlichung des letzten Berichts	18
3.3. Berichtszyklus	19
3.4. Ansprechpartner für Fragen zu diesem Bericht und dessen Inhalt	19
Berichtsumfang und -grenzen	19
3.5. Prozesse zur Definition des Berichtsinhalts (u.a. Wesentlichkeit, Prioritäten)	19
3.6. Berichtsgrenzen	20
3.7. Darstellung spezieller Einschränkungen des Umfangs der Berichterstattung	20
3.8. Grundlage der Berichterstattung über Joint Ventures, Tochtergesellschaften etc.	20
3.9. Messverfahren und Basis der Datenberechnungen	20
3.10. Neuformulierungen und Änderung bei der Darstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	20
3.11. Änderungen bei der Berücksichtigung von Themen und bei den angewandten Messverfahren	20
GRI Index	21
3.12. Tabellarische Übersicht (GRI-Index)	21
Externe Prüfung	21

3.13. Externe Prüfung der Aussagen.....	21
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement.....	21
Corporate Governance	21
4.1. Führungsstruktur.....	21
4.2. Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	21
4.3. Kontrollorgan bzw. unabhängige Mitglieder der Unternehmensführung	22
4.4. Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an den Vorstand/Aufsichtsrat ...	22
4.5. Verknüpfung der Vergütung des oberen Managements mit Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	22
4.6. Verfahren der Leitungsgremien zur Vermeidung von Interessenkonflikten.....	22
4.7. Qualifikationen und Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	23
4.8. Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	23
4.9. Verfahren auf Vorstands-/Aufsichtsratsebene zur Überwachung ökologischer, ökonomischer und sozialer Chancen und Risiken	23
4.10. Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Vorstands	24
Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen	24
4.11. Umsetzung des Vorsorgeprinzips.....	24
4.12. Teilnahme an und Unterstützung von externen Initiativen	24
4.13. Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	25
Stakeholder Engagement	25
4.14. Liste der einbezogenen Stakeholdergruppen des Unternehmens	25
4.15. Grundlage für die Identifizierung der Stakeholder	26
4.16. Ansätze des Stakeholderdialogs (Art/Häufigkeit)	26
4.17. Stellungnahme zu zentralen Anliegen der Stakeholder	26
5. Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen.....	27
Managementansatz und Leistungsindikatoren.....	27
FS1. Policies mit spezifischen ökologischen und sozialen Aspekten in den Geschäftsbereichen	27
FS2. Prozesse zur Bewertung und Überprüfung von Umwelt- und Sozialrisiken in den Geschäftsbereichen	28
FS3. Prozesse zur Überwachung, ob Kunden ökologische und soziale Anforderungen umsetzen und einhalten, die Teil von Vereinbarungen oder Transaktionen sind	29
FS4. Prozess(e) zur Steigerung der Mitarbeiterkompetenz, um umweltrelevante und sozialgesellschaftliche Policies in den Geschäftsbereichen zu implementieren	29
FS5. Austausch mit Kunden und anderen Anspruchsgruppen bezüglich umweltrelevanter und gesellschaftlicher Chancen und Risiken	29
FS6. Anteil des Portfolios der Geschäftsbereiche, aufgeteilt nach Regionen, Größe (d.h. Mikrofinanzierung/KMU/Großunternehmen) und Branchen	30
FS7. Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die einen spezifischen gesellschaftlichen Nutzen erbringen sollen, nach Zielsetzung.....	31

FS8. Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die einen besonderen Umweltvorteil verschaffen sollen, nach Zielsetzung.....	31
FS9. Umfang und Häufigkeit von Audits zur Bewertung der Umsetzung ökologischer und sozialer Policies sowie Verfahren zur Risikoprüfung	32
FS10. Anteil und Anzahl von Unternehmen, die sich im Portfolio des Finanzinstituts befinden und bei denen sich die berichtende Organisation mit umweltrelevanten und gesellschaftlichen Aspekten befasst hat	32
FS11. Anteil des Anlagevermögens, das (in positiver oder negativer Weise) auf umweltrelevante oder soziale Aspekte geprüft wurde	32
FS12. Policies für Abstimmungen zu umweltrelevanten und gesellschaftlichen Themen in Gesellschaften, bei denen das berichtende Unternehmen Aktienstimmrechte besitzt oder bei der Stimmabgabe berät.....	33
Ökonomie.....	33
Ziele und Managementansatz	33
EC1. Erwirtschafteter und verteilter Wert	33
EC2. Finanzielle Auswirkungen, Risiken und Chancen aus Aktionen zum Klimaschutz*	35
EC3. Betriebliche soziale Zuwendungen sowie Pensionsverpflichtungen	36
EC4. Erhaltene staatliche Beihilfen und Subventionen	36
EC5. Gehaltsstruktur.....	36
EC6. Zahlungen an lokale Zulieferer*	36
EC7. Beschäftigung lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen	37
EC8. Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen mit vorrangiger Bedeutung für das Gemeinwohl	37
EC9. Verständnis und Beschreibung signifikanter, indirekter ökonomischer Auswirkungen und deren Ausmaß	38
Umwelt.....	38
Ziele und Managementansatz	38
EN1. Gewicht und Volumen benutzter Materialien	39
EN2. Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	39
EN3. Direkter Energieverbrauch: Vom Unternehmen eingesetzte Primärenergieträger.....	39
EN4. Indirekter Energieverbrauch: Vom Unternehmen eingesetzte Primärenergieträger	40
EN5. Eingesparte Energie mittels Energiesparprogramme und Effizienzverbesserung	40
EN6. Initiativen zur Bereitstellung von auf energieeffizienter oder erneuerbarer Energie basierenden Produkten und Dienstleistungen sowie dadurch reduzierter Energiebedarf aus diesen Initiativen	41
EN7. Initiativen zur Reduzierung indirekten Energieverbrauchs sowie erzielte Einsparungen* ...	41
EN8. Gesamter Wasserverbrauch nach Quellen	41
EN9. Auswirkungen auf Wasserquellen durch Wasserverbrauch	41
EN10. Anteil und Volumen von recyceltem bzw. wiederverwendetem Wasser	41
EN11. Flächennutzung in geschützten Gebieten	41

EN12. Wesentliche Auswirkungen von Aktivitäten in geschützten Gebieten	42
EN13. Geschützte oder wiederhergestellte Standorte	42
EN14. Strategien, Aktionen bzw. geplante Aktionen zur Kontrolle der Auswirkungen auf die Biodiversität	42
EN15. Anzahl der Arten auf der Roten Liste der IUCN und auf nationalen Listen, die ihren natürlichen Lebensraum in Gebieten haben, die von der Geschäftstätigkeit der Organisation betroffen sind, aufgeteilt nach dem Bedrohungsgrad.....	42
EN16. Direkte und indirekte Emissionen klimarelevanter Gase	42
EN17. Andere indirekte Treibhausgasemissionen, verursacht z.B. durch Geschäftsreisen und Pendeln der Mitarbeiter.....	43
EN18. Initiativen zur Reduktion von Treibhausgas-Emissionen und erzielte Reduktionen*	44
EN19. Ozonschädigende Substanzen, nach Gewicht.....	45
EN20. NOx, SOx, u.a. signifikante Luftemissionen, nach Gewicht	45
EN21. Gesamtmenge und Qualität von Abwassereinleitungen	45
EN22. Abfallmenge, nach Art und Entsorgungsmethode	45
EN23. Freisetzung von Schadstoffen wie Ölen, Chemikalien etc., nach Anzahl und Volumina ...	45
EN25. Identität, Größe, Schutzstatus und Wert für Biodiversität von Gewässern und zugehörigen Gebieten, die signifikant beeinflusst werden durch den Abfluss von Wasser	45
EN26. Initiativen zur Verringerung von Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen	45
EN27. Anteil von Produkten, deren Verpackungen wiederverwendet wurden.....	46
EN28. Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung umweltgesetzlicher Auflagen.....	46
EN29. Umwelteinfluss von Pool- und Dienstfahrzeugen	46
EN30. Gesamtausgaben und -investments für Umweltschutz, nach Art.....	46
Soziales	47
Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen	47
Ziele und Managementansatz	47
LA1. Aufschlüsselung der Belegschaft, nach Beschäftigungsverhältnissen und Regionen*	48
LA2. Mitarbeiterfluktuation, nach Altersgruppen, Geschlecht und Regionen*.....	48
LA3. Sonderzahlungen, die ausschließlich Vollzeitkräfte erhalten (nach Tätigkeiten).....	49
LA4. Mitarbeiter, die unter Tarifverträge fallen	49
LA5. Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	49
LA7. Verletzungen, Abwesenheitsquote und Todesfälle*.....	49
LA8. Prävention und Programme zur Risikokontrolle bzgl. schwerer Krankheiten	50
LA9. Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formalen Abkommen mit Gewerkschaften vorkommen	50
LA10. Aus- und Weiterbildungsstunden, nach Mitarbeiterkategorie*	50
LA11. Programme für das Fähigkeiten-Management und lebenslanges Lernen, die die dauerhafte Anstellung der Mitarbeiter und ggf. deren Ausscheiden aus dem Beruf unterstützen	51

LA12. Anteil der Mitarbeiter, die regelmäßig Leistungsbeurteilungen und Überprüfungen der beruflichen Entwicklung empfangen	51
LA13. Vielfalt des oberen Managements und Mitarbeiterstruktur*	51
LA14. Durchschnittliche Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie.....	53
Menschenrechte	53
Ziele und Managementansatz	53
HR1. Anteil und Anzahl von Investitionen mit Klauseln zu Menschenrechten oder solchen, die dahingehende Prüfungen durchlaufen sind	53
HR2. Anteil von Lieferanten und Auftragnehmern, bei denen Prüfungen zu Menschenrechtsfragen durchgeführt wurden und dazu veranlasste Maßnahmen	54
HR3. Gesamtstunden und Teilnehmeranzahl an Fortbildungen über Policies und Prozesse, die die für die Geschäftstätigkeiten relevanten Menschenrechtsaspekte betreffen	54
HR4. Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen*	54
HR5. Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko für die Vereinigungsfreiheit oder für Tarifverhandlungen und dazu ergriffene Maßnahmen	54
HR6. Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko der Kinderarbeit und dazu ergriffene Maßnahmen.....	54
HR7. Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko der Zwangsarbeit und dazu ergriffene Maßnahmen.....	55
HR8. Anteil des Sicherheitspersonals, das über Policies und Prozesse wacht, die die für die Geschäftstätigkeiten relevanten Menschenrechtsaspekte betreffen	55
HR9. Gesamtanzahl an Fällen der Verletzung der Rechte Eingeborener und dazu ergriffene Maßnahmen.....	55
Gesellschaft.....	55
Ziele und Managementansatz	55
SO1. Programme und Verfahrensweisen, die die Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten auf das Gemeinwesen bewerten und regeln	57
FS13. Zugang zu dünn besiedelten oder wirtschaftlich benachteiligten Regionen, nach Art*	57
FS14. Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu finanziellen Dienstleistungen für benachteiligte Personengruppen	57
SO2. Anteil/Anzahl der auf Korruptionsrisiko überprüften Geschäftseinheiten	58
SO3. Zur Prävention von Korruption geschulte Mitarbeiter in Prozent.....	58
SO4. Ergriffene Maßnahmen in Folge von Korruptionsvorfällen.....	58
SO5. Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying .	58
SO6. Gesamtwert der Zuwendungen an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen	59
SO7. Anzahl der Klagen, die aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung erhoben wurden und deren Ergebnisse	59
SO8. Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung gesetzlicher Bestimmungen	59
Produktverantwortung	59

Ziele und Managementansatz	59
FS15. Verantwortung hinsichtlich der Ausgestaltung und des Verkaufs von Finanzprodukten und -dienstleistungen	60
PR1. Lebenszyklusstadien, in denen Sicherheits- und Gesundheitsauswirkungen von Produkten analysiert wurden.....	60
PR2. Summe der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art und Folgen	60
PR3. Art der gesetzlich vorgeschriebenen Informationen über Produkte und Dienstleistungen und Prozentsatz der Produkte und Dienstleistungen, die solchen Informationspflichten unterliegen ..	61
PR4. Gesamtzahl der Vorfälle, in denen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen	61
PR5. Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit einschließlich der Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	61
FS16. Initiativen zur Förderung finanzspezifischer Kenntnisse nach Zielgruppen	61
PR6. Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring	61
PR7. Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring, nicht einhalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen.....	62
PR8. Gesamtzahl berechtigter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes der Kundendaten und deren Verlust	62
PR9. Höhe wesentlicher Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf die Zurverfügungstellung und Verwendung von Produkten und Dienstleistungen	62

* Die GRI-Anforderungen wurden bei dieser Auskunft teilweise erfüllt.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Prüfung.....	2
Tabelle 2 Segmentergebnisse	13
Tabelle 3 Segmentergebnisse (2).....	14
Tabelle 4 Größe der Organisation	14
Tabelle 5 Ergebnisse der Divisionen	30
Tabelle 6 Nachhaltige Zertifikate	31
Tabelle 7 Nachhaltige Produkte.....	31
Tabelle 8 Ratings der HypoVereinsbank	32
Tabelle 9 Ratings der UniCredit.....	32
Tabelle 10 Nachhaltiges Anlagevermögen	33
Tabelle 11 Erfolgswahlen der HypoVereinsbank.....	35
Tabelle 12 Papierverbrauch	39
Tabelle 13 Recyclingpapier.....	39
Tabelle 14 Energieverbrauch	40
Tabelle 15 Heizung	40
Tabelle 16 Indirekter Energieverbrauch	40
Tabelle 17 Wasserverbrauch	41
Tabelle 18 Treibhausgasemissionen	43
Tabelle 19 Geschäftsreisen	43
Tabelle 20 Indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen.....	44
Tabelle 21 Abfall	45
Tabelle 22 Fahrzeugflotte	46
Tabelle 23 Ausgaben für Umweltschutz	46
Tabelle 24 Personalstand	48
Tabelle 25 Fluktuation.....	48
Tabelle 26 Arbeitsunfälle.....	49
Tabelle 27 Weiterbildungsstunden.....	50
Tabelle 28 Mitarbeiterverteilung.....	52
Tabelle 29 Mitarbeiterstruktur	53

Es konnten keine Einträge für ein Abbildungsverzeichnis gefunden werden.

1. Strategie und Analyse

1.1. Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers der Organisation

„Vertrauen ist das wichtigste Kapital einer Bank. Es muss redlich erarbeitet und stets neu verdient werden. Die HypoVereinsbank bekennt sich zu ihrer Verantwortung und hat die Prinzipien nachhaltiger Unternehmensführung bereits vor Jahren in ihrer Strategie verankert. Wir verfolgen einen Stakeholder-Value-Ansatz und berücksichtigen die legitimen Erwartungen unserer Kunden, Mitarbeiter und Anspruchsgruppen konsequent in unserem Kerngeschäft. Geleitet werden wir dabei von der Überzeugung, dass es uns auch wirtschaftlich nützt, Werte zu leben.“

(Dr. Theodor Weimer, Vorstandssprecher UniCredit Bank AG)

1.2. Zentrale Nachhaltigkeitsrisiken, -chancen und -auswirkungen

Als Finanzdienstleister sind wir Teil der Gesellschaft und spielen eine wichtige Rolle bei der Förderung von Wachstum und Wohlstand in den Regionen, in denen wir tätig sind. Sowohl in unserem eigenen Bankmanagement als auch durch unsere Produkte und Dienstleistungen im Rahmen unseres Kerngeschäfts wollen wir einen zentralen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten:

- Im direkten Wirkungsbereich (Bankbetrieb) wollen wir unseren Verbrauch an Energie und Ressourcen weiter optimieren und die von uns verursachten Umweltbelastungen senken. Gegenüber unseren Mitarbeitern tragen wir gleichzeitig eine unmittelbare Verantwortung für ihr Wohlergehen, ihre berufliche und persönliche Weiterentwicklung sowie ein integriertes Verhalten in allen Belangen des Geschäfts.
- Indirekt haben wir über unsere Finanzierungs- und Anlageprodukte einen großen Einfluss auf eine umwelt- und sozialverträgliche sowie eine ökonomisch stabile Entwicklung. Diesen nutzen wir beispielsweise durch die Beachtung von Umwelt- und Sozialstandards bei Projektfinanzierungen, unser Angebot an nachhaltigen Geldanlagen oder die Finanzierung erneuerbarer Energien.
- Als einer der größten Projektfinanzierer weltweit tragen wir auch Verantwortung für die Nachhaltigkeitswirkungen der Projekte, die wir fördern. Ein effektives Risikomanagement und klare Richtlinien beim Umgang mit kritischen Themen wie beispielsweise der Kernenergie stellen für uns deshalb wichtige Managementinstrumente dar.
- Als großes Wirtschaftsunternehmen tragen wir nicht zuletzt eine erhebliche Verantwortung für die Entwicklung des gesellschaftlichen Umfelds in den Regionen, in denen wir geschäftlich tätig sind – als Arbeitgeber, Ausbilder, Auftraggeber und Steuerzahler sowie durch Spenden und Sponsoringprojekte.

2. Organisationsprofil

2.1. Name der Organisation

UniCredit Bank AG (im Folgenden HypoVereinsbank)

2.2. Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen

Die HypoVereinsbank (inkl. Tochtergesellschaften) zählt zu Deutschlands führenden Finanzinstituten. Zu ihren Kernkompetenzen gehören das Geschäft mit Privat- und Geschäftskunden sowie mittelständischen und großen, auch international tätigen Firmenkunden. Weitere Kernkompetenzen der HypoVereinsbank sind das Private Banking sowie das internationale Kapitalmarktgeschäft.

2.3. Organisationsstruktur

Die HypoVereinsbank ist eine Universalbank mit zahlreichen Tochtergesellschaften und Sitz in München. Seit November 2005 ist sie ein verbundenes Unternehmen der UniCredit, Rom/ Italien, und damit Teil einer der größten Bankengruppen Europas.

Die HypoVereinsbank ist nach dem Vorbild der UniCredit in die drei Divisionen Privatkunden – kleine und mittlere Unternehmen (PKMU), Private Banking (PB) sowie Corporate & Investment Banking (CIB) gegliedert. Für letztere trägt die HypoVereinsbank die konzernweite Verantwortung. Innerhalb des UniCredit-Konzerns ist die HypoVereinsbank zudem das Kompetenzzentrum für den deutschen Markt.

Den drei Divisionen der HypoVereinsbank steht die Geschäftsleitung in Form des Vorstands vor. Er leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung und entwickelt dessen strategische Ausrichtung. Der Vorstand muss seinem Kontrollorgan, dem Aufsichtsrat, regelmäßig berichten. Der Aufsichtsrat der HypoVereinsbank bestand 2010 aus 23 Mitgliedern und setzt sich zu gleichen Teilen aus Vertretern der Aktionäre und der Arbeitnehmer zusammen. Seine Aufgabe ist es, den Vorstand bei der Führung der Geschäfte zu überwachen und zu beraten.

2.4. Hauptsitz der Organisation

München, Deutschland.

2.5. Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist und Namen der Länder, in denen Hauptbetriebsstätten angesiedelt sind

Die HypoVereinsbank und ihre Tochtergesellschaften unterhalten mit rund 20.000 Mitarbeitern insgesamt 838 Geschäftsstellen in Deutschland sowie 92 Geschäftsstellen in weiteren Regionen (Stand 31.12.2010).

Die UniCredit ist einer der größten Bank- und Finanzdienstleister in Europa. Mit mehr als 160.000 Mitarbeitern und über 9.600 Geschäftsstellen (Stand 31.12.2010) nimmt sie in Deutschland, Österreich, Italien sowie in den Ländern Zentral- und Osteuropas eine marktführende Stellung ein. Insgesamt ist die UniCredit in 22 Ländern operativ tätig (www.unicreditgroup.eu/).

2.6. Eigentümerstruktur und Rechtsform

Die HypoVereinsbank (UniCredit Bank AG) entstand 1998 durch die Fusion der Bayerischen Vereinsbank AG mit der Bayerischen Hypotheken- und Wechsel-Bank AG. Sie hat ihren Sitz in München. Seit November 2005 ist sie ein verbundenes Unternehmen der UniCredit S.p.A. (UniCredit), Rom/Italien. Seit September 2008 hält die UniCredit 100 Prozent des Grundkapitals der HypoVereinsbank. Der Börsenhandel der HypoVereinsbank-Aktie wurde damit eingestellt. Die HypoVereinsbank ist aber auch weiterhin als Emittent von Fremdkapital wie zum Beispiel Pfandbriefen, Schuldverschreibungen oder Zertifikaten an Wertpapierbörsen gelistet.

