

Gemeinwohl-Bericht

# Evenord-Bank eG-KG

Vollbilanz nach Gemeinwohl-Matrix 5.0.1

Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2023

Erstellungsdatum: 28.06.2024

# Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen zum Unternehmen.....	6
Kurzpräsentation des Unternehmens .....	7
Produkte / Dienstleistungen.....	8
Das Unternehmen und Gemeinwohl.....	8
Testat .....	11
A Lieferant*innen.....	13
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette .....	13
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette.....	13
A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette .....	16
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette .....	17
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen .....	17
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette.....	18
A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen.....	20
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette .....	21
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette .....	21
A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette .....	24
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette .....	25
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen .....	25
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette.....	26
B Eigentümer*innen und Finanzpartner*innen .....	28
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	28
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung.....	28
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung .....	29
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen.....	31
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln .....	32
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung .....	32
B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln .....	34
B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung.....	35
B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen .....	35
B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen.....	36
B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen.....	37
B4 Eigentum und Mitentscheidung .....	38
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur .....	38

B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme.....	41
C Mitarbeitende.....	41
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz.....	41
C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur.....	41
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz.....	45
C1.3 Diversität und Chancengleichheit.....	48
C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen.....	52
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	54
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes.....	54
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit.....	56
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance.....	57
C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge.....	59
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden.....	63
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit.....	63
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz.....	64
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse.....	66
C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens.....	68
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz.....	69
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz.....	69
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte.....	71
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden.....	72
C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates.....	75
D Kund*innen und Mitunternehmen.....	76
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen.....	76
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen.....	76
D1.2 Barrierefreiheit.....	79
D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen.....	81
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen.....	82
D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen.....	82
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	85
D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	86
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.....	88
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz).....	88
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz).....	90

D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen .....	92
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz .....	93
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung.....	93
D4.2 Produkttransparenz .....	94
D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen .....	96
E Gesellschaftliches Umfeld .....	97
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	97
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben .....	97
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen .....	100
E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	103
E2 Beitrag zum Gemeinwesen .....	104
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	104
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens .....	106
E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung .....	108
E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention .....	115
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen.....	117
E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie .....	117
E3.2 Relative Auswirkungen .....	121
E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen .....	124
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung .....	125
E4.1 Transparenz .....	125
E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung.....	126
E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	128
Ausblick.....	129
Kurzfristige Ziele .....	129
Langfristige Ziele .....	130
EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU) .....	131
Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz .....	132
Anlagen .....	134
Anlage zum Bereich A .....	134
Anlage zu B3.2 .....	136
Anlage zu C2.3 .....	138
Anlage zu D1.1 .....	150

Anlage zu D2.1 .....	152
Anlage zu E2.4 .....	166

# Allgemeine Informationen zum Unternehmen

Firmenname:	Evenord-Bank eG-KG
Rechtsform:	Kommanditgesellschaft mit eingetragener Genossenschaft als Komplementär
Website:	<a href="https://www.evenordbank.de">https://www.evenordbank.de</a>
Branche:	K - Kredit- und Finanzwesen
Firmensitz:	Nürnberg, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	46 Personen Stand 01.11.2023
Vollzeitäquivalente:	28 FTE Stand: 01.09.2023
Saison- oder Zeitarbeitende:	0 Personen
Umsatz:	8.854.000 €
Jahresüberschuss:	3.208.968,68 €

(Diese Werte beziehen sich auf das letzte vollständige Geschäftsjahr 2023.)

Tochtergesellschaften / verbundene Unternehmen:

Zugehörige Organisation	Sitz (Land)	Gehaltener Anteil (in %)
Evenord-Kälte-Klima GmbH	Deutschland	100
Evenord-Beteiligungs GmbH	Deutschland	100
EV Service GmbH	Deutschland	100

Berichtszeitraum: 01.01.2022 bis 31.12.2023

# Kurzpräsentation des Unternehmens

Die Evenord-Bank eG-KG ist eine Universalbank, die der Genossenschaftlichen FinanzGruppe der Volksbanken Raiffeisenbanken auf freiwilliger Basis angehört.

