

# Human Resources und Corporate Social Responsibility

<b>Human Resources</b>	<b>38</b>
<b>Erläuterung der Integrity Charter</b>	<b>42</b>
<b>Corporate Social Responsibility</b>	<b>44</b>

# Human Resources

## Zusammenwachsen im europäischen Kontext

Das Jahr 2006 stand für unsere Mitarbeiter im Zeichen eines europäischen Integrationsprozesses. Mit der UniCredit Gruppe sind wir auf dem Weg zur ersten wahrhaft europäischen Bank viele Schritte vorangekommen.

## Große Veränderungsbereitschaft

Unsere Mitarbeiter begegneten den Herausforderungen mit großer Veränderungsbereitschaft und trugen maßgeblich zum positiven Geschäftsergebnis der HypoVereinsbank (HVB) bei. Es zeichnet sich bereits ein Zusammenwachsen der Kulturen innerhalb einer paneuropäischen Bankengruppe ab, die organisatorischen Strukturen verfestigen sich. Für unsere Mitarbeiter entstehen neue Entwicklungsperspektiven sowohl in Deutschland als auch an den anderen Standorten des neuen Konzerns.

Zum Jahresende arbeiteten 25 738 Mitarbeiter für die HVB Group neu, davon 20 506 für die AG. Es gelang uns, den Personalaufwand für die HVB Group neu auf dem gleichen Stand zu halten; er betrug für das Jahr 2006 2216 Mio € (2005: 2212 Mio €).

Die dem Vorstand direkt berichtenden Führungskräfte der HVB AG hatten sich bereits im Vorfeld dieses Tages gemeinsam mit dem Vorstand intensiv mit den Inhalten der Werte und ihrer Anwendung im Bankalltag auseinandergesetzt.

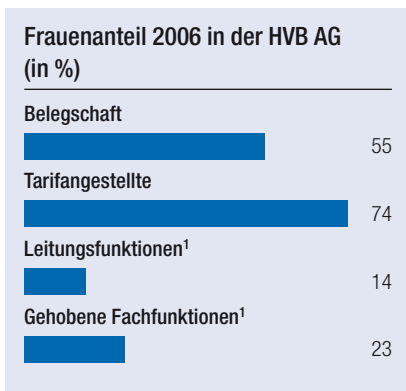
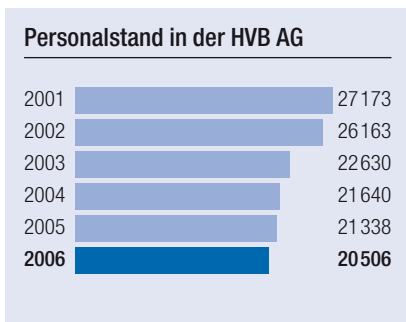
Wir werden die Integrity Charter im Rahmen eines Maßnahmenkatalogs nachhaltig verankern. Dafür wird die Integrity Charter Bestandteil unserer Personalentwicklung und der Führungskräftequalifizierung werden. Seit Januar 2007 steht in der HVB ein Ombudsmann als Ansprechpartner in Konfliktfällen zur Verfügung. An ihn können sich Mitarbeiter vertraulich wenden, die sich von Verstößen gegen die Werte der Integrity Charter betroffen fühlen.

Wenige Wochen nach dem Integrity Charter Day fand die erste konzernweite Mitarbeitermeinungsumfrage statt. Ziel der Vollbefragung war es, die Ansichten der Mitarbeiter u. a. zu Themen wie Führungsstil, Umgang miteinander und Arbeitsumfeld unter Wahrung der Anonymität des Einzelnen zu ermitteln. Die Umfrage diente als Stimmungsbarmeter und Standortbestimmung gleichermaßen. Mit einer Teilnahmequote von rund 67% lag die HVB AG über der Gesamtquote der UniCredit Gruppe. Damit zeigten unsere Mitarbeiter ein hohes Maß an Mitwirkungsbereitschaft am Prozess der strategischen Weiterentwicklung in der HVB. Positiv beurteilt wurden vor allem das Arbeitsumfeld, die Organisationseffizienz und die Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und ihren Mitarbeitern. Verbesserungen sind zum Beispiel bei der Klarheit strategischer Ziele sowie der Positionierung im Markt erwünscht. Im Jahr 2007 werden aus den Ergebnissen konkrete Maßnahmen abgeleitet.

## Kulturelle Identität: Integrity Charter und Mitarbeitermeinungsumfrage

Die Integrity Charter bildet das gemeinsame Werteverständnis aller Mitarbeiter der UniCredit Gruppe. Im Mittelpunkt steht die Integrität als übergeordneter Wert, der unser Ansehen bei Kunden, Mitarbeitern und Aktionären stärkt. Die Integrity Charter definiert unsere sechs Grundwerte: Fairness, Transparenz, Respekt, Gegenseitigkeit, Freiheit und Vertrauen (siehe dazu auch die Abbildung der kompletten Integrity Charter im Anschluss an dieses Kapitel).

Um die Verbindlichkeit der Werte zu vermitteln und zugleich ein Forum für einen offenen Dialog zu schaffen, wurde am 20. September 2006 konzernweit ein Integrity Charter Day durchgeführt. Mitarbeiter und ihre Führungskräfte diskutierten dabei in einzelnen Workshops über Mittel und Wege, ihre Werteorientierung künftig zu stärken.



<sup>1</sup> Jeweils A-, B- und C-Ebenen

Transparenz und Vertrauen sind zwei Werte, die für ein kollegiales und erfolgreiches Miteinander unverzichtbar sind. Ein Beispiel dafür: Einige Vorstandssitzungen finden »vor Ort«, also an verschiedenen Standorten der HVB in Deutschland statt. Damit schaffen wir ein Forum, das den Mitarbeitern der jeweiligen Region ermöglicht, im Anschluss an eine Vorstandssitzung direkt mit unseren Vorstandsmitgliedern in Dialog zu treten und aktuelle Fragen zur Strategie und Entwicklung der HVB zu diskutieren.

### **Veränderungsprozesse sozialverträglich gestalten**

Im Jahr 2006 fand eine Reihe von Personalbewegungen statt. Die Anpassung der bisherigen Geschäftsfeldstruktur der HVB an die divisionale Struktur der UniCredit Gruppe führte dazu, dass sich rund 1400 Mitarbeiter innerhalb der Bank veränderten. Sie wurden mit ihren Funktionen den Vertriebsdivisionen neu zugeordnet. Ziel ist, unseren kundenorientierten Betreuungsansatz durch klare Strukturen und Zuständigkeiten weiter zu stärken.

Der Veränderungsprozess wurde von intensiven, insgesamt konstruktiven Abstimmungen mit dem Gesamtbetriebsrat begleitet. Im Rahmen von rund 50 Round-Table-Diskussionen wurden die betroffenen Mitarbeiter einvernehmlich und unter Einbezug aller Beteiligten ausgewählt und auf ihre neue organisatorische Zugehörigkeit vorbereitet. Damit gestalteten wir den Übergangsprozess möglichst sozialverträglich; außerdem gab es nur eine sehr geringe Anzahl von Kundenbeschwerden. Das Projekt konnte somit faktisch ohne Reibungsverluste erfolgreich abgeschlossen werden.

Ebenfalls sozialverträglich gestalteten wir das Projekt PRO (Prozess-Redesign und – Optimierung). Dieses im Jahr 2005 gestartete Effizienzsteigerungsprogramm zur Ablaufoptimierung und -straffung sieht eine Einsparung von rund 2100 Stellen bis 2007 vor. Hinzu kommen bis zum Jahr 2008 Synergieeffekte durch den Wegfall von 1800 Stellen im Rahmen des Integrationsprozesses innerhalb der UniCredit Gruppe. Bei beiden Projekten befinden wir uns im Plan. Die Reduktion von Arbeitsplätzen wurde durch die Fluktuation begünstigt; sie erhöhte sich im Berichtsjahr auf 8,6%. Zur Personaleinsparung tragen auch die Vorruhestandsregelungen und Altersteilzeitvereinbarungen bei. Wir möchten weiterhin die Straffung unserer Personalressourcen so weit wie nur möglich ohne betriebsbedingte Kündigungen erreichen.

Unser bewährtes System der flexiblen Kapazitätssteuerung hilft uns, die Interessen der Bank und die Prioritäten unserer Mitarbeiter in Einklang zu bringen. Zu den wichtigsten Instrumenten dieser Steuerung gehört die Teilzeit; sie liegt in der AG bei aktuell 21%. Sabbaticals bieten eine Möglichkeit, die persönliche Lebensplanung zu verwirklichen; es handelt sich dabei um unbezahlte Auszeiten mit einer Dauer zwischen 12 und 24 Monaten.

Unser interner Dienstleister für Zeitarbeit, die HVB Profil, leistete auch 2006 einen wichtigen Beitrag zur Kapazitätssteuerung. Die HVB Profil greift auf einen Bestand an Mitarbeitern zu, die flexibel in unterschiedlichen Bereichen der HVB eingesetzt werden. Schwerpunkte waren auch im vergangenen Jahr die Begleitung der verschiedenen organisatorischen und personellen Veränderungen sowie die Übernahme unserer Auszubildenden.

Die sozialverträgliche Gestaltung von Veränderungsprozessen lässt sich nur in partnerschaftlicher Zusammenarbeit zwischen Management und Mitarbeitervertretungen regeln. Auch im Berichtsjahr leisteten unsere Mitarbeitervertretungen, insbesondere der Gesamtbetriebsrat und der Sprecherausschuss der Leitenden Angestellten, einen wichtigen Beitrag zum konstruktiven Interessenausgleich. Hierfür gebührt ihnen unser ausdrücklicher Dank.

### **Kontinuität und Innovation in Ausbildung und Entwicklung**

Die Rekrutierung, Integration und Förderung von begabten Nachwuchskräften ist die Hauptaufgabe unseres Talent & Development Centers. Es ist gleichermaßen verantwortlich für Auszubildende, Praktikanten, Studenten, Trainees sowie für die Betreuung der Alumni; es handelt sich dabei um ehemalige Trainees. Zu den Aufgaben des Talent & Development Centers gehören darüber hinaus die Arbeitgeberwerbung auf Messen, in Anzeigen und im Internet sowie die Methoden- und Managementqualifizierung aller unserer Mitarbeiter.

Qualität und Kontinuität definieren wir als die Leitziele unserer Ausbildungspolitik. Wir investieren gezielt in die Ausbildung und Weiterentwicklung junger Fach- und Führungskräfte. Wir planen, die auf 6% festgelegte Nachwuchsquote der Auszubildenden in 2007 noch einmal zu erhöhen. Die Übernahmequote im HVB-Teilkonzern lag im Berichtsjahr bei ca. 80%. Die HVB Profil übernimmt einen Teil der Azubis, die nach erfolgreichem Ausbildungsabschluss nicht direkt in die AG übernommen werden.

# Human Resources Fortsetzung

Die Praxisorientierung unserer Ausbildung ist uns ein wichtiges Anliegen. Unsere Auszubildenden werden umfassend in den Filialalltag eingebunden. Sie erleben alle Facetten des normalen Filialgeschäfts und arbeiten mit der Stammbesetzung der Filiale, um Abläufe und Prozesse sowie die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden kennenzulernen. Seit 2006 bietet die HVB AG in Zusammenarbeit mit der Ingolstadt School of Management den Studiengang Finanzdienstleistungsmanagement an. Er richtet sich an die besten Auszubildenden, die im Anschluss an ihre Berufsausbildung während des Studiums das Traineeprogramm absolvieren. Dieser berufsintegrierte Studiengang fokussiert auf Methodenwissen und fördert Eigeninitiative, Kreativität und Sozialkompetenz. Das Studium schließt mit einem Bachelor-Abschluss ab.

Ebenfalls von Kontinuität geprägt ist unsere Traineeausbildung; hier haben wir eine feste Quote von 1% vereinbart. Unsere Traineeprogramme gelten als hochwertige Qualifizierungsmaßnahmen für »High Potentials«. Für Absolventen der neuen Bachelor-Jahrgänge an den Hochschulen bieten wir bereits spezielle Ausbildungsangebote an. Damit reagieren wir frühzeitig auf Veränderungen in der Bildungslandschaft Deutschlands und binden gezielt talentierte und motivierte Nachwuchskräfte an unsere Bank.

Im Berichtsjahr haben außerdem rund 450 Praktikanten im Rahmen ihres Studiums Einblicke in Anforderungen und Tätigkeitsbereiche unserer Bank erhalten. Da wir Praktika als studienbegleitende Ausbildungsinstrumente begreifen, bieten wir Hochschulabsolventen mit bereits vollständig abgeschlossenem Studium bewusst keine Praktika an.

## Talent Management und »vernetzte« Personalentwicklung

Maßgeblicher Bestandteil aller Entwicklungsinstrumentarien der HVB ist der Netzwerkgedanke. So beginnt beispielsweise die Berufsausbildung für alle Auszubildenden eines Jahrgangs (in 2006: 520) mit »First Steps«. Es handelt sich um drei Tage mit Fach- und Persönlichkeitstrainings und schließt auch Begegnungen mit dem Vorstand ein. Dies bildet die Basis für ein persönliches Netzwerk der Azubis in der Bank. Somit dient das Einstiegsprogramm nicht nur der Orientierung über Kunden und Produkte, sondern auch der Einstimmung auf die Unternehmenskultur der HVB sowie der Entwicklung sozialer Kompetenz.

Treffen mit Top-Führungskräften unterstreichen den hohen Stellenwert, den wir unseren Ausbildungsprogrammen und unseren Nachwuchskräften beimessen. 2006 organisierte die HVB eine Roadshow mit dem CEO der UniCredit Gruppe, Alessandro Profumo. Im Rahmen eines Junior-Breakfast erhielten Auszubildende, Trainees und Alumni die Chance, mit ihm über geschäftliche Schwerpunkte und persönliche Entwicklungspotenziale innerhalb der UniCredit Gruppe zu diskutieren.

Auch das HVB Alumni Network ist dem Gedanken der Netzwerkbildung verpflichtet. Es dient als Bindungsinstrument und wendet sich an ehemalige Trainees. Im Rahmen des jährlichen TraineeTags beschäftigen sich Trainees und Alumni in Workshops mit wichtigen Bankthemen. 2006 stand die Integrity Charter im thematischen Mittelpunkt; zum Rahmenprogramm gehörte auch der Ideenaustausch mit dem für Human Resources verantwortlichen Management Committee-Mitglied der UniCredit Gruppe, Rino Piazzolla.

Ein weiteres Entwicklungsinstrument ist das Karrierecenter. Überdurchschnittlich begabte Alumni werden von ihrer Führungskraft für die Teilnahme nominiert. Das Karrierecenter beinhaltet ein zweijähriges Mentoring durch einen erfahrenen Manager und ein Seminar zur persönlichen Standortbestimmung.

Ein neues Mentoring-Programm der HVB AG dient der Förderung der weiblichen Fach- und Führungskräfte. Im Mittelpunkt stehen sowohl die Entwicklung weiterer fachlicher und persönlicher Kompetenzen als auch die Schaffung von Netzwerken. Gegenwärtig besteht mehr als die Hälfte der Belegschaft der AG (55%) aus Frauen, die jedoch nur rund 26% der Fach- und Führungspositionen innehaben. Ziel des zwölfmonatigen Mentoring-Programms ist es, die Karrieren von Frauen durch persönliche Betreuung und einschlägige Veranstaltungen zu fördern und damit die Frauenführungsquote noch deutlich zu erhöhen.

Allen Mitarbeitern zugänglich ist eine breite Palette von Weiterbildungsprogrammen. Es handelt sich um die Vermittlung von Methodenwissen sowie von Kommunikations- und Führungsseminaren. Um die Kommunikationsfähigkeiten unserer Mitarbeiter jenseits der Landesgrenzen zu stärken, haben wir unser Angebot an Fremdsprachentrainings stark ausgeweitet. Im Rahmen von Einzelcoachings können individuelle Entwicklungsbedarfe situationsgerecht konzipiert, umgesetzt und begleitet werden.

Ein weiteres Beispiel für hochqualitative und konzernvernetzte Personalentwicklung ist unser neues Programm »Master in Corporate Banking«, das mit führenden Hochschulen in Italien, Österreich und Deutschland (u. a. der Technischen Universität München) entwickelt wurde. Ziel dieses berufsbegleitenden Studiums ist es, den Teilnehmern aus dem Firmenkunden- und Kreditgeschäft landes-

übergreifende Beratungs- und Problemlösungsfertigkeiten zu vermitteln. Darüber hinaus trägt es in hohem Maß zur Bildung von konzernweiten Netzwerken bei und fördert auch die interkulturelle Zusammenarbeit.

Die Absolventen dieses Studiengangs erwerben den Abschluss eines »Master in Corporate Banking« der Bocconi Universität in Mailand. Der Teilnehmerkreis des ersten Studiengangs umfasst 50 Kolleginnen und Kollegen aus zehn Ländern, davon elf aus der HVB. Eine Loyalitätserklärung soll dafür Sorge tragen, dass das erworbene Know-how nachhaltig auch für unsere Kunden eingesetzt werden kann.

### Internationale Entwicklung

Die Entwicklungsinstrumente der HVB sind bereits jetzt eng mit den Entwicklungsprogrammen der UniCredit Gruppe verzahnt. Damit treiben wir eine nachhaltige Personalplanung auf internationaler Ebene voran und bieten frühzeitig spannende Perspektiven für unsere Leistungs- und Potenzialträger:

- UniQuest ist ein einjähriges Programm für 100 Talente aus der gesamten UniCredit Gruppe. Nachwuchskräfte mit drei bis sechs Jahren Berufserfahrung arbeiten dabei in international zusammengesetzten Teams an strategischen Projekten. Auftraggeber sind Vorstände und Bereichsvorstände der UniCredit Gruppe. Zielsetzung ist, außerhalb des eigenen Spezialgebiets ein internationales Netzwerk, Fachkompetenz und ein tiefes Verständnis für Zusammenhänge in der UniCredit Gruppe aufzubauen.
- Der nächste Schritt in der Führungskräfteentwicklung ist die Talent Pipeline. Es handelt sich dabei um einen gruppenweiten Pool von leistungsstarken und

international mobilen Nachwuchskräften, die sich in den nächsten fünf bis sieben Jahren zur Nachfolge in das obere Management eignen. Kandidaten der Talent Pipeline werden im Rahmen der Management- und Nachfolgeplanung dem Führungsgremium der UniCredit Gruppe vorgestellt und dort besprochen. Zusätzlich werden geeignete Entwicklungsmaßnahmen definiert.

- Das Executive Development Program (EDP) bildet den Rahmen für eine jährliche Bestandsaufnahme des Top-Managements in der UniCredit Gruppe. Dabei werden die 1500 oberen Führungskräfte, ihre Performance, ihr Potenzial, ihre Kompetenzen sowie ihre Werteorientierung besprochen. Zielsetzung ist, Entwicklungsschritte einzelner Verantwortungsträger vor dem Hintergrund divisionsspezifischer Geschäftsszenarien festzulegen und damit auch eine frühzeitige Nachfolgeplanung einzuleiten.

### Sozial orientierte Personalpolitik

Wir fördern das Wohlbefinden und die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter durch eine Vielzahl von Einrichtungen und Maßnahmen. Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist seit vielen Jahren eine der Stärken unserer Personalpolitik. Wir beraten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und unterstützen sie finanziell bei familienbedingten Auszeiten in Zusammenarbeit mit dem bundesweit tätigen Familienservice. Dies gilt vor allem für Kinder- und Angehörigenbetreuung. Außerdem helfen wir Müttern und Vätern beim Wiedereinstieg in das Berufsleben. Für dieses Engagement ist die HVB AG wiederholt von der gemeinnützigen Hertie-Stiftung im Rahmen des Audits »Beruf und Familie« zertifiziert worden.

Mit den Auswirkungen der demografischen Entwicklung beschäftigen wir uns im Rahmen des »Bank der Generationen«-Projekts. Altersstrukturanalysen, die Sensibilisierung

unserer Mitarbeiter für unterschiedliche Arbeitszeitmodelle und nicht zuletzt auch die Entwicklung einer lebensphasenbezogenen Fort- und Weiterbildung gehören zu den Instrumenten, mit denen wir ein Umdenken bewirken wollen.

Das Gesundheitsforum bildet eine Plattform für die Aktivitäten unseres Gesundheitsmanagements. Durch Seminare und Informationsveranstaltungen werden Gesundheitsbewusstsein und Eigenverantwortung gestärkt. Die Sozialberatung der HVB berät Mitarbeiter in schwierigen Lebenssituationen und leistet auch Führungskräften mit Coaching-Angeboten für den Umgang mit Herausforderungen im Arbeitsumfeld Hilfestellung. Weitere Informationen sind in unserem Nachhaltigkeitsbericht 2005 enthalten. Informationen zur Bestellung finden Sie im Finanzkalender dieses Berichts.

### Ausblick: Leistungsorientierte Vergütung

In der HVB wird variable Vergütung bereits seit 1995 praktiziert. Wir führten im Jahr 2004 eine Vergütungsstruktur ein, die aus zwölf Monatsgehältern sowie einer variablen Gehaltskomponente besteht. Der Bonus wird dabei je nach Zielerreichungsgrad innerhalb einer bestimmten Bandbreite festgelegt. Diese Systematik wird für die Mitarbeiter in den Vertriebsdivisionen dahingehend weiterentwickelt, dass die jeweiligen Ziele noch detaillierter festgelegt werden und dadurch – je nach Zielerreichung – der auszuzahlende Bonusbetrag nachvollziehbar und laufend berechenbar wird. Vertriebsserfolge machen sich damit zukünftig noch unmittelbarer für unsere Mitarbeiter bezahlt. Die regelmäßig gemessene Kundenzufriedenheit spielt dabei eine ganz wesentliche Rolle.

# Erläuterung der Integrity Charter

## Der Weg zum Gewinn

	FAIRNESS	TRANSPARENZ	RESPEKT
Mitarbeiter	<p>Lehnen Sie jegliche Art der Diskriminierung auf Grund von Weltanschauung, Geschlecht, ethnischer Herkunft, politischer Einstellung oder Gewerkschaftszugehörigkeit ab.</p> <p>Achten und respektieren Sie Ihre Kollegen. Vermeiden Sie Bevorzugungen bei Einstellungen, Leistungsbeurteilungen und bei der Mitarbeiterentwicklung.</p>	<p>Lassen Sie andere an Ihrem Wissen teilhaben, ohne es zu Ihrem eigenen Vorteil zu monopolisieren.</p> <p>Stellen Sie Transparenz in der Leistungsbeurteilung und bei der Mitarbeiterentwicklung sicher.</p>	<p>Weisen Sie jedem Mitarbeiter des Unternehmens klare Aufgaben- und Verantwortungsbereiche zu.</p> <p>Hören Sie Ihren Kollegen stets aufmerksam zu. Achten Sie deren Werte, Gefühle und moralische Standpunkte. Verhalten Sie sich nicht beleidigend und üben Sie niemals unangemessenen Druck aus.</p>
Kunden und Lieferanten	<p>Kümmern Sie sich um die Zufriedenheit Ihrer Kunden. Schenken Sie allen Kunden Aufmerksamkeit.</p> <p>Bei der Auswahl von Lieferanten ist strikte Neutralität zu wahren, damit die Geschäftsbeziehung zu einem Wettbewerbsvorteil für das Unternehmen wird.</p>	<p>Sorgen Sie immer für rechtzeitige Informationen über unsere Produkte und Dienstleistungen sowie die möglichen Konsequenzen eines Kaufs.</p> <p>Wählen Sie Lieferanten objektiv aus.</p>	<p>Wahren Sie die Vertraulichkeit aller eingeholten Informationen in Bezug auf den Kunden, sein Unternehmen, sein Vermögen und seine Entscheidungen.</p> <p>Pflegen Sie ein offenes Kommunikationsverhalten mit Lieferanten, das die Umsetzung der innovativsten und mit der meisten Verantwortung verbundenen Prozesse unterstützt.</p>
Investoren	<p>Widmen Sie jedem Investor ohne Diskriminierung oder Bevorzugung die erforderliche Aufmerksamkeit. Damit werden die Märkte immer offener, und der freie Wettbewerb wird gefördert.</p>	<p>Machen Sie aus der Marktkommunikation einen wirtschaftlichen und kulturellen Wert. Versuchen Sie, klar, vollständig und rechtzeitig zu informieren und nutzen Sie den effizientesten Kommunikationsweg für jeden Investor.</p>	<p>Befolgen Sie in Ihren Beziehungen mit Investoren Verhaltensregeln, die im Hinblick auf Werte und Berufsethik dem höchsten Marktstandard entsprechen.</p>
Städte und Gemeinden, in denen wir tätig sind	<p>Gehen Sie im Rahmen unserer Beziehungen mit Interessengruppen proaktiv vor. Bieten Sie ihnen ohne jede Diskriminierung Unterstützung, Dienstleistungen und Chancen an. Fördern Sie Initiativen, die auf die wirklichen Bedürfnisse der Gemeinschaften in der jeweiligen Region eingehen und die dem Ziel der nachhaltigen Wertschöpfung dienen.</p>	<p>Gestalten Sie die Beziehungen mit den Städten und Gemeinden, in denen wir tätig sind, transparent, indem diese über die Aktivitäten der UniCredit Group und die Art, in der sie umgesetzt werden, auf dem Laufenden gehalten werden.</p>	<p>Fördern Sie Wachstum, das ökologisch und sozial verträglich ist.</p>

**GEGENSEITIGKEIT**

Das bedeutet zu kooperieren, Informationen und Wissen weiterzugeben, um so Wert zu schaffen und über organisatorische Grenzen hinweg eine Bestätigung für unser berufliches Selbstverständnis zu finden. Wir bemühen uns, durch aktives Zuhören die Bedürfnisse unserer Kollegen zu erkennen und unsere Arbeitsumgebung positiv zu gestalten.

**FREIHEIT**

Schaffen Sie das geeignete Umfeld dafür, frei zu widersprechen oder Gedanken frei zu äußern.  
Geben Sie jedem die Möglichkeit, unternehmerische Werte umzusetzen und die eigene berufliche Persönlichkeit zu entwickeln.

**VERTRAUEN**

Halten Sie Ihr Wort, und gestehen Sie ein, dass auch Sie Fehler machen können.

Bieten Sie den Kunden gute Leistung, und geben Sie ihnen die Sicherheit, dass sie für ihr Geld gute Qualität erhalten. Hören Sie auf die Bedürfnisse der Kunden, und entwickeln Sie Produkte und Dienstleistungen, die diese befriedigen. Fördern Sie die Kooperation mit Lieferanten, damit das Unternehmen und seine Lieferanten Wert generieren und eine Legitimierung ihrer Identitäten erfahren können.

Gehen Sie mit anderen Personen frei und gleich um – ohne Unterwürfigkeit gegenüber Stärkeren oder Arroganz gegenüber Schwächeren.

Gewinnen Sie Vertrauen durch ein Verhalten, das unseren guten Ruf stärkt.

Achten Sie unvoreingenommen auf alle Hinweise, die Ihnen Investoren über die offiziellen Kommunikationskanäle zukommen lassen.

Erreichen Sie Handlungsfreiheit, sodass Sie dem Markt gegebene Versprechen ohne unangemessene Zwänge einhalten können.

Bauen Sie dauerhafte und belastbare Beziehungen mit den Akteuren auf den Finanzmärkten auf. Wahren Sie Ihre Verlässlichkeit und Glaubwürdigkeit, und nehmen Sie Kritik von Marktteilnehmern bereitwillig auf.

Schaffen Sie Raum für Gespräche und Dialoge, in denen der gegenseitige Informationsaustausch unsere Legitimität und unser Ansehen steigern kann.

Achten Sie bei der Tätigkeit in Ihrer Region die jeweiligen moralischen Standpunkte und landesspezifischen Kulturen.

Bauen Sie soziale und kulturelle Beziehungen zu den regionalen Gemeinschaften auf, die vor allem von Gegenseitigkeit geprägt sind.

# Corporate Social Responsibility

## Werte leben in einer neuen Unternehmenskultur

Der Zusammenschluss zwischen der UniCredit Gruppe (UCI) und der Hypo-Vereinsbank schafft die erste wahrhaft europäische Bank. Diese Bank verfügt über eine ganz eigene Unternehmenskultur, die sich im Rahmen des Integrationsprozesses zunehmend entwickelt.

## Schlüsselrolle der Integrity Charter

Grundlage des Miteinanders in der neuen UCI ist die Integrity Charter. Sie ist der gemeinsame Werterahmen für alle Mitarbeiter (siehe auch das Kapitel Unsere Mitarbeiter). Außerdem bilden die Werte der Charter – Fairness, Transparenz, Respekt, Gegenseitigkeit, Freiheit und Vertrauen – die Basis für unsere Geschäftstätigkeit (siehe auch die Abbildung der kompletten Integrity Charter unmittelbar vor diesem Kapitel).

Die Integrity Charter definiert unsere Zusammenarbeit mit Anspruchsgruppen wie zum Beispiel Kunden und Lieferanten; sie bildet zugleich die Basis unserer gesellschaftlichen Legitimation:

- Unseren Kunden möchten wir beispielsweise nachhaltige Bankprodukte und Dienstleistungen anbieten, aus denen gleichermaßen geschäftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert entsteht. Grundlage für die Kundenbeziehung sind Vertrauen und eine ausgeprägte Servicekultur.
- Bei unseren Lieferanten achten wir auf eine durch Fairness, Vertrauen und Wertschätzung geprägte Geschäftsbeziehung. Wir treffen Vereinbarungen zur Zufriedenheit aller Beteiligten.
- Als Unternehmen tragen wir soziale Verantwortung; wir sind Corporate Citizens in den jeweiligen Gemeinwesen, in denen wir tätig sind. Wir wollen durch unser Engagement zur gesellschaftlichen Weiterentwicklung beitragen.

Unter dem Motto »Werte leben – Wert schaffen« stand unser Nachhaltigkeitsbericht 2005. In diesem Bericht gingen wir detailliert zum einen auf unseren Werterahmen, zum anderen auf unsere Vorgehensweise gegenüber unseren Anspruchsgruppen ein (um den Bericht zu bestellen, siehe den Finanzkalender).

## CSR-Managementsystem als Steuerungs- und Koordinationsinstrument

Das bewährte System des Nachhaltigkeitsmanagements in der HVB und das CSR-Management der UCI ergänzen sich in vielfacher Hinsicht. Die Zusammenfügung beider Ansätze bietet eine gute Basis für die Wahrnehmung sozialer Verantwortung (Corporate Social Responsibility) der HVB als Teil der UniCredit Gruppe.

Unser CSR-Managementsystem funktioniert auf der Basis einer Netzwerkstruktur. Der Vorstand gibt den Werterahmen und die Leitlinien vor. Das CSR-Management pflegt sowohl sein internes als auch sein externes Netzwerk eigenverantwortlich und berichtet in regelmäßigen Abständen an den Vorstand. Das CSR-Team initiiert und koordiniert eine Vielzahl von Aktivitäten, einschließlich Benchmarking und Controlling der vereinbarten Ziele und Arbeitsprogramme. Es trägt auch die Verantwortung für die CSR-Kommunikation mit den externen Anspruchsgruppen und arbeitet in diesem Zusammenhang einerseits eng mit den UCI-Kollegen des CSR-Managements zusammen, andererseits auch mit den Leitern der HVB-Divisionen bei spezifischen Aufgaben wie Kreditpolitik und Produktgestaltung.

## Zertifizierung unseres Umweltmanagements

Eine weiterhin wichtige Aufgabe der CSR-Steuerung ist das Umweltmanagement. Das Umweltmanagementsystem der Hypo-Vereinsbank wurde bereits Mitte der 1990er-Jahre entwickelt und bildete die Grundlage für unsere ausgezeichnete Performance in mehreren Ratings und Rankings. Ende 2006 wurde unser System nach der internationalen Norm ISO 14001 zertifiziert sowie nach der europäischen Norm EMAS (European Management and Audit Scheme) validiert. Beide Normen definieren Anforderungen, denen ein Umweltmanagementsystem entsprechen muss – EMAS aus europäischer und ISO aus globaler Sicht.

Mit der Zertifizierung erfüllen wir die Anforderungen seitens externer Ratingagenturen nach einem allgemein anerkannten Qualitätsstandard und befinden uns im Gleichschritt mit UCI, die auch nach ISO 14001/EMAS zertifiziert bzw. validiert ist. Das Zertifizierungsverfahren half uns, das bestehende Umweltmanagementsystem zu optimieren und weitere Maßnahmen zur Energieeinsparung und Ressourcenschonung zu entwickeln. Betrachtet wurden dabei direkte und indirekte Umweltaspekte:

- Die direkten befassen sich mit Auswirkungen von Gebäudebetrieb (Energie für Heizung, Kühlung und Strom) und mit dem Mitarbeiterverhalten (Mülltrennung, Papierverbrauch).
- Die indirekten Umweltaspekte betreffen unsere Produkte, beispielsweise die Frage, wie wir das Vermögen unserer Kunden verwalten, welche Kriterien dem Kreditvergabeprozess zugrunde liegen und wie umwelt- und sozialverträglich diese Kriterien sind.

## Engagement für den Klimaschutz

Der Klimaschutz gehört zu den wichtigsten Themen der heutigen Zeit. Die Hypo-Vereinsbank engagiert sich daher seit Jahren in unterschiedlichen Handlungsfeldern. Damit antworten wir auf die Erwartungen unserer Anspruchsgruppen; wir unterstreichen dadurch aber auch unser Engagement zur Lösung globaler Probleme.

Zur Bündelung und zum Ausbau aller Aktivitäten entwickeln wir derzeit eine Klimastrategie für die HVB und UniCredit Gruppe. Unsere bisherigen Handlungsfelder sind:

- Emissionshandelsdienstleistung: Handel, Strategieberatung, Hedging-Konzepte, Finanzierung
- Investition in den Carbon Fund (UniCredit Gruppe)
- Teilnahme am Carbon Disclosure Project
- Finanzierung erneuerbarer Energiegewinnung
- Anwendung der Weltbankstandards und Equator Principles
- Nachhaltige Vermögensverwaltung und Zertifikate auf den HVB Nachhaltigkeitsindex
- Fonds mit Umwelttechnologieausrichtung
- Modernisierungsdarlehen (energieeffiziente Gebäudesanierung)
- ImmoPass, Gütesiegel für den nachhaltigen Wohnungsbau
- Umweltmanagementsystem, zertifiziert und validiert (ISO 14001, EMAS)
- Umweltstandards im Beschaffungswesen
- Nachhaltiges Mobilitätsmanagement
- Ökologische Baustandards und Energiemanagement in Bankgebäuden

Die aus den Zertifizierungsprojekten erzielten Synergien lassen sich auch quantifizieren. So werden beispielsweise allein durch eine erneuerte EDV-Kälteanlage im Gebäude Z2 jährlich ca. 100 000 € an Energiekosten eingespart. Eine Rezertifizierung steht nach drei Jahren an.

### Nachhaltige Bankprodukte: Equator Principles und Engagement für Klimaschutz sowie erneuerbare Energien ...

Die HVB gehörte zur Gründungsgruppe der Equator Principles. Es handelt sich um einen globalen Industriestandard für große Projektfinanzierungen, der die Einhaltung sozialer und ökologischer Prinzipien gewährleistet. Mit der Einführung der Equator Principles gelang es der HVB als Teil einer Gruppe von ursprünglich zehn Banken im Juni 2003, einen globalen Industriestandard für große Projektfinanzierungen zu etablieren.

# Corporate Social Responsibility Fortsetzung

Im Berichtsjahr führten insgesamt 45 Finanzinstitute weltweit die neu gefassten Equator Principles ein. Dabei verpflichteten sie sich auf einen Kodex erweiterter Umwelt- und Sozialstandards bei Projektfinanzierungen. Dieser räumt den beteiligten Instituten die Möglichkeit ein, potenziell negative Auswirkungen von Finanzierungsprojekten auf Gesellschaft und Umwelt besser einzuschätzen, abzumildern und insgesamt zu steuern.

Neben der Einhaltung der Performance-Standards und Guidelines der Weltbank sehen die Equator Principles die Kategorisierung eines Projekts nach hohen, mittleren oder geringen Auswirkungen vor. Bei Projekten mit hohem oder mittlerem Risiko ist die Erstellung eines Environmental Assessments verpflichtend, wobei der Umfang der Analyse und des Maßnahmenkatalogs vom Grad der festgestellten Risiken bestimmt wird. Die neue Fassung der Equator Principles spiegelt die Erfahrungen von Finanzinstituten wie der HVB mit den bisherigen Regeln seit der Einführung vor drei Jahren wider und berücksichtigt gleichzeitig die Ablösung der Safeguard Policies durch die neuen Performance Standards der International Finance Corporation (IFC), auf die sich die Equator Principles zum Teil stützen.

Seit Mai 2004 gab es einen intensiven Dialog der Equator-Principles-Banken mit der IFC und umfassende Kommentare zu dem ersten Entwurf der Performance-Standards. Anschließend wurden sowohl Kunden als auch gesellschaftliche Gruppen und Entwicklungsinstitutionen bei der Entwicklung der neuen Equator Principles eingebunden. Die HypoVereinsbank hat diesen Prozess mit großem Engagement unterstützt und inzwischen den Vorsitz der so genannten »Working Group«, des Zusammenschlusses der Kernbanken der Equator Principles, übernommen.

Der Minimierung von Kreditrisiken dient auch der von uns gepflegte Dialog mit Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und anderen Anspruchsgruppen. Dies galt beispielsweise bei dem geplanten Bau von zwei neuen Kernkraftwerken in der Region Belene in Bulgarien. Dieses von der bulgarischen Regierung verantwortete Projekt führte zu Protesten seitens NGOs wie Greenpeace und Urgewald. Nach intensiven Diskussionen und reiflicher Überlegung entschloss sich unsere Bank, sich nicht an der Finanzierung zu beteiligen.

Eine Pionierrolle spielten wir auch im Bereich Erneuerbare Energien. Die HVB finanziert seit einigen Jahren eine breite Palette von Wind- und Wasserkraftanlagen, Biomassekraftwerke, Klär- und Meerwasserentsalzungsanlagen sowie Trinkwasseraufbereitungsanlagen. Als erste Bank platzierten wir ein geschlossenes Portfolio von Windparks als Unternehmensanleihe erfolgreich am Markt. Auch in den Bereichen Solarenergie, Biomasse und Biogas haben wir im vergangenen Jahr innovative Projekte finanziert.

Wir haben unser Know-how im Bereich Erneuerbare Energien in neuen Kompetenzstrukturen zusammengefasst und damit unseren bundesweiten Marktauftritt weiter ausgebaut und optimiert. Es gelang uns im Berichtsjahr, unser Portfolio noch weiter auszubauen. Allein im Bereich Projektfinanzierung konnten wir 2006 ein Neugeschäftsvolumen von 465 Mio € verzeichnen. Unser Gesamtportfolio für alle Finanzierungsbereiche betrug Ende 2006 3,6 Mrd €.

## ...sowie Expansion bei Anlageprodukten und Vermögensverwaltung

Renditeorientierung und die gleichzeitige Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Kriterien schließen einander nicht aus. Im Gegenteil: Nachhaltige Geldanlageprodukte erzeugen in vielen Fällen eine höhere Rendite als konventionelle Anlagen. Die HVB bedient einen wachsenden Kundenkreis von kirchlichen Investoren, Stiftungen und privaten Anlegern, die Rendite- und Wertvorstellungen miteinander in Einklang bringen wollen.

Die HVB hat in den zurückliegenden Jahren einen Katalog von Nachhaltigen Anlageprodukten geschaffen. Wir bieten Anlagen der UniCredit Tochtergesellschaft Pioneer (früher: Actinvest) an und gehen auch Kooperationen mit anderen Fondsanbietern und Research-Dienstleistern ein. So arbeiten wir zum Beispiel dauerhaft mit der renommierten Rating- und Researchagentur oekom research AG zusammen:

- bei der Nachhaltigen Vermögensverwaltung First Flex (Depotvolumen ab 500 000 €),
- bei der Emittierung von Nachhaltigkeitszertifikaten auf den HVB Nachhaltigkeitsindex (in 2006 fünf laufende Zertifikate),
- bei dem ältesten deutschen Umweltfonds Actinvest EcoTech, der seit Jahren zu den Spitzenperformern in diesem Bereich gehört.

## Nachhaltiger Bankbetrieb: Kostensenkung und Risikominimierung

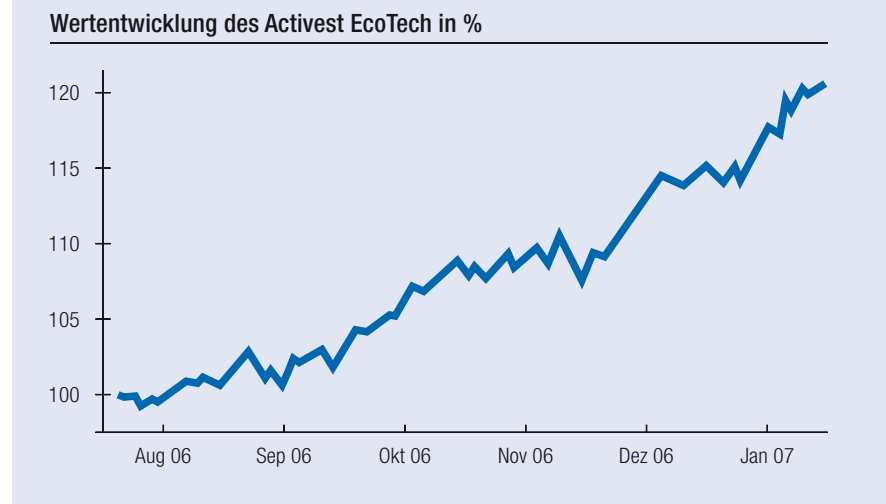
Die ökologischen Auswirkungen des Bankgeschäfts liegen hauptsächlich in den Bereichen Gebäudetechnik, Bürobetrieb, Mobilität, Abfall und Beschaffung. Es geht darum, einerseits Ressourcen zu schonen, andererseits aber auch um Kostensenkung und Minimierung von Risiken.

Unser Umweltmanagementsystem optimiert systematisch den Verbrauch von Energie, Wasser und Papier; hinzu kommt das Handling des Abfallaufkommens. Zu unseren Prioritäten gehören neben der Verbrauchsminderung auch die Vermeidung von Schadstoffemissionen, vor allem von Treibhausgasen. Umweltbewusstes Bauen unter Einbezug von regenerativen Energien sowie die Schaffung gesundheitsverträglicher Räumlichkeiten gehören ebenfalls zu den Eckpfeilern unseres Umweltmanagements.

Die Reduktion von Schadstoffemissionen durch die Begrenzung von Dienstreisen ist uns ebenfalls ein wichtiges Anliegen. Hier gelang es uns in den vergangenen Jahren, durch die Verlagerung auf umweltverträglichere Verkehrsmittel und den Einsatz moderner Kommunikationsmittel wie Videokonferenzen die Dienstreisekilometer pro Mitarbeiter deutlich zu verringern.

Hier wie in anderen umweltrelevanten Bereichen setzen wir auf eine Vielzahl von innerbetrieblichen Kommunikationsmaßnahmen, um unsere Mitarbeiter zu umweltbewusstem Verhalten anzuregen. Dazu gehören elektronische Hinweise, Umweltleitfäden und Aufklärungsvorträge auf vielen internen Veranstaltungen. Über den Nachhaltigen Bankbetrieb berichten wir ausführlich in unserem Nachhaltigkeitsbericht (um diesen zu bestellen, siehe den Finanzkalender).

Auch im Beschaffungswesen achten wir auf die Normen der Nachhaltigkeit. Die HVB berücksichtigt beim Kauf von Büro- und Geschäftsausstattung, bei der Auswahl von Firmenwagen oder bei Leistungen von Serviceunternehmen nicht nur Wirtschaftlichkeit und Funktionalität, sondern auch ökologische und soziale Kriterien. Diese ent-



Wertentwicklung des Activest EcoTech (ohne Berücksichtigung des Ausgabeaufschlags).

scheiden ebenso über die Produkt- und Lieferantenauswahl. Bei allen wesentlichen Ausschreibungen sowie bei Verträgen werden die Lieferanten gebeten, anhand standardisierter Fragebögen zum Umweltmanagement sowie zu sozial- und arbeitsrechtlichen Fragen Auskunft zu geben und auch aussagekräftige Dokumente als Anlagen beizufügen. Ein Teil dieser Fragen ist als »Mindestanforderungen« – zum Beispiel Vermeidung von Kinderarbeit – deklariert. Diese Selbstdeklaration der Lieferanten wird bei Auftragserteilung zum Vertragsbestandteil.

### Gesellschaftliches Engagement: Spendenmanagement...

Die HVB unterstützt seit Jahren eine Vielzahl von sozialen Einrichtungen, Projekten und Initiativen, die das Gemeinwesen bereichern. Wir fördern eine ganze Reihe von sozialen Anliegen und kulturellen Belangen und leisten damit einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung in den Regionen, in denen wir tätig sind.

Im sozialen Bereich unterstützen wir zum Beispiel gemeinnützige Einrichtungen und Hilfsorganisationen sowie auch Kirchen und Schulen. Ein Beispiel ist unsere traditionelle Weihnachtsspende: Im Dezember 2006 wurden zehn unterschiedliche Organisationen ausgewählt, und die Gesamtsumme der Spende von 100 000 € wurde entsprechend aufgeteilt. Die Organisationen bzw. Einrichtungen sind in den Bereichen Ausbildung und Integration behinderter Menschen, Hilfen in medizinischer oder sozialer Not, Hospizarbeit, Entwicklungshilfe und Umwelt tätig.

# Corporate Social Responsibility Fortsetzung

## ... Förderung von Nachhaltigkeitsinitiativen...

Wir engagieren uns seit Jahren bei Nachhaltigkeitsinitiativen auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene:

- Beispielsweise wirken wir bei Arbeitskreisen wie der lokalen Agenda 21 sowie beim Umwelt-Pakt Bayern mit.
- Wir gehören zu den Mitgliedern des Vereins für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen (VfU), des Forums Nachhaltige Geldanlagen und des Arbeitskreises für Umweltbewusstes Management (BAUM).
- Auf internationaler Ebene beteiligen wir uns an der Finanz-Initiative des UN-Umweltprogramms und sind Mitbegründer der UNEP-FI Regional Task Force in Central and Eastern Europe. Aufgabe dieser Task Force ist es, Nachhaltigkeitsmanagement im Finanzsektor dieser Region durch Konferenzen, Best-Practice-Beispiele, eine internetbasierte Plattform für Umwelt-risikoprüfungen und andere Initiativen zu fördern.

## ... und Förderung für Kunst, Kultur und Wissenschaft

Die HypoVereinsbank setzt sich seit längerem für eine Vielzahl von Belangen aus den Bereichen bildende Kunst, Kultur und Wissenschaft ein.

Stichwort bildende Kunst: Unsere Kunstsammlung besteht aus mehr als 25 000 Kunstwerken, die wir in unserem Niederlassungsnetz sowohl unseren Kunden als auch den Mitarbeitern zugänglich machen. Außerdem haben wir wertvolle Bilder, u. a. Werke von Goya und Boucher, der Öffentlichkeit dadurch zugänglich gemacht, dass wir sie an führende Museen wie der Alten Pinakothek in München als Dauerleihgaben zur Verfügung gestellt haben.

Die Kunsthalle der Hypo-Kulturstiftung gehört zu den renommiertesten Ausstellungshäusern in Deutschland und hat bereits rund 70 Ausstellungen beherbergt.

Stichwort Kultur: Die Hypo-Kulturstiftung unterstützt seit 1983 kulturelle Einrichtungen und Vorhaben. Außerdem ist sie der Denkmalpflege verpflichtet und vergibt jährlich den viel beachteten Denkmalpreis.

Auch in der klassischen Musik setzen wir als HypoVereinsbank Zeichen: Wir gehören nicht nur zu den Förderern der großen Festspiele wie Bayreuth, München und Salzburg, sondern unterstützen auch gemeinnützige regionale Festivals an den Orten unserer Geschäftstätigkeit wie die Festspiele im Rheingau, in Passau und Würzburg oder das Richard-Strauss-Festival in Garmisch-Partenkirchen. Oft lässt sich kulturelle Förderung auch mit sozialem Engagement verbinden, wie zum Beispiel bei dem Benefizkonzert der 12 Cellisten der Berliner Philharmoniker zur Unterstützung einer

Würzburger Kinderklinik oder bei dem Benefizkonzert »Yehudi Menuhin live music now« in Dresden. Ein weiterer Schwerpunkt des Musikengagements ist die Nachwuchsförderung. Einer der bedeutendsten internationalen Opern-Gesangswettbewerbe, der »Competizione dell'Opera«, wird von uns als Hauptsponsor begleitet, ebenso wie die Ausbildung junger Talente in der Opern-Akademie auf Gut Immling im Chiemgau.

Stichwort Wissenschaft und Bildung: Seit vielen Jahren gehören wir zu den Mäzenen von Universitäten und Einrichtungen wie dem Stifterverband für die deutsche Wissenschaft, dem Deutschen Museum, der Ludwig-Maximilians-Universität sowie der Technischen Universität in München. Bei den beiden Münchener Universitäten nehmen wir außerdem die Schatzmeisterfunktion für deren Fördervereine wahr und stellen entsprechende Personalkapazität und Infrastruktur zur Verfügung.

Ein besonderes Anliegen ist uns die Förderung der Jugend. Hier sind die Schwerpunkte der »Förderpreis Deutscher Film« und das Kulturförderprogramm »Jugend kulturell«, das der Unterstützung junger Künstler, unter anderem mit Preisgeldern und Ausstellungsmöglichkeiten in unseren Geschäftsräumen, dient. Außerdem veranstalten wir das HVB Europakonzert mit dem Europäischen Jugendorchester, das unter der Patenschaft der EU steht.

### Ausblick: Ausbau des CSR-Managements und des Angebots Nachhaltiger Geldanlagen

Die Harmonisierung unseres CSR-Managementsystems mit dem der UCI gehört zu den wichtigen Prioritäten des Jahres 2007. Hierbei gilt es die beidseitigen Stärken intelligent zu bündeln.

Das CSR-Management wird gemeinsam mit den Divisionen und Dienstleistungsbereichen ein neues Konzept für das gesellschaftliche Engagement der HVB entwickeln. Dabei werden die Vorgaben, Erfahrungen und Themenfelder der UCI in Bereichen wie Spenden, Corporate Volunteering und lokalen Aktivitäten miteinbezogen. Damit stärken wir unser Profil als internationaler Corporate Citizen.

Die HVB wird sich wie bisher für das Thema Nachhaltigkeit einsetzen. So beispielsweise im Rahmen der UN Dekade »Bildung für eine nachhaltige Entwicklung« in Kooperation mit der Landeshauptstadt München.

Leitziel dieser Bildungsdekade ist es, Bürgerinnen und Bürger und Gruppierungen zu befähigen, ihre Lebens- und Wirtschaftsweise eigenständig zukunftsfähig zu gestalten. Mit der Gründung von BenE, einem so genannten Regional Centre of Expertise, wurde München im Februar 2007 eines von

### Nachhaltigkeitsratings und -rankings 2006

RATINGAGENTUR/INVESTOR	RATING	SKALA	PLATZ
Dow Jones Sustainability Indexes	gelistet		
FTSE4Good Europe/Global	gelistet		
Ethibel Sustainability Index Global/			
Europe	gelistet		
ASPI – Advanced Sustainable			
Performance Indices	gelistet		
oekom research (2005)	B–	A+ bis D–	4. von 60 Banken
scoris Dax 30 Rating (2005)	69	1 bis 100	8. von 30 Unternehmen
Zürcher Kantonalbank (2005)	AA	AAA–C	

derzeit weltweit 30 von der United Nations University akkreditierten regionalen Kompetenzzentren für »Bildung für eine nachhaltige Entwicklung«. Die von der HVB unterstützten Ziele von BenE: Bildungsträger und -einrichtungen vernetzen, Synergiepotenziale heben und gemeinsame Maßnahmenpakete schnüren. In diesem Zusammenhang wird die HVB zusammen mit anderen Münchner Unternehmen im April 2007 das »BenE-Netzwerk Wirtschaft« gründen.

Auch im Kredit- und Anlagegeschäft werden wir unsere Aktivitäten weiterentwickeln. Dies gilt zum einen für die Equator Principles sowie für den Bereich Erneuerbare Energien. Aber auch bei Nachhaltigen Anlageprodukten wollen wir verstärkt Produktlösungen für jedes Anlagevolumen anbieten und unsere Marketingaktivitäten stärken. Außerdem planen wir die Neuemissionen von zwei Nachhaltigkeitszertifikaten im ersten Quartal 2007. Damit wollen wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung in vielfacher Weise gerecht werden.

Wir werden unsere Aktivitäten im Bereich Klimaschutz bündeln und deutlich ausbauen und eine Klimastrategie für die HVB und die UCI implementieren.