2.7. Bediente Märkte

Die HypoVereinsbank und ihre Tochtergesellschaften unterhalten 838 Geschäftsstellen innerhalb von Deutschland und 92 weitere Geschäftsstellen in Österreich, Afrika, Amerika, Asien und übriges Westeuropa. Für eine detaillierte Aufstellung der Geschäftsstellen nach Regionen siehe bitte [Geschäftsbericht 2010](#), S. 187. Die HypoVereinsbank bietet Privat- und Firmenkunden, öffentlichen Einrichtungen und international operierenden Unternehmen eine umfassende Auswahl an Bank- und Finanzprodukten sowie -dienstleistungen an. Unsere Kunden betreuen wir in den Divisionen Privat- und Geschäftskunden, Private Banking und Corporate & Investment Banking.

Zum Ergebnis vor Steuern der HypoVereinsbank und Tochtergesellschaften in 2010 von 1.882 Mio. € haben die Divisionen folgende Summen beigetragen:

Segmentergebnis nach Divisionen: Beitrag der Divisionen zum Ergebnis vor Steuern der HypoVereinsbank und ihrer Tochtergesellschaften (1.882 Mio. € in 2010):	Beitrag in Mio. €		
	2008	2009	2010
Privat- und Geschäftskunden	213	29	33
Private Banking*	132	74	123
Firmen- & Kommerzielle Immobilienkunden	660	971	1.500
Markets & Investment Banking	-2.031		
Corporate & Investment Banking**			
Sonstige/Konsolidierung	431	192	226

Tabelle 2 Segmentergebnisse

* Im Jahr 2010 wurde die Division Wealth Management in die Division Private Banking umbenannt.

** Im Rahmen der strategischen Neuausrichtung der früheren Divisionen Markets & Investment Banking sowie Firmen- & Kommerzielle Immobilienkunden wurden diese im dritten Quartal 2009 erstmals in der neuen Division Corporate & Investment Banking zusammengeführt.

Bereinigt um Sonderbelastungen durch Restrukturierungsaufwendungen ergeben sich folgende Ergebnisse:

Segmentergebnis nach Divisionen: Beitrag der Divisionen zum Ergebnis vor Steuern der HypoVereinsbank und ihrer Tochtergesellschaften (1.882 Mio. € in 2010):	Beitrag in Mio. €		
	2008	2009	2010
Privat- und Geschäftskunden	213	29	33
Private Banking*	132	77	101
Firmen- & Kommerzielle Immobilienkunden	660	1.058	1.503
Markets & Investment Banking	-2.031		
Corporate & Investment Banking**			
Sonstige/Konsolidierung	431	209	208

Tabelle 3 Segmentergebnisse (2)

2.8. Größe der berichtenden Organisation

Im Jahr 2010 wies die HypoVereinsbank ein operatives Ergebnis von 3.125 Mio. € und eine Bilanzsumme von 371,9 Mrd. € aus. Das bilanzielle Eigenkapital lag zum 31.12.2010 bei 23,7 Mrd. €.

Größe der Organisation	2008	2009	2010	Einheit
Operatives Ergebnis	482,0	3.468,0	3.125,0	Mio. €
Bilanzsumme	458,6	363,4	371,9	Mrd. €
Bilanzielles Eigenkapital	23,0	23,6	23,7	Mrd. €
Mitarbeiter HypoVereinsbank und Tochtergesellschaften	24.638	18.874	19.146	Anzahl
Geschäftsstellen	852	852	838	Anzahl

Tabelle 4 Größe der Organisation

2.9. Signifikante Änderungen bzgl. Unternehmensgröße, -struktur, Eigentumsstruktur

Keine signifikanten Änderungen bis auf die Zusammenführung der Divisionen, vgl. Punkt [3.10](#).

2.10. Auszeichnungen im Berichtszeitraum

Auszeichnungen für fachliche Leistungen als Finanzdienstleister (in 2010)

Beste Bank in München (Dezember 2010): Die Zeitschrift Focus Money bewertete in bundesweit 250 Städten Filialbanken hinsichtlich ihrer Leistung in der Kundenberatung. Die HypoVereinsbank wurde bei diesem City-Contest als beste Filialbank in München ausgezeichnet.

Beste Beratung Filialbanken (Dezember 2010): Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) testete 14 regional und überregional aktive Filialbanken in punkto Service in den Bereichen Altersvorsorge, Baufinanzierung und Ratenkredit. Als Sieger ging die HypoVereinsbank hervor. Sie überzeugte durch kompetente und kommunikationsstarke Berater, der besten Altersvorsorgeberatung sowie einer der besten Kreditberatungen.

Zertifikate Award (November 2010): Bei der Vergabe der „Zertifikate Awards“ durch die Welt-Gruppe und die Zeitschrift Portfolio-Exklusiv belegte die HypoVereinsbank den ersten Platz in

der Kategorie „Renditeoptimierung Spezial“ und den zweiten Platz in der Kategorie „Partizipation Aktien-Indizes“.

Hervorragende Leistungen in der Beratungsqualität (Oktober 2010): Im Private-Banking-Test der Zeitschrift Focus Money und des Nachrichtensenders n-tv wurde die HypoVereinsbank zum vierten Mal in Folge für hervorragende Beratungsqualität ausgezeichnet.

Deutschlands Premium-Bank (September 2010): Die Beratungsqualität von sechs überregionalen Filialbanken überprüfte die Wirtschaftszeitung Handelsblatt. Die Berater der HypoVereinsbank überzeugten mit einer ehrlichen individuellen Beratung und einer guten Analyse der Bedürfnisse und belegten den ersten Platz.

Ausgezeichnetes Risiko-Rendite-Verhältnis (September 2010): Die Anlagestrategien der Fonds-Multi-Asset-Portfoliolösung HVB FirstMandat testete 2010 erneut das unabhängige Institut für Vermögensaufbau (IVA). Es bescheinigte dem HVB Private Banking dabei ein „ausgezeichnetes Risiko-Rendite-Verhältnis“.

Bestes Girokonto (April 2010): Die FMH Finanzberatung und der Nachrichtensender n.tv prämierten die HypoVereinsbank als „Beste Filialbank mit einem Filialkonto“ und als „Beste Filialbank mit einem Online-Konto“. In die Bewertung einfließen dabei die Art der Buchungsvorgänge, die Anzahl der Nutzung fremder Geldautomaten sowie die Frage, ob das Konto im Guthaben oder im Dispo geführt wird.

Beste persönliche Beratung in den Filialen (August 2010): In einer stichprobenartigen Untersuchung prüfte das DISQ 15 Kreditinstitute u.a. in den Bereichen Kundenfreundlichkeit der Internet-Seiten, Telefonberatung und persönliche Beratung. In der Kategorie „Persönliche Beratung in den Filialen“ belegte die HypoVereinsbank den ersten Platz, insgesamt erreichte sie Platz drei.

Beste Beratung Altersvorsorge (Juli 2010): Das DISQ und der Nachrichtensender n.tv bescheinigten der HypoVereinsbank die „Beste Beratung im Bereich Altersvorsorge“. Platz 1 belegte die Bank zudem in der Kategorie „persönliches Beratungsgespräch“, Platz 2 in den Kategorien „Beratungsunterlagen“ und „Bester Service“.

Deutschlands Beste Filialbank (April 2010): Bei der von der Zeitschrift Euro Finanzen beauftragten Analyse durch das Beratungsinstitut S.W.I. Finance setzte sich die HypoVereinsbank erstmals in der Kategorie „Beste Filialbank“ durch. Besonders positiv bewertet wurden dabei Fairness und Verständlichkeit der Beratung.

Immobilienfinanzierung (März 2010): Beim Test der Zeitschrift Finanztest überzeugte die HypoVereinsbank mit ihrem Kredit-Portfolio zur Immobilienfinanzierung. Im Konditionenvergleich verschiedener Finanzierungsvarianten belegte sie zweimal Platz eins, viermal Platz zwei und zweimal Platz drei.

Wohn-Riester (2009/2010): Die Bausparverträge mit Riester-Förderung der HypoVereinsbank und ihres Partners Wüstenrot landeten in den entsprechenden Tests der Zeitschriften Finanztest, Focus Money und Ökotest jeweils auf dem ersten Platz.

Auszeichnungen für fachliche Leistungen als Finanzdienstleister (vor 2010)

Bundesweiter Test der Anlageberatung (2009): In einer vom Nachrichtensender n-tv beauftragten und dem DISQ durchgeführten Untersuchung der Anlageberatung von 15 Banken belegte die HypoVereinsbank insgesamt den zweiten Platz sowie den ersten Platz innerhalb der Privatbanken. Das Ergebnis ist eine klare Bestätigung für die in der HypoVereinsbank eingesetzten strukturierten Beratungsdialoge.

Qualitätstest zur Altersvorsorgeberatung (2009): In einem Qualitätstest der Zeitschrift Wirtschaftswoche zur Altersvorsorgeberatung von Banken, Versicherungen und Finanzvertrieben belegte die HypoVereinsbank den ersten Platz.

Geprüftes Qualitätsdepot (2009): Das IVA attestierte den Portfolien des HypoVereinsbank Wealth Management zum wiederholten Male in Folge ein „ausgezeichnetes Risiko-Rendite-Verhältnis“.

Fuchs Report (2009): Mit der Beurteilung „Vermögensmanagement für gehobene Ansprüche“ erreichte das HypoVereinsbank Wealth Management die drittbeste Wertung in der Kategorie „Beratungsgespräch“. Durchgeführt hat das Ranking der Verlag Fuchs-Briefe in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Rankinginstitut firstfive AG und dem Institut für Qualitätssicherung und Prüfung von Finanzdienstleistungen (IQF).

Exzellente Beratungsleistung (2007 und 2008): Das HypoVereinsbank Wealth Management in Hamburg erhielt 2007 bei dem von der Zeitschrift Focus Money und dem Nachrichtensender n-tv bei 39 bundesweit durchgeführten Testberatungen die Bestnote „sehr gut“ und gehörte damit zu den Siegerbanken. Im Oktober 2008 wurde das Wealth Management-Team in München für eine „exzellente Beratungsleistung“ mit dem Prädikat „Besonders empfehlenswert“ prämiert. Testkriterien waren Ganzheitlichkeit, Kundenorientierung, Risikoaufklärung, Kosten, Transparenz, Portfoliostruktur, Produktumsetzung sowie Steuern. Zudem wurden die Anlagevorschläge vier Stressszenarien unterworfen, um die vorgeschlagenen Depots auf Krisensituationen zu prüfen. Der auf der Variante „Effizienz“ unserer FirstMandat-Familie basierende Anlagevorschlag wurde als hervorragend beurteilt.

Fuchs Report (2008): In der Kategorie „Top-Portfolio-Management“ belegte die HypoVereinsbank Platz zwei bei der Gesamtwertung in drei Risikoklassen. Verglichen wurden dabei über einen Zeitraum vom 36 Monaten 70 reale Depots mit unterschiedlichen Risikoausprägungen. Durchgeführt wurde der Test von Fuchs-Briefe in Zusammenarbeit mit der firstfive AG und dem IQF.

Bestes aktives Vermögensmanagement (2008): In einem Test der Zeitschrift Euro Finanzen und dem DISQ zum aktiven Vermögensmanagement belegte das HypoVereinsbank Wealth Management gemeinsam mit Sal. Oppenheim Platz drei. Kriterien waren die Qualität telefonischer und persönlicher Beratung, Risikoanalysen für ein konkretes Anlagendept sowie ein konkreter Anlagevorschlag.

Firstfive, Depotleistungsvergleich: In dem quartalsweise durchgeführten ausführlichen Depotleistungsvergleich von Firstfive erreichen die Depots der HypoVereinsbank regelmäßig gute Platzierungen mit fünf Sternen. Firstfive ist ein unabhängiges Controlling- und Rankinginstitut mit einer im Finanzdienstleistungsbereich einzigartigen Datenbank realer Depots. Es beobachtet und analysiert zudem die realen Investmententscheidungen und -

ergebnisse von über 70 führenden Banken und Vermögensverwaltungen im deutschsprachigen Raum.

Multifunktionales Konto (2008): In einem Test der Computerzeitschrift Chip zu Sicherheit und Service von 20 Online-Banken wurde die HypoVereinsbank dafür ausgezeichnet, dass sie im Rahmen ihres Willkommens-Kontos zugleich das günstigste Online-Konto anbietet. Das Preis-Leitungsverhältnis dieses multifunktionalen Kontos wurde als sehr gut beurteilt.

Beste Filial-Beratung (2008): In dem von der Zeitschrift Euro Finanzen durchgeführten Deutschlands größtem Bankentest bewerteten 106.000 Klienten ihre Geldinstitute und deren Leistung hinsichtlich Bedarfsanalyse, Problemlösungskompetenz, emotionale Kontaktqualität, Filial-Erscheinungsbild sowie Qualität des Mitarbeiterkontakts. Die HypoVereinsbank erzielte dabei den ersten Platz in der Kategorie „Beste Filial-Beratung“.

Transparenteste Bank Deutschlands (2008): Focus Money testete sechs Großbanken und sechs Direktbanken daraufhin, wie transparent sie ihre Kunden über Kosten im Wertpapiergeschäft informieren. Die HypoVereinsbank wurde dabei gleichauf mit der Commerzbank als „Transparenteste Bank Deutschlands“ ausgezeichnet.

Auszeichnungen für Vermögensverwaltung und Kundenberatung durch das HypoVereinsbank Wealth Management

Firstfive attestierte den Portfolien des HypoVereinsbank Wealth Managements zum wiederholten Male ein „ausgezeichnetes Risiko-Rendite-Verhältnis“ (Rating Q1/08).

Beim Fuchs-Briefe-Test 2007 erzielte das HypoVereinsbank Wealth Management in der Kategorie „Top-Portfoliomanagement“ Platz 2 in der Gesamtwertung in drei Risikoklassen.

In einem Test des DISQ zum aktiven Vermögensmanagement belegte das HypoVereinsbank Wealth Management 2007 den dritten Platz.

Auszeichnungen für nachhaltige Finanzdienstleistungen und nachhaltigen Bankbetrieb (2008-2010)

Lexmark Green Award (November 2010): Für die ressourcensparende Umrüstung ihres Druckerbestands erhielt die HypoVereinsbank als erstes deutsches Unternehmen den Lexmark Green Award 2010. Der Druckerhersteller vergibt den Preis als Anerkennung und zur Förderung von nachhaltigem und umweltfreundlichem Verhalten.

Best ESG Asset Manager in Italy (Juni 2010): Das Finanzmagazin World Finance zeichnete Pioneer Investments, die Assetmanagement-Tochtergesellschaft der UniCredit, für ihren Ansatz der verantwortungsbewussten Kapitalanlagen mit dem Award „Best ESG Asset Manager in Italy“ aus. Dieser kürt Branchenführer, die in der Finanz- und Geschäftswelt als Benchmark und Best Practice im Bereich ethischer Geldanlagen gelten.

Branchenführer oekom Corporate Rating (Juni 2009): Im zweijährlich durchgeführten Branchenrating Financials/Commercial Banks & Capital Markets der Nachhaltigkeits-Ratingagentur oekom research erzielte die HypoVereinsbank mit der Note B- die beste

Bewertung und gilt somit als nachhaltigste Bank weltweit. Sowohl bei den untersuchten sozialen als auch ökologischen Faktoren wurde die HypoVereinsbank als Prime klassifiziert.

Audit Beruf & Familie (Juni 2009): Für ihre Aktivitäten zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie wurde die HypoVereinsbank als erste Bank in Deutschland bereits zum vierten Mal von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung ausgezeichnet. In die Bewertung für das „audit berufundfamilie“ gingen u.a. die innovativen Arbeitszeitmodelle, das Angebot an Kinderbetreuung, das Beratungs- und Unterstützungskonzept „Eldercare“, das HypoVereinsbank Gesundheitsforum sowie die Leistungen des HypoVereinsbank Clubs ein.

Büro & Umwelt (August 2008): Beim Wettbewerb „Büro und Umwelt“ des Bundesdeutschen Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. belegte die HypoVereinsbank in der Kategorie Großunternehmen den dritten Platz. Ziel des Wettbewerbs ist es, Unternehmen stärker zu einem Ressourcen schonenden Verhalten im Büroalltag zu führen.

Finanztest Ökofonds (April 2008): Bei der Bewertung von Ökofonds durch die Zeitschrift Finanztest erzielte unser Fonds Pioneer Global Ecology die besten Ergebnisse hinsichtlich Performance und Stabilität und belegte Platz eins.

European Green Fleet Award (Juni 2008): Das GreenFleet-Magazin zeichnete die HypoVereinsbank für ihr Engagement im Bereich umweltfreundlicher Fuhrpark 2008 mit dem European Green Fleet Award in der Kategorie Großunternehmen aus.

CSR Mobilitätspreis (Juni 2008): Für ihr nachhaltiges Mobilitätskonzept erhielt die HypoVereinsbank den vom Verkehrsclub Deutschland (VCD), der Zeitschrift Der Mobilitätsmanager und dem Wirtschaftsverband B.A.U.M. e.V. ausgelobten CSR-Mobilitätspreis 2008 in der Kategorie Großunternehmen.

Wirtschaftsarchiv des Jahres (Mai 2008): Für herausragende Leistungen im Bereich historischer Unternehmenskommunikation erhielt die Abteilung Corporate History der HypoVereinsbank auf der Jahrestagung der Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare (VdW) e.V. den Preis „Wirtschaftsarchiv des Jahres 2008“.

3. Berichtsparameter

Berichtsprofil

3.1. Berichtszeitraum

Alle Zahlen in dieser GRI-Bilanz beziehen sich auf den Zeitraum vom 01.01.2010 bis zum 31.12.2010. Über diesen Berichtszeitraum hinausgehende Informationen werden jeweils mit Datum gekennzeichnet.

3.2. Veröffentlichung des letzten Berichts

Die UniCredit erstellt jährlich einen Sustainability Report auf Konzernebene, die HypoVereinsbank jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht mit Schwerpunkt auf den Nachhaltigkeitsaktivitäten in Deutschland. Die Berichte sowie ergänzende Informationen zu

Corporate Sustainability der HypoVereinsbank finden sich im Internet (www.hvb.de/nachhaltigkeit). Der aktuelle Sustainability Report der UniCredit wurde im April 2011 veröffentlicht, der aktuelle Nachhaltigkeitsbericht der HypoVereinsbank erschien am 15. Juli 2011.

3.3. Berichtszyklus

UniCredit jährlich; HypoVereinsbank seit Frühling 2010 jährlich.

3.4. Ansprechpartner für Fragen zu diesem Bericht und dessen Inhalt

Stefan Löbbert

Leiter Corporate Sustainability
HypoVereinsbank – Member of UniCredit
Stefan.Loebbert@unicreditgroup.de
+49 (0) 89 378-29765

Berichtsumfang und -grenzen

3.5. Prozesse zur Definition des Berichtsinhalts (u.a. Wesentlichkeit, Prioritäten)

Im Dialog mit unseren Anspruchsgruppen erfahren wir, welche Nachhaltigkeitsthemen sie besonders interessieren. Zu unseren Stakeholdern zählen unsere Mitarbeiter, Kunden, Aktionäre, Aufsichtsbehörden, Medien und Meinungsführer, Nichtregierungsorganisationen, Verbraucher- und Branchenverbände sowie Gewerkschaften und Betriebsräte (mehr zu unserem Stakeholder-Dialog vgl. Punkte [4.4.](#) - [4.7.](#)). Für die verschiedenen Stakeholder stellen wir in unterschiedlichen Formaten Informationen zu unserem Nachhaltigkeitsengagement zur Verfügung. Eine Übersicht dazu findet sich auf unserer Website unter dem Menüpunkt [Reporting](#).

Die Bestimmung der Stakeholder sowie der dazugehörigen Themen basiert auf dem grundsätzlichen Nachhaltigkeitsansatz der UniCredit und im speziellen auf dem Reputation Management Project. Im Rahmen des Reputation Management Project hat die UniCredit im Jahr 2009 damit begonnen jährliche Interviews auf Grundlage der international angesehenen Methodik des [Reputation Institutes](#) durchzuführen, um die Bedürfnisse und Interessen unserer Stakeholder zu identifizieren. Im Jahr 2010 wurden bereits in sieben Ländern mehr als 30.000 Interviews mit allen für unsere Tätigkeit wichtigen Stakeholdern geführt. Die Ergebnisse werden schließlich aufbereitet und in Handlungsempfehlungen und Maßnahmen niedergeschrieben.

Die hier vorliegende Bilanz basiert in diesen Zusammenhang auf konzernweite Festlegungen und richtet sich insbesondere an Analysten und das interessierte Fachpublikum. Um alle für diese Zielgruppen relevanten Informationen möglichst leicht erschließbar zu machen, berichten wir in übersichtlicher und klarer Form über unsere Nachhaltigkeits-Performance. Wir orientieren uns dabei an den internationalen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) einschließlich des Sector Supplements für Finanzdienstleister und an den Werten des Global Compact der Vereinten Nationen. Die UniCredit konnte im aktuellen UniCredit Sustainability Report 2010 die GRI-Anwendungsebene A+ realisieren.

3.6. Berichtsgrenzen

Dieser Bericht bezieht sich, soweit nicht anders dargestellt, auf die HypoVereinsbank ohne ihre Tochtergesellschaften (vgl. [Punkt 2.3.](#)). Die HypoVereinsbank stellt ihre Nachhaltigkeits-Performance in einem gedruckten Bericht dar (vgl. [Punkt 3.2.](#)) und stellt das Dokument im Internet zum Download bereit. Darüber hinaus veröffentlichen wir aktuelle Informationen zu unseren Nachhaltigkeitsaktivitäten online auf unseren Nachhaltigkeitsseiten. Das Reporting der HypoVereinsbank ergänzt die Berichterstattung der UniCredit, die jährlich einen Sustainability Report veröffentlicht und ebenfalls aktuelle Informationen zu Corporate Sustainability im Internet zur Verfügung stellt.

3.7. Darstellung spezieller Einschränkungen des Umfangs der Berichterstattung

Keine.

3.8. Grundlage der Berichterstattung über Joint Ventures, Tochtergesellschaften etc.

Dieser Bericht bezieht sich, soweit nicht anders dargestellt, ausschließlich auf die HypoVereinsbank (vgl. [Punkt 3.6.](#)). Die Tochtergesellschaften der HypoVereinsbank sind zum Teil eigenständig im Bereich Umwelt bzw. Nachhaltigkeit aktiv.

3.9. Messverfahren und Basis der Datenberechnungen

Die Erhebung der Nachhaltigkeitsdaten erfolgt mittels unserer internen Datenerfassungssysteme für Nachhaltigkeitsindikatoren, beispielsweise mit dem „HypoVereinsbank Facility Management System“ für unser Gebäudemanagement. Für die interne Freigabe der Daten ist das Corporate Sustainability-Team der HypoVereinsbank verantwortlich.

3.10. Neuformulierungen und Änderung bei der Darstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten

Im zweiten Quartal 2010 begannen wir mit der Umsetzung unseres Programms One4C (One for Clients), das eine Neusegmentierung vermögender Privatkunden sowie unserer mittelständischer Firmenkunden erforderlich machte. Insgesamt zielen wir damit auf eine konsequente Ausrichtung der Bank auf ein nachhaltiges Kundengeschäftsmodell ab und erreichen damit eine noch engere und zielgerichtete Betreuung im Sinne der Kunden. Im Rahmen des Programms wechselten im zweiten Quartal 2010 Privatkunden mit einem freien Anlagevermögen von mindestens 500.000 Euro von unserer Division Privat- und Geschäftskunden in die Division Private Banking. Ebenfalls im Rahmen von One4C erfolgte zu Jahresbeginn 2011 die Übertragung von mittelständischen Firmenkunden (Umsatz bis 50 Mio. Euro) aus der Division Corporate & Investment Banking in die Division Privat- und Geschäftskunden. Einhergehend mit der Erweiterung der Kundenbasis wurde diese zu Jahresbeginn 2011 in die Division Privatkunden – kleine und mittlere Unternehmen (PKMU) umbenannt.

3.11. Änderungen bei der Berücksichtigung von Themen und bei den angewandten Messverfahren

Im Bereich „Bankbetrieb“ war der CO₂-Umrechnungsfaktor für Strom 2010 mit 0,597 kg/kWh im Vergleich zu den Werten der letzten beiden Jahre (0,411 kg/kWh) leicht erhöht (Umrechnungsfaktor laut der GEMIS). Da die Datenerhebung eines Jahres laufend erfolgt, der

Umrechnungsfaktor aber erst später bekannt ist, mussten die Daten für 2010 mit dem Faktor aus 2009 berechnet werden. Dieser wurde von unserem Stromlieferanten berechnet.

GRI Index

3.12. Tabellarische Übersicht (GRI-Index)

Die vorgelegte GRI-Bilanz stellt eine tabellarische Übersicht dar. Den GRI-Index bildet das Inhaltsverzeichnis von Seite 3-8.

Externe Prüfung

3.13. Externe Prüfung der Aussagen

Auf Ebene des UniCredit-Konzerns wird das Nachhaltigkeits-Reporting von der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG zertifiziert. Die Berichtsinhalte der HypoVereinsbank sind in diesen geprüften Bericht eingeflossen. Die vorliegende GRI-Bilanz der HypoVereinsbank wurde von der Global Reporting Initiative selbst geprüft. Die Anwendung der G3-Richtlinien nach Level B wurde 2011 dabei bestätigt.

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement

Corporate Governance

4.1. Führungsstruktur

Die HypoVereinsbank wird von einem siebenköpfigen Vorstand geleitet, der unter der Supervision von Dr. Theodor Weimer in eigener Verantwortung die strategische Ausrichtung des Unternehmens entwickelt. Kontrolliert wird der Vorstand durch den Aufsichtsrat, deren 23 Mitglieder zum Stichtag 31.12.2010 die Arbeitnehmer- bzw. Aktionärsseite vertreten. Der Aufsichtsrat überwacht und berät den Vorstand und erteilt dem Abschlussprüfer den Prüfungsauftrag für den Jahres- und den Konzernabschluss.

Mit der Integrity Charter und dem Mission-Statement gibt der Vorstand den Werterahmen des Unternehmens vor und leitet daraus auch bereichs- oder tätigkeitsspezifische Richtlinien ab, die der Konkretisierung für die Mitarbeiter dienen. Unser Corporate Sustainability-Team etwa, das dem Vorstand in regelmäßigen Abständen direkt berichtet, pflegt sein internes und externes Netzwerk eigenverantwortlich.

4.2. Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden

Die HypoVereinsbank unterliegt dem deutschen Aktienrecht, das ein duales Führungssystem mit einem unabhängigen Aufsichtsrat als Kontrollorgan vorschreibt. Der Sprecher der Vorstands der HypoVereinsbank Dr. Theodor Weimer ist folglich nicht im Aufsichtsrat vertreten. Die Arbeit des Vorstands wird vom Aufsichtsratsvorsitzenden der HypoVereinsbank koordiniert. Während des Jahres berichtet die Geschäftsführung der HypoVereinsbank dem Aufsichtsrat laufend schriftlich und mündlich über alle relevanten Fragen der Unternehmensplanung und strategischen Weiterentwicklung, über den Gang der Geschäfte und die Lage der HypoVereinsbank und der Tochtergesellschaften einschließlich der Risikolage.

4.3. Kontrollorgan bzw. unabhängige Mitglieder der Unternehmensführung

Dieses Element ist gemäß GRI nur auf Unternehmen ohne Aufsichtsrat anwendbar. Da die HypoVereinsbank dem deutschen Aktienrecht unterliegt, gibt es ein duales Führungssystem mit einem unabhängigen Aufsichtsrat als Kontrollorgan. Somit ist dieses Element nicht relevant für die Berichterstattung der HypoVereinsbank.

4.4. Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an den Vorstand/Aufsichtsrat

Jeder Aktionär ist berechtigt, sich auf der jährlichen Hauptversammlung zu Wort zu melden und Anträge zu stellen. Unsere Mitarbeiter sind dazu aufgerufen, Ideen, Verbesserungsvorschläge und Empfehlungen jederzeit an die Unternehmensführung zu kommunizieren, beispielsweise über die jährlich durchgeführte Mitarbeiterbefragung (vgl. Punkt [4.16.](#)). Die Beiträge der Mitarbeiter können sich auf sämtliche Themen im Zusammenhang mit ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen des Unternehmens beziehen. Zusätzlich haben sie die Möglichkeit, über das Intranet direkte Fragen an die Geschäftsführung zu stellen. Diese werden regelmäßig in der Mitarbeiterzeitung „One“ beantwortet. Alle Mitarbeiter sind darüber hinaus aufgefordert, Vorschläge für Verbesserungen direkt in ihren Bereichen oder über das HVB Ideenmanagement ("Service & Idee") einzureichen. Dies gilt auch für Mitarbeiter der Funktionstöchter.

4.5. Verknüpfung der Vergütung des oberen Managements mit Erreichung von Nachhaltigkeitszielen

Die direkte Vergütung der Vorstandsmitglieder der HypoVereinsbank im Jahr 2010 besteht, wie in den Vorjahren, aus drei Komponenten und umfasst feste und variable Bestandteile: Ein Festgehalt, einen Bonus als variable Vergütung mit erfolgsbezogener Komponente (Short-Term Incentive) und einen Vergütungsbestandteil mit langfristiger Anreizwirkung (Long-Term Incentive). Im Jahr 2010 wurde bei den Short Term Incentives die Vergütungssystematik adjustiert. Die erfolgsbezogene Komponente wird einerseits nachhaltig an die Kernkapitalquote und die bereinigte Eigenkapitalrendite der UniCredit gekoppelt. Außerdem hängt ihre Höhe vom Erreichen bestimmter, mit den Vorstandsmitgliedern individuell vereinbarter Ziele ab. Die Vergütung der Aufsichtsratsmitglieder ist in §15 der Satzung der HypoVereinsbank geregelt. Die zurzeit geltende Satzungsregelung basiert auf einem Beschluss der Hauptversammlung vom 22. September 2010; die Regelungen gelten für das gesamte Geschäftsjahr 2010. (Geschäftsbericht 2010, S.225 ff.). Darüber hinaus hängt der Bonus des oberen Managements auch vom Reputations-Index der HypoVereinsbank ab (vgl. Punkt [4.10.](#)).

4.6. Verfahren der Leitungsgremien zur Vermeidung von Interessenkonflikten

Der Code of Conduct der HypoVereinsbank enthält ein eigenes Kapitel zur Vermeidung und Lösung von Interessenkonflikten.

Die Mitglieder des Aufsichtsrats sind dem Unternehmensinteresse verpflichtet. Gemäß der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats sind Interessenkonflikte dem Aufsichtsrat gegenüber deshalb offen zu legen. Zur Vermeidung etwaiger Interessenkonflikte haben auch im Jahr 2010 einzelne Aufsichtsratsmitglieder an entsprechenden Beschlussfassungen nicht teilgenommen (Geschäftsbericht 2010, S. 211ff.).

4.7. Qualifikationen und Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit

Der Vorstand wird im Bereich Nachhaltigkeit durch das Corporate Sustainability-Team beraten und unterstützt. Hierfür wurden themen- und projektspezifische Ansprechpartner im Vorstand benannt.

4.8. Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes

Die Integrity Charter der UniCredit ist die Grundlage für die Erfüllung der übergeordneten Ziele der Gruppe und ihrer Teilkonzerne und soll der Bankengruppe eine unverwechselbare Identität geben. Die Einzigartigkeit der UniCredit soll nicht nur auf exzellente Ergebnisse zurückzuführen sein, sondern auch auf unsere Fähigkeit, diese Ergebnisse so zu erzielen, dass wir dabei die Interessen all unserer Stakeholder berücksichtigen. Unsere [Integrity Charter](#) wurde entwickelt, um jene Grundsätze und Verhaltensweisen weiter zu verfestigen, die die Kunden stärker in den Mittelpunkt stellen. Sie enthält unter anderem die Selbstverpflichtung, Kundennutzen und nachhaltige Werte zu schaffen. Unsere Mitarbeiter binden wir durch Integrity Charter-Workshops und regelmäßige Meinungsumfragen ein.

Aufbauend auf die Integrity Charter setzen wir unsere weltweite Verantwortung für Umwelt, Mitarbeiter und Gesellschaft durch spezifische Managementrichtlinien um, die in dieser Bilanz unter den einzelnen Themenfeldern im Detail ausgeführt werden. Im Jahr 2010 wurde darüber hinaus das neue Leitbild der UniCredit – das Mission Statement – etabliert: „Wir, die Menschen in der UniCredit, verpflichten uns, Wert für unsere Kunden zu schaffen. Als eine führende europäische Bank bringen wir uns in den Regionen ein, in denen wir tätig sind, und schaffen ein Unternehmen, in dem wir gerne arbeiten. Wir wollen Bestleistungen erbringen und einfach und unkompliziert im Umgang sein. Auf dieser Basis schaffen wir auch für unsere Aktionäre nachhaltig Wert.“

Ergänzend hierzu besteht für die HypoVereinsbank ein Code of Conduct. Dieser Verhaltenskodex fasst bestehende Regelungen und ethische Grundsätze zusammen und legt sie verbindlich für den Vorstand und alle Mitarbeiter der Bank fest. Die HypoVereinsbank hat zum 1. Dezember 2010 eine neue Compliance-Struktur geschaffen, die die Einhaltung der gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Regelungen überwacht (Geschäftsbericht 2010, S. 221f.). Darüber hinaus hat die HypoVereinsbank im Jahr 2010 eine freiwillige Entsprechenserklärung zum [Deutschen Corporate Governance Kodex](#) abgegeben. Wir werden diesen Kodex berücksichtigen, sofern sich die Regelungen auf ein nicht-börsennotiertes Unternehmen mit nur einem Aktionär übertragen lassen (Geschäftsbericht 2010, S. 223f.).

4.9. Verfahren auf Vorstands-/Aufsichtsratsebene zur Überwachung ökologischer, ökonomischer und sozialer Chancen und Risiken

Das Corporate Sustainability-Team ist über den Leiter „Identity and Communications“ dem Sprecher des Vorstands disziplinarisch zugeordnet. Es arbeitet zudem themenspezifisch mit weiteren Vorstandsmitgliedern zusammen. Ein Beispiel für die aktive Kontrolle der ökologischen, ökonomischen sowie sozialen Chancen und Risiken durch die Führungsebene ist das Reputation Management Project. Die Ergebnisse aus der seit 2009 jährlich stattfindenden strukturierten Stakeholderbefragung führen in regelmäßigen Abständen zu Handlungsempfehlungen und konkreten Maßnahmen.

4.10. Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Vorstands

Die Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistungen des Vorstands findet über das generelle Controlling sowie durch Prüfungen externer Organisationen statt. In beiden Fällen sind die Ergebnisse aus dem Reputation Management Project maßgeblich. Dieses fragt Meinungen aller Stakeholder der Bank zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen ab. Als konkretes Ergebnis weist diese Untersuchung einen Reputations-Index der Bank aus, an den der Bonus des Vorstandssprechers Dr. Weimer direkt gekoppelt ist.

Verpflichtungen gegenüber externen Initiativen

4.11. Umsetzung des Vorsorgeprinzips

Die UniCredit unterstützt den Global Compact der Vereinten Nationen und bekennt sich dazu, die darin definierten zehn Prinzipien für nachhaltiges Wirtschaften einzuhalten und zu fördern. Im Jahr 2007 unterzeichnete die UniCredit die Erklärung der Financial Initiative des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP-FI) zum Klimawandel, die unser Bekenntnis zur Umwelt und zur nachhaltigen Entwicklung ergänzt.

Die HypoVereinsbank gehört überdies zu den Gründungsmitgliedern der 2003 verabschiedeten „Equator Principles“. Diese stellen einen verbindlichen Standard für die Berücksichtigung sozialer und ökologischer Aspekte bei der Projektfinanzierung dar. Die HypoVereinsbank hat demzufolge sehr strenge Kreditgrundsätze und wählt gewissenhaft aus, welche Projekte sie finanziert. Im Bereich Corporate & Investment Banking haben wir bereits 1998 die Einführung der strengen [Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank](#) als Mindeststandard beschlossen.

Unser Risikomanagement ist in das gruppenweite Risikomanagement der UniCredit eingebettet und wird von einer umfassenden, funktional wie organisatorisch unabhängigen Risikoüberwachung begleitet, die für die Risikoanalyse und Risikokontrolle zuständig ist. In der Projektfinanzierung findet eine sorgfältige Analyse sozialer und ökologischer Risiken nach den Performance Standards der Weltbank und nach den Equator Principles statt. Dadurch gewähren wir ein größtmögliches Maß an Sicherheit und schließen potenzielle Risiken durch die Beachtung des Vorsorgeprinzips weitgehend aus.

Für ökologisch und sozial besonders sensible Themen wie die Bereiche Nuclear & Energy oder Weapons & Defense Industry haben wir spezielle Policies entwickelt, die unseren Mitarbeitern klare Kriterien an die Hand geben. An weiteren Policies, etwa im Bereich Dams & Mining (Extractive Industries), wird gearbeitet.

4.12. Teilnahme an und Unterstützung von externen Initiativen

- Global Compact (2004 unterzeichnet durch UniCredit)
- UNEP-FI (Unterstützung durch UniCredit und HypoVereinsbank)
- UNEP-FI Regional Task Force in Central and Eastern Europe (Mitbegründer, Task Force der Finanzinitiative des UN-Umweltprogramms)
- VfU (Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten) e.V. (Vorstandsmitglied)
- Equator Principles (Mitbegründer, stellv. Vorsitz der Arbeitsgruppen „Scope Review“ und „Stakeholder Dialogue“)

- „Finanzforum: Klimawandel“ (Gründungsmitglied)
Diese Initiative führender deutscher Finanzdienstleister in Kooperation mit dem Deutschen Bundesministerium für Forschung und Bildung (BMBF) wurde 2007 auf dem 2. Klima-Forschungsgipfel gegründet. Sie hat zum Ziel, mit der Unterstützung von Forschung und Wissenschaft den operativen Umgang mit Klimarisiken zu verbessern.
- Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e.V. und Sustainability Leadership Forum (Mitglied)
B.A.U.M. e.V. ist ein Informations- und Kontakt Netzwerk für Umweltmanagement und nachhaltige Entwicklung. Das Sustainability Leadership Forum ist ein Arbeits- und Diskussionskreis von sog. Vorreitern der nachhaltigen Unternehmensentwicklung und eine Kooperation von B.A.U.M.-Mitgliedern und der Leuphana-Universität Lüneburg.
- BenE München e.V. (Gründungsmitglied)
Der Verein ist eines von weltweit 55 regionalen Kompetenzzentren für nachhaltige Entwicklung der United Nations University im Rahmen der UN-Dekade „Bildung für eine nachhaltige Entwicklung“.
- Bündnis „München für Klimaschutz“ (Gründungsmitglied), seit 2011 „München für Klimaschutz-Club“ (Mitglied)
Schlüssel-Akteure aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft in der Region München verständigen sich auf gemeinsame Ziele zum Klimaschutz und wollen über einen moderierten Informations- und Know-How-Austausch Synergieeffekte nutzen.

4.13. Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen

- Derivate Forum e.V. (Gründungsmitglied)
- Bundesverband Deutscher Banken e.V. (Mitglied)
- Verband Deutscher Pfandbriefbanken (vdp) e.V. (Mitglied)
- Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V. (Vorstandsmitglied)
- VfU (Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten) e.V. (Vorstandsmitglied)

All unsere Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensgruppen sowie anderen externen Initiativen stehen in einem konkreten Bezug zur Gesamtstrategie der HypoVereinsbank (vgl. Punkt [4.12.](#)).

Stakeholder Engagement

4.14. Liste der einbezogenen Stakeholdergruppen des Unternehmens

Wir führen mit verschiedenen Stakeholdergruppen einen engen Dialog, darunter

PRIMÄR

- Kunden
- Mitarbeiter
- Aktionäre
- Aufsichtsbehörden

SEKUNDÄR

- Medien und Meinungsführer
- Nichtregierungsorganisationen (NGO)
- Verbraucher- und Branchenverbände

- Gewerkschaften und Betriebsräte

Zudem möchten wir auch die breite Öffentlichkeit über unsere Aktivitäten transparent und glaubwürdig informieren, unter anderem durch die Veröffentlichung dieser GRI-Bilanz.

4.15. Grundlage für die Identifizierung der Stakeholder

Unsere Anspruchsgruppen (Stakeholder) geben uns wichtige Einschätzungen über Chancen und Risiken unseres Geschäfts und damit über unsere Unternehmensstrategie. Sie können in direkter Verbindung zur HypoVereinsbank stehen oder auch im weiteren Sinne als Anspruchsteller gelten und werden als solche anerkannt und einbezogen. Wir unterscheiden zwischen primären und sekundären Stakeholdern: Erstere umfassen all jene Personen und Organisationen, die essentiell für die Existenz der Bank sind. Sekundäre Stakeholder hingegen haben zwar einen Einfluss auf die Bank oder werden selbst durch das Wirken der Bank beeinflusst, berühren aber nicht deren Existenz.

Wir suchen sowohl den systematischen als auch den anlassbezogenen Dialog mit verschiedenen Stakeholdergruppen (vgl. Punkt [4.14.](#)) und beteiligen uns aktiv an diversen Stakeholderforen (vgl. Punkt [4.16.](#)).

4.16. Ansätze des Stakeholderdialogs (Art/Häufigkeit)

Durch unsere regelmäßige Geschäftsberichterstattung sowie unsere Print- und Internet-Veröffentlichungen zu Nachhaltigkeitsthemen möchten wir unsere Stakeholder umfassend über unsere Geschäftsstrategie und unsere Nachhaltigkeitsleistung informieren. Zudem treten wir über verschiedene weitere Instrumente gezielt mit unseren Stakeholdern in Kontakt. Hier einige Beispiele:

- Über regelmäßige Kundenbefragungen und Testkäufe erhalten wir detailliertes Feedback unserer Kunden, das uns hilft, unseren Servicestandard kontinuierlich zu optimieren.
- Unter dem Motto „Your Voice – Our Future“ fand auch 2010 die jährliche konzernweite Mitarbeiterbefragung statt. Dabei steigerte sich – ungeachtet der Herausforderungen des vergangenen Jahres – das Gesamtergebnis der Mitarbeiterzufriedenheit. Innerhalb der UniCredit stieg der Engagement-Index auf 73 Prozent gegenüber 70 Prozent im Jahr 2008. Bei der HypoVereinsbank nahmen 16.082 Beschäftigte an der Mitarbeiterumfrage teil.
- Der Stakeholderdialog wird sowohl auf Ebene der UniCredit als auch bei der HypoVereinsbank laufend weiterentwickelt. So beteiligte sich die HypoVereinsbank im Juli 2011 in Frankfurt/Main gemeinsam mit anderen privaten Geschäftsbanken aus dem deutschsprachigen Raum, Vertretern von Nichtregierungsorganisationen, Umwelt- und Sozialverbänden sowie der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) am Bankendialog zum Thema „Klimakiller Kohle? Für verbindliche Regeln im Kohlegeschäft“.
- Im Rahmen unseres Reputation Management Projekts fragen wir seit Herbst 2009 systematisch die Einstellungen der verschiedenen Stakeholder ab und lassen sie durch das unabhängige Reputation Institute auswerten.

4.17. Stellungnahme zu zentralen Anliegen der Stakeholder

Die ehrliche und offene Auseinandersetzung mit unseren Stakeholdern ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmensstrategien. Im Rahmen des Reputation Management Projekts (vgl. Punkt [4.16.](#)) haben wir die relevanten Themen unserer Stakeholder abgefragt.

Dabei wurden u.a. die Themen Produkte und Dienstleistungen, Governance, Citizenship (inkl. Klima), Innovation und Arbeitsplatz identifiziert. Auf diese Themen reagiert die HypoVereinsbank mit verschiedenen Maßnahmen, deren Umsetzung sich in unseren Dienstleistungen, Produkten und Dialogforen wiederfindet: Beispielsweise bieten wir seit Juni 2010 als bundesweit erster Finanzdienstleister Produktinformationsblätter bzw. -profile in allen Geschäftsbereichen an, um so höchste Transparenz bei unseren Finanzprodukten zu gewährleisten. Weiter wurde eine Online-Community für einen direkten und schnellen Dialog entwickelt sowie das Engagement beim Thema Finanzielle Allgemeinbildung verstärkt (vgl. Punkt [FS16.](#))

5. Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen Managementansatz und Leistungsindikatoren

FS1. Policies mit spezifischen ökologischen und sozialen Aspekten in den Geschäftsbereichen

Als Finanzdienstleister haben wir über unser Kerngeschäft, d.h. über unsere Finanzierungs- und Anlageprodukte sowie unsere Dienstleistungen in den Bereichen PKMU, Private Banking und Corporate & Investment Banking, einen großen Einfluss auf eine ökologisch und sozial verträgliche sowie eine ökonomisch stabile Entwicklung. Deshalb gestalten wir unser Kerngeschäft gemäß den folgenden Grundsätzen und Leitlinien:

- Unsere konzernweite [Umweltpolitik](#) legt die strategische Richtung für unser Umweltengagement in allen Geschäftsbereichen fest.
- In all unseren Geschäftsbereichen sind die in der [Integrity Charter](#) der UniCredit festgeschriebenen Werte (Fairness, Transparenz, Respekt, Gegenseitigkeit, Freiheit, Vertrauen) handlungsleitend für alle Mitarbeiter.
- Unser unternehmensweiter Code of Conduct fasst bestehende Regelungen und ethische Grundsätze zusammen und legt sie verbindlich für den Vorstand und alle Mitarbeiter der HypoVereinsbank fest.
- Im Bereich Corporate & Investment Banking hat die HypoVereinsbank bereits 1998 die Einführung der strengen [Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank](#) als Mindeststandard beschlossen. Darauf aufbauend haben wir 2003 zusammen mit anderen Banken die [Equator Principles](#) entwickelt. Dieser Kodex zur Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards bei der Finanzierung von großen Industrieprojekten ermöglicht es den beteiligten Finanzinstituten, potenzielle negative Auswirkungen von Finanzierungsprojekten auf Gesellschaft und Umwelt besser einzuschätzen, abzumildern und zu steuern.
- In Ihren "Allgemeinen Kreditgrundsätzen" hat die Bank die Kontrolle von ökologischen und sozialen Risiken im Geschäft mit Privat- und Geschäftskunden wie auch mit Firmen- und kommerziellen Immobilienkunden festgehalten. So engagieren wir uns beispielsweise nicht bei Firmen oder Projekten, die nicht den Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank oder der jeweils lokalen, nationalen und internationalen Gesetzeslage entsprechen. Um bei der Kreditvergabe oder bei Projektfinanzierungen ökologische Megatrends wie den

Klimawandel besser berücksichtigen zu können, hat die HypoVereinsbank gemeinsam mit der Nachhaltigkeits-Ratingagentur oekom research 2009 das „Handbuch Klimarisiken“ veröffentlicht und im Oktober 2010 aktualisiert.

- 1998 hat die HypoVereinsbank die [UNEP-Erklärung der Finanzinstitute zur Umwelt und zur nachhaltigen Entwicklung](#) unterzeichnet.
- 2007 hat die UniCredit die [UNEP-Erklärung der Finanzinstitute zum Klimawandel](#) unterschrieben und beschlossen, eine eigene Klimastrategie zu entwickeln. Diese bezieht alle Töchter, auch die HypoVereinsbank, mit ein.
- Um Reputationsrisiken bei Finanzierungen zu vermeiden, hat die UniCredit für sensible Bereiche wie Weapons & Defense sowie Nuclear & Energy spezielle Policies entwickelt. Aktuell wird in Zusammenarbeit mit NGOs an weiteren Policies gearbeitet, etwa zu Dams & Mining (Extractive Industries).

Ergänzende Informationen

- vgl. Kapitel [Umwelt](#)
- vgl. Kapitel [Soziales](#)
- [UNEP Finance Initiative: www.uneppi.org](http://www.uneppi.org)
- [The Equator Principles: www.equator-principles.com](http://www.equator-principles.com)

FS2. Prozesse zur Bewertung und Überprüfung von Umwelt- und Sozialrisiken in den Geschäftsbereichen

Die HypoVereinsbank verfügt über ein umfassendes, unternehmensweites System für Risikoanalyse, -überwachung und -kontrolle. Darüber hinaus gibt es im Unternehmen ein gruppenweites Monitoring von Umweltrisiken sowie von Sozial- und Reputationsrisiken.

Die von der HypoVereinsbank mitgetragenen Equator Principles sehen neben der Einhaltung der Performance Standards und der EHS Guidelines der Weltbankgruppe die Kategorisierung eines Projekts nach hohen, mittleren oder geringen Auswirkungen auf die Umwelt vor. Projekte mit hohem oder mittlerem Risiko ab einem Umfang von zehn Mio. USD verpflichten die Projektträger zur Erstellung einer Umwelt- und Sozialverträglichkeitsprüfung sowie eines Umweltmanagementplans. Den Umfang der Analyse bestimmen die festgestellten Risiken.

Zur Überprüfung von Umwelt- und Sozialrisiken gemäß den Allgemeinen Kreditgrundsätzen der HypoVereinsbank stehen unseren Kreditspezialisten im Rahmen der Kreditwürdigkeitsprüfung unter anderem Brancheninformationen und -analysen, Branchenchecklisten sowie Altlastenabfragen als Hilfsmittel zur Verfügung. Erkennen die verantwortlichen Mitarbeiter bei der Prüfung Risiken, können sie unsere Branchenspezialisten, interne Umweltexperten oder auch externe Gutachter hinzuziehen. Das Ergebnis der Prüfung ist Teil unseres internen Bonitätsratings der Unternehmen und beeinflusst somit auch die Konditionen. Hohe Risiken können sogar zu einer Ablehnung des Kreditantrags führen. Alle Projekte aus den Bereichen Corporate Finance und Real Estate Finance unterziehen wir einer Umweltgroßprüfung. Angelegenheiten im Project Finance werden teilweise auch von einem Environmental and Social Impact Assessment (ESIA) überprüft, bei dem der Prüfungsprozess zusätzlich von einem externen Gutachter begleitet wird. Pioneer Investment, die Assetmanagement-

Tochtergesellschaft der UniCredit, hat sich in Deutschland darüber hinaus der Einhaltung der Kriterien der Principles for Responsible Investments verschrieben.

Zur Finanzierung von Unternehmen in sensiblen Branchen entwickelt die UniCredit im Dialog mit externen Fachleuten und Vertretern aus Industrie und Nichtregierungsorganisationen sektorspezifische Grundsätze für die Kreditvergabe. So wurden zum Beispiel im Jahr 2010 Policies für die Industrien Weapons & Defense sowie Nuclear & Energy eingeführt. Aktuell arbeiten wir an weiteren Policies, etwa in den Bereichen Dams & Mining sowie Human Rights. Zudem beteiligt sich die HypoVereinsbank an der Weiterentwicklung der Equator Principles und erweitert den Dialog mit NGOs. Seit 2008 gibt es zusätzlich ein Country Database, in dem die Risiken in den verschiedenen Ländern hinterlegt sind.

FS3. Prozesse zur Überwachung, ob Kunden ökologische und soziale Anforderungen umsetzen und einhalten, die Teil von Vereinbarungen oder Transaktionen sind

Bei laufenden Geschäften, die einer Umweltgrobprüfung unterliegen (vgl. Punkt [FS2.](#)) werden Umweltrisiken im Zuge der Konditionenanpassung und der jährlichen Engagementbehandlung thematisiert. Stichprobenartig kommt es auch zu Überprüfungen durch Betriebsbesichtigungen, Jahresgespräche und durch das Mittelstandsrating.

FS4. Prozess(e) zur Steigerung der Mitarbeiterkompetenz, um umweltrelevante und sozial-gesellschaftliche Policies in den Geschäftsbereichen zu implementieren

Umwelt-, Sozial- und Reputationsrisiken sind Teil unserer Creditschulungen. Das Corporate Sustainability-Team ist verantwortlich für die Durchführung dieser Trainings. 2009/2010 wurden folgende Schulungen durchgeführt:

- Training „Reputation, Umwelt- und soziale Risiken im Bankgeschäft“: drei Veranstaltungen mit je ca. 17 Teilnehmern aus allen Bereichen der Bank.
- Trainings zu den Equator Principles für Projektfinanzierer fanden bereits 2009 statt und wurden 2010 fortgeführt.

Zudem stellt die HypoVereinsbank ihren Mitarbeitern im Intranet Informationsmaterialien zu Umwelt-, Sozial- und Reputationsrisiken zur Verfügung.

FS5. Austausch mit Kunden und anderen Anspruchsgruppen bezüglich umweltrelevanter und gesellschaftlicher Chancen und Risiken

Die HypoVereinsbank tauscht sich als Mitglied mehrerer Initiativen aktiv mit anderen Finanzdienstleistern und Stakeholdern über Umwelt- und Sozialthemen aus:

- [Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten \(VfU\) e.V.](#)
- [UNEP-FI](#)
- [Forum Nachhaltige Geldanlagen e.V.](#)
- [Equator Principles](#)
- [Carbon Disclosure Project](#): Die UniCredit trägt zur öffentlichen Debatte über den Klimawandel bei, indem sie seit 2007 im Rahmen des Carbon Disclosure Projects ihre Daten zum CO₂-Ausstoß veröffentlicht.
- Jährlicher Bankendialog mit den NGOs Urgewald und WWF
- Regelmäßige Kundenbefragungen

- Kindermalwettbewerb „Wer Panda liebt, der malt!“ (Sommer 2010)
- Forum zum verantwortlichen Kreditgeschäft des Instituts für Finanzdienstleistungen (IFF) e.V.

Ergänzende Informationen

- vgl. Punkte [4.14. - 4.17.](#)
- UNEP Finance Initiative: www.unepfi.org
- Forum Nachhaltige Geldanlagen: www.forum-ng.de
- The Equator Principles: www.equator-principles.com
- Carbon Disclosure Project: www.cdproject.net

FS6. Anteil des Portfolios der Geschäftsbereiche, aufgeteilt nach Regionen, Größe (d.h. Mikrofinanzierung/KMU/Großunternehmen) und Branchen

Privat- und Geschäftskunden in Mio. €	1.1.- 31.12.09	1.1.- 31.12.10	Veränderung zum Vorjahr %	
Operative Erträge	1.425	1.351	-5,19%	↘
Verwaltungsaufwand	-1.363	-1.303	4,40%	↗
Operatives Ergebnis	62	48	-22,58%	↘
Ergebnis vor Steuern	-71	33	146,48%	↗
Private Banking in Mio. €	1.1.- 31.12.09	1.1.- 31.12.10	Veränderung zum Vorjahr in %	
Operative Erträge	306	289	-5,56%	↘
Verwaltungsaufwand	-173	-168	2,89%	↗
Operatives Ergebnis	133	121	-9,02%	↘
Ergebnis vor Steuern	125	123	-1,60%	↘
Corporate & Investment Banking in Mio. €	1.1.- 31.12.09	1.1.- 31.12.10	Veränderung zum Vorjahr in %	
Operative Erträge	4.683	4.316	-7,84%	↘
Verwaltungsaufwand	-1.716	-1.770	-3,15%	↘
Operatives Ergebnis	2.967	2.546	-14,20%	↘
Ergebnis vor Steuern	931	1.500	61,12%	↗
Sonstige/Konsolidierung	1.1.- 31.12.09	1.1.- 31.12.10	Veränderung zum Vorjahr in %	
Operative Erträge	516	602	16,67%	↗
Verwaltungsaufwand	-210	-192	-8,57%	↗
Operatives Ergebnis	306	410	33,99%	↗
Ergebnis vor Steuern	281	226	-19,57%	↘

Tabelle 5 Ergebnisse der Divisionen

Details zur Entwicklung der Divisionen sind im [Geschäftsbericht 2010, S. 125ff.](#) nachzulesen.

FS7. Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die einen spezifischen gesellschaftlichen Nutzen erbringen sollen, nach Zielsetzung

Wir wollen, dass unsere Produkte generell für jedermann zugänglich sind. Dazu gehört auch, Minderheiten in der Bevölkerung keinesfalls vom (finanziellen) Geschehen auszuschließen. Unsere ecKarten etwa sind mit Blindenschrift versehen, sodass der Umgang mit ihnen für Sehbehinderte erleichtert ist.

Des Weiteren unterstützt die HypoVereinsbank gemeinnützige Organisationen mit einem Teilerlös aus dem Verkauf von ecKarten. Diese sind mit lokalen Stadtmotiven versehen und für sieben Euro erhältlich. In Nürnberg gehen pro ausgegebener Karte seit Februar 2009 zwei Euro an den Verein Lebenshilfe Nürnberg e.V. Eine ähnliche Kooperation besteht in Würzburg mit der ARGE Jugendhilfe. Dieses Modell ist Vorbild für kommende Projekte, bei denen die HypoVereinsbank Geschäftsaktivitäten und gesellschaftliches Engagement in Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen verzahnt.

Darüber hinaus bieten wir im Rahmen unseres Kerngeschäfts auch nachhaltige Zertifikate an:

HypoVereinsbank Nachhaltige Zertifikate nach Divisionen in Mio. €	2008	2009	2010
Privat- und Geschäftskunden	0,43	121,7	*
Wealth Management	4,11	14,6	*
Firmen- & Kommerzielle Immobilienkunden	0,5	1,6	*
Markets & Investment Banking	0,01	0	*

Tabelle 6 Nachhaltige Zertifikate

* Die Daten für das Jahr 2010 können aufgrund der EuroSIG-Umstellung, einem großen europäischen EDV-Projekt im letzten Jahr, bislang noch nicht dargestellt werden. Sobald sie vorliegen, werden sie in der Aufstellung ergänzt. Wir erwarten für 2010 aber einen deutlichen Anstieg gegenüber dem Vorjahr.

Ergänzende Informationen auf der Website der HypoVereinsbank:

- [Übersicht Nachhaltige Geldanlagen](#)
- [Finanzierung erneuerbarer Energien](#)

FS8. Geldwert von Produkten und Dienstleistungen, die einen besonderen Umweltvorteil verschaffen sollen, nach Zielsetzung

Nachhaltige Bankprodukte	2008	2009	2010	Einheit
Volumen Projektfinanzierungen „regenerative Energien“	2,8	2,5	*	Mrd. €
Volumen Sonderkredite für Umweltinvestitionen – Neugeschäft	602,0	525,0	*	Mio. €
Assets under Green Management	2.197,0	2.358,0	*	Mio. €
Volumen nachhaltige Zertifikate	145,8	137,9	*	Mio. €
Volumen nachhaltige Fonds	1.154,0	1.209,0	*	Mio. €
Volumen nachhaltige Vermögensverwaltung	319,0	338,0	*	Mio. €
Anteil nachhaltige Vermögensverwaltung an Assets under Green Management	15,0	14,3	*	%

Tabelle 7 Nachhaltige Produkte

* Die Daten für das Jahr 2010 können aufgrund der EuroSIG-Umstellung, einem großen europäischen EDV-Projekt im letzten Jahr, bislang noch nicht dargestellt werden. Sobald sie vorliegen, werden sie in der Aufstellung ergänzt. Wir erwarten für 2010 aber einen deutlichen Anstieg gegenüber dem Vorjahr.

FS9. Umfang und Häufigkeit von Audits zur Bewertung der Umsetzung ökologischer und sozialer Policies sowie Verfahren zur Risikoprüfung

Die HypoVereinsbank zählt seit Jahren zu den Branchenführern in Sachen Nachhaltigkeit. Dies bestätigt ihre langfristige Listung in den führenden Nachhaltigkeits- und Ethik-Indizes *DOW Jones Sustainability Indexes* und *FTSE4Good*. Als hundertprozentige Tochter der UniCredit ist die HypoVereinsbank dort nicht mehr gelistet. Von Rating-Agenturen wird die HypoVereinsbank im Bereich Nachhaltigkeit aber weiterhin eigenständig und sehr positiv bewertet.

Diese Erfolge sind ein weiterer Ansporn für unser zukünftiges Engagement.

Aktuelle Ratings der HypoVereinsbank

Ratingagentur/Investor	Bewertung	Jahr
oekom research	B- / prime (Platz 1 von 65 Banken)	2009
EIRIS/imug (Pfandbrief-Rating)	Teilnahme (unter Top 30 von 120)	2010

Tabelle 8 Ratings der HypoVereinsbank

Aktuelle Ratings der UniCredit

Ratingagentur/Investor	Bewertung	Jahr
oekom research	C / prime	2009
FTSE4Good Europe/Global	gelistet	2010
Carbon Disclosure Project	75 (Skala 0 bis 100)	2010

Tabelle 9 Ratings der UniCredit

FS10. Anteil und Anzahl von Unternehmen, die sich im Portfolio des Finanzinstituts befinden und bei denen sich die berichtende Organisation mit umweltrelevanten und gesellschaftlichen Aspekten befasst hat

Keine Angabe.

FS11. Anteil des Anlagevermögens, das (in positiver oder negativer Weise) auf umweltrelevante oder soziale Aspekte geprüft wurde

Anlageformen	2008	2009	2010	Einheit
Assets under Green Management	2.197,5	2.357,9	*	Mio. €
Volumen Nachhaltige Vermögensverwaltung ¹	380,5	338,2	*	Mio. €
Anteil Nachhaltige Vermögensverwaltung an Assets under Green Management	14,5	14,3	*	%

Tabelle 10 Nachhaltiges Anlagevermögen

¹ Die Zahlen beziehen sich auf alle nachhaltigen Produkte (konzern eigen und konzernfremd) der HypoVereinsbank-Kundendepots.

* Die Daten für das Jahr 2010 können aufgrund der EuroSIG-Umstellung, einem großen europäischen EDV-Projekt im letzten Jahr, bislang noch nicht dargestellt werden. Sobald sie vorliegen, werden sie in der Aufstellung ergänzt. Wir erwarten für 2010 aber einen deutlichen Anstieg gegenüber dem Vorjahr.

Das nach Sozialaspekten bewertete Anlagevermögen kann nicht quantifiziert werden, da soziale Bewertungskriterien meist nur einen Bestandteil der weiter gefassten Bewertung der nachhaltigen Anlageprodukte ausmachen.

FS12. Policies für Abstimmungen zu umweltrelevanten und gesellschaftlichen Themen in Gesellschaften, bei denen das berichtende Unternehmen Aktienstimmrechte besitzt oder bei der Stimmabgabe berät

Es gibt derzeit keine Policies. Allerdings geben das Mission Statement, die Integrity Charter und der Code of Conduct wichtige Richtlinien für jedes Vorgehen im Unternehmen vor. Darunter fällt natürlich auch die Ausübung von Stimmrechten. Das Angebot eines Engagement-Service wird diskutiert.

Ökonomie

Ziele und Managementansatz

Unser Ziel ist ein nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum. Deshalb verknüpfen wir unser gesundes Gewinnstreben mit klaren Werten: Gewinne müssen auf der Basis einer Integrität erzielt werden, die dazu beiträgt, unser Ansehen intern und extern zu stärken und kontinuierlich zu verbessern. Damit gewährleisten wir auch die wirtschaftliche Nachhaltigkeit unserer Aktivitäten.

Ein wichtiges Steuerungssystem für die ökonomische Nachhaltigkeit der HypoVereinsbank stellt unser Risikomanagementsystem dar, das die Vermeidung von ökologischen, sozialen und Reputationsrisiken einschließt (vgl. Punkt [4.11.](#)).

Policies

- [Integrity Charter](#) der UniCredit (gilt für alle Länder und Gesellschaften)
- Allgemeine Kreditgrundsätze der HypoVereinsbank
- Spezielle Policies der UniCredit für sensible Industrien (vgl. [FS1](#)).

Ergänzende Informationen auf der Website der HypoVereinsbank

- [Berichte & Finanzdaten](#): Geschäftsberichte und Zwischenberichte inklusive Bilanzen und Gewinn- und Verlustrechnungen sowie die Segmentberichte

EC1. Erwirtschafteter und verteilter Wert

Das operative Ergebnis der HypoVereinsbank sank im Berichtsjahr von 3.468 Mio. € (2009) auf 3.125 Mio. €. Gleichzeitig stieg die Bilanzsumme zum 31.12.2010 auf 371,9 Mrd. €, das

bilanzielle Eigenkapital betrug 23,67 Mrd. €. Die HypoVereinsbank hat damit 2010 einen Gewinn von 1.728 Mio. € auszuweisen. Das Ergebnis je Aktie belief sich auf 2,12 €.

Geschäftszahlen der HypoVereinsbank	2008	2009	2010
Personalaufwand in Mio. €	1.961,00	1.822,00	1.756,00
Operatives Ergebnis in Mio. €	453,00	3.468,00	3.125,00
Ergebnis vor Steuern in Mio. €	-595,00	1.266,00	1.882,00
Gewinn in Mio. €	-671,00	884,00	1.728,00
Ergebnis je Aktie in €	-0,84	1,02	2,12
Bilanzzahlen der HypoVereinsbank	2008	2009	2010
Bilanzsumme in Mrd. €	458,60	363,40	371,9
Bilanzielles Eigenkapital in Mrd. €	23,00	23,60	23,67
Gewinn in Mio. €	-671,00	884,00	1.728,00
Ergebnis je Aktie in €	-0,84	1,02	2,12
Personalaufwand in Mio €	2008	2009	2010
Löhne und Gehälter	1.650,00	1.514,00	1.473,00
Soziale Abgaben	232,00	211,00	215,00
Altersversorgung und Unterstützung	79	97	68,00
Gesamt	1.961,00	1.822,00	1.756,00
Spenden und Community Investments in €	2008	2009	2010
Soziale Einrichtung		557.005	490.029
Kulturelle Einrichtung		1.785.500	3.476.132
Kirche		32.000	32.000
Kunst und Musik		5.000	904.600

Sport		28.900	20.300
Nachwuchsförderung		30.790	-
Verschiedenes		12.300	2.800
Wissenschaft		190.000	157.400
Bildung		21.500	6.400
Umwelt		5.000	33.000
Gesamt		2.667.995	5.152.761*

Tabelle 11 Erfolgswahlen der HypoVereinsbank

* inklusive Sponsoring

Der Personalaufwand für die HypoVereinsbank und ihre Tochtergesellschaften konnte im Berichtsjahr – nicht zuletzt durch konsequentes Kostenmanagement – auf 1.756 Mio. € gesenkt werden (2009: 1.822 Mio. €).

EC2. Finanzielle Auswirkungen, Risiken und Chancen aus Aktionen zum Klimaschutz*

Der Klimawandel birgt für die Weltgemeinschaft nicht nur enorme ökologische, sondern ebenso ökonomische Risiken. Als Finanzierer großer internationaler Infrastrukturprojekte sind wir uns dieser Risiken bewusst und beziehen sie in unsere Risikoanalyse ein. Effektiver Klimaschutz bedeutet für die HypoVereinsbank, Risiken einzudämmen und zugleich wirtschaftliche Chancen zu nutzen. Im direkten Bankbetrieb arbeiten wir an Effizienzsteigerungen, um unsere CO₂-Emissionen zu senken und so dem Klimawandel entgegenzutreten.

Auch unsere Entscheidungen im Kreditgeschäft und im Asset Management werden zunehmend von der Frage beeinflusst, wie sich ein Unternehmen auf Klimaveränderungen vorbereitet. Dafür hat die HypoVereinsbank gemeinsam mit der Nachhaltigkeits-Ratingagentur oekom research 2009 erstmals die Klimarisiken von 35 Branchen analysiert und bewertet. Das im Oktober 2010 aktualisierte „Handbuch Klimarisiken“ basiert auf dem von oekom research entwickelten „Industry Climate Risk Index“.

Die HypoVereinsbank ist einer der größten Finanzierer von erneuerbaren Energien. Bei der Finanzierung von klimaschonenden Projekten können sich unsere Kunden in bundesweit neun Kompetenzzentren von speziell ausgebildeten Mitarbeitern der HypoVereinsbank beraten lassen. Darüber hinaus beteiligen wir uns bereits seit 2005 am Emissionshandel der Europäischen Union und bieten dazugehörige Dienstleistungen an, um marktgerechte Mechanismen für den Klimaschutz weiter voranzubringen.

Die UniCredit ist 2009 eine internationale strategische Partnerschaft mit der Umweltschutzorganisation WWF eingegangen, um Umwelt- und Klimathemen im Konzern weiter voranzutreiben. Ziel des so genannten „Green Deal“ mit dem WWF ist es, die CO₂-Emissionen der Bank bis 2020 um 30 Prozent zu reduzieren. Zu den dafür beschlossenen umfangreichen Maßnahmen zählen die Einführung von betrieblichen Klimaschutzrichtlinien

sowie konkrete Projekte, die sowohl den direkten Bankbetrieb als auch die finanzierten Emissionen im Kredit- und Anlagegeschäft betreffen.



EC3. Betriebliche soziale Zuwendungen sowie Pensionsverpflichtungen

Unsere Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen beinhalten die betriebsinternen Direktzusagen für eine betriebliche Altersversorgung der Mitarbeiter der HypoVereinsbank-Gruppe. Sie beliefen sich 2010 auf 51 Mio. € (2009: 50 Mio. und 2008: 104 Mio. €). Die Höhe dieser Rückstellungen lässt sich nur für die HypoVereinsbank und ihre Tochtergesellschaften angeben, da der Jahresabschluss der HypoVereinsbank nach dem Handelsgesetzbuch diese Rückstellungen nicht ausweist (Geschäftsbericht 2010, S. 154f.).

EC4. Erhaltene staatliche Beihilfen und Subventionen

Trotz der Finanzkrise hat es die HypoVereinsbank 2010 auch ohne staatliche Hilfen geschafft, erfolgreich zu wirtschaften.

EC5. Gehaltsstruktur

Mitarbeiter der HypoVereinsbank erhalten ein Gehalt, das in jedem Fall den Mindestmonatsgehaltssätzen gemäß dem jeweils anzuwendenden Gehaltstarifvertrag für das private Bankgewerbe entspricht. Die Verträge und Vergütungen orientieren sich an der individuellen Aufgabenstellung (Verantwortung), der Berufserfahrung und Leistung sowie dem jeweiligen Marktgefüge. Selbstverständlich werden Frauen und Männer bei gleicher Eignung gleich entlohnt.

EC6. Zahlungen an lokale Zulieferer*

Als großes Wirtschaftsunternehmen spielen wir auch als Einkäufer eine wichtige Rolle in der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung unserer Standorte. Wir sind stolz auf unsere regionalen Wurzeln und wollen die Regionen, in denen wir tätig sind, auch durch unseren Einkauf fördern.

Ein Beispiel: Neben der Gästebewirtung bei Veranstaltungen sorgt die HypoVereinsbank-Tochter Food & More auch für den Betrieb von sechs Mitarbeitercasinos (jeweils etwa 5.000 Essen pro Tag) und zwei Gästecasinos in München und Hamburg. Das Unternehmen bietet dabei auch Bio-Gerichte gemäß dem Standard *BIO nach EG-Öko-Verordnung* an. Bei der Auswahl der Lebensmittel und ihrer Lieferanten werden regionale Partner und saisonale Produkte bevorzugt.

Außerdem unterstützt die HypoVereinsbank lokale Behinderten-Werkstätten. Sie beauftragen wir beispielsweise mit dem Druck von Visitenkarten für unsere Mitarbeiter.

Zur Bündelung der ökologischen und sozialen Zielsetzungen und Aktivitäten der internationalen Beschaffungsabteilung verabschiedete die UniCredit im September 2010 eine Green & Social Procurement Policy. Sie sieht für größere Anschaffungen ein standardisiertes Verfahren vor. Dabei müssen Anbieter beispielsweise in Fragebögen ihr Umweltmanagement darlegen, ihre sozial- und arbeitsrechtlichen Grundsätze benennen und ihre Aussagen mit Dokumenten belegen. Auf diese Weise wollen wir die Umweltbelastungen entlang unserer vorgelagerten Lieferkette verringern.

EC7. Beschäftigung lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen

Unsere Personalauswahl und -entwicklung orientiert sich an allen Standorten ausschließlich an der fachlichen Qualifikation, dem Entwicklungspotential und der individuellen Leistung von Bewerbern und Mitarbeitern.

EC8. Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen mit vorrangiger Bedeutung für das Gemeinwohl

Die HypoVereinsbank unterstützt seit Jahren viele soziale Einrichtungen, Projekte und gemeinnützige Initiativen. Damit leisten wir einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung in den Regionen, in denen wir tätig sind und vertiefen den Kontakt zu lokalen Anspruchsgruppen. Ein Beispiel ist unsere traditionelle Weihnachtsspende: Im Dezember 2010 wurden wieder 70 Organisationen ausgewählt und die Gesamtsumme der Spende von 80.000 € entsprechend aufgeteilt. Im Rahmen unseres Gift Matching-Programms, bei dem wir private Spenden um einen vergleichbaren Betrag aufstocken, kooperieren wir mit der UniCredit-Foundation. Diese leistete 2010 einen Zuschuss von 90 Prozent zu der von unseren Mitarbeitern gespendeten Summe von 140.000 €. Zugute kam das Geld Organisationen und Einrichtungen, die sich in den Bereichen Ausbildung und Integration von Menschen mit Migrationshintergrund oder körperlichen bzw. geistigen Einschränkungen, Hilfe in medizinischer, familiärer oder sozialer Not, Entwicklungshilfe oder Umwelt engagieren. Bei der Auswahl der Organisationen wurden erstmals die Geschäftsbereiche der einzelnen Regionen einbezogen, so dass das Know-how vor Ort genutzt werden konnte.

Weitere Informationen zu unserem gesellschaftlichen Engagement – beispielsweise zu unseren Migrationsprojekten – finden Sie im [Corporate Citizenship-Flyer](#) und dem [aktuellen Nachhaltigkeitsbericht der HypoVereinsbank](#).

Einen zentralen Beitrag zum Gemeinwohl leistet die HypoVereinsbank durch die Förderung von Kunst und Kultur. Neben unserer umfassenden Kunstsammlung, die wir über verschiedene Maßnahmen der Öffentlichkeit zugänglich machen, gehören wir zu den Förderern der großen Musikfestspiele in Bayreuth, München und Salzburg sowie kleinerer, regionaler Festivals.

Damit verbinden wir unser Anliegen, die kulturelle Vielfalt Europas zu erhalten und zu fördern. Ein weiterer Schwerpunkt unseres kulturellen Engagements ist die Nachwuchsförderung, insbesondere durch den „Förderpreis Deutscher Film“ und das bundesweite Kulturförderprogramm „Jugend kulturell“.

Die 1983 gegründete [Hypo-Kulturstiftung](#) widmet sich der Förderung kultureller Vorhaben und Einrichtungen und ist außerdem Trägerin einer Kunsthalle in der Münchner Innenstadt, in der regelmäßig Ausstellungen gezeigt werden.

EC9. Verständnis und Beschreibung signifikanter, indirekter ökonomischer Auswirkungen und deren Ausmaß

Als große Organisation und aktiver Teilnehmer an der globalen Wirtschaft sind die indirekten ökonomischen Auswirkungen der Aktivitäten der HypoVereinsbank weitreichend. Durch Hochschulförderung in Form von Spenden und Unterstützung von wissenschaftlichen Instituten steigern wir indirekt das Bildungslevel der Bevölkerung und unterstützen Forschung und Entwicklung. Indirekt tragen wir auch durch unser Employee Volunteering-Programm (vgl. Punkt [HR9.](#)) zu einer positiven ökonomischen Entwicklung bei. Die tatkräftige ehrenamtliche Mitarbeit unserer Kollegen erlaubt es den sozialen Kooperationspartnern, zusätzliche sinnvolle Projekte zu initiieren oder weiterzuverfolgen. Den gleichen Effekt erzielen die Spenden für gemeinnützige Organisationen, die wir in diesem Zusammenhang leisten. Durch die innovative Gestaltung des Caterings an zwei unserer Standorte (Augsburg und Nürnberg) haben wir es Menschen mit Behinderung ermöglicht, einen begehrten Arbeitsplatz auf dem ersten Arbeitsmarkt zu finden.

Umwelt

Ziele und Managementansatz

Klimaschutz ist für uns gleichermaßen Geschäftsfeld wie Aufgabe. Mit der Unterstützung unserer Kunden bei ökologisch wie ökonomisch sinnvollen Investitionen betätigen wir uns in einem kontinuierlich wachsenden Marktsegment. Auch im Bankbetrieb achten wir auf einen sparsamen Verbrauch von Ressourcen und auf Energieeffizienz. Mit einem nach ISO 14 001 zertifizierten Umweltmanagementsystem steuern wir bereits seit 2006 unsere betrieblichen Umweltleistungen und –ziele. Durch die Verbesserung unserer eigenen Energieeffizienz sparen wir nicht nur Kosten und CO₂-Emissionen, sondern positionieren uns auch glaubwürdig innerhalb dieses Marktsegments. Ziele sind somit einerseits, unsere Kunden verstärkt beim Emissionshandel, bei ökologisch anspruchsvollen Anlageprodukten und mithilfe von Sonderkrediten bei ökologischen Investitionen zu unterstützen und andererseits unser konzernweites Klimaziel, eine 30 prozentige Reduktion unserer Treibhausgase bis 2020, zu erreichen.

Grundsätze und Leitlinien

- Unsere konzernweite [Umweltpolitik](#) legt die strategische Richtung für unser Umweltengagement in allen Geschäftsbereichen fest.
- 1998 hat die HypoVereinsbank die [UNEP-Erklärung der Finanzinstitute zur Umwelt und zur nachhaltigen Entwicklung](#) unterzeichnet.

- 2007 hat die UniCredit die [UNEP-Erklärung der Finanzinstitute zum Klimawandel](#) unterschrieben und beschlossen, eine eigene Klimastrategie zu entwickeln. Diese bezieht alle Töchter, auch die HypoVereinsbank, mit ein.

Ergänzende Informationen

- vgl. Kapitel [Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen](#)
- Fehler! Hyperlink-Referenz ungültig.: www.unepfi.org

EN1. Gewicht und Volumen benutzter Materialien

Im Bankbetrieb ist Papier ein wichtiger Rohstoff. Sowohl unser absoluter Papierverbrauch als auch der pro-Kopf-Verbrauch ist in den vergangenen Jahren gesunken.

Papierverbrauch	2008	2009	2010
Absoluter Papierverbrauch in kg	918.471	866.216	759.000
Papierverbrauch pro Mitarbeiter (kg/capita)	45	45	41

Tabelle 12 Papierverbrauch

EN2. Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz

Wir verwenden ausschließlich Büropapier, das von angesehenen Institutionen hinsichtlich seiner Umweltverträglichkeit zertifiziert wurde. Über 17 Prozent unseres Bedarfs decken wir mit Recycling-Papier. Dieses ist stets mit dem Blauen Engel gekennzeichnet. Unser weißes Büropapier ist chlorfrei gebleicht (TCF/ECF) bzw. nach FSC-Richtlinien (Forest Stewardship Council) zertifiziert.

Nutzung von Recyclingpapier	2008	2009	2010
Verbrauch Recyclingpapier (post-consumer recycled) in kg	206.352	133.132	129.693
Anteil Recyclingpapier (post-consumer recycled) in %	23,0	15,4	17,1

Tabelle 13 Recyclingpapier

EN3. Direkter Energieverbrauch: Vom Unternehmen eingesetzte Primärenergieträger

Als Finanzinstitut ist aus Umweltsicht vor allem der Energieverbrauch unserer Häuser und Filialen relevant. Ausschlaggebend für ein effizientes Energiemanagement unserer Standorte sind die Gebäudearchitektur und die technische Ausstattung der Bürogebäude. Bei Bau- und Sanierungsmaßnahmen achten wir deshalb auf niedrige Betriebs- und Energiekosten sowie weitere ökologische Aspekte.

Zudem stellen wir gemäß der gesetzlichen Regelungen für jedes Gebäude, das wir seit 2008 verkaufen oder leasen, einen Energiepass zur Verfügung.

Der gesamte Energieverbrauch der HypoVereinsbank (einschließlich Fernwärme und Elektrizität) in MWh kann der folgenden Tabelle entnommen werden:

Gesamter Energieverbrauch (Gesamtmenge an Strom und Wärme)	2008	2009	2010
Absoluter gesamter Energieverbrauch (MWh)	291.403	298.089	302.661
Absoluter gesamter Energieverbrauch (GJ)	1049050.8	1073120.4	1089579.6
Energieverbrauch pro Mitarbeiter (kWh)	14.296	14.916	15.808
Energieverbrauch pro Mitarbeiter (MJ)	51465.6	53697.6	56908.8

Tabelle 14 Energieverbrauch

Zur Heizung eingesetzte Energieträger	2009			2010		
	kWh	GJ	Anteil an ges. Heizung	kWh	GJ	Anteil an ges. Heizung
Fernwärme	106.646.931	383928.9	73,0%	108.226.501	389615.4	70,2%
Gas	36.522.922	131482.5	25,0%	42.266.320	152158.8	27,4%
Öl	2.921.834	10518.6	2,0%	3.607.371	12986.5	2,3%

Tabelle 15 Heizung

EN4. Indirekter Energieverbrauch: Vom Unternehmen eingesetzte Primärenergieträger

Seit 2010 entstammt unser eingekaufter Strom zu hundert Prozent aus erneuerbaren Energiequellen.

Indirekter Energieverbrauch nach Primärenergieträger und Anteil am eingekauften Strom (in %)	2008	2009	2010
Elektrizität aus erneuerbaren Ressourcen (in kWh)	31.667.391,0	24.149.484,1	141.517.518
Elektrizität aus erneuerbaren Ressourcen (in GJ)	114002.6	86938.1	509463.1
	21%	21%	100%
Elektrizität aus fossilen Quellen (in kWh)	76.906.502,0	58.648.747,1	0
Elektrizität aus fossilen Quellen (in GJ)	276863.4	211135.5	
	52%	51%	
Elektrizität aus Kernenergie (in kWh)	39.773.188,0	32.199.312,1	0
Elektrizität aus Kernenergie (in GJ)	143183.5	115917.5	
	27%	28%	

Tabelle 16 Indirekter Energieverbrauch

EN5. Eingesparte Energie mittels Energiesparprogramme und Effizienzverbesserung

Laufende Energieeffizienzmaßnahmen hatten 2010 Einsparungen in Höhe von sieben Prozent beim Stromverbrauch zur Folge. Dagegen ist unser absoluter Heizenergieverbrauch im

Vergleich zum Vorjahr um acht Prozent gestiegen. Das lässt sich mit dem kalten Winter 2009/2010 erklären. Insgesamt ist damit unser Gesamtenergieverbrauch (Strom und Heizung) der Jahre 2009 und 2010 nahezu identisch.

EN6. Initiativen zur Bereitstellung von auf energieeffizienter oder erneuerbarer Energie basierenden Produkten und Dienstleistungen sowie dadurch reduzierter Energiebedarf aus diesen Initiativen

- [Finanzierung erneuerbarer Energien](#)
- [Beratung vom KMUs zu Energieeffizienz in Kooperation mit B.A.U.M. Consult](#)
- [Emissionshandel](#)

EN7. Initiativen zur Reduzierung indirekten Energieverbrauchs sowie erzielte Einsparungen*

Der indirekte Energieverbrauch bezieht sich in erster Linie auf Geschäftsreisen. Ressourceneinsparungen erzielt die HypoVereinsbank durch folgende Maßnahmen:

- Dienstreiseersatz durch Telefon- und Videokonferenzen
- Angebot von Dienstfahrrädern am Standort München
- Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel in Innenstädten bei Dienstreisen ist vorgeschrieben
- Einsatz benzinsparender Poolfahrzeuge (Limit des CO₂-Ausstoßes bei 100g/km für Neuanschaffungen)
- Seit 1. Januar 2010 werden alle Bahnfahrten CO₂-neutral durchgeführt
- Angebot vergünstigter Jahreskarten für die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs in München, Nürnberg und Hamburg

EN8. Gesamter Wasserverbrauch nach Quellen

Wasserverbrauch	2008	2009	2010*
Gesamtverbrauch von Trinkwasser (m ³)	317.949	338.208	385.369
Gesamtwasserentnahme pro Mitarbeiter (m ³ /capita)	16	17	20

Tabelle 17 Wasserverbrauch

* geänderte Berechnungsmethode ab 2010

EN9. Auswirkungen auf Wasserquellen durch Wasserverbrauch

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

EN10. Anteil und Volumen von recyceltem bzw. wiederverwendetem Wasser

Derzeit wird kein recyceltes Wasser verwendet. Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur ist dies bei dem verhältnismäßig geringen Wasserverbrauch eines Finanzdienstleisters im Vergleich zum produzierenden Gewerbe nicht relevant.

EN11. Flächennutzung in geschützten Gebieten

Die Standorte der HypoVereinsbank und ihrer Töchter liegen nicht in Naturschutzgebieten.

EN12. Wesentliche Auswirkungen von Aktivitäten in geschützten Gebieten

Da die HypoVereinsbank keine Niederlassungen in Naturschutzgebieten unterhält (vgl. Punkt [EN11.](#)), hat das Bankgeschäft auch keine Auswirkungen auf geschützte Gebiete.

EN13. Geschützte oder wiederhergestellte Standorte

Die HypoVereinsbank unterstützt durch zahlreiche Mitgliedschaften und Spenden sowie die rege Teilnahme an Kongressen oder anderen Veranstaltungen indirekt den Schutz von bedrohten Gebieten. Dies gilt auch für die Kooperation der UniCredit mit dem WWF. In direktem Besitz der HypoVereinsbank befindet sich kein geschützter oder wiederhergestellter Standort.

EN14. Strategien, Aktionen bzw. geplante Aktionen zur Kontrolle der Auswirkungen auf die Biodiversität

Biodiversität spielt eine Rolle in der HypoVereinsbank. Im Bereich Projektfinanzierungen etwa finden die Equator Principles Anwendung, und damit auch der [IFC Performance Standard 6](#) zum Thema Biodiversität. Um die Risiken zu quantifizieren, die sich für Unternehmen aus dem Artensterben und einer eingeschränkten Funktionsfähigkeit des Ökosystems ergeben, hat die HypoVereinsbank im November 2010 gemeinsam mit oekom research einen strukturierten Branchen-Risiko-Index für die Bewertung von Biodiversitätsrisiken entwickelt. In weiteren Geschäftsbereichen ist Biodiversität integraler Bestandteil des Umweltengagements. In unserem Kantinenbetrieb wird etwa nur Fisch aus MSC-zertifizierten Beständen eingekauft und verarbeitet.

EN15. Anzahl der Arten auf der Roten Liste der IUCN und auf nationalen Listen, die ihren natürlichen Lebensraum in Gebieten haben, die von der Geschäftstätigkeit der Organisation betroffen sind, aufgeteilt nach dem Bedrohungsgrad.

Die Standorte der HypoVereinsbank und ihrer Töchter liegen nicht in Naturschutzgebieten, sodass keine direkten Einflüsse ausgeübt werden. Indirekte Einflüsse unserer Geschäftstätigkeit werden über unsere Policies berücksichtigt.

EN16. Direkte und indirekte Emissionen klimarelevanter Gase

Wir sind bemüht, unsere Treibhausgasemissionen kontinuierlich und nachhaltig zu reduzieren. Um diese Reduktion herbeizuführen, bemühen wir uns, den damit verbundenen Energieverbrauch zu senken und den Anteil erneuerbarer Energien zu erhöhen.

Insgesamt verzeichnen wir für das Jahr 2010 eine extreme Reduktion unserer Emissionen im Gebäudebetrieb. Hauptgrund dafür ist, dass wir unseren bundesweit eingekaufte Strom seit Januar 2010 zu hundert Prozent aus regenerativen Quellen beziehen. Somit entfällt ein großer Teil unserer indirekten Treibhausgasemissionen.

Parallel dazu haben wir die Treibhausgasemissionen infolge unseres Heizungsverbrauchs berechnet und über CO₂-Zertifikate für das Jahr 2010 klimaneutral gestellt. Das bedeutet, dass der gesamte Gebäudebetrieb der HypoVereinsbank 2010 zu hundert Prozent klimaneutral war.

Im weiteren Sinne fördern wir darüber hinaus auch die Reduktion von Treibhausgasemissionen durch unser Angebot an nachhaltigen Bankprodukten, das wir zunehmend ausbauen (vgl. Punkt [FS8.](#)).

Direkte und indirekte Treibhausgasemissionen (in t)		2008	2009	2010*
DIREKT	Heizung (Öl, Gas)	9.492	9.863	0
INDIREKT	Fernwärme (Heizung)	28.535	23.356	0
	Stromverbrauch durch Bürobetrieb	54.588	62.471	0
	Indirekte Treibhausgasemissionen gesamt	83.123	85.827	0
Gesamt		92.615	95.690	0

Tabelle 18 Treibhausgasemissionen

* geänderte Berechnungsmethode ab 2010

EN17. Andere indirekte Treibhausgasemissionen, verursacht z.B. durch Geschäftsreisen und Pendeln der Mitarbeiter

Um die Umweltbelastungen durch Geschäftsreisen zu reduzieren, erlauben die Reiserichtlinien der HypoVereinsbank keine Flüge für Distanzen unter 500 Kilometer. Zudem sind die Mitarbeiter angehalten, im Stadtgebiet auf öffentliche Verkehrsmittel anstelle von Taxis zurückzugreifen. Auch unser Fuhrparkmanagement orientiert sich an Klimaschutzkriterien und fördert sparsame Fahrzeuge, u.a. sind auch 23 Hybridautos im Einsatz. Bei der Anschaffung neuer Pool-Fahrzeuge gelten 100g CO₂/km als Limit für den Ausstoß von Schadstoffen. In München, Nürnberg und Hamburg besteht für Mitarbeiter der HypoVereinsbank das Angebot vergünstigter Abonnements für die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs (Jobticket), zudem können Pendler an allen Standorten vergünstigte Jobtickets der Deutschen Bahn nutzen. Am Standort München stellen wir den Mitarbeitern zudem Dienstfahrräder zur Verfügung.

Insgesamt haben sich 2010 die Dienstreisekilometer der HypoVereinsbank gegenüber dem Vorjahr um ca. 11,1 Mio. Kilometer erhöht. Die durchschnittlichen Reisekilometer pro Mitarbeiter stiegen mit einem Wert von 6.810 Kilometer ebenfalls, was mit speziellen Projekten innerhalb der UniCredit zusammenhängt.

Distanzen Geschäftsreisen (in km)	2008	2009	2010
Flugzeug	31.246.318	24.427.056	42.687.533
Auto/Straßenverkehr	64.200.623	64.745.578	57.814.896
Bahn	7.532.013	7.202.103	6.975.721

Tabelle 19 Geschäftsreisen

Indirekte Treibhausgasemissionen durch Geschäftsreisen (in t CO ₂ eq)	2008	2009	2010

Flugreisen	4.098.304	3.210.249	5.522.854
Auto/Straßenverkehr (einschließlich Pendeln der Mitarbeiter)	11.848	11.580	10.277
Bahnreisen	979	936	0
Gesamt	16.905	15.727	15.800

Tabelle 20 Indirekte Emissionen durch Geschäftsreisen

EN18. Initiativen zur Reduktion von Treibhausgas-Emissionen und erzielte Reduktionen*

Unser Ziel ist es, die zu kompensierenden Treibhausgasemissionen kontinuierlich und nachhaltig zu verringern. Da unsere Infrastruktur zu einem erheblichen Maß zu unseren betrieblichen CO₂-Emissionen beiträgt, fokussieren wir uns auf eine Reduktion in diesem Bereich. Zur Einsparung wurden im Berichtszeitraum folgende Projekte durchgeführt (ausgewählte Maßnahmen):

- Einsatz der LED-Technologie in den fünf wichtigsten Tiefgaragen der Zentralen: Reduktion des Stromverbrauchs um 298.935 kWh/Jahr und eine jährliche Einsparungen von 108 Tonnen CO₂-Emissionen.
- Optimierung des Druckerbestands: Reduktion des Stromverbrauches um ca. 450.000 kWh/Jahr bzw. eine geschätzte jährliche Einsparung von 184 Tonnen CO₂-Emissionen
- Installation von Sonnenkollektoren auf dem Dach des HVB Club-Gebäudes: Reduktion des Fernwärmeverbrauches um 65.000 kWh/Jahr und eine jährliche Einsparung von 18 Tonnen CO₂-Emissionen.
- Umstellung der Kühlung eines Rechenzentrums auf regenerative Energien (Kühlmittel: Wasser aus einem nahegelegenen Bach): Reduktion des Stromverbrauches um 2.320.000 kWh/Jahr und eine jährliche Einsparungen von 950 Tonnen CO₂-Emissionen.
- Allgemeine Reduktion des Energieverbrauchs durch diverse Optimierungsmaßnahmen, z.B. Beleuchtung, Anwendung effizienter Technologien bei Sanierungen usw.

Insgesamt verzeichnen wir für das Jahr 2010 einen leichten Anstieg unserer CO₂-Emissionen. Wir führen das vor allem auf die notwendige Aufrüstung unserer Rechenzentren und deren Leistungsfähigkeit zurück. Durch die Gesamtbetrachtung bzw. Verrechnung aller Daten zeigen sich die Erfolge anderer Energieeffizienzmaßnahmen, wie z.B. im Gebäudebereich, erst auf den zweiten Blick.

Unsere Anforderungen an Green IT

- Höherer Wirkungsgrad der Hardware-Komponenten
- Bessere Auslastung der Hardware (z.B. durch Virtualisierung)
- Einführung umweltfreundlicher Verfahren (z.B. Kühlung des zentralen Rechenzentrums in München mit Oberflächenwasser) garantiert Versorgungssicherheit und sorgt für Effizienzsteigerung

- Minimieren der Transportaufwände (Wirkungsgrad)
- Automatisiertes tägliches Herunterfahren angeschalteter Rechner um 20 Uhr

EN19. Ozonschädigende Substanzen, nach Gewicht

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

EN20. NOx, SOx, u.a. signifikante Luftemissionen, nach Gewicht

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

EN21. Gesamtmenge und Qualität von Abwassereinleitungen

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

EN22. Abfallmenge, nach Art und Entsorgungsmethode

Bei dem in der Bank anfallenden Abfall handelt es sich im Wesentlichen um Papier, Verpackungsmaterial, Datenträger und Restmüll aus den Teeküchen. Wir achten darauf, dass alle Abfälle ausschließlich von zertifizierten Fachbetrieben abgeholt und rechtmäßig entsorgt werden. Außerdem erstellen wir Konzepte zur Abfallreduzierung und geben unseren Mitarbeitern Hinweise zur Abfallvermeidung. Teile des anfallenden Altpapiers werden von einer Spezialfirma zu Papierhandtüchern und Toilettenpapier verarbeitet.

Abfallmenge (in kg)	2008	2009	2010*
Gesamte Abfallmenge	9.312.185	6.617.169	9.258.382
Abfallmenge pro Mitarbeiter	457	331	478
Entwicklung zum Vorjahr (in %)	56,8	-28,9	39,9
Abfallmenge nach Entsorgungsmethoden (in kg)	2008	2009	2010*
Getrennte und wiederverwertbare Rohstoffe	5.890.061	3.857.621	6.848.677
Der Verbrennung zugeführter Abfall	3.422.124	2.752.655	2.261.950

Tabelle 21 Abfall

* geänderte Berechnungsmethode ab 2010

EN23. Freisetzung von Schadstoffen wie Ölen, Chemikalien etc., nach Anzahl und Volumina

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

EN25. Identität, Größe, Schutzstatus und Wert für Biodiversität von Gewässern und zugehörigen Gebieten, die signifikant beeinflusst werden durch den Abfluss von Wasser

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

EN26. Initiativen zur Verringerung von Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen

Vergleichen Sie dazu bitte die Punkte [FS2](#). und [EC2](#).

EN27. Anteil von Produkten, deren Verpackungen wiederverwendet wurden

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

EN28. Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung umweltgesetzlicher Auflagen

Keine.

EN29. Umwelteinfluss von Pool- und Dienstfahrzeugen

Umwelteinfluss	2008	2009	2010
Poolfahrzeuge	396	346	317
Gefahrene km/pro Fahrzeug p.a	13.000	13.000	12.500
Ausstoß CO ₂ /km (in g)	146	134	132
Verbrauch je 100km (in l)	5,57	5,10	5,10
Gefahrene km/Jahr	6.884.491	7.248.719	6.116.336
Ausstoß CO ₂ /Jahr (in t)	751.608	602.732	523.050
Verbrauch Kraftstoff/Jahr (in l)	393.029	400.144	317.497
Dienstfahrzeuge			
Gefahrene km/pro Fahrzeug p.a	32.597	35.183	36.350
Ausstoß CO ₂ /km (in g)	180	173	166
Verbrauch je 100km (in l)	7,10	6,70	6,40
Gefahrene km/Jahr	75.755.094	84.880.119	82.734.146
Verbrauch Kraftstoff/Jahr (in l)	5.881.872	5.850.221	5.398.356

Tabelle 22 Fahrzeugflotte

EN30. Gesamtausgaben und -investments für Umweltschutz, nach Art

Die Ausgaben für den Umweltschutz bzw. die Investments in den Umweltschutz sind nach einem starken Anstieg im Jahr 2009 – hervorgerufen durch den zusätzlichen Schwerpunkt im Bereich Forschung und Entwicklung – im vergangenen Jahr wieder leicht zurückgegangen.

Gesamtausgaben und -investments für Umweltschutz (in €)	2008	2009	2010
Forschung und Entwicklung	-	44.600	35.000
Zertifizierung und Managementsysteme	19.500	23.600	11.100
Umweltmanagement	6.300	12.800	8.500
Gesamt	25.800	81.000	54.600

Tabelle 23 Ausgaben für Umweltschutz

Soziales

Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen

Ziele und Managementansatz

Unsere Mitarbeiter sind unser wichtigstes Kapital. Sie legen den Grundstein für das profitable und nachhaltige Wachstum der HypoVereinsbank und der UniCredit. Der respektvolle Umgang mit unseren Mitarbeitern ist daher ein zentraler Pfeiler unserer Corporate Sustainability-Strategie. Unser Ziel ist es, uns an den globalen Arbeitsmärkten dauerhaft als „Employer of Choice“ zu positionieren. Unseren Mitarbeitern bieten wir deshalb europaweit berufliche Entwicklungsmöglichkeiten an und beteiligen sie durch erfolgsorientierte Anreizsysteme am Geschäftsergebnis. Dadurch stärken wir ihren Unternehmergeist. Zugleich achten wir auf die strikte Einhaltung der konzernweiten Integrity Charter, in der die für unsere Mitarbeiter verbindlichen Grundwerte zusammengefasst sind.

Die HypoVereinsbank verfolgt in ihrer Personalpolitik den Ansatz, Toleranz und Chancengerechtigkeit als Basis für die Zusammenarbeit zu sehen, die Entfaltung vielfältiger Talente zu fördern und die Individualität ihrer Mitarbeiter zu achten. Die Diversity-Politik der HypoVereinsbank ist verankert in der Integrity Charter. Sie wird präzisiert im Code of Conduct und umgesetzt durch mehrere Betriebsvereinbarungen, u.a. zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie (1990). Diese Vereinbarung wurde zwischenzeitlich zum dritten Mal aktualisiert und an veränderte politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen angepasst. Erklärtes Ziel der HypoVereinsbank ist die Verbesserung der Chancengleichheit von Frauen und Männern in der beruflichen Entwicklung innerhalb der Bank. Dazu hat die HypoVereinsbank unter anderem 2009/2010 einen Frauenbeirat ins Leben gerufen. Das mit externen Managerinnen und Unternehmerinnen besetzte Gremium stößt eigene Initiativen an, die sich an Kundinnen und Mitarbeiterinnen der HypoVereinsbank sowie Frauen im Allgemeinen richten.

Grundsätze und Leitlinien

- [Integrity Charter](#) der UniCredit
- Code of Conduct der HypoVereinsbank
- Betriebsvereinbarung zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie (intern)
- [Gemeinsame Erklärung Erfolgsfaktor Familie](#) (Unternehmensprogramm von Bundesfamilienministerium, BDI, BDA, DIHK, ZDH und DGB)
- Internes Handbuch „Arbeitsschutzmanagement in der HypoVereinsbank“ inklusive Leitlinien

Ergänzende Informationen

- UniCredit Group: [Our people](#)
- Die [HypoVereinsbank im genderdax](#) (Informations-Plattform für hochqualifizierte Frauen)
- [Erfolgsfaktor Familie](#) (Programm-Website)
- [HypoVereinsbank-Club](#) (Sport- und Freizeitverein der HypoVereinsbank und ihrer Tochtergesellschaften)

LA1. Aufschlüsselung der Belegschaft, nach Beschäftigungsverhältnissen und Regionen*

Nach wie vor muss die HypoVereinsbank mit den Folgen der Finanzkrise umgehen und ist zu Einsparungen sowohl bei den Sachkosten als auch beim Personalaufwand gezwungen. Dabei gilt für uns nach wie vor der Anspruch, den Stellenabbau mit möglichst sozialverträglichen Maßnahmen und freiwilligen Aufhebungsvereinbarungen zu bewältigen.

Durchschnittlicher Personalstand der HypoVereinsbank (nur AG)	2008	2009	2010
Mitarbeiter (ohne Auszubildende)	19.346	17.369	16.314
Vollzeitbeschäftigte	15.077	13.500	12.558
Teilzeitbeschäftigte	4.269	3.896	3.756
Auszubildende	1.025	1.046	993
Mitarbeiter gesamt (Stand: 31.12.2010)	20.384	18.062	17.179

Tabelle 24 Personalstand

Die Zahl der Mitarbeiter der HypoVereinsbank samt Töchter erhöhte sich 2010 aufgrund von Neukonsolidierungen zum Stichtag 31.12.2010 (UniCredit Direct Services GmbH, HVB Secur GmbH, Food & More GmbH) auf 20.997 (2009: 20.459). In der UCI Bank AG nahm der Personalbestand ab – auf 17.179 gegenüber 18.062 im Vorjahr. Mit den vorgenommenen Reduzierungen wurde das Effizienzsteigerungsprogramm (Delivery on Restructuring) abschließend umgesetzt. Der komplette Abbau erfolgte ohne betriebsbedingte Kündigungen.

Das Thema Arbeitszeitflexibilisierung hat weiterhin einen hohen Stellenwert in der HypoVereinsbank:

- Die Teilzeitquote stieg, ausgehend von einem bereits hohem Niveau, auf 23 Prozent.
- Das Instrument der Altersteilzeit wurde von 187 Mitarbeitern beansprucht.

LA2. Mitarbeiterfluktuation, nach Altersgruppen, Geschlecht und Regionen*

Die HypoVereinsbank erfasst die Austritte ihrer Mitarbeiter bislang nicht differenziert nach Alter, Geschlecht und Region. Insgesamt ergeben sich folgende Fluktuationsquoten:

Fluktuationsquoten HypoVereinsbank (nur AG) in %	2008	2009	2010
unbereinigt	11,9	10,0	10,4
bereinigt	5,8	6,6	7,2

Tabelle 25 Fluktuation

Bereinigte Fluktuation: Austritt wegen Kündigung durch Mitarbeiter bzw. Arbeitgeber, Aufhebungsvertrag oder Ende Ausbildungsverhältnis.

Unbereinigte Fluktuation: Bereinigte Fluktuation plus Austritte wegen Konzernwechsel, Pension, Vorruhestand, Tod und Ende befristetes Arbeitsverhältnis.

Die unbereinigte Fluktuation beinhaltet als Sondereffekt bei den Konzernwechseln den Betriebsübergang zur HVB Immobilien AG. Ohne diesen wäre die Gesamtluktuationsquote auf 9,3 Prozent zurück gegangen. Der Anstieg der bereinigten Fluktuation ist in erster Linie auf die höhere Zahl von Aufhebungsverträgen aufgrund des Effizienzsteigerungsprogramms zurückzuführen.

LA3. Sonderzahlungen, die ausschließlich Vollzeitkräfte erhalten (nach Tätigkeiten)

Es gibt keine Sonderzahlungen, die ausschließlich Vollzeitkräften zustehen. Unsere Boni-Zahlungen etwa erhalten – je nach Erfüllungsgrad der gesetzten Ziele – Voll- sowie Teilzeitkräfte.

LA4. Mitarbeiter, die unter Tarifverträge fallen

Keine Angabe.

LA5. Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen

Wir halten grundsätzlich alle gesetzlichen Vorgaben der Länder ein, in denen wir tätig sind. In Deutschland sind das beispielsweise das Arbeitsrecht und das Mitbestimmungsgesetz. Fristen für wesentliche betriebliche Veränderungen sind durch das Gesetz vorgegeben und werden von uns selbstverständlich eingehalten.

LA7. Verletzungen, Abwesenheitsquote und Todesfälle*

Ausgenommen Betriebs- und Wegeunfälle sowie Kuren oder Heilverfahren lag die durchschnittliche Krankheitsquote in der HypoVereinsbank im Jahr 2010 bei 3,3 Prozent (ca. sieben Tage pro Mitarbeiter). 2009 betrug sie ebenfalls 3,3 Prozent, 2008 lag sie bei 3,1 Prozent.

Arbeitsunfälle	2008		2009		2010	
	Anzahl	Anteil an Gesamtzahl	Anzahl	Anteil an Gesamtzahl	Anzahl	Anteil an Gesamtzahl
Gemeldete Arbeitsunfälle gesamt	290		274		281	
- davon Wegeunfälle auf dem Weg zur oder von der Arbeitsstätte	184	63 %	170	62 %	187	67 %
- davon Unfälle im Betrieb	106	37 %	104	38 %	94	33 %
Meldepflichtige Arbeitsunfälle (mit über drei Arbeitsausfalltagen)	94	32 %	84	31 %	104	37 %
Nicht meldepflichtige Arbeitsunfälle	196	68 %	190	69 %	177	63 %
- davon ohne Ausfalltage	138		138		115	
- davon mit ein bis drei Ausfalltagen	58		274		281	

Tabelle 26 Arbeitsunfälle

Es gab keine arbeitsbedingten Todesfälle in 2008, 2009 und 2010.

LA8. Prävention und Programme zur Risikokontrolle bzgl. schwerer Krankheiten

Gesundheit

Das von der Personalabteilung gesteuerte Gesundheitsforum der HypoVereinsbank bildet die Plattform für die Aktivitäten unseres Gesundheitsmanagements. Bankinterne Kooperationspartner sind Betriebsärzte, Betriebskrankenkasse, Betriebsrat, Sozialberatung, HypoVereinsbank-Club, die Mitarbeitercasinos und das Corporate Sustainability-Management. Seminare und Informationsveranstaltungen stärken Gesundheitsbewusstsein und Eigenverantwortung der Mitarbeiter, etwa durch Angebote zu Darmkrebsvorsorgeuntersuchungen, Grippeimpfung, Blutzuckertests oder Präventivmaßnahmen zur gesunden Ernährung und körperlichen Fitness (z.B. Initiative „Leichter leben in Deutschland“). Die Mitarbeitercasinos der HypoVereinsbank (Food & More GmbH) halten gesunde Ernährungsangebote wie kalorienreduzierte Gerichte oder Bio-Nahrung bereit. Der HVB-Club, der Sport- und Freizeitverein der HypoVereinsbank und ihrer Tochtergesellschaften, bietet seinen bundesweit rund 8.000 Mitgliedern attraktive und kostengünstige Angebote in den Bereichen Sport, Wellness/Fitness und Kunst & Kultur.

Healthy Company

Mit dem Projekt „Healthy Company“ reagiert die HypoVereinsbank auf zunehmende Belastung, Stress und Burn-out ihrer Mitarbeiter. Zahlreiche Maßnahmen fördern den achtsamen Umgang der Mitarbeiter mit sich selbst und den Kollegen und tragen so gleichzeitig zu einer nachhaltigen Veränderung der Unternehmenskultur bei (vgl. HypoVereinsbank Nachhaltigkeitsbericht 2010, S.17).

Arbeitsplatzsicherheit

Die gesetzlich erforderlichen Maßnahmen im Rahmen des Arbeitsschutzes prüfen wir kontinuierlich auf ihre Wirksamkeit und passen sie gegebenenfalls an geänderte Gegebenheiten an. Die Bank stellt die dazu erforderlichen Mittel zur Verfügung.

Der Arbeitsschutz ist integrierter Bestandteil der Unternehmensorganisation und der betrieblichen Prozesse. Er umfasst im weitesten Sinne sicherheitstechnische, bauliche, organisatorische, arbeitsmedizinische und arbeitshygienische sowie betriebspsychologische und soziale Maßnahmen. Im Handbuch Arbeitsschutzmanagement finden sich Informationen und Hinweise zur Umsetzung in der HypoVereinsbank sowie Links zu den entsprechenden Gesetzestexten.

LA9. Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formalen Abkommen mit Gewerkschaften vorkommen

Keine.

LA10. Aus- und Weiterbildungsstunden, nach Mitarbeiterkategorie*

Weiterbildungsstunden	2008	2009	2010
Tage pro Mitarbeiter (Präsenztraining)	2,4	2,4	2,4
Tage pro Mitarbeiter (gesamt)	2,9	4,3	3,5

Tabelle 27 Weiterbildungsstunden

Im Mittelpunkt unserer Personalentwicklung steht das jährliche Mitarbeitergespräch. Dabei werden die persönliche Leistung des Mitarbeiters, seine Entwicklungspotenziale und die dazu notwendige Weiterbildung im Dialog mit der Führungskraft beurteilt. Die Einsatzpotenziale von

Leistungsträgern bewerten wir in mehrtägigen Gruppen-Assessment-Centern. Allen Mitarbeitern ist eine breite Palette von Weiterbildungsprogrammen zugänglich. Während die fachliche Weiterbildung im Rahmen der einzelnen Divisionen stattfindet, bietet die Einheit Development und Top Executives divisions- und zielgruppenübergreifendes Lernen für alle Mitarbeiter und Führungskräfte. Hinzu kommen Einzelcoachings und – angesichts der Internationalität innerhalb der UniCredit – auch Leadership Transition Coachings sowie ein breites Angebot an Fremdsprachentrainings.

Die Entwicklung unserer Mitarbeiter fördern wir in verschiedensten Karrierestufen, seien es Absolventen, Young Professionals, Führungsnachwuchskräfte oder Senior Manager. Neben allgemeineren Seminaren zur Führungskräfte- und Persönlichkeitsentwicklung bieten wir auch spezielle Entwicklungsprogramme wie *JUMPI*, *UniQuest*, *UniFuture* und den *Country Chairman's Leadership Club*.

In der Organisationsentwicklung begleiten und beraten wir unterschiedliche Einheiten auf Team- oder Bereichsebene und führen situative Maßnahmen durch, z.B. Teamentwicklungen oder Strategieworkshops. Mit dem Themenfeld Change Management bereiten wir Führungskräfte, aber auch betroffene Mitarbeiter auf Veränderungen vor.

LA11. Programme für das Fähigkeiten-Management und lebenslanges Lernen, die die dauerhafte Anstellung der Mitarbeiter und ggf. deren Ausscheiden aus dem Beruf unterstützen

Unser Angebot zum Thema „Lebenslanges Lernen“ umfasst Seminare zu den Themen Leadership & Management, Selfmanagement & Personal Performance, Communication & Relationship, Languages, Officemanagement/Assistenz und MS-Office-Qualifizierung. Über Online-Training decken wir insbesondere Themen wie Compliance, Sicherheit und Corporate Behaviour ab. Neben dem nötigen Fachtraining sollen die Mitarbeiter durch das Angebot zu einer persönlichen Standortbestimmung und zu individuellen Maßnahmen motiviert werden.

Aufgrund der konzernweiten IT-Umstellung ergab sich 2010 ein hoher Weiterbildungsaufwand, wodurch sich der hohe Durchschnittswert von 3,5 Trainingstagen pro Mitarbeiter erklärt.

Die Entwicklung unserer Mitarbeiter fördern wir in verschiedensten Karrierestufen (vgl. Punkt [LA9](#)).

Um eine möglichst lange Anstellung bei der Bank zu ermöglichen, betrachten wir Kündigungen als Ultima Ratio. Im Falle von Stellenstreichungen bieten wir den betroffenen Mitarbeitern – sofern sie nicht ausreichende qualifiziert sind – Schulungen an, damit sie andere interne Stellen besetzen können.

LA12. Anteil der Mitarbeiter, die regelmäßig Leistungsbeurteilungen und Überprüfungen der beruflichen Entwicklung empfangen

Alle Mitarbeiter der HypoVereinsbank erhalten im Rahmen des jährlichen Mitarbeitergesprächs regelmäßige Leistungsbeurteilungen (vgl. Punkt [LA9](#)).

LA13. Vielfalt des oberen Managements und Mitarbeiterstruktur*

Mehr als die Hälfte der Belegschaft der HypoVereinsbank – fast 55 Prozent – besteht aus Frauen. Der Frauenanteil im Management beträgt derzeit 14,0 Prozent bzw. 12,3 Prozent.

Mitarbeiterverteilung nach Geschlecht (in %)	2008	2009	2010
Anteil weiblicher Mitarbeiter	55,1	55,0	54,8
Frauenanteil in Top-Führungspositionen	2008	2009	2010
Top 100	9,4	11,2	14,0
Top 400	11,2	11,7	12,3

Tabelle 28 Mitarbeiterverteilung

Mentoring-Programm

Um den Frauenanteil vor allem im mittleren und oberen Management zu erhöhen und weibliche Talente stärker zu mobilisieren, hat die HypoVereinsbank spezifische Mentoring-Initiativen für Frauen etabliert. Im UniCredit Women's Mentoring stehen sowohl die Entwicklung beruflicher und persönlicher Kompetenzen als auch die Schaffung von Netzwerken im Unternehmen im Fokus. Beim Mentoring durch den HVB-Frauenbeirat unterstützen externe Unternehmerinnen und Managerinnen ausgewählte Potenzialträgerinnen bei der persönlichen und beruflichen Entwicklung. Den Rahmen bilden in beiden Programmen begleitende Veranstaltungen und Seminarbausteine. Eine regelmäßige Evaluation misst das berufliche Fortkommen der Mentees und damit den Erfolg der Programme.

UWIN - Das Managerinnen Netzwerk der Bank

Das UniCredit Women's International Network Germany (UWIN) vernetzt seit Januar 2008 Top-Managerinnen innerhalb der Bank und ermöglicht so den persönlichen, intellektuellen und beruflichen Austausch. Das Netzwerk organisiert regelmäßig Veranstaltungen für Managerinnen und auch Manager der Bank, zuletzt im September 2010 zum Thema „WoMen and Leadership – Adding Value to Diversity“.

Münchener Memorandum für Frauen in Führung

Im Mai 2010 unterzeichnete die HypoVereinsbank als einer von 20 Erstunterzeichnern mit dem Münchener Memorandum eine Selbstverpflichtungserklärung zur Frauenförderung.

Women & Leadership (seit 2009)

Der Vorstand der HypoVereinsbank hat sich zum Ziel gesetzt, bis 2012 jeweils 20 Prozent der Top 100- und der Top 400-Positionen mit Frauen zu besetzen. Bei der Besetzung von Führungspositionen ist stets mindestens eine Bewerberin vorzuschlagen. Für die HypoVereinsbank bedeutet die Umsetzung des Vorstandsbeschlusses die konsequente Antwort auf die heutigen Marktgegebenheiten und stellt die Nutzung aller Potenziale in der Bank und die Erweiterung des Talent-Pools sicher.

HypoVereinsbank im genderdax

Die HypoVereinsbank ist Mitglied im genderdax, einer Informations-Plattform im Internet, die hochqualifizierten Frauen einen umfassenden Überblick über Beschäftigungsmöglichkeiten und Karrierechancen bei Unternehmen in Deutschland gibt.

Mitarbeiterstruktur in der HypoVereinsbank (ohne Auszubildende)	2008	2009	2010
männlich	8.713	7.760	7.404
	44,9%	45,8%	46,0%
weiblich	10.443	9.167	8.680
	55,1%	55,0%	54,8%

Tabelle 29 Mitarbeiterstruktur

LA14. Durchschnittliche Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie

Bei der Entlohnung der Mitarbeiter differenzieren wir nicht nach Geschlecht, sondern achten ausschließlich auf Aspekte wie Qualifizierung, Berufserfahrung oder Ausbildung (für Anteilsvergleich vgl. Punkt [LA13.](#)).

Menschenrechte

Ziele und Managementansatz

Unser Bekenntnis zum UN Global Compact ist ein klares Votum für die Einhaltung und Stärkung der Menschenrechte in unserem Einflussbereich. Ein wichtiges Instrument, diese nach innen wie nach außen umzusetzen, stellt die Integrity Charter dar, die Fairness, Transparenz, Respekt, Gegenseitigkeit, Freiheit und Vertrauen als Wertegrundlage der UniCredit etabliert. Sie ist für alle Mitarbeiter verbindlich. Selbstverständlich gelten die Werte der Charter auch gegenüber unseren Lieferanten. Auch in anderen Geschäftsbereichen und insbesondere in unserer Rolle als Projektfinanzierer tragen wir Verantwortung für die Menschenrechte. Die HypoVereinsbank bekennt sich in all ihren Aktivitäten zur Einhaltung der Standards der Menschenrechte.

Grundsätze und Leitlinien

- [Integrity Charter](#) der UniCredit
- [Global Compact](#)
- [Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank](#)
- [Equator Principles](#)
- Nachhaltigkeitsrichtlinien im Einkaufshandbuch (intern)
- Fragebogen zu sozialen und arbeitsrechtlichen Standards bei Lieferanten
- Spezielle Policies der UniCredit für sensible Industrien (vgl. Punkt [FS1.](#))

HR1. Anteil und Anzahl von Investitionen mit Klauseln zu Menschenrechten oder solchen, die dahingehende Prüfungen durchlaufen sind

Über die Anwendung der Weltbankstandards und der Equator Principles gewährleisten wir bei Projektfinanzierungen wie auch in unseren übrigen Geschäftstätigkeiten den Schutz der Menschenrechte.

HR2. Anteil von Lieferanten und Auftragnehmern, bei denen Prüfungen zu Menschenrechtsfragen durchgeführt wurden und dazu veranlasste Maßnahmen

Bislang besteht aufgrund unserer Lieferantenstruktur bzw. unsere Auswahl externer Firmen kein Anlass zu umfassenden Prüfungen von Menschenrechtsfragen. Diese führen wir nur bei einem konkreten Anlass durch – den es bislang nicht gab. In OECD-Ländern gehen wir davon aus, dass Menschenrechts-Standards eingehalten werden, in Risikoländern holen wir themenspezifisch weitere Informationen über unsere Lieferanten ein. Die Wahrung der Menschenrechte sind integraler Bestandteil unserer Einkaufstandards. Die Normen der International Labour Organization (ILO) sind immer zwingend einzuhalten.

Zu speziellen Themen wie Papiereinkauf und Werbegeschenke haben wir Sondertrainings mit unserer Einkaufsabteilung durchgeführt. Ein Einkaufshandbuch dokumentiert die relevanten Prozesse und Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit. Im Rahmen regelmäßiger Teambesprechungen sowie interner Newsletter werden aktuelle Nachhaltigkeitsthemen an alle Mitarbeiter kommuniziert. Die vorgegeben Standards sind verpflichtend einzuhalten.

HR3. Gesamtstunden und Teilnehmeranzahl an Fortbildungen über Policies und Prozesse, die die für die Geschäftstätigkeiten relevanten Menschenrechtsaspekte betreffen

Zu Projektfinanzierungen bzw. den dafür gültigen Equator Principles wurden im vergangenen Jahr 45 Mitarbeiter aus diesem Bereich geschult. Die eintägige Fortbildung war verpflichtend und wurde zertifiziert. Im Einkauf haben wir eine standardisierte Abfrage bzw. Selbstdeklaration der Lieferanten zur Einhaltung der ILO-Arbeitsnorm integriert und unsere Mitarbeiter darüber informiert.

HR4. Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen*

Die Integrity Charter der UniCredit ist integraler Bestandteil der Personalentwicklung und der Führungskräftequalifizierung. Seit Anfang 2007 haben die Mitarbeiter der HypoVereinsbank und ihrer Töchter die Möglichkeit, sich in Konfliktfällen vertraulich an Ombudsleute zu wenden. Außerdem hat die HypoVereinsbank das konzernweite System der UniCredit zur Konfliktmediation eingeführt, das „Restorative Justice System“ (RJS).

HR5. Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko für die Vereinigungsfreiheit oder für Tarifverhandlungen und dazu ergriffene Maßnahmen

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur stellen die Aktivitäten der HypoVereinsbank kein Risiko für die Vereinigungsfreiheit dar.

HR6. Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko der Kinderarbeit und dazu ergriffene Maßnahmen

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur stellen die Aktivitäten der HypoVereinsbank kein Risiko in Bezug auf Kinderarbeit dar. Ein Ausnahmefall ist die Beschaffung von Werbegeschenken oder der Einkauf von Baumaterialien (insbesondere Bodenbeläge). Hier schließen wir über unser nachhaltiges Einkaufsmanagement Kinderarbeit aus. Im Rahmen der Einhaltung der Weltbankstandards und der Equator Principles schließen wir bei Projektfinanzierungen wie auch in unseren übrigen Geschäftstätigkeiten Kinderarbeit aus.

HR7. Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko der Zwangsarbeit und dazu ergriffene Maßnahmen

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur stellen die Aktivitäten der HypoVereinsbank kein Risiko in Bezug auf Zwangsarbeit dar.

HR8. Anteil des Sicherheitspersonals, das über Policies und Prozesse wacht, die die für die Geschäftstätigkeiten relevanten Menschenrechtsaspekte betreffen

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

HR9. Gesamtanzahl an Fällen der Verletzung der Rechte Eingeborener und dazu ergriffene Maßnahmen

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

Gesellschaft

Ziele und Managementansatz

Grundlagen unseres gesellschaftlichen Engagements

Als Finanzinstitut profitieren wir von gesellschaftlichen Faktoren wie einer guten Infrastruktur und einem hohen Ausbildungsniveau. Dies verpflichtet uns im Gegenzug, einen Beitrag für das Wohl der Gesellschaft zu leisten, in der wir tätig sind. Die HypoVereinsbank fördert seit vielen Jahren das Gemeinwesen. Um dies künftig noch gezielter zu tun, haben wir 2010 unsere Strategie der gesellschaftlichen Verantwortung (Corporate Citizenship-Strategie) weiterentwickelt. Wir achten darauf, dass unsere sozial-gesellschaftlichen Aktivitäten in direktem Bezug zu unserem Kerngeschäft stehen und die einzelnen Geschäftsbereiche wie auch unsere Mitarbeiter einbinden. Der Leitgedanke lautet „Gesellschaft von morgen fördern – Zukunft gestalten“.

Thematisch fokussieren wir uns nun auf die vier Bereiche Soziales (Soziale Not, Integration von Menschen mit Behinderung oder Migrationshintergrund sowie Social Business), Financial Education (Finanzielle Allgemeinbildung und banknahe Wissenschaftsförderung), Umwelt (Umweltbildung und Klimaschutz) und Kultur (Musik, bildende Kunst und Nachwuchsförderung).

Zur Umsetzung unseres sozial-gesellschaftlichen Engagements initiieren eigene Maßnahmen und Leuchtturmprojekte in den genannten Themenfeldern, unterstützen gemeinnützige Organisationen traditionsgemäß durch Spenden und Sponsoring, fördern im Rahmen unseres Employee Volunteering-Programms „Ehrensache“ die ehrenamtlichen Tätigkeiten unserer Mitarbeiter und lassen durch das Gift Matching-Programm der UniCredit Foundation private Spenden der Mitarbeiter auf Antrag um einen vergleichbaren Betrag aufstocken.

Viele unserer Mitarbeiter stellen großzügig Zeit, Geld und ihre Fähigkeiten für das Gemeinwohl zur Verfügung. Ihr Engagement verleiht ihnen Energie und fördert neue Ideen. Der gemeinschaftliche Einsatz für die Gesellschaft stärkt auch das Zusammengehörigkeitsgefühl innerhalb der Bank und festigt unsere lokalen Beziehungen sowie unser Engagement in den Regionen, in denen wir tätig sind. Im Berichtsjahr unterstützten die Mitarbeiter der UniCredit konzernweit unter anderem die Erdbebenopfer in Haiti mit einer Spende in Höhe von 340 000 Euro. Die Mitarbeiter der HypoVereinsbank hatten daran einen Anteil von 103 000 Euro. Die

UniCredit Foundation stockte den Betrag um weitere 250 000 Euro auf, so dass insgesamt eine Spende in Höhe von 590 000 Euro für Haiti geleistet werden konnte.

Die 1983 gegründete Hypo-Kulturstiftung hat sich der Förderung kultureller Vorhaben und Einrichtungen verschrieben. Ihre Schwerpunkte liegen auf Denkmalpflege und zeitgenössischer Kunst. Zudem ist sie Trägerin einer Kunsthalle in der Münchner Innenstadt, die jährlich rund 300 000 Besucher zählt und seit ihrer Eröffnung 1985 über 80 Ausstellungen gezeigt hat. Der mit 50 000 Euro dotierte Denkmalpreis der Hypo-Kulturstiftung zeichnet jährlich Eigentümer aus, die Baudenkmäler in Bayern beispielhaft erhalten. Bislang noch weniger bekannte zeitgenössische Künstler unterstützt die Stiftung bundesweit bei der Realisierung ihrer Initiativen.

Darüber hinaus unterstützt die von der UniCredit 2009 gegründete private UniCredit & Universities- Stiftung akademische Initiativen und fördert die Zusammenarbeit mit angesehenen europäischen Hochschulen. Im Berichtsjahr stellte sie dafür rund zwei Millionen Euro zur Verfügung.

Compliance Management

Als Corporate Citizen tragen wir eine Verantwortung, dass unsere Mitarbeiter die gesetzlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen stets einhalten. Für die HypoVereinsbank mit Sitz in Deutschland handelt es sich dabei insbesondere um das Aktien- und Mitbestimmungsgesetz, das Bankaufsichts- und Kapitalmarktrecht sowie den Deutschen Corporate-Governance-Kodex (vgl. Punkt [4.3](#)). Deren Einhaltung gewährleisten wir durch eine klare Verankerung von Compliance-Prinzipien in Satzung, Geschäftsordnung, Code of Conduct, Leitsätzen und Compliance-Richtlinien sowie in unserer Integrity Charter. Neben den gesetzlichen Rahmendaten für die Führung und Kontrolle einer Aktiengesellschaft enthalten auch die von der Hauptversammlung beschlossene Satzung der HypoVereinsbank sowie die von Vorstand und Aufsichtsrat verabschiedeten Geschäftsordnungen Regelungen für die Unternehmensführung und -kontrolle. So enthält die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats insbesondere Ausführungen zu zustimmungspflichtigen Geschäften sowie nähere Regelungen zu Informations- und Berichtspflichten. In Bezug auf das Wertpapier- und Immobiliengeschäft haben wir ferner Compliance-Richtlinien und Mitarbeiterleitsätze eingeführt. Die Einhaltung dieser Vorschriften wird vom Compliance-Beauftragten der Bank und dessen Mitarbeitern überwacht. Im Dezember 2010 hat die HypoVereinsbank eine neue Compliance-Struktur geschaffen, die der divisionalen Struktur unserer Vertriebseinheiten folgt (vgl. Geschäftsbericht 2010, S.221f.).

Regelungen für Wertpapiergeschäfte, zur Geldwäschebekämpfung und für den Datenschutz

Der Code of Conduct der HypoVereinsbank enthält eigene Kapitel zu Interessenskonflikten, Bestechung und Korruption, Geldwäsche, Datenschutz und Insiderhandel. Der vertrauliche Umgang mit den Daten unserer Kunden ist Bestandteil unserer Integrity Charter.

Weitere gesetzliche Regelungen, die der Transparenz und der Verhinderung missbräuchlicher Ausnutzung von Insiderinformationen dienen, finden sich im Wertpapierhandelsgesetz in der Fassung des Anlegerschutzverbesserungsgesetzes und des Transparenzrichtlinien-Umsetzungsgesetzes bzw. des Finanzmarktrichtlinien-Umsetzungsgesetzes, insbesondere zum Insiderhandelsverbot, zur Ad-hoc-Publizität, zur Veröffentlichung von Wertpapiergeschäften von Organmitgliedern (Directors' Dealings) sowie zur Veröffentlichung von Beteiligungen an börsennotierten Unternehmen bei Erreichen, Über- oder Unterschreiten bestimmter Schwellenwerte. Ferner zu beachten sind die gesetzlichen Regelungen zur

Geldwäschebekämpfung und die hierzu ergangenen Richtlinien sowie die Regelungen zum Datenschutz, für deren Einhaltung und Umsetzung eigene Einheiten in der Bank zuständig sind. Zur Umsetzung dieser Regelungen hat die HypoVereinsbank interne Leitlinien und Schulungsmaßnahmen entwickelt.

Grundsätze und Leitlinien

- [Integrity Charter](#) der UniCredit
- [Deutscher Corporate Governance Kodex](#)
- Compliance-Richtlinien für das Wertpapier- und Immobiliengeschäft (intern)
- Code of Conduct (Themen: Interessenskonflikte, Bestechung und Korruption, Geldwäsche, Respekt gegenüber Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden, Verhalten in kritischen Situationen und Entscheidungskonflikten, Einhaltung interner Kontrollen und sonstiger Richtlinien, Sanktionen)

SO1. Programme und Verfahrensweisen, die die Auswirkungen der Geschäftstätigkeiten auf das Gemeinwesen bewerten und regeln

Um negative Folgen für die Umwelt und die regionale Bevölkerung bei den von ihr finanzierten Projekten weitgehend auszuschließen, macht die HypoVereinsbank Projektfinanzierungen von der Umwelt- und Sozialverträglichkeitsprüfung des Projekts gemäß den Equator Principles abhängig (vgl. Punkt [FS2ff.](#)).

FS13. Zugang zu dünn besiedelten oder wirtschaftlich benachteiligten Regionen, nach Art*

Die HypoVereinsbank als Tochter der UniCredit ist vorrangig in Deutschland aktiv. Obwohl es sich dabei generell um ein wohlhabendes Land handelt, unterhalten wir auch Geschäftsstellen in strukturell schwachen Regionen, etwa in Gegenden mit einer hohen Arbeitslosigkeit. Die Aufteilung der Geschäftsstellen nach Regionen, Neueröffnungen und Schließungen finden sich im Geschäftsbericht 2010, S. 187.

FS14. Initiativen zur Verbesserung des Zugangs zu finanziellen Dienstleistungen für benachteiligte Personengruppen

Wir bieten jedem Bürger ein Girokonto bei unserer Bank an. Bei Abschluss und während der Kontoführung stehen unsere Bankberater stets für Fragen zur Verfügung. Die Unsicherheit bei Finanzthemen wollen wir bei unseren Kunden so weit als möglich minimieren.

Für das Jahr 2011 plant die UniCredit eine Initiative zur Finanziellen Allgemeinbildung. Innerhalb der HypoVereinsbank hat das Thema hohe Priorität. Über ein Finanzwissensportal im Internet wie auch über Themenworkshops in den Filialen bieten wir interessierten Bürgern die Möglichkeit, sich allgemeines Finanzbasiswissen anzueignen.

Um türkische Privat- und Geschäftskunden mit schwachen Deutschkenntnissen in Finanzfragen – und damit auch bei ihrer Integration in die deutsche Gesellschaft – zu unterstützen, kooperieren wir seit 2007 mit der türkischen UniCredit-Tochter „YapiKredi“. Insgesamt zwölf Niederlassungen in München, Stuttgart, Köln und Berlin verfügen mittlerweile über separate Beratungsecken („Yapi-Corners“), in denen die Kunden bilinguale Bankdienstleistungen erhalten. Die drei bestehenden Filialen von „YapiKredi“ in Deutschland wurden 2010 in das Filialnetz der HypoVereinsbank integriert.

SO2. Anteil/Anzahl der auf Korruptionsrisiko überprüften Geschäftseinheiten

Zweimal jährlich fragt die Compliance-Abteilung der HypoVereinsbank bei den Abteilungen Personal, Recht, Revision, Geldwäsche- und Betrugsprävention sowie im Vorstandssekretariat ab, ob sich Vorfälle im Zusammenhang mit Korruption ereignet haben.

Innerhalb der gesamten UniCredit gilt eine interne Richtlinie für Bewirtungen, Geschenke und Einladungen. Danach müssen Mitarbeiter beispielsweise die Zustimmung Ihres Vorgesetzten einholen, wenn sie Einladungen oder Geschenke im Wert von mehr als 35 Euro annehmen oder machen wollen. Dies erfolgt über ein eigenes EDV-System, in dem die Eingaben archiviert werden. Die Richtlinie enthält Angaben, wann Zuwendungen zulässig sind bzw. welche Indikatoren auf eine Unzulässigkeit hinweisen können. In Zweifelsfällen ist die Compliance-Abteilung einzuschalten.

Parallel begleitet eine interne Compliance-Einheit alle als potenziell sensibel erkannten Bereiche eng bei der Ausgestaltung ihrer Prozesse, um bereits im Vorfeld Korruption zu verhindern.

SO3. Zur Prävention von Korruption geschulte Mitarbeiter in Prozent

Alle Mitarbeiter der UniCredit sind über die geltenden Bestimmungen und Richtlinien zur Korruptionsprävention informiert:

- Jeder Mitarbeiter erhält mit seinem Arbeitsvertrag die Compliance-Richtlinien und muss ihre Kenntnisnahme schriftlich bestätigen. Die Compliance-Richtlinien stehen auch im Intranet zur Verfügung.
- Für Mitarbeiter im Einkauf sind besondere Regelungen zur Korruptionsprävention im Einkaufshandbuch hinterlegt.
- Im November 2010 wurde ein webbasiertes Training zur Korruptionsprävention ins Intranet gestellt, an dem jeder Mitarbeiter bis zum ersten Quartal 2011 teilnehmen sollte. Ab 2011 ist die jährliche Teilnahme an diesem Training verpflichtend.
- Jeder Mitarbeiter muss im Rahmen seines jährlichen Mitarbeitergesprächs Auskunft geben, ob gegen ihn wegen eines Korruptionsdeliktes ermittelt wird oder er diesbezüglich verurteilt wurde. Sofern der Vorgesetzte Einwände oder Verdachtsmomente hat, ist ein Eskalationsweg vorgegeben.
- Der Code of Conduct der UniCredit enthält ein eigenes Kapitel zu Bestechung und Korruption.

SO4. Ergriffene Maßnahmen in Folge von Korruptionsvorfällen

Da es 2010 keine Fälle von Korruption gab, sah sich die HypoVereinsbank nicht gezwungen, Maßnahmen zu ergreifen.

SO5. Politische Positionen und Teilnahme an der politischen Willensbildung und am Lobbying

Die HypoVereinsbank engagiert sich in zahlreichen Gremien (vgl. Punkt [4.12.ff](#)) und ist Mitglied im Bundesverband deutscher Banken e.V. sowie im Verband Deutscher Pfandbriefbanken (VdP) e.V. An der politischen Willensbildung beteiligen wir uns nicht.

SO6. Gesamtwert der Zuwendungen an Parteien, Politiker und damit verbundenen Einrichtungen

Die HypoVereinsbank tätigt keinerlei Zuwendungen an Parteien, Politiker oder andere damit verbundene Einrichtungen.

SO7. Anzahl der Klagen, die aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens, Kartell- oder Monopolbildung erhoben wurden und deren Ergebnisse

Uns sind keine Klagen bekannt, die aufgrund Kartellbildung oder wettbewerbswidrigem Verhalten gegen uns erhoben wurden.

SO8. Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung gesetzlicher Bestimmungen

Hinsichtlich Antikorruption, Kartellrecht, Wettbewerbsrecht, Datenschutz und Wertpapier-Compliance gab es keine Sanktionen oder Geldbußen für die HypoVereinsbank.

Produktverantwortung

Ziele und Managementansatz

Vor allem bei der Unternehmens- und Projektfinanzierung sowie beim Anlagegeschäft liegt es in unserer Verantwortung, negative Auswirkungen zu vermeiden und Möglichkeiten zu nutzen, die zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen. Deshalb richten wir unser Produktportfolio zunehmend an Nachhaltigkeitskriterien aus.

Einer der wichtigsten Indikatoren für die hohe Qualität und Nachhaltigkeit unserer Produkte und Dienstleistungen ist die Zufriedenheit unserer Kunden. Diese steht im Mittelpunkt unseres Handelns, denn die Reputation unseres Unternehmens basiert auf Vertrauen und auf der Qualität unserer Arbeit. Durch eine ausgeprägte Servicekultur und ein hohes Maß an Transparenz wollen wir für unsere Kunden die Bank ihrer Wahl sein.

Grundsätze und Leitlinien

- [Integrity Charter](#) der UniCredit
- Code of Conduct
- [Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank \(Multilateral Investment Guarantee Agency World Bank Group\)](#)
- [Equator Principles](#)
- Allgemeine Kreditgrundsätze (intern, vgl. zudem [FS1](#).)
- Spezielle Industry Sector Policies (intern): Weapons & Defence, Nuclear & Energy
- Reputational Risk Special Policy Non Co-operative Jurisdiction (intern)
- UniCredit Bank AG Reputational Risk Governance Guideline (intern)
- Interne Policy zum Datenschutz
- Interne Schulungsunterlagen Datenschutz (Diese wurden auf Basis der Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) erstellt. Die Schulungen sind auf spezielle Nutzergruppen zugeschnitten. Informationen können auch über ein E-Learningtool im Intranet jederzeit abgerufen werden.)

Ergänzende Informationen

Ausführliche Informationen zu Kundenbeziehungen der HypoVereinsbank finden Sie im aktuellen [HypoVereinsbank Nachhaltigkeitsbericht 2010, S. 9ff.](#)

FS15. Verantwortung hinsichtlich der Ausgestaltung und des Verkaufs von Finanzprodukten und -dienstleistungen

Im Umgang mit all unseren Kunden ist die Integrity Charter für uns handlungsleitend. Sie legt u.a. fest, dass wir unseren Kunden auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittenen Angebote unterbreiten und sie sorgfältig und verständlich über Risiken und die Bedeutung unserer Produkte und Dienstleistungen informieren.

In Bezug auf das Wertpapier- und Immobiliengeschäft haben wir Compliance-Richtlinien und Mitarbeiterleitsätze eingeführt. Deren Einhaltung überwachen unser Compliance-Beauftragter und dessen Mitarbeiter. Die Einhaltung der Compliance-Richtlinien ist Gegenstand der jährlichen Mitarbeitergespräche.

Die HypoVereinsbank engagiert sich grundsätzlich nicht bei

- Firmen oder Projekten, die nicht den Umwelt- und Sozialstandards der Weltbank oder der jeweils geltenden lokalen, nationalen und internationalen Gesetzeslage entsprechen
- Transaktionen, die nicht in Einklang mit der UNEP-Erklärung der Finanzinstitute zur Umwelt und zur nachhaltigen Entwicklung stehen
- Projektfinanzierungen, die den Standards der Equator Principles widersprechen
- der Finanzierung von Unternehmen, die unter der Leitung von Personen stehen, die wegen eigentumsrechtlicher oder sonstiger schwerwiegender Verstöße (z.B. Insolvenzbetrug) verurteilt wurden
- Transaktionen, die nur durch Bestechung zustande kommen können
- dem Export von Produkten, die Exportkontrollen unterliegen, insbesondere Waffenproduktion und -lieferung in Länder, für die in Deutschland oder dem Land, in dem die entsprechende Einheit der HypoVereinsbank-Gruppe ihren Hauptsitz hat, ein Waffenembargo gilt
- Gruppen, die in Deutschland als verfassungsfeindlich gelten oder radikale politische oder religiöse Ziele verfolgen, oder ihnen nahestehenden Unternehmen.

PR1. Lebenszyklusstadien, in denen Sicherheits- und Gesundheitsauswirkungen von Produkten analysiert wurden

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

PR2. Summe der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf Gesundheit und Sicherheit nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art und Folgen

Aufgrund unserer Betriebs- und Produktstruktur als Finanzdienstleister nicht relevant.

PR3. Art der gesetzlich vorgeschriebenen Informationen über Produkte und Dienstleistungen und Prozentsatz der Produkte und Dienstleistungen, die solchen Informationspflichten unterliegen

Die gesetzlichen Bestimmungen bezüglich Informationspflichten halten wir selbstverständlich ohne Ausnahmen ein. Darüber hinaus veröffentlichen wir seit Juni 2010 als bundesweit erster Finanzdienstleister standardisierte Produktinformationsblätter bzw. –profile in allen Geschäftsbereichen. Sie vermitteln unseren Kunden auf zwei bis drei Seiten einen Überblick über den Wert, die Merkmale sowie die möglichen Risiken, welche mit unseren Produkten verbunden sein könnten. Neben den gesetzlich vorgegebenen Produktinformationsblättern für den Geldanlage- und Wertpapierbereich decken wir damit auch die Bereiche Zahlungsverkehr, Vorsorge und Finanzierung ab.

PR4. Gesamtzahl der Vorfälle, in denen geltendes Recht und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Informationen über und Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen nicht eingehalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen

Die gesetzlichen Bestimmungen bezüglich der Aufklärung über Risiken unserer Produkte halten wir selbstverständlich ohne Ausnahmen ein.

PR5. Praktiken im Zusammenhang mit Kundenzufriedenheit einschließlich der Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit

Auch im Jahr 2010 haben wir die Kundenzufriedenheit mithilfe des Stakeholder-Management-Systems TRI*M von TNS Infratest überprüfen lassen. Dabei zeigte sich, dass sie im Vergleich zu den Vorjahren angestiegen ist (siehe HypoVereinsbank Nachhaltigkeitsbericht 2010, S.9). Auch bei unabhängigen Tests erreichen wir gute Ergebnisse im Bereich Beratung. So erreichte die HypoVereinsbank im August 2010 in einer stichprobenartigen Untersuchung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) hinsichtlich der persönlichen Beratung in den Filialen unter 15 getesteten Kreditinstituten den ersten Platz. Weitere Informationen und Testergebnisse siehe Punkt [2.10](#).

FS16. Initiativen zur Förderung finanzspezifischer Kenntnisse nach Zielgruppen

Spätestens die Finanzkrise machte den Bedarf an finanzieller Allgemeinbildung in der Bevölkerung deutlich. In den letzten Jahren wurden mehrere Initiativen gestartet:

- Wissensforum "Zukunft Finanzen": Im Jahr 2010 nahmen junge Erwachsene von 18 bis 25 Jahren am Wissensforum "Zukunft Finanzen" in München teil. Dort wurde ihnen u.a. auch der verantwortungsvolle Umgang mit Geld nahe gebracht.
- Euro.de: Auf dem Finanzwissensportal euro.de, das im dritten Quartal 2011 an den Start gehen wird, bündelt die HypoVereinsbank relevantes Wirtschafts- und Finanzwissen für eine interessierte Zielgruppe.
- Take a Chance: Im Rahmen eines Mentoringprogramm der HVB werden Hauptschüler zu Finanzthemen geschult und auf das Berufsleben vorbereitet.

PR6. Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring

Wir halten uns an alle Gesetze zum Umgang mit Werbung, Anzeigen und Verkaufsförderung und benötigen daher keine darüber hinausgehenden internen Richtlinien.

PR7. Gesamtzahl der Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring, nicht einhalten wurden, dargestellt nach Art der Folgen

Es gab 2010 keine Vorfälle, in denen die angesprochenen Regelungen gebrochen wurden.

PR8. Gesamtzahl berechtigter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes der Kundendaten und deren Verlust

In Bereich Bankgeheimnis/Diskretion/Datenschutz wurden 2010 innerhalb der HypoVereinsbank 653 Beschwerden erfasst. Eine Aussage, inwieweit diese berechtigt waren oder nicht, kann nicht getroffen werden. Exemplarische Beschwerdegründe waren:

- Mangelnde Diskretion in der Beratung (meist aufgrund der Räumlichkeiten vor Ort)
- Fehlsendungen von Kundenpost

PR9. Höhe wesentlicher Bußgelder aufgrund von Verstößen gegen Gesetzesvorschriften in Bezug auf die Zurverfügungstellung und Verwendung von Produkten und Dienstleistungen

Wir haben in keiner Weise gegen Gesetze verstoßen.