## ***Unser Ursprung***

Die Evenord-Bank eG-KG geht 1961 aus der Bankabteilung der Evenord eG hervor. Die Evenord ist eine moderne, leistungsstarke Großhandelsgenossenschaft für gewerbliche Kunden, spezialisiert auf den Bereich Lebensmittel – vom Frischkäse bis zum Profi-Backofen. Das Sortiment deckt den Bedarf der Kunden aus Nordbayern und Thüringen ab; es handelt sich beispielsweise um Metzgereien, Hotels, Gastronomie- und Gemeinschaftsverpflegungs-Betriebe.

## ***Unsere Mission: Leistung höchstpersönlich***

Uns liegt eine persönliche Beziehung zu unseren Kund\*innen am Herzen. Wir messen den Erfolg unseres Bankgeschäfts an ihrer Zufriedenheit und sehen sie nicht als Trittleiter zum Erreichen eines Vertriebsziels, sondern als Menschen auf Augenhöhe. Als stark im regionalen Markt der Metropolregion Nürnberg verwurzelte Universalbank freuen wir uns über alle Privatpersonen, Gewerbetreibende und Freiberuflichen in der Region, die unsere Werte teilen und das eigene Geld nachhaltig einsetzen wollen.

## ***Unsere Vision***

Wir sind als Gewerbe- und Privatkundenbank in der Metropolregion Nürnberg wirtschaftlich erfolgreich durch unseren fairen, werteorientierten Umgang mit allen unseren Geschäftspartner\*innen.

Unsere Vision beschreibt unsere übergeordneten langfristigen Entwicklungspfad: Mit unserer Produktpalette bedienen wir im Sinne einer Universalbank den ganzen Markt der Gewerbe- und Privatkund\*innen. Die Bedürfnisse der Kund\*innen sind ein wesentlicher Einflussfaktor in unseren unternehmerischen Entscheidungen. Wir möchten die Zufriedenheit und das Vertrauen der Kund\*innen gewinnen und diese langfristig an uns binden.

## ***Bankgeschäft mal anders – mit Werten und Sinn***

Wir unterscheiden uns von anderen Banken. Was uns auszeichnet, ist unsere strikte Werteorientierung. Gemeinsam mit unseren Kund\*innen legen wir anhand von Ausschlusskriterien fest, was wir fördern und was wir vermeiden wollen. Wir investieren beispielsweise nicht in Atomenergie, Tierversuche für nichtmedizinische Zwecke und Länder, die sich unzureichend für den Klimaschutz einsetzen. Und das durch die Bank weg – sowohl im Kreditgeschäft als auch bei unseren Eigenanlagen.

Die erstellte Gemeinwohl-Bilanz bezieht sich ausschließlich auf die Evenord-Bank eG-KG und nicht auf Tochter- oder Muttergesellschaften.

# Produkte / Dienstleistungen

Produkt / Dienstleistung	Anteil am Umsatz (in %)
Immobilienwirtschaft	38,81
Finanzdienstleistungen	61,19

## Das Unternehmen und Gemeinwohl

### Welchen Bezug hat Ihr Unternehmen zur Gemeinwohl-Ökonomie?

Als Evenord-Bank eG-KG haben wir unsere Wurzeln in der Evenord eG. Dadurch und durch die Zugehörigkeit zur genossenschaftlichen FinanzGruppe sind wir seit unserer Gründung von der genossenschaftlichen Idee geprägt. Die Idee der Genossenschaften ist es, zum Wohle der Mitglieder und nicht zum eigenen Vorteil zu arbeiten. Hier zeigen sich bereits erste Parallelen zur Gemeinwohl-Ökonomie, da nicht die reine Geldvermehrung um ihrer selbst willen, sondern das Wohl der Menschen im Mittelpunkt steht. Um unser Handeln stets an unseren Werten ausrichten zu können, haben wir 2011 unsere Grundwerteerklärung erarbeitet und damit schriftlich fixiert, was uns als Evenord-Bank eG-KG wichtig ist.

#### **Unsere Grundwerteerklärung**

Seriös und wertschöpfend

Unsere Beziehung zu unseren Kund\*innen und Mitarbeiter\*innen soll für beide Seiten wertschöpfend und erfolgreich sein. Individuelle Bedürfnisse und Ansprüche beachten wir im gegenseitigen Miteinander. Sowohl verantwortliches und verlässliches Handeln als auch die offene Ansprache von Problemen, die Suche nach Lösungen und die Einhaltung von Vereinbarungen sind uns wichtig.

Ehrlich und glaubwürdig

Wir informieren Sie umfassend über Ihre Möglichkeiten und werden Sie im Kundengespräch stets auf Chancen und Risiken hinweisen. Wir stehen zu fairen Angeboten und einer offenen Kommunikation – sowohl mit unseren Kund\*innen als auch mit unseren Kolleg\*innen.

Fair und transparent

Unser Ziel ist es, die Beziehung zu unseren Kund\*innen und Geschäftspartner\*innen als nachhaltige Partnerschaften zu gestalten. Das Einhalten von Vereinbarungen ist für uns essenziell. Wir begleiten unsere Kund\*innen transparent bei Entscheidungen. Dies gilt auch bei der gemeinsamen Arbeit im Team, wo wir die Fähigkeiten aller Mitarbeiter\*innen nutzen, um kompetente Lösungen zu finden.

Respektvoll und auf Augenhöhe

Unsere Kund\*innen und Kolleg\*innen sind Partner\*innen auf Augenhöhe. Wir achten die Person – insbesondere in kritischen Situationen. Wir erkennen vielfältige Begabungen und Talente an. Die gegenseitige Wertschätzung und die Individualität jedes Einzelnen haben bei

uns einen hohen Stellenwert – unabhängig von sozialem Status, hierarchischer Stellung sowie religiöser oder geschlechtlicher Zugehörigkeit.

Begeisternd fortschrittlich

Wir begeistern unsere Kund\*innen von der Qualität unserer Produkte und unserer Arbeit, weil wir selbst davon begeistert sind. Wir haben stets den Anspruch uns fortwährend zu prüfen und prüfen zu lassen, Anregungen anzunehmen und aktiv neue Wege zu gestalten, die unsere Mitarbeiter\*innen zusammen mit unseren Kund\*innen beschreiten.

Hier zeigen sich bereits Überschneidungen mit den Grundwerten der Gemeinwohl-Ökonomie - Menschenwürde, Solidarität und soziale Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit sowie Transparenz und Partizipation.

Um unser Handeln noch stärker auf das Gemeinwohl ausrichten zu können, haben wir 2015 das e-Prinzip, unsere Sinnbilanz und Ausschlusskriterien für unsere Geldanlage eingeführt. Mit dem e-Prinzip prüfen und lenken wir die Auswirkungen unserer Geschäfte auf Mensch, Umwelt und Wirtschaft bewusst nach den Vorstellungen unserer Kund\*innen und Mitarbeiter\*innen. Für uns, als Evenord-Bank eG-KG heißt das: Wir finanzieren unter bestimmten Voraussetzungen Anschaffungen, Projekte und Unternehmen mit günstigeren Konditionen, bieten besondere Anlage- und Sparprodukte an, die Gutes möglich machen, und beraten Kund\*innen nur bei solchen Produkten aktiv, die wir als sinnvoll und ausreichend transparent erachten.

Mit der Sinnbilanz legen wir transparent die Verteilung der Aktiva und Passiva auf die Bereiche Wirtschaft, Umwelt und Mensch offen. Die Passivseite zeigt unsere Anlageprodukte. Der Kund\*innen entscheidet dabei, in welchen der drei Bereiche (Wirtschaft, Umwelt, Mensch) er sein Geld anlegen möchte. Auf der Aktivseite erhält der Kund\*innen mit Krediten in sinnstiftende Projekte eine Zinsvergünstigung für die Bereiche Mensch und Umwelt.

Unsere Ausschlusskriterien für Geldanlagen haben wir zusammen mit unseren Kund\*innen und Mitarbeiter\*innen erarbeitet. So investieren wir konsequent nicht in Bereiche wie Atomenergie, Tierversuche für nichtmedizinische Zwecke und Länder, die sich nicht ausreichend für den Klimaschutz einsetzen.

Um uns noch umfassender am Gemeinwohl zu orientieren, haben wir 2018 unser Nachhaltigkeitsverständnis erarbeitet. Es dient uns als wichtige Grundlage, um unser Handeln langfristig ökonomisch, ökologisch und menschlich tragfähig auszurichten.

### ***Unser Nachhaltigkeitsverständnis***

Das Thema Nachhaltigkeit integrieren wir in unseren gesamten Strategieprozess als ganzheitliches und langfristig angelegtes Ziel für unser Kreditinstitut. Hierbei steht die Beibehaltung eines dauerhaft wirtschaftlich erfolgreichen Geschäftsmodells auf Basis unserer Wertekultur mit gleichzeitig aktiver Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung für uns im Mittelpunkt. Wir sind der festen Überzeugung, dass wir nur so die dauerhafte gesellschaftliche Legitimation für das Bestehen unserer Bank haben werden. Zentrale Bedeutung kommt hierbei der gleichrangigen Berücksichtigung der drei Dimensionen Umwelt, Ökonomie und Soziales zu. Umweltschutz, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und

soziale Verantwortung sind so zusammenzuführen, dass Entscheidungen unter allen drei Gesichtspunkten dauerhaft tragfähig sind.

Unter „Nachhaltigkeit“ im Sinne von „nachhaltigem Finanzwesen“ (Sustainable Finance) verstehen wir jede Form von Aktivität, die die Kriterien Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (ESG-Kriterien) ausgewogen in die Geschäfts- und Investitionsentscheidungen der Bank integriert. Ausdruck hiervon ist insbesondere unser e-Prinzip. Dies geschieht zum dauerhaften Nutzen aller Stakeholder\*innen als auch der Gesellschaft insgesamt inklusive zukünftiger Generationen.

Wir verstehen nachhaltige Entwicklung als einen permanenten Erfahrungs- und Lernprozess. So können wir Verbesserungspotenziale in den verschiedenen Unternehmensbereichen ermitteln und daraus Maßnahmen ableiten, wie wir aktuelle und zukünftige Herausforderungen besser bewältigen und neue Chancen auf innovative Weise nutzen können. Damit sind Themen wie ein risikobewusstes Bankgeschäft, der effiziente und schonende Einsatz natürlicher Ressourcen und eine zukunftsorientierte Personalarbeit in Zeiten des demografischen Wandels aufgegriffen.

Mit der Aufstellung unserer Gemeinwohl-Bilanz möchten wir einen umfassenden 360-Grad-Blick auf unsere Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft gewinnen. Sie soll uns ermöglichen, klar zu erkennen, wo wir aktuell stehen und in welchen Bereichen Verbesserungen notwendig sind. Denn nachhaltige Entwicklung ist ein kontinuierlicher Erfahrungs- und Lernprozess, der uns hilft, auf gesellschaftliche Veränderungen zu reagieren und verantwortungsbewusst zu handeln.

### Welche Aktivitäten bzw. welches GWÖ-Engagement gab es im letzten Jahr vor der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz?

Im Jahr vor der Erstellung unserer Gemeinwohl-Bilanz haben wir eine Vielzahl von Aktivitäten und Engagements im Bereich der Nachhaltigkeit umgesetzt. Unsere Bemühungen umfassten unter anderem die Erstellung eines umfassenden Nachhaltigkeitsberichts nach den Vorgaben des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Dieser Bericht bot eine detaillierte Darstellung unserer nachhaltigen Praktiken.

Ein zentraler Bestandteil unserer Nachhaltigkeitsstrategie war die aktive Einbindung unserer Stakeholder\*innen. Wir führten Umfragen unter unseren Kund\*innen und Mitarbeiter\*innen durch, um wertvolles Feedback zu sammeln. Dieses Feedback half uns, unsere Geschäftsprozesse und Dienstleistungen in einem nachhaltigen Sinne weiter zu verbessern und besser auf die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Interessengruppen einzugehen.

Um unsere Aktivitäten auf die drei Bereiche Wirtschaft, Umwelt und Mensch auszurichten, haben wir unser e-Prinzip und unsere Sinnbilanz konsequent eingesetzt. Um sicherzustellen, dass unsere Investitionen den höchsten Nachhaltigkeitsstandards entsprechen, arbeiten wir eng mit der ISS ESG Ratingagentur zusammen. Diese Partnerschaft ermöglicht es uns, Ausschlusskriterien für unsere Eigenanlagen zu prüfen und sicherzustellen, dass unsere Investitionen nicht nur finanziell, sondern auch ökologisch und sozial verantwortungsvoll sind.

Unsere Immobilienprojekte wurden sorgfältig geplant und nach hohen Umweltstandards gebaut, um ökologische Nachhaltigkeit zu fördern. Parallel dazu haben wir in die

Anschaffung von Hybