

ANSPRUCH

Mitarbeiter

Kompetenz

Persönlichkeit

Wandel

Zukunft

Kompetenz und Persönlichkeit

MITARBEITER



KUNDEN

Genossenschaftliches
Leistungsversprechen



REGION

Regionale Verantwortung



EIGENTÜMER

Gemeinsam mehr erreichen



Innovation

Digitale
Transformation



Dr. Reiner Brüggestrat,
Vorstandssprecher der Hamburger Volksbank

**Liebe Leserin,
lieber Leser,**

die digitale Transformation durchzieht alle sozialen und wirtschaftlichen Räume unserer Gesellschaft. Es stellt sich also nicht die Frage, ob wir von der Digitalisierung betroffen sind, sondern, wie wir diesen Epochenbruch für uns als Hamburger Volksbank zum Nutzen unserer Mitglieder, Kunden und der Metropolregion Hamburg gestalten. Neben der gesellschaftlichen, ökologischen und ökonomischen Dimension, nach denen wir unser Wirtschaften und Handeln auf Nachhaltigkeit prüfen, kommt damit eine kulturelle hinzu. Hieraus erwächst eine besondere Verantwortung für unsere Mitarbeiter und für einen sicheren Umgang mit den uns anvertrauten Kundendaten.

Die Art, wie wir in der Hamburger Volksbank arbeiten werden, wird sich tief greifend ändern. Die Errungenschaften der digitalen Transformation werden wir ausschöpfen. Dazu gehören neue digitale Wege, auf denen wir mit unseren Kunden kommunizieren sowie Geschäfte abschließen. Der ethisch und ökonomisch wichtigste Faktor für unseren nachhaltigen Erfolg als Genossenschaftsbank bleibt das Vertrauen. Der Kontakt und die Beziehungen zwischen Menschen ist weiterhin die Grundlage unserer von Menschen getroffenen Entscheidungen.

Wir wollen auch im digitalen Zeitalter die persönliche Bank für Hamburg sein und binden unsere Mitglieder und Kunden aktiv in unseren Strategieprozess „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ ein. Dies entspricht unserem Förderauftrag, der auf den langfristigen Mitgliedererfolg ausgerichtet ist, und bestätigt die Agilität unserer genossenschaftlichen Organisationsform. Nach dem Prinzip der Gegenseitigkeit nutzen wir unsere kooperativen Netzwerkstrukturen zur nachhaltigen Stärkung unseres Markterfolgs und im Dialog über sich ändernde Kundenbedürfnisse.

Damit ermöglichen wir unseren Mitgliedern und Kunden eine reale Wertschöpfung. In der Diskussion um Datenmissbrauch von Digitalkonzernen und monopolistische Plattformökonomie wird nach den Verfügungsrechten an Geschäftsmodellen gefragt. Unsere genossenschaftliche Rechtsform liefert seit über 150 Jahren eine erprobte juristische, humane und zukunftsfähige Antwort. Nach den Kriterien des Deutsche Nachhaltigkeitskodex berichten wir in unserem vierten Nachhaltigkeitsbericht, wie wir Zukunft gemeinschaftlich gestalten – autonom, dynamisch und mit einem zuversichtlichen Willen zur Veränderung.

Ihr

Dr. Reiner Brüggestrat



Deutscher Nachhaltigkeitskodex (DNK)

Der Deutsche Nachhaltigkeitskodex ist ein Standard für Transparenz des Nachhaltigkeitsmanagements von Unternehmen. Er schafft Verbindlichkeit durch eine vergleichbare Darstellung der unternehmerischen Verantwortung. Seine Anwendung ist freiwillig. Der DNK ist eine Empfehlung vom Rat für Nachhaltige Entwicklung. Anhand der 20 DNK-Kriterien geben wir eine auf das Wesentliche abstellende Erklärung über unsere Maßnahmen zur ökologischen, sozialen und ökonomischen Dimension der Nachhaltigkeit ab. Den jeweiligen DNK-Verweis finden Sie an den Seitenrändern. Eine Beschreibung der Kriterien sowie deren Erfüllungsgrad ist im DNK-Index auf Seite 30 aufgeführt.

04 **Nachhaltigkeit mit Erfolg**

06 **Stellungnahme**

08 **Mitarbeiter** – Kompetenz und Persönlichkeit

Digitale Transformation gestalten
Investition in die Zukunft
Veränderung lernen
Permanenter Wandel
Innovationen managen
Individuelle Personalentwicklung
Gleiche Chancen
Gesunde Leistung
Kinder und Karriere

18 **Region** – Regionale Verantwortung

Erfolge teilen
Umwelt schützen

22 **Eigentümer** – Gemeinsam mehr erreichen

Verantwortlich wirtschaften
Nachhaltigkeit im Verbund
Transparenz und rechtskonformes Handeln

26 **Kunden** – Genossenschaftliches Leistungsversprechen

Intensiv gelebte Kundennetzwerke
Verantwortliche Anlageberatung

30 **Index DNK-Kriterien**

31 **Nachhaltigkeitsprogramm**

Bildnachweis: Frank Egel (S. 1), Oliver Nimz (S. 10, 12, 13, 17, 24), Hamburger Volksbank (S. 11, 14, 15, 21)

Wegen der besseren Lesbarkeit haben wir in dieser Publikation die männliche Form verwendet.
Die weibliche Form ist selbstverständlich immer eingeschlossen.

Weiterführende Informationen: Einen Überblick der Tätigkeiten sowie eine detaillierte Erläuterung der wirtschaftlichen Kennzahlen der Hamburger Volksbank liefern das Kunden- und Mitgliedermagazin ANTRIEB, der Geschäftsbericht sowie grundlegend die Nachhaltigkeitsberichte 2014 bis 2016; www.hamburger-volksbank.de

Nachhaltigkeit mit Erfolg

222

Mitarbeiter

haben im Jahr 2017 das Strategieprojekt „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ aktiv mitgestaltet.

2,1

Prozent

beträgt die durchschnittliche jährliche Zuwachsrate der Kunden seit 2008.

58,5

Prozent

unserer Mitglieder sind länger als zehn Jahre Kunden der Bank.

71

Prozent

höher ist die durchschnittliche Nutzung unserer E-Mobile als bei unseren konventionellen Fuhrparkautos.

80

Prozent

unserer Mütter konnten nach ihrer Elternzeit in Teilzeit integriert werden.

6,2

Prozent

beträgt die durchschnittliche jährliche Zuwachsrate der Mitglieder seit 2008.

132

Prozent

beträgt die Zuwachsrate der Kredite seit 2008.

46.060

Euro

wurden für die Ausstattung des FreiRaums mit modernster LED-Technik investiert.

2.239

Schulungstage

haben unsere Mitarbeiter auf das neue Bankverfahren agree21 vorbereitet.

74

Prozent

unserer Mitarbeiter haben an unserer Online-Umfrage zum Thema Kulturwandel teilgenommen.

112,8

Prozent

beträgt die Steigerung unseres haftenden Eigenkapitals seit 2007.

65

Prozent

unserer Spenden vergaben wir im Jahr 2017 im Bereich Kultur und Soziales.

15

Jahre

besteht die UmweltPartnerschaft mit der Stadt Hamburg.

60

Prozent

unserer Mitarbeiter nutzen das Mobilitätsangebot für öffentliche Verkehrsbetriebe.

99

Prozent

des Stroms, den wir verbrauchen, stammen aus regenerativen Quellen.

32,8

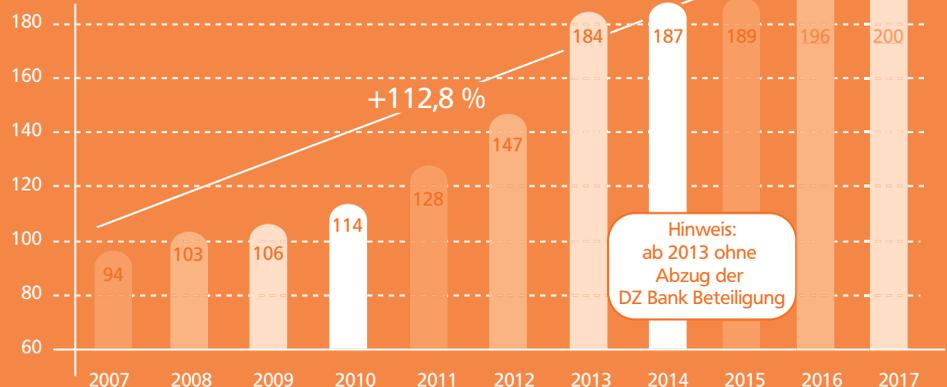
Prozent

unserer Kunden sind länger als 20 Jahre bei der Hamburger Volksbank.

EIGENMITTEL

Gesamtkapitalquote
per 31.12.2017:
14,25 %

Anrechenbare
Eigenmittel in Mio. Euro



Digitale Transformation des Firmenkundengeschäfts

Dr. Reiner Brüggestrat, Vorstandssprecher der Hamburger Volksbank

Die globalen Plattformunternehmen wie Airbnb oder Ueber bieten heute das weltweit größte Angebot an Übernachtungs- oder Taximöglichkeiten an, ohne ein einziges Hotel oder Fahrzeug zu besitzen. Viele Konsumenten vertrauen damit nicht etablierten Hotels oder lizenzierten Taxis sondern privaten Anbietern.

Was bedeutet dies für das Bankgeschäft, insbesondere mit Firmenkunden? Ein Großteil unserer Interaktionen mit Kunden betrifft nach wie vor den einfachen Zahlungsverkehr, der durch den Einzug neuer Technologien einem starken Wandel unterliegt. Aber auch im Firmenkundengeschäft könnten neue Konkurrenten aus der Technologiebranche wie Apple, Google oder andere zunehmend Einfluss gewinnen.

Im Kontext der digitalen Transformation wird mittlerweile nicht mehr die Frage gestellt, ob wir von der Digitalisierung betroffen sein werden. Vielmehr geht es um die Frage, bei welchem spezifischen Teil der Wertschöpfungskette wir unsere herkömmlichen Stärken in die Waagschale werfen können – und wie wir diese Stärken neu definieren und interpretieren müssen, um erfolgreich zu bleiben. Dazu gehören etwa unsere Beratungsstärken, die Bereitstellung sicherer Transaktions- und Datenplattformen, Datenschutz und das Risikomanagement. Insbesondere beim Thema Daten müssen die Kunden vertrauen können, dass ihre Daten bei der Hamburger Volksbank sicher sind und kein Missbrauch getrieben werden kann.

Die Entwicklungen in anderen Branchen liefern nur ansatzweise einen Leitfaden dafür, wie sich die digitale Transformation in der Finanzbranche, insbesondere bei der Betreuung von Firmenkunden, auswirken wird. Das größte Aktivum der Hamburger Volksbank besteht nach wie vor in der Qualität der Kundenbeziehungen, die oft über mehrere Generationen aufgebaut wurden. Das Kundenvertrauen und die bestehenden Kunden-



beziehungen, aber auch die weiterhin hohen Eintrittsbarrieren für branchenfremde Konkurrenten bieten den traditionellen Banken einen zeitweiligen Schutz vor neuer Konkurrenz.

Dieser vorläufige Schutz muss allerdings genutzt werden, um sich dem veränderten Umfeld anzupassen. Bisher haben wir vor allem in die Digitalisierung von Prozessen und Schnittstellen mit Kunden sowie in Effizienzsteigerungen investiert, sind dabei zumeist dem bestehenden Geschäftsmodell treu geblieben.

Technologien wie Cloudcomputing, Blockchain und künstliche Intelligenz oder das Crowdfunding eröffnen jedoch Chancen, bestehende Beratungsleistungen neu zu gestalten, aber auch neue Dienstleistungen anzubieten. Dies gelingt nur, wenn man bei der digitalen Transformation die kooperative Vernetzung im genossenschaftlichen Verbund nutzt und ganzheitlich und mit dem Ziel einer herausragenden, digital unterstützten Kundenerfahrung voranschreitet.

Firmenkunden erwarten in einer zunehmend digitalen Welt einen direkten, unkomplizierten und raschen Zugang zu Informationen und eine personalisierte Unterstützung beim Navigieren von Komplexität. Im Idealfall findet dabei eine auf die individuelle Firmensituation und -ziele maßgeschneiderte Dienstleistung und Beratung über die Kanäle statt, die den Wünschen und Präferenzen der Kunden entsprechen. Mithilfe der umfangreichen Daten, die uns vorliegen, können wir den Kunden immer individuellere Angebote machen. Digitalisierte, vom Kunden autonom durchführbare Prozesse geben auf Bankseite mehr Raum für persönliche Man-kennt-sich-Beratungen. Auch wird die Spracherkennung und die sogenannte Augmented Reality, also die erweiterte Realität, insbesondere im Firmenkundengeschäft an Bedeutung gewinnen.

Kunden sollten jederzeit wählen können, wann

sie Geschäfte selbst erledigen wollen und wann sie Beratung durch einen digital unterstützten Ansprechpartner erhalten wollen. Banken müssen die digitale Transformation als ganzheitliches Vorhaben angehen, eingebettet in die Transformation des Geschäftsmodells. Die Hamburger Volksbank treibt die Weiterentwicklung ihres Geschäftsmodells, das weiterhin auf Nachhaltigkeit und genossenschaftlicher Werteorientierung beruhen wird, im Rahmen des Strategieprozesses „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ konsequent voran. Dazu gehört auch der Aufbau eines smarten Assistenzcenter in dem bedarfsgerecht nach Zeit und Qualität Service- und Beratungsleistungen vorgehalten und aktiv angeboten werden. Eine qualitativ hochwertige Beratung für Firmenkunden ist dabei auch am Sonntagnachmittag denkbar.

Dabei müssen alle Bereiche der Hamburger Volksbank dazu beitragen, die hohe Qualität der Kundenerfahrung über alle Kanäle hinweg zu gewährleisten. Dies erreicht man etwa dadurch, dass in kleinen, agilen, funktional übergreifenden Arbeitsgruppen die ganze Bank zusammenarbeitet, was hilft, Silos aufzubrechen und die Umsetzung neuer Ideen energiereich zu beschleunigen.

Von dieser Herangehensweise profitieren nicht nur die Kunden – auch talentierte Mitarbeiter der Millenniumsgeneration fühlen sich durch Freiheit und Verantwortung angesprochen. Banken, die in digitale Plattformen, Prozesse und Produkte investieren und den Wandel als Chance zur Transformation sehen, werden von den neuen Technologien profitieren. Diese ermöglichen eine neue Form der Finanzintermediation, die signifikante Wachstumsmöglichkeiten im traditionellen Firmenkundengeschäft eröffnet. Voraussetzung ist, dass unsere Kunden immer im Mittelpunkt bleiben. ■

The image features a solid orange background. In the upper right quadrant, there are two semi-transparent, light-orange silhouettes of human figures, one larger than the other, suggesting a group or team. The word "MITARBEITER" is written in a bold, white, sans-serif font across the middle of the page, partially overlapping the silhouettes.

MITARBEITER

Digitale Transformation gestalten

Lebenslanges Lernen

Digitale Transformation ist nicht nur im digitalen Umfeld, sondern in allen Lebensbereichen allgegenwärtig. Entsprechend verändern sich die Zugangs- und Nutzungsgewohnheiten unserer Mitglieder und Kunden mit neuen und erhöhten Ansprüchen an unser Bankgeschäft. Zusätzlich zu unserer hohen Beratungskompetenz im ausführlichen persönlichen Gespräch wird von uns eine ebenso hohe digitale Qualität erwartet: schnelle, bequeme Erledigungsmöglichkeiten, vernetzt über alle Kommunikationskanäle, mit zuverlässigen und sicheren Bearbeitungsprozessen und einem individuell zugeschnittenen Service. Im Jahr 2017 haben wir unser Strategieprojekt „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ deutlich vorangetrieben und uns intensiv mit den Digitalisierungsanforderungen an unser Haus und an jeden einzelnen Mitarbeiter auseinandergesetzt. Der Funktion des digitalen Lotsen kommt eine wesentliche Rolle zu: Mit unserem Förderauftrag als Genossenschaftsbank sind wir seit 157 Jahren Ratgeber, wenn es um die finanzielle Zukunft unserer Mitglieder und Kunden geht. Jetzt wird unser genossenschaftliches Leistungsversprechen smart. Bei allen rasanten digitalen Entwicklungen steht dabei der Nutzen für unsere Kunden im Mittelpunkt. Unsere Mitarbeiter geben praktische Hilfestellungen im Umgang mit Onlinebanking, Banking-Apps und zu digitalen Lösungsangeboten für unsere Firmenkunden. Um zukunftsfähig zu bleiben, gilt es darüber hinaus, Veränderungen proaktiv mitzugestalten, innovative Methoden zu erproben und die Entwicklungen zum Beispiel des digitalen Business vorausschauend an unsere Kunden zu vermitteln. Dies setzt eine Befähigung unserer Mitarbeiter voraus, die weit mehr umfasst als digitales Wissen: Tempo, Agilität und der Wille zur Veränderung müssen mit unserem hohen Leistungsanspruch an die persönliche Beratung und der grundlegenden Ausrichtung an unsere genossenschaftlichen Werte wirksam verzahnt werden. Eine Kultur des Vertrauens ist für diese vielschichtigen Veränderungen fundamental. Mit einem umfangreichen Maßnahmen- und Angebotspaket binden wir unsere Mitarbeiter aktiv in den digitalen Transformationsprozess ein:

- digitales Management: Verankerung des Transformationsprozesses als strategische Aufgabe
- digitales Bewusstsein: Einbindung der Mitarbeiter in das Strategieprojekt „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ aus allen Teil- und Arbeitsbereichen der Bank; Veranstaltungen und Workshops
- digitale Kompetenz: Einführung der „Digital Toolbox“ zur Förderung eines fortlaufenden Online-Lernprozesses im Modulverfahren
- digitales Consulting: Schaffung eines Digital Departments als interner Einheit zur praktischen Unterstützung des Transformationsprozesses
- New Work: Gestaltung von Open-Work-Space
- im „FreiRaum“: abteilungsübergreifendes Arbeiten, digitale Gadgets, After-Work
- digitaler Austausch: Implementierung eines Social Intranets auf App-Basis zur Aktivierung der Mitarbeiterkommunikation untereinander
- Kulturwandel begleiten: Durchführung von umfangreichen Mitarbeiterinterviews, Etablierung eines Change-Managements, Begleitung durch Change-Scouts

FreiRaum entdecken

Seit Juli 2017 nutzen die Mitarbeiter den neu geschaffenen Open-Work-Space in der Zentrale Hammerbrook. Der FreiRaum bietet in großzügigen und offen gestalteten Räumlichkeiten viele Möglichkeiten für flexibles und abteilungsübergreifendes Arbeiten, Rückzugsorte für kreative Entwicklungen oder um in Ruhe zu arbeiten, für Workshops und After-Work-Veranstaltungen zum Thema Digitalisierung und New Work. Eine Innovationsagentur liefert regelmäßig digitale Gadgets vom Roboter Pepper bis zum 3D-Drucker, um neueste technologische Trends erlebbar zu machen. Der FreiRaum ist bei unseren Kunden ebenfalls sehr beliebt und wird für Veranstaltungsreihen zum Thema Digitalisierung gebucht.





Investition in die Zukunft

Interview mit Wolfram Kaiser, Bereichsleiter Personal, und Claudia Wenta, Leiterin Digital Department

Was ist die Grundidee hinter dem Digital Department?

Wolfram Kaiser: Mit dem Einzug digitaler Technologien in den Alltag ändern sich auch die Ansprüche unserer Kunden. Entsprechend entwickeln wir uns als Bank stetig weiter und legen einen besonderen Fokus darauf, unsere Mitarbeiter nachhaltig zu befähigen, digitalisiert, innovativ und agil arbeiten zu können. Es geht also um weit mehr, als digitale Arbeitsweisen zu forcieren. Uns war klar, dass wir mit einem etablierten Inbox-Denken keine wirklich neuen Wege einschlagen würden. Also haben wir das Digital Department als Experiment gestartet. Dazu gehört, dass wir diese neue Abteilung zunächst bewusst nicht institutionalisiert haben. Ein neues Team hat über viele Monate umfangreiche Erkenntnisse gesammelt, ausprobiert und Vorschläge für geeignete Maßnahmen entwickelt, mit denen unsere Mitarbeiter den digitalen Transformationsprozess der Hamburger Volksbank aktiv mitgestalten. Das gemeinschaftliche Prinzip dabei: über die Eigenbefähigung Dritte befähigen.

Wie werden digitale Fähigkeiten vermittelt?

Claudia Wenta: Wir haben eine „Digital Toolbox“ entwickelt, mit der wir ein fundiertes, digitales Wissen für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kontinuierlich sicherstellen. Sie ist in die Bereiche Technik, Digitalisierung sowie Bank und Nutzer gegliedert und bietet, je nach Anforderungs- und Stellenprofil, verschiedene Kompetenzmodule. Die Veränderungsprozesse der Digitalisierung sind sehr schnelllebig, sodass wir mit klassischen Lernmethoden, wie zum Beispiel einem einmalig absolvierten digitalen Führerschein, nicht weiterkommen. Wir müssen uns ständig weiterbilden. Dazu gehört selbstständiges Lernen in digitaler Form, die von unseren Mitarbeitern sehr gut angenommen wird. Schnell wurde dabei klar:

Anwendungssichere Internetnutzung ist mit digitalem Wissen nicht gleichzusetzen. Wenn wir unserem Anspruch gerecht werden wollen, unseren Kunden digitale Wege und Neuerungen der Bank zu erklären, müssen wir immer einen Schritt voraus sein.

Welchen Einfluss nimmt der digitale Wandel auf die Arbeitswelt?

Wolfram Kaiser: Die Art, wie gearbeitet wird, verändert sich grundlegend: zunehmend flexibles und mobiles Arbeiten, teamübergreifende Zusammenarbeit in Projekten, eine kontinuierliche Fähigkeit zur Innovation. Diese rasanten Veränderungsprozesse werden durchaus auch kritisch hinterfragt und setzen einen Kulturwandel voraus, der sich schrittweise vollzieht. Wir sehen dies positiv als eine nachhaltige Investition in die Zukunft. Vertrauen spielt hierbei eine besondere Rolle. Es gilt, die Bedürfnisse des Mitarbeiters bestmöglich mit den Anforderungen des Arbeitgebers in Einklang zu bringen. Die Digitalisierung bietet dabei große Vorteile. Adäquat können wir unseren Kunden zu jeder Zeit die Kontakt- und Kommunikationsmöglichkeiten bieten, die er von uns erwartet: flexibel, persönlich oder digital.

Welche Rolle spielt der FreiRaum für diese Veränderungsprozesse?

Claudia Wenta: Der Name FreiRaum war der Vorschlag unserer Mitarbeiter und spiegelt den New-Work-Ansatz sehr gut wider: Unsere Mitarbeiter können sich hier frei entfalten, sich mit anderen Abteilungen austauschen und die Möglichkeit nutzen, neue Arten der Zusammenarbeit auszuprobieren. Zusätzlich haben wir vor Ort laufend neue Gadgets, vom 3D-Drucker bis zur VR-Technologie. Wir laden regelmäßig Mitarbeiter, Kunden und Gremien ein, um Digitalisierung im wahrsten Sinne des Wortes greifbar zu machen. ■



Veränderung lernen

Weichenstellungen für die Zukunft

Im Rahmen des Strategieprojekts „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ hat die Hamburger Volksbank im Jahr 2017 konsequent an der digitalen Transformation ihrer Wertschöpfungskette gearbeitet. Mehr als 50 Mitarbeiter aus allen Teil- und Arbeitsbereichen der Bank haben sich neben ihren regulären Aufgaben in den Strategieprozess eingebracht und die zukünftige strategische Ausrichtung der Bank aktiv mitgestaltet. Hinzu kamen umfangreiche Vorbereitungen auf das neue Bankverfahren „agree21“, mit dem wir die technische Basis für eine erfolgreiche digitalisierte Zukunft geschaffen haben. Durch den frühzeitigen Aufbau von Expertenwissen mit rund 100 Mitarbeitern in Prozess- und Fachteams haben wir die Möglichkeit erhalten, ebenfalls die technische Ausrichtung unseres Hauses aktiv mitzugestalten und anwenderfreundlich auf unsere Bedürfnisse zuzuschneiden. Mit der Entwicklung eines umfassenden Schulungsprogramms und der Ausbildung von 50 hauseigenen Trainern haben wir neues Wissen multipliziert und alle notwendigen Voraussetzungen für die persönliche Handlungsfähigkeit der Mitarbeiter am Arbeitsplatz geschaffen.

Über die vielfältigen Anforderungen, mit deren Erfüllung wir uns als Hamburger Volksbank für den nachhaltigen Veränderungsprozess befähigen, sind wir mit unseren Mitarbeitern und dem Betriebsrat seit Projektstart intensiv im Dialog. Als genossenschaftlicher Arbeitgeber übernehmen wir hierbei eine besondere Verantwortung: für die Entwicklungsfähigkeit unserer Arbeitsplätze, für die Schaffung von Partizipationsmöglichkeiten, jeden einzelnen Mitarbeiter in den digitalen Transformationsprozess einzubinden, und in der festen Überzeugung, dass alle Mitarbeiter die Kraft und den Willen zur Veränderung aufbringen werden,

um den geforderten Kulturwandel aktiv mitzugestalten.

Voraussetzung hierfür ist eine Verhaltensveränderung über alle Hierarchie Ebenen hinweg. Um zu wissen, an welchen Stellen wir unser Verhalten nachhaltig neu auszurichten haben, haben wir zunächst eine sorgfältige Analyse des Ist-Zustands durchgeführt. Dazu haben wir im Frühjahr 2017 eine anonyme Onlinebefragung unserer Mitarbeiter zu den Hauptthemen Mitarbeiter, Führung und Kultur durchgeführt. Die Teilnahmequote von 74 % hat uns in unserem Bestreben bestärkt, alle Mitarbeiter frühzeitig einzubinden. Im nächsten Schritt folgte ein zweitägiger Workshop zur Vereinbarung einer zukunftsorientierten Zusammenarbeit innerhalb der ersten und zweiten Führungsebene. Wir begreifen den Kulturwandel als laufenden Prozess über einen Zeitraum von mehreren Jahren, den wir aktiv begleiten und im Austausch mit allen Mitarbeitern vorantreiben. ■





Permanenter Wandel

Angela Eckhardt

Was bedeutet Kulturwandel?

Angela Eckhardt: Jedes Unternehmen wird durch gelebte Werte, Normen und Einstellungen geprägt. So werden unsere Wirtschaften und Handeln besonders stark durch die genossenschaftlichen Werte und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit bestimmt. An diesen Werten werden wir auch zukünftig festhalten. Ein Kulturwandel beinhaltet neue Werte, an denen sich das Verhalten der Belegschaft neu ausrichten soll. Dieser kann weder verordnet noch erzwungen werden, sondern vollzieht sich über einen langen Zeitraum und muss eng begleitet werden. Das Vorleben der neuen Werte ist dabei enorm wichtig und startet immer auf der Führungsebene.

Warum ist die Begleitung der Mitarbeiter während der Digitalisierung so wichtig?

Angela Eckhardt: Die Digitalisierung bedeutet einen umfangreichen Veränderungsprozess, der uns aktuell und in den kommenden Jahren beschäftigen wird. Veränderungen sind für uns Menschen generell mit unterschiedlichen positiven und negativen Gefühlen verbunden. Die Digitalisierung wird zum Beispiel Einfluss nehmen auf die Organisationsstruktur, auf die Abläufe und Arbeitsmethoden und somit zu Veränderungen unseres bisherigen Aufgabengebietes führen. Um den Auseinandersetzungsprozess mit der Digitalisierung und den damit verbundenen Chancen und Herausforderungen idealerweise in der Akzeptanz des Erlernens und der erfolgreichen Anwendung münden zu lassen, ist es wichtig, die Mitarbeiter zu begleiten: von der laufenden Information, über den regelmäßigen Austausch bis zur Entwicklung von Lösungen unter Einbindung der Mitarbeiter.

Welche Veränderungen sind wichtig für die Zukunft?

Angela Eckhardt: Wir müssen künftig noch bes-

ser in der Lage sein, mit Veränderungen umzugehen und diese als Chance

wahrzunehmen. Dazu gehört auch, noch stärker als bisher die Kundenperspektive einzunehmen, um Marktentwicklungen proaktiv und vorausschauend gestalten zu können. Eine Voraussetzung hierfür ist die Entwicklung eines digitalen Verständnisses, um die Wichtigkeit von digitaler Kompetenz zu erkennen. Durch diese gelebte Agilität können wir eine Vorreiterposition einnehmen, anstatt vom Marktgeschehen getrieben zu werden. Last, but not least müssen wir konsequent in unserem Handeln und in der Umsetzung unserer Vorhaben sein – ohne dabei die Kreativität auszuschließen. Dies gilt für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Bank, inklusive aller Führungsebenen.

Mit welchen Erfolgsfaktoren gelingt Kulturwandel?

Angela Eckhardt: Bevor ein Kulturwandel gestartet wird, sollte Klarheit über die aktuelle Ist-Kultur und die angestrebte Soll-Kultur bestehen. Zum Aufnehmen der Ist-Kultur haben wir zahlreiche Mitarbeiterumfragen und viele persönliche Interviews geführt. Eine Einbindung der genossenschaftlichen Gremien fand über den Aufsichtsrat und den Beirat statt. Ebenso haben wir den Betriebsrat einbezogen. Der entscheidende Erfolgsfaktor für die positive Veränderung der Unternehmenskultur ist das erlebte veränderte Verhalten durch die Führungskräfte. Im Bewusstsein aller sollte vor allem eines sein: Kultureller Wandel endet nie, sondern ist ein permanenter Prozess. ■



Tim Fröhlich
TeamUp-Trainee
der DZ Bank



Innovationen managen

Was beinhaltet der fachliche Schwerpunkt Innovation und Digitalisierung?

Tim Fröhlich: Wir sind drei Trainees zu diesem Thema in verschiedenen Genossenschaftsbanken, und jeder von uns hat andere Aufgabenstellungen in unterschiedlichen Bereichen. Dies zeigt schon, dass Innovationen und Digitalisierung bereichsübergreifende Querschnittsthemen sind. Bei uns stehen die Prozessdigitalisierung mit dem Stichwort Smart Data im Vordergrund sowie das Change-Management.

In welchem Bereich können Sie mitgestalten?

Tim Fröhlich: Ich hatte meinen Einstieg im Digital Department mitten in dem Prozess, eine neue Intranetlösung für den internen Austausch zu schaffen: eine Vernetzung der Mitarbeiter untereinander jenseits von Hierarchie-Ebenen und mit dem Ziel, bisherige Kommunikationssilos abzubauen. Danach habe ich zum Thema Mitarbeiterbefähigung an der Konzeption der Digital Toolbox mitgearbeitet. Jetzt geht es darum, das Digital Department zur digitalen Anlaufstelle für alle im Haus weiterzuentwickeln.

Welche Erfahrungen Ihrer „Roadshow“ können Sie in die Bank einbringen?

Tim Fröhlich: Der große Vorteil des modularen Traineeprogramms ist die Vernetzung der Volksbanken untereinander. Durch den Einsatz an unterschiedlichen Orten erhielt ich außerdem einen Einblick in das Spitzeninstitut DZ BANK. Hier gab es gute Möglichkeiten, Kontakte mit den Ansprechpartnern zu knüpfen, die mich auf meinem Weg weiterbringen. Von meinen Erfahrungen und Aufenthaltsorten berichte ich regelmäßig in unserem Digi-Blog. Und natürlich trage ich Ideen, Anregungen und neu erlerntes Wissen in die Bank.

In welchem Bereich sehen Sie Ihre berufliche Zukunft?

Tim Fröhlich: Als Berufseinsteiger bin ich nicht festgelegt. Ich habe Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Innovationsmanagement studiert und kann hier mit dem 18-monatigen Traineeprogramm anknüpfen. Wichtig sind mir Entwicklungsmöglichkeiten, und ich möchte schnell ins Tun zu kommen. Dafür bietet sich ein kleineres oder mittleres Unternehmen an, in dem ich viel bewegen kann. Ich will Verantwortung übernehmen – gern in Hamburg. ■

Individuelle Personalentwicklung

Nachfolgemangement und Nachwuchskräfte

Der Wettbewerb um qualifizierte Fach- und Führungskräfte nimmt über alle Branchen hinweg und damit auch in der Finanzbranche stetig zu. Für uns bedeutet dies, langjährigen Mitarbeitern attraktive Perspektiven zu bieten und qualifizierte Nachwuchskräfte von extern zu gewinnen. Die vor drei Jahren langfristig begonnene Nachfolgeplanung von drei Bereichsleitern konnte mit Vertragsunterzeichnung der designierten Nachfolger zum Jahresende 2017 erfolgreich beendet werden. Mit drei Potenzialmitarbeitern haben wir

die individuelle Personalentwicklung für die Zeit bis zur Staffelstabübergabe geplant, vollzogen und immer wieder nachjustiert. Die Stärkung der gemeinsamen Zusammenarbeit, die verantwortliche Teilnahme an strategisch wichtigen Projekten sowie die Begleitung bei der Nachbesetzung der momentanen Position standen während dieser Zeit auf der Agenda. Ab 2018 erfolgt nun die offizielle Übergabe der Bereichsverantwortung. Auch in den kommenden Jahren werden wir die frühzeitige Nachfolgeplanung für Fachspezialisten und Führungskräfte weiter ausbauen. ■

Ausgezeichnete Ausbildung

Konstanz auf hohem Niveau zeigen wir auch beim Thema Ausbildung. Neun Nachwuchsmitarbeiter begannen 2017 ihren Berufseinstieg bei der Hamburger Volksbank. Wie in den Jahren zuvor, erhielten wir auch 2017 wieder fünf Sterne im Wettbewerb „Hamburgs beste Ausbildungsbetriebe“. Gemeinsam mit uns wurden weitere neun Firmen mit dieser besonderen Auszeichnung geehrt, von denen nur ein weiteres Unternehmen wie wir jeweils fünfmal fünf Sterne vorweisen kann. Wir sind sehr stolz auf diesen Erfolg, ist er doch im bildlichen Sinne Zeichen unseres Qualitätsanspruchs für eine ausgezeichnete Ausbildung. Unsere Herausforderung der Zukunft ist es, das hohe qualitative Ausbildungsniveau zu halten und auszubauen. Gern wollen wir junge Bewerber für die Hamburger Volksbank begeistern und sie dauerhaft als Mitarbeiter für unser Haus gewinnen. ■

Ausbildungsförderung

Eine besondere Förderung können einige unserer Auszubildenden durch die Gabriele-Karola und Martin Hill-Stiftung genießen. Diese fördert junge Menschen, die sich bei der Hamburger Volksbank sowie zwei weiteren Volksbanken ausbilden las-

sen. Auch wenn ein Zeugnis von der bei uns gängigen Norm abweichen sollte, möchte die Stiftung versuchen, diesen jungen Menschen auf ihrem Weg in den Wunschberuf des Bankkaufmanns zu helfen, und sie während ihrer Ausbildung unterstützen - durch Rat und Hilfe, aber auch durch Stipendien, Beihilfen, Miet- oder Kostenzuschüsse. Außerdem ehrt und prämiiert die Stiftung erfolgreiche Auszubildende und Bachelor- und Master-Absolventen sowie Absolventen des Genossenschaftlichen Bank-Führungsseminars. ■

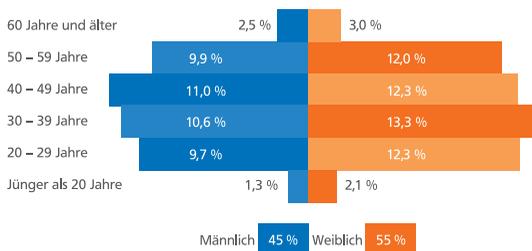


Gleiche Chancen

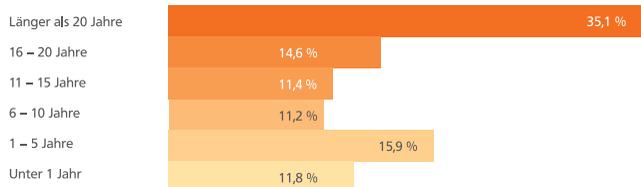
Mitarbertervielfalt und Generationenmix

Seit Jahren leben wir Diversität im Hinblick auf eine ausgewogene Altersstruktur. Unsere erfolgreiche Strategie des Generationsmix aus erfahrenen Mitarbeitern und Berufsstärtern werden wir auch in Zukunft fortführen – mit einer Gleichverteilung über alle Altersgruppen hinweg.

Alterspyramide/Geschlechterverteilung



Betriebszugehörigkeit



Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit = 16,1 Jahre

Fünf Mitarbeiter feierten im Berichtsjahr ihr zehnjähriges Jubiläum, 15 ihr 25-jähriges und vier Mitarbeiter ihr 40-jähriges Dienstjubiläum.

Charta der Vielfalt

Seit 2014 gehört die Hamburger Volksbank zu dem Kreis der Unternehmen, die die „Charta der Vielfalt“ unterzeichnet haben. Ziel dieser Initiative ist es, Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Unternehmenskultur in Deutschland voranzubringen. Organisationen sollen ein Arbeitsumfeld schaffen, das frei von Vorurteilen ist. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sollen Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. Wir sind überzeugt, dass wir unsere gelebte Diversifikation als regionale Genossenschaftsbank bestmöglich zur Geltung bringen können. Auch dieses verstehen wir als ehrenwertes Handeln. ■

Inklusion

2015 waren wir eines der ersten 25 Hamburger Unternehmen/Institutionen, die den Letter of Intent „Wir nehmen Kurs auf Inklusion!“, unterzeichneten. Dadurch verpflichten wir uns, mehr Menschen mit Behinderung einzustellen bzw. Praktika und Hospitationen anzubieten.

Logib-D

Seit 2013 ist die Hamburger Volksbank „Logib-D geprüft“. LoGiB-D steht für Lohngleichheit im Betrieb in Deutschland und wurde zwischen 2010 und 2013 vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Institut für Wirtschaft entwickelt. Die Hamburger Volksbank ist eines von 200 prämierten Unternehmen aus ganz Deutschland, die sich einer detaillierten Analyse ihres Vergütungssystems unterzogen haben. Diese Untersuchung hat das Ziel, mögliche Entgeltunterschiede zwischen Frauen und Männern zu erkennen und eine faire Bezahlung aller Beschäftigten sicherzustellen.



Erfolg aus eigenem Haus

Den weit überwiegenden Teil der zu besetzenden Stellen haben wir auch 2017 wieder durch eigene Mitarbeiter darstellen können. Ein positives Signum für unsere erfolgreiche Personalentwicklung und für die Attraktivität der Hamburger Volksbank als verlässlicher Arbeitgeber.

Recruitment

Der Großteil der neu zu besetzenden Stellen wurde erfolgreich aus dem internen Stellenmarkt rekrutiert.



Verantwortung für Mitarbeiter

Verantwortung für Mitarbeiter zu tragen heißt auch, deren privates Umfeld zu beachten. Familienfreundlichkeit hat dabei viele Seiten. Unser Grundtenor ist es, Möglichkeiten zu schaffen, um Familie und Beruf sinnvoll miteinander zu vereinbaren. Die Pflege der Kinder und Eltern gehört dazu. Gemeinsam mit Führungskräften, Betriebsrat und Mitarbeitern suchen wir nach individuellen Lösungen, um Beruf und Pflege optimal miteinander zu verbinden. Zum vierten Mal wurden wir als „Familienfreundliches Unternehmen“ durch die „Hamburger Allianz für Familien“ zertifiziert. Vor sechs Jahren wurden wir zusätzlich Mitglied im Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Famili-

lie“, das vom Bundesministerium für Familie sowie deutschlandweit von mehr als aktuell 6.500 Unternehmen – davon 226 in Hamburg – getragen wird.

Selbst die attraktivste Aufgabe ist kein Ersatz für regelmäßige Zeiten mit Familie und Freunden. Wir unterstützen unsere Mitarbeiter deshalb bei der Umsetzung ihrer Work-Life-Balance mit einer Vielzahl von flexiblen Arbeitszeitmodellen sowie Vertrauensarbeitszeit, Telearbeitsplätzen und Jobsharing-Modellen.

Mitarbeiter, die nach längerer Krankheit an ihren Arbeitsplatz zurückkehren, unterstützen wir ganz individuell und mit unserem „betrieblichen Eingliederungsmanagement“ (BEM), das in vertrauensvoller Zusammenarbeit durch den Betriebsrat und den Personalbereich begleitet wird. Unterstützt durch unsere BEM-Aktivitäten konnten 2017 alle wieder gesunden Langzeitkranken erfolgreich in das Arbeitsleben integriert werden.

Ökologische Mobilität

In das zweite Jahr geht unser Angebot an alle Mitarbeiter, ein Dienstfahrrad zu leasen – ökologischer Beitrag und Gesundheitsförderung für unsere Mitarbeiter in einem. Urbane Mobilität ist ein sich stetig verändernder Prozess. Die Hamburger Volksbank begleitet diesen Trend und bietet ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, sich kostenlos für das Carsharing bei DriveNow und car2go zu registrieren. Knapp 60 Prozent der Mitarbeiter nutzen das Mobilitätsangebot für öffentliche Verkehrsbetriebe, die HVV ProfiCard. Die Hamburger Volksbank unterstützt die Nutzung mit einem Zuschuss von jährlich über 45.000 Euro.

Beruf und Familie

Herausforderung und Chance ist für die Hamburger Volksbank, Beruf und Familie in Einklang zu bringen. Alle Wünsche unserer jungen Väter, ihre Elternzeit zu nutzen, haben wir konstruktiv und erfolgreich begleiten können. Zwölf und damit 80 % unserer rückkehrenden Mütter konnten wir auch 2017 attraktive Angebote unterbreiten, um den beruflichen Wiedereinstieg zu ermöglichen. Eine frühzeitige Kommunikation von persönlichen Wünschen sowie Transparenz über betriebliche Möglichkeiten schafften die Basis für partnerschaftliches Verständnis und Akzeptanz bei der Suche nach der idealen Einstiegsposition. Weitere drei Mütter (20 %) waren während ihrer Elternzeit innerhalb Deutschlands verzogen und verließen unsere Hamburger Volksbank auf eigenen Wunsch. Neustart und Beginn der Ruhephase bewegen sich seit Jahren auf gleichem Niveau. 15 Mitarbeiterinnen wechselten 2017 in den gesetz-

lichen Mutterschutz. Ab 2018 werden wir weitere flexible Arbeitszeitgestaltungen ausarbeiten, um Mitarbeiterwünsche möglichst zu erfüllen.

Gesunde Leistung

Betriebliches Gesundheitsmanagement

Auf gutem Niveau halten. So kann man mit kurzen Worten unser Engagement zum betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM) 2017 beschreiben. Weiterhin bieten wir allen Beschäftigten unseres Hauses kostenlos Trinkwasser an. Allen Mitarbeiter*innen wird 14-täglich frisches, saisonales Obst zur Verfügung gestellt. Alle Informationen rund um das BGM sowie zahlreiche Tipps zur Gesundheitsförderung stellen wir über einen Online-Leistungskatalog zur Verfügung.

Externe Mitarbeiterberatung

Seit zehn Jahren arbeiten wir erfolgreich mit dem Fürstenberg-Institut zusammen. Mitarbeitern und deren Familienangehörigen bieten wir die Möglichkeit, eine externe Begleitung persönlich oder telefonisch kostenlos zu nutzen. In individuellen Beratungsgesprächen mit qualifizierten Fachberatern werden berufliche, private und gesundheitliche Probleme kompetent und dem Arbeitgeber gegenüber vollständig anonym gelöst. Ziel ist es, Stabilität, Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter zu festigen. Die Beratungsschwerpunkte liegen gleichbleibend im Dreitmix „Gesundheits-, Familien- und Arbeitsplatzgründe“. Seit zwei Jahren stellen wir einen Trend zum Thema „Veränderung der Arbeitswelt“ fest. Ein positives Zeichen der Auseinandersetzung, dass wir als Arbeitgeber gern und nachhaltig begleiten.

Kinder und Karriere

Wie vereinbaren Sie Ihre Führungsposition mit dem Familienleben?

Nicole Grube: Durch eine gute Organisation, zwei Wohnsitze und einen starken Rückhalt in der Familie. Als Alleinerziehende oder auch zu zweit mit meinem Mann wäre diese Vereinbarkeit von zwei Kindern mit unseren Berufen nicht möglich. Das Allerwichtigste dabei: die Einstellung, dass das klappt!

Welche Unterstützung erhalten Sie durch die Bank?

Nicole Grube: Nach der Geburt unseres zweiten Kindes werde ich meinen Bereich für ein Jahr zum Teil aus dem Homeoffice leiten. Danach arbeite ich mit flexibler Zeiteinteilung. Dabei gibt es eine strikte Trennung zwischen konzentriertem Arbeiten und Zeit für die Familie. Dieses Prinzip bewährt sich auch jetzt schon und schützt davor, sich zwischen zwei Aufgaben zu zerreißen. Hierbei hilft die Digitalisierung sehr.

Wie werden Sie Ihrem Team als Führungskraft gerecht?

Nicole Grube: Das ist vor allem eine Vertrauensfrage – und zwar gegenseitig. Führung hat nichts mit ununterbrochener Präsenz zu tun, sondern mit einem guten Zusammenspiel und klaren Zielvereinbarungen. Wir kennen uns sehr gut innerhalb unseres Teams und haben vor allem Vertretungen und zusätzliche Verantwortung klar geregelt. Ich freue mich sehr über die Unterstützung des Teams und bin selbst ebenso bereit für diese erhöhte Taktung.

Sind Sie ein Vorbild für Frauen in Führungspositionen?

Nicole Grube: Es gibt keinen richtigen und keinen falschen Weg. Ich habe meinen gefunden mit einem Arbeitgeber, der mich von sehr langer Hand dabei unterstützt hat, dass ich jetzt auf meiner Wunschposition arbeite. Nur zufriedene Mutter zu sein hätte mir ebenso wenig gereicht, wie der Traumjob um den Preis der Familie. Nach knapp 20 Jahren Betriebszugehörigkeit habe ich nun beides – das nenne ich mal eine nachhaltige Personalentwicklung. ■

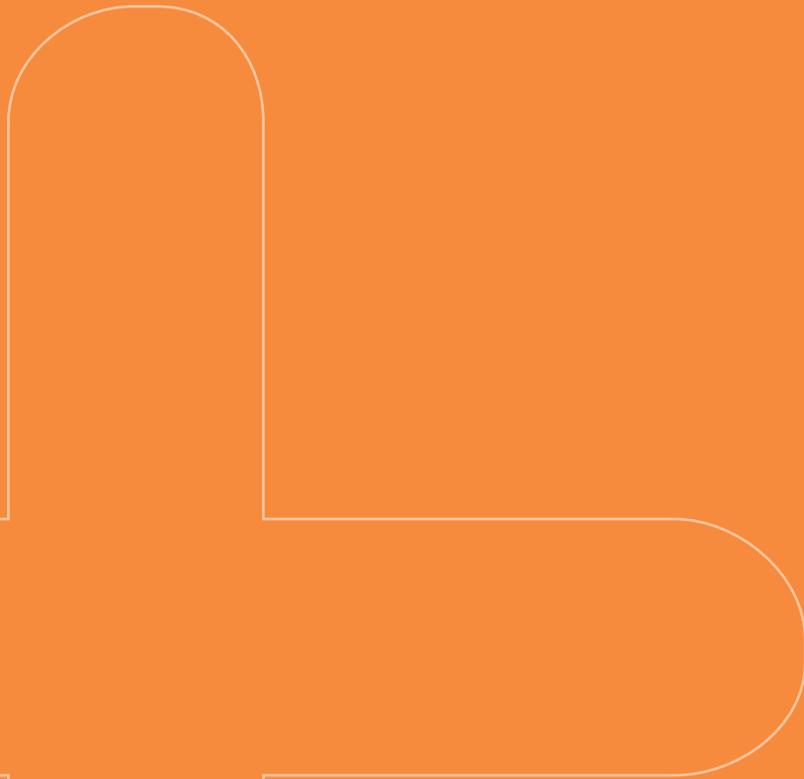


Nicole Grube
Leiterin Marktfolgekredit
der Hamburger Volksbank

Hinweis: Weitere Informationen zur vielfältigen Personalarbeit liefert der Personalbericht der Hamburger Volksbank.



REGION



Erfolge teilen

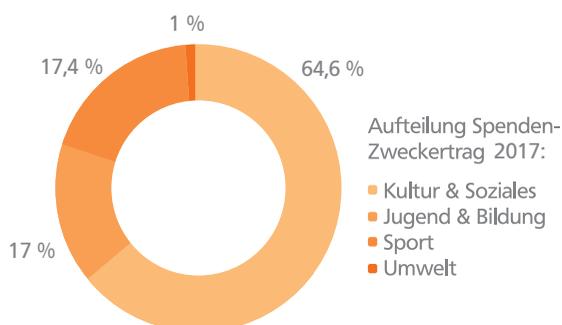
Systematische Fördervielfalt und digitale Partizipation

WIR für Hamburg – unter diesem Motto bündeln wir unser wirtschaftliches und gesellschaftliches Engagement in und für Hamburg. Es übersetzt unsere per Genossenschaftsgesetz und Satzung festgelegte Verpflichtung, nachhaltig zum Nutzen unserer Eigentümer zu handeln und zu wirtschaften. Als regional ausgerichtete Bank vor Ort ist ein prosperierendes und lebenswertes Marktumfeld eine Grundvoraussetzung für unseren wirtschaftlichen Erfolg. Nach dem Prinzip der Gegenseitigkeit geben wir unsere wirtschaftlichen Erfolge auch in herausfordernden Zeiten der Niedrigzinsphase, weitreichender Regulierungsanforderungen und der digitalen Transformation an die Metropolregion zurück. Als finanzieller Sparringspartner agieren wir in authentischen, persönlichen und digitalen Netzwerken. Ebenso selbstverständlich gehört gesellschaftliches Engagement zu unserem Tagesgeschäft. Durch eine hohe Identifikation mit den Bedürfnissen vor Ort und durch die Unterstützung von gemeinnützigen Organisationen, Projekten und Initiativen sind unsere Mitarbeiter aktive Gestalter unserer Region und bauen durch ein starkes persönliches ehrenamtliches Engagement unsere Förderstruktur vital, nachhaltig und nach festgelegten Prinzipien aus.

Nachhaltige Vergabeprinzipien

- Authentizität: Die Förderung muss innerhalb definierter Schwerpunkte zum Selbstverständnis der Hamburger Volksbank passen
- Regionalität: Wir fördern ausschließlich Vereine, Institutionen und Projekte in und für die Metropolregion Hamburg
- Nachhaltigkeit: Wir entscheiden uns für langfristige, entwicklungsfähige Förderungen
- Hilfe zur Selbsthilfe: Wir vergeben bevorzugt Förderungen an unsere Mitglieder und Kunden
- Partnerschaftlichkeit: Wir beteiligen uns an gemeinschaftlichen Förderungen innerhalb unserer Netzwerke und Kooperationen zum Wohle der Metropolregion Hamburg

Aufteilung Spenden – Zweckertrag 2017



Mit Crowdfunding die Bundesliga rocken

Digitalisierte Genossenschaftsformen der Partizipation wie unsere gemeinnützige Crowdfunding-Plattform „Viele schaffen mehr“ erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und schaffen zeitgemäße Möglichkeiten der Hilfe zur Selbsthilfe. Wir motivieren Mitglieder und Kunden auf digitalem Weg zum gemeinschaftlichen gemeinnützigen Engagement. Ziel ist es, gesellschaftliche, sportliche und kulturelle Institutionen in der Region zu fördern. Dafür stellen diese einzelne Projekte kostenlos auf die Plattform und werben in einem festgelegten Zeitraum um finanzielle Spenden. Per Mausklick können Interessenten das Vorhaben finanziell mit einer Spende unterstützen. Mit einem Projektblog wird der interaktive Dialog zwischen Initiatoren und Spendern gefördert sowie über den aktuellen Spendenfortschritt informiert. Die Hamburger Volksbank verdoppelt jede Spende bis 50 Euro. Wird der vorab definierte Betrag für ein Projekt nicht erreicht, erhalten die Förderer



ihr Geld zurück. Zum Beispiel hat unser Kooperationspartner Eimsbütteler TV (ETV) nach dem Bundesliga-Aufstieg der B-Junioren eine Crowdfunding-Aktion über unsere Plattform gestartet, um die U17-Bundesliga-Auswärtsfahrten zu finanzieren. Die Jugendlichen gehen noch zur Schule und haben nur wenig Möglichkeiten, die anfallenden

Kosten zu begleichen. Unter dem Motto „ETV rockt die Bundesliga“ sind insgesamt 7.710 Euro eingesammelt worden, wobei wir als Hamburger Volksbank Spenden zwischen 5 und 50 Euro verdoppelt haben. Ein sportlicher und finanzieller Erfolg in der 129-jährigen Vereinsgeschichte mit Partizipationsformen des 21. Jahrhunderts. ■

Umwelt schützen



Energiesparen zahlt sich aus

Praktizierter Klimaschutz ist ein Schwerpunkt bei der Hamburger Volksbank. Seit 2004 trägt die Hamburger Volksbank die Auszeichnung „UmweltPartner der Stadt Hamburg“ und nimmt an dem Programm „Unternehmen für Ressourcenschutz“ teil. Das Umweltbündnis des Hamburger Senats hat das Ziel, nachhaltiges und ressourceneffizientes Wirtschaften zu fördern. Mit einer zielgerichteten Verzahnung von Energie-Audit und Nachhaltigkeitskriterien bauen wir unser Nachhaltigkeitsmanagement weiter auf. Mit folgenden Maßnahmen hat die Hamburger Volksbank im Berichtsjahr 2017 ihre UmweltPartnerschaft verstetigt:

- **Licht- und Leuchtmittel:** Durch die Gestaltung des Open-Work-Space „FreiRaum“ in unserer Zentrale Hammerbrook wurden in der gesamten Fläche im 1.OG (ca. 570 m²) die herkömmlichen Leuchten komplett gegen modernste LED-Leuchten im Wert von brutto 46.059,78 EUR ausgetauscht. Die Beleuchtung der Flur- und WC-Bereiche ist nun auch über Präsenzmelder bedarfsgesteuert geschaltet. Weiterführend erhielt der Empfangsbereich im Erdgeschoss für brutto 3.289,36 EUR eine neue moderne LED-Deckenbeleuchtung.
- **Papierverbrauch:** Innerhalb unseres Strategieprojekts „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ haben wir unsere Kunden zur Aktivierung ihres E-Postfachs aufgefordert. Durch die Vermeidung des Postwegs sparen wir erhebliche Kosten ein, optimieren unsere Geschäftsprozesse und schonen gleichzeitig die Umwelt. Über 21.000 Kunden nutzen bereits unser E-Postfach.
- **E-Mobilität:** Unsere Teilnahme an dem von der Bundesregierung geförderten Forschungsprojekts „e-powered Fleets“ verlief auch im Berichtsjahr 2017 sehr erfolgreich. Die Nutzung der beiden ausschließlich elektrisch angetriebenen



nen Fahrzeuge (BMW i3) hat sich in der km-Laufleistung um 62 % bzw. 124 % zum Vorjahr erhöht und spricht für die hohe Akzeptanz der E-Fahrzeuge.

Im Jahr 2017 haben wir außerdem unsere Teilnahme an dem Projekt „E-Drive 2017“ im Rahmen der Mobilitätspartnerschaft zwischen der Freien und Hansestadt Hamburg und dem Volkswagen-Konzern vereinbart. Insgesamt wurden 200 Fahrzeuge für Wirtschaftsunternehmen in Hamburg und in der Metropolregion Hamburg im Rahmen eines 24-Monats-Leasings zur Verfügung gestellt. Zur Auswahl standen Fahrzeuge unterschiedlicher Marken mit frei wählbarer Fahrleistung und Konfiguration. Die Förderung von 40 % der Differenzkosten zwischen E-Fahrzeug und vergleichbarem Verbrennungsmotorfahrzeug wird direkt in der Leasingrate berücksichtigt und kommt uns als Leasingnehmer 1:1 zugute. Als Hamburger Volksbank haben wir uns für zwei e-Golf-Modelle entschieden. Eine öffentlichkeitswirksame Übergabe fand anlässlich der Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts über Fahrverbote für Dieselfahrzeuge zur Luftreinhaltung am 22. Februar 2018 statt. ■

The background is a solid orange color. It features several decorative elements: a large white circle in the top left, a white outline of a gear in the top left, a white outline of a gear in the middle left, a white outline of a gear in the bottom left, a large semi-transparent orange gear in the center, and a smaller semi-transparent orange gear in the top right.

EIGENTÜMER

Verantwortlich wirtschaften

Zukunftsorientiertes Geschäftsmodell

Keine Bank in Hamburg hat eine so breite Basis von Eigentümern wie die Hamburger Volksbank. Immer mehr Kunden wollen aktiv mitgestalten und entscheiden sich für eine Mitgliedschaft. Sie ist das Fundament der Rechtsform „eingetragene Genossenschaft“ (eG), strategischer Kristallisationspunkt unserer geschäftlichen und wertorientierten Ausrichtung. Im Vordergrund steht unser genossenschaftlicher Förderauftrag nach dem Prinzip der demokratischen Selbsthilfe. Mit dieser inneren Verfasstheit der Gegenseitigkeit schließen wir die Zahlung einer unangemessenen Rendite ebenso aus, wie eine maximale Steigerung der Eigenkapitalrentabilität durch das Eingehen von exorbitanten Risiken oder die Aufgabe von persönlicher Verantwortung zugunsten von Algorithmen. Seit 157 Jahren wirtschaften wir erfolgreich aus eigener Kraft ohne die Unterstützung Dritter wie zum Beispiel des Staates. Unsere Kundenbindungen sind auf Dauer angelegt mit einem hohen Maß an Kompetenz und Verlässlichkeit. Der Erhalt unserer Vertrauenswürdigkeit macht auch in Zukunft den Kern unserer Unternehmensverantwortung aus.

Gestalten und mitbestimmen

Gestärkt wird dieses Vertrauen durch die basisdemokratische Organisation der Genossenschaft und den aktiven Dialog mit unseren Anspruchsgruppen. Auf der jährlichen Vertreterversammlung wirken die Eigentümer an den Entscheidungsprozessen der Hamburger Volksbank mit. Jedes Mitglied hat unabhängig von seiner Kapitalbeteiligung nur eine Stimme. Damit sind wir vor der Dominanz einzelner Mehrheitseigner oder vor feindlichen Übernahmen geschützt. Knapp 59.000 Mitglieder wählen abstimmungsberechtigte Vertreter,

die wiederum Aufsichtsräte bestimmen. Diese bestellen den Vorstand und kontrollieren seine Entscheidungen. Dabei übernehmen sie die proaktive Funktion im Sinne eines Frühwarnsystems und sind Bindeglied zwischen den verschiedenen Gruppeninteressen. In seinem Kontrollfokus steht die Abwägung zwischen Markterfolg und Fördererfolg. Der Beirat der Hamburger Volksbank wirkt an der Strategieentwicklung mit und berät Vorstand sowie Aufsichtsrat aktiv bei bank- und mittelstandspolitischen Fragen. Hierzu gehört das Strategieprojekt „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“, das wir nach dem Prinzip des genossenschaftlichen Dialogs intensiv in unseren Gremien besprechen und gemeinsam weiterentwickeln. Hierbei diskutieren wir Kundenbedürfnisse nach neuen Formen eines digital-persönlichen Banking, die wir über ein smartes Assistenzcenter mit zusätzlichen Beratungszeiten am Sonntag erfüllen könnten. ■



Nachhaltigkeit im Verbund

Vernetzt zu mehr Nachhaltigkeit

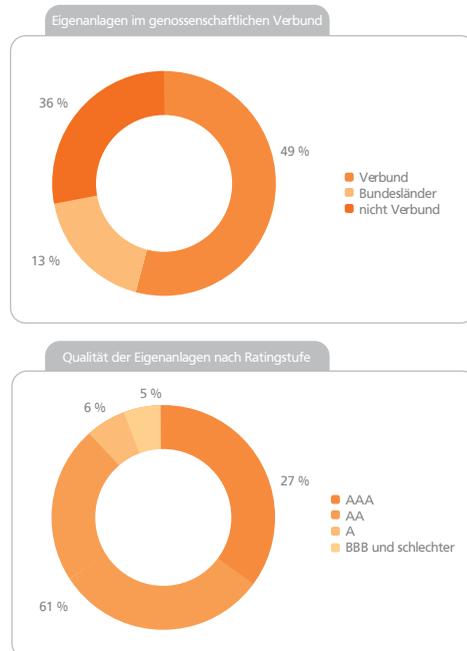
Durch eine intensive Vernetzung mit unserer Zentralbank und unseren Partnern der DZ Bank Gruppe beweisen wir eine große wirtschaftliche Kraft und innovative Stärke. Unseren Kunden und Mitgliedern bieten wir damit ein komplettes Spektrum erstklassiger Finanzdienstleistungen und neue digitale Lösungen.

Bei geschäftsstrategischen Entscheidungen greifen wir auf ein gemeinsam verankertes Werteverständnis zurück. Seit 2013 sind alle Gruppenunternehmen wie die Bausparkasse Schwäbisch Hall, die R+V Versicherung, die Fondsgesellschaft Union Investment und das Spitzeninstitut DZ Bank Mitglied im UN Global Compact und bekennen sich zur Umsetzung, Offenlegung und Förderung der zehn weltweit geltenden sozialen und ökologischen Prinzipien verantwortungsvollen Handelns. ■

Verantwortung mit Ausschlusskriterien

Ethische Vorgaben werden neben einem Höchstmaß an Qualitäts- und Risikoanforderungen auch bei der Strukturierung der Eigenanlagen berücksichtigt, wobei der größte Anteil bei der DZ Bank liegt. Mit einem negativen Screening schließt die genossenschaftliche Zentralbank Investments aus, die ethischen, ökologischen oder sozialen Kriterien nicht entsprechen, wie zum Beispiel Verstöße gegen den Umweltschutz, Menschenrechte und Sozialstandards, Korruption oder Wettbewerbs-

und Steuergesetze. So bietet die DZ Bank Gruppe keine Anlageprodukte mit Agrarrohstoffen an und hat sich damit komplett aus dem Geschäft mit Nahrungsmittelspekulationen zurückgezogen. Die Standards des UN Global Compact werden zudem auf die nachhaltige Kreditvergabe angewendet. Seit Oktober 2017 begleitet die DZ Bank keine Projektfinanzierungen mehr, die die Einrichtung neuer Kohlekraftwerke zum Ziel haben. ■



Transparenz und rechtskonformes Handeln

Das genossenschaftliche Bekenntnis zur Verantwortung

Eine strenge Einhaltung der gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Regeln (Compliance), ein verantwortungsvoller Umgang mit allen Risiken (Risikomanagement) sowie eine transparente Gestaltung der Geschäftsprozesse gehören zu den zentralen Prinzipien unserer Unternehmensaktivitäten. Unsere Mitarbeiter sind auf ein rechtskonformes, verantwortungsvolles Verhalten verpflichtet und erhalten regelmäßig alle erforderlichen Schulungen zu Compliance, Geldwäscheverhinderung, Betrugsprävention und datenschutzrechtlichen Bestimmungen.

Mit der Hanseatischen Gesellschaft für Beauftragtenwesen (HGB eG) hat die Hamburger Volksbank im Jahr 2014 zusammen mit der PSD Bank Nord und der Sparda-Bank Hamburg eine zentrale Plattform gegründet, um die immer anspruchsvolleren und komplexeren regulatorischen Anforder-

ungen mit einem Höchstmaß an Rechtssicherheit zu erfüllen. Dazu zählen die Bereiche Datenschutz, Betrugs- und Geldwäscheprävention, die Gesetzeskonformität des Wertpapiergeschäfts (WpHG-Compliance) und des Risikomanagements (MaRisk-Compliance).

Grundsätze der Fairness

Unsere Mitarbeitervergütung basiert auf dem Tarifvertrag für die Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie für die genossenschaftlichen Zentralbanken und entspricht den Anforderungen der Institutsvergütungsverordnung. Aufgrund unseres risikoarmen Geschäftsmodells setzt das Vergütungssystem keine Anreizunverhältnismäßigen Risiken einzugehen. Weder bei der Geschäftsleitung noch bei unseren Mitarbeitern bestehen hohe Abhängigkeiten von variablen Vergütungen. ■

Intensiv gelebte Kundennetzwerke

Das Prinzip der Gegenseitigkeit

Die Nähe zu unseren Kunden, die Prämisse der Regionalität sowie die ausgeprägte Verankerung in der Realwirtschaft bestimmen unsere tägliche Arbeit zum Wohle unserer Kunden, Mitglieder und der Metropolregion Hamburg. Triebfeder unseres Handelns ist die Erfüllung unseres genossenschaftlichen Förderauftrags. Voraussetzung hierfür ist eine hohe betriebswirtschaftliche Stabilität und die Entwicklungsfähigkeit unseres Geschäftsmodells. Dabei kommt uns die Agilität unserer Organisationsform zugute: Jeder Eigentümer ist gleichzeitig Kunde und vertritt ein gruppiertes Selbstinteresse. Nach diesem Prinzip der Gegenseitigkeit nutzen wir unsere genossenschaftliche Netzwerkstruktur zur nachhaltigen Stärkung unseres Markterfolgs und damit auch für den Gestaltungsprozess der digitalen Transformation. Um das zukünftige finanzielle Zuhause unserer Kunden optimal gestalten zu können, haben wir unseren Dialog mit unseren Kunden und insbesondere mit unserem Kundenbeirat im Berichtsjahr 2017 intensiviert. Im Rahmen unseres Strategieprojekts „Smartes Volksbanking in Hamburg 2020+“ wurden die Kundenbedürfnisse analysiert und Konzeptentwicklungen zu folgenden Kernthemen vorangetrieben:

- Persönliche Beratung & individualisierte Angebote durch Smart Data
- Service und Beratung aus einer Hand inkl. genossenschaftlichen Verbunds
- Datensichere Erledigung von Bankgeschäften immer und überall auf dem präferierten Kommunikationsweg ohne Geschwindigkeits- und/oder Informationsverlust
- Schnelle Bearbeitungszeiten für Aufträge und Kreditentscheidungen

Die Umsetzung eines Gestaltungskonzepts für ein smartes Assistenzcenters, das ein flexibles, kundenorientiertes Leistungsspektrum zwischen der ausführlichen persönlichen Beratung und dem digitalen Banking sowie zusätzliche firmenkundenspezifische Services anbieten wird, erfolgt schrittweise ab Herbst 2018. ■

FreiRaum für die Digitalisierung

In unserer Funktion als digitaler Lotse haben wir unsere Geschäftskunden zusammen mit unserem genossenschaftlichen Finanzpartner R+V sowie dem DUB UNTERNEHMER-Club zu einer dreiteiligen Veranstaltungsreihe „Fantastische Reise in die digitale Welt“ eingeladen. Kunden, Mitglieder

und Netzwerkpartner konnten sich in unserem Open-Office-Space FreiRaum über die neuesten Entwicklungen der Digitalisierung austauschen, über Empfehlungen zum Schutz gegen Cyberkriminalität diskutieren und sich aus erster Hand von den Erfahrungen mit dem Digitalisierungsprozess im Unternehmen berichten lassen. ■

Qualitätsstrategie im Kreditgeschäft

Der positive Netzwerkeffekt unserer genossenschaftlichen Qualitätsstrategie zeigt sich anhand eines überdurchschnittlichen Erfolgs im Kreditgeschäft besonders deutlich. Durch eine neue ganzheitliche Immobilienstrategie nutzen wir die gesamte Wertschöpfungskette des Immobilien geschäfts und haben die Wachstumsraten im Bauträgergeschäft erheblich ausgebaut. Dazu wurden die Kräfte unserer Spezialisten für Bauträgerprojekte und Baufinanzierung sowie der Experten unseres Tochterunternehmens Hamburger Volksbank Immobilien GmbH als „Immobilien-Trio“ erfolgreich gebündelt. Als Vorteil werden Grundstücksfinanzierungen für einen Bauträger, über den Vertrieb von Eigentumswohnungen, bis zur Darlehensvergabe an den Privatkäufer alle Leistungen aus einer Hand angeboten. Unsere kooperativen Vernetzungen haben wir weiter ausgebaut: innerhalb des genossenschaftlichen Verbunds mit dem Immobilienverbund Norddeutscher Volks- und Raiffeisenbanken, innerhalb unseres Kundenkreises mit einzelnen Bauträgern sowie mit zwei marktführenden Hamburger Maklergesellschaften, Stöben-Wittlinger und Wentzel Dr. Für diese qualitativen Vernetzungen erhalten wir wachsenden Zuspruch. Mit unserer Immobilienstrategie erfüllen wir verantwortlich und nach strengen Risikokriterien unsere dienende Rolle für die Realwirtschaft und sichern nachhaltig die betriebswirtschaftliche Stabilität der Hamburger Volksbank. ■



Zertifizierte Beratung

Wir bieten unseren Kunden und Mitgliedern ein vielfältiges Angebot an qualitativ hochwertigen Finanzprodukten sowie eine nachhaltig gute Qualität in der Beratung. So wurden wir Anfang 2018 in der „FAZ“ als Testsieger in einem bundesweiten Vergleich über Baufinanzierungen herausgestellt. Als erstes Kreditinstitut in Norddeutschland haben wir unsere ganzheitliche Beratungsmethode nach dem VR-FinanzPlan vom TÜV Saarland zertifizieren lassen. Seit 2012 gelten für unsere Mitarbeiter klar definierte und verbindlich einzuhaltende Regeln und Wertmaßstäbe, nach denen sie Privat- und Firmenkunden in jeder Lebens- oder Unternehmensphase nach ihren finanziellen Bedürfnissen und Rahmenbedingungen betreuen. Damit erfüllen wir wesentliche Nachhaltigkeitskriterien für unser Kerngeschäft als Kreditinstitut: Kompetenz in der Beratung, Transparenz in der Vermittlung und Verlässlichkeit in der Geschäftsbeziehung. ■

Ausgezeichnete Beratungsqualität

Ob persönlich, telefonisch oder digital: Als Genossenschaftsbank ist uns der Austausch mit unseren Mitgliedern und Kunden besonders wichtig. Dabei begreifen wir Dialog als einen vielfältigen und laufenden Prozess. Anregungen und Kritik werden von unserem Beschwerdemanagement umgehend und zur bestmöglichen beiderseitigen Zufriedenheit bearbeitet. Nicht digitalisierbar sind das Vertrauensverhältnis zum persönlichen Berater und das ausführliche Gespräch. Unsere Beratungsqualität lassen wir durch das unabhängige webbasierte und dialogorientierte Kundenbewertungstool eKomi bewerten. ■



Verantwortliche Anlageberatung

Vermögensaufbau in Niedrigzinszeiten

Aus der auf Dauer angelegten Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank erwächst eine zentrale Verantwortung für die Kundenberatung der Hamburger Volksbank: Mit dem weitgehenden Wegfall von Zins und Zinseszins bieten klassische Zinsanlagen keine auskömmlichen Erträge mehr. Um einen nachhaltigen und strukturierten Vermögensaufbau zu erzielen, sind deshalb Umschichtungen in zukunftsfähige Anlageformen notwendig. Im Berichtsjahr 2017 ist es uns mit einer breit angelegten Beratungsoffensive sehr erfolgreich gelungen, einen Mentalitätswechsel bei unseren Mitgliedern und Kunden zu bewirken. Zusammen mit unseren Partnern der genossenschaftlichen FinanzGruppe bieten wir ein breites Spektrum an Anlagemöglichkeiten. Fonds können im aktuellen Niedrigzinsumfeld ein wesentlicher Teil der Lösung sein, weil sie dem Sicherheitsbedürfnis unserer Sparer entgegenkommen und ebenso auskömmliche Erträge erwirtschaften. Um die Zusammenhänge zwischen Ertragschancen und Risiko- und Verlustwahrscheinlichkeiten für Anleger erlebbar zu machen, haben wir die preisgekrönte „Erlebnisausstellung Finanzanlage“ der Union Investment über mehrere Wochen in unserer Zentrale Hammerbrook sowie in der Filiale Altona aufgebaut – mit Hilfe von Mitmachstationen und vielen

haptischen Elementen konnten abstrakte Begriffe rund um das Sparen, wie Inflation oder Zinseszins, begreifbar gemacht werden.

Nachhaltige Geldanlagen

Gefragt sind zunehmend nachhaltige Finanzprodukte, die den ökologischen, sozialen und ökonomischen Anforderungen einer wachsenden Gruppe von Kunden entsprechen und gleichzeitig attraktive Perspektiven bieten. Darüber hinaus kann eine um Nachhaltigkeit erweiterte Risikoanalyse wichtige Erkenntnisse für eine langfristige Bewertung von Investments liefern. Bereits im Jahr 2010 hat Union Investment die UN „Principles for Responsible Investment“ (PRI) unterzeichnet und sich seitdem zu einem führenden Anbieter von nachhaltigen Geldanlagen entwickelt. Die DZ Bank Gruppe, mit unseren weiteren Spezialinstituten wie zum Beispiel der Bausparkasse Schwäbisch Hall oder der R+V Versicherung, ist mit der besten unter allen deutschen Geschäftsbanken und öffentlichen Banken vergebenen Ratingstufe C+ von oekom research, einer der weltweit führenden Ratingagenturen im Markt für nachhaltige Investments, ausgezeichnet worden. ■

Index DNK-Kriterien

Für eine klare und nachvollziehbare Berichterstattung orientieren wir uns an den 20 Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Die hier abgebildeten Kodexkriterien stellen eine Kurzversion dar und zeigen, auf welcher Seite im Bericht die geforderten Informationen zu finden sind.

DNK	Thema	Seitenverweis	Indikatoren	Beschreibung Indikatoren	Erfüllungsgrad**
	Strategie				
1	Strategische Analyse und Maßnahmen	23 f.	-	-	●
2	Wesentlichkeit	9 ff., 19 f., 25, 27 ff.	-	-	●
3	Ziele	31	-	-	●
4	Tiefe der Wertschöpfungskette	19 f., 24 f.	-	-	●
	Prozessmanagement				
5	Verantwortung	2, 12			●
6	Regeln und Prozesse	21, 29	GRI* 4-56	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und Normen	●
7	Kontrolle	21, 29			●
			GRI G4-51a	Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und die leitenden Führungskräfte	●
8	Anreizsysteme	25	GRI G4-54	Verhältnis der Jahresvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters zur Jahresgesamtvergütung aller Mitarbeiter	●
			GRI DMA (FS15)	Qualitätsstandards in der Kundenberatung	●
9	Beteiligung von Anspruchsgruppen	9 ff., 19 f., 27 ff.	GRI G4-27	Themen und Anliegen von Stakeholdern	●
10	Innovations- und Produktmanagement	9 ff., 27 ff.	GRI G4 EN6	Produkte, die zur Verringerung des Energieverbrauchs beitragen	●
			GRI G4-F511	Finanzanlagen, die eine positive oder negative Auswahlprüfung nach Umwelt- oder sozialen Faktoren durchlaufen	●
	Umwelt				
11	Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen	16 f., 21	-	-	●
			GRI G4 EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	●
12	Ressourcenmanagement	21	GRI G4 EN3	Energieverbrauch	●
			GRI G4 EN8	Gesamtwasserentnahmen nach Quellen	x
			GRI G4-EN23	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	●
13	Treibhausgase	-	GRI G4-EN15-19	THG-Emissionen	●
	Gesellschaft				
14	Arbeitnehmerrechte	9, 14 f.	GRI G4-LA6	Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit	●
15	Chancengleichheit	12 ff.			●
			GRI G4-LA8	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, in Vereinbarungen mit Gewerkschaften	●
16	Qualifizierung	9 ff.	GRI G4-LA9	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildungen pro Mitarbeiter	●
			GRI G4-LA12	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht und Altersgruppe	●
			GRI G4-HR3	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	●
			GRI G4-HR1	Investitionsvereinbarungen und Verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden	●
17	Menschenrechte	25	GRI G4-HR9	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden	●
			GRI G4-HR10	Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden	●
			GRI G4-HR11	Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	●
18	Gemeinwesen	19, 27, 28	GRI G4-EC1	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert	●
			GRI F516	Initiativen zur Verbesserung von finanzieller Bildung	●
19	Politische Einflussnahme	-	GRI G4-SO6	Gesamtwert der politischen Spenden	●
			GRI G4-SO3	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	●
20	Gesetzes- und richtlinienkonformes Verhalten	25	GRI G4-SO5	Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen	●
			GRI G4-SO8	Signifikante Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen	●

* Die Global Reporting Initiative (GRI) ist der meistgenutzte internationale Standard für Nachhaltigkeitsberichterstattung. Der DNK baut darauf auf, ist anschlussfähig und reduziert die teils komplexen Anforderungen auf das Wesentliche.

** Der Erfüllungsgrad wird in Form eines Ampelsystems dargestellt: Grün = erfüllt, Gelb = partiell erfüllt, Rot = nicht erfüllt, x = unwesentlich

Nachhaltigkeitsprogramm

Zielformulierung	Maßnahmen	Kommentar/Erläuterung zum Status	Status*
Intensivierung des Stakeholderdialogs	Identifizierung geeigneter Kommunikationskanäle für Sensibilisierung, Information und Partizipation von Mitarbeitern der Hamburger Volksbank hinsichtlich relevanter Nachhaltigkeitsaspekte	Laufende Informationen über Intranet. Nachhaltigkeitsdialog und Umfragen zum sozialen Engagement über hausinterne Mitarbeiter-App	+
	Erfahrungsaustausch zum Thema Nachhaltigkeitsberichterstattung in regionalen Netzwerken und mit den Verbundpartnern	DZ-Bank-Workshops, BVR-Workshop, Handelskammer	+
	Aktives Einbringen von Nachhaltigkeitsthemen – vor allem bezüglich Verantwortung von Banken – in den regionalen Diskurs	Handelskammer, Vertreterversammlung, Beirat, Aufsichtsrat	✓
	Kundenumfragen zum Interesse an Nachhaltigkeitsthemen in der Anlageberatung	Im Rahmen einer großen Kundenumfrage 2016	*
	Onlinebefragung und Workshops zum Thema Kulturwandel	Onlineumfrage unter allen Mitarbeitern und Workshops mit der ersten und zweiten Führungsebene; Implementierung des fortlaufenden Formats: Auf einen Kaffee mit dem Vorstand	NEU/+
	Persönliche Interviews mit Aufsichts- und Beirat	Stärkere Einbindung der genossenschaftlichen Gremien in den digitalen Transformationsprozess	NEU/+
Systematisierung des Umweltmanagements	Verbesserung der Datenbasis für Umweltkennzahlen anhand der Anforderungen des DNK und der Indikatoren der GRI	Im Rahmen des Energie-Audits werden alle Daten regelmäßig nach DIN EN 16247 erfasst	+
	Prüfung, ob Umweltmanagementsysteme sinnvoll sind	Vorrüstungen für die Pilotierung von intelligenten Stromzählern wurden vorgenommen. Laufende Prüfung weiterer Einsatzmöglichkeiten	*
	Aufstellung der Materialverbräuche nach Gewicht	Ableitung hausrelevanter Kennzahlen aus dem Energie-Audit	+
Nachhaltigkeit bei der Kreditvergabe	Erarbeitung von Kreditrichtlinien, die sowohl durch Ausschlusskriterien als auch durch ein Anreizsystem positive Nachhaltigkeitsleistungen bei der Kreditvergabe berücksichtigen	Wird aufgrund des aktuellen Strategieprojekts „Smartes Volksbanking 2020+“ zurückgestellt	-
Steigerung der Energieeffizienz & Reduktion von CO ₂ -Emissionen	Erneuerung der Gebäudetechnik im Rahmen laufender Instandhaltungsmaßnahmen	Die Maßnahmen zur energetischen Modernisierung der Filiale Othmarschen sind abgeschlossen (siehe S. 25), energieeffizienter Neubau des Standorts Wedel	+
	Einsatz der ersten beiden Elektrofahrzeuge und Errichtung einer E-Tankstelle am Standort Hammerbrook	Anschaffung eines dritten E-Mobils in Planung, sowie Errichtung einer weiteren E-Tankstelle am Standort Stellingen	+
	Siehe Systematisierung des Umweltmanagements	Energie-Audit	✓
	Verbesserung des Umweltverhaltens durch Mitarbeiterschulungen am Arbeitsplatz	Wird aufgrund des aktuellen Strategieprojekts „Smartes Volksbanking 2020+“ zurückgestellt	-
	Entwicklung eines intelligenten Mobilitätskonzepts	Umsetzung 2017	*
	Weitere Umrüstung der Licht- und Leuchtmittel auf LED	Erfolgreiche Umsetzung im Zukunftslabor am Standort Hammerbrook	✓
Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien beim Einkauf	Etablierung einer Nachhaltigkeitserklärung auf Basis eines Fragebogens für Dienstleister der Hamburger Volksbank	Eine Nachhaltigkeitserklärung für Lieferanten und Dienstleister wurde erstellt.	✓
	Nachhaltigkeitserklärung mit Lieferanten diskutieren und einholen		+
Förderung der Chancengleichheit im Berufsleben	Initiativen zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie mit Fokus auf Elternteilzeitangeboten für männliche Mitarbeiter	Erfolgreich umgesetzt	✓
	Teilnahme an einem Inklusionsprogramm	Erfolgreich umgesetzt	✓
Überprüfung der Balanced ScoreCards	Überprüfung einer möglichen Verankerung von Nachhaltigkeitszielen in den Balanced ScoreCards (BSC)	Implementierung der BSC im Bereich Energie- und Umweltmanagement	+
Einführung einer Crowdfunding-Plattform	Einführung einer Crowdfunding-Plattform, um Mitglieder und Kunden aktiv in die Spendenvergabe einzubeziehen	Erfolgreiche Implementierung und Vermarktung	+
Digitale Transformation vorantreiben	Mitarbeiterschulung zur digitalen Kompetenz	Erfolgreich umgesetzt – Digitale Toolbox als passgenaues und fortlaufendes Online-Lernverfahren für die Mitarbeiter	+
	Optimierung der digitalen Infrastruktur	Ausstattung mit mobilen Endgeräten – Mobile Endgeräte wurden angeschafft; Programm wird fortgesetzt	+
	Ausbildung zum „Digitalen Lotsen“	Mitarbeiter werden fit gemacht, um Kunden und Mitglieder im Umgang mit digitalen Medien anzuleiten	+
	Schaffung eines „Digital Departments“	Strategische Verankerung des digitalen Transformationsprozesses	+
	Schaffung eines Zukunftslabors am Standort Hammerbrook	Eröffnung des Open Work Spaces „FreiRaum“ im Juli 2017	✓
	New Work - Wandel der Arbeitswelt begleiten	Nutzung des Open Work Spaces für abteilungsübergreifendes arbeiten; Vorstellung und Nutzung digitaler Gadgets	NEU
Verbesserung der finanziellen Bildung	Geldanlage als haptische Erlebniswelt	Ausstellung in Zusammenarbeit mit unserem genossenschaftlichen Verbundpartner Union Investment	✓

* Status: Hier wird der Fortschritt von aktuellen Projekten und Zielen hinterlegt. Laufende Projekte werden jährlich einer Erfolgsprüfung unterzogen.

Legende: + erfolgreiche Umsetzung und Fortführung, - nicht erfüllt, ✓ Umsetzung erfolgreich, * zukünftige Umsetzung

IMPRESSUM

Herausgeber:
Hamburger Volksbank eG, Heidi Melis (verantwortlich), Stefan Reichel
Hammerbrookstraße 63-65, 20097 Hamburg
www.hamburger-volksbank.de

Produktion:
Nehr & Co. GmbH, Antonie-Möbis-Weg 3, 22523 Hamburg (Druck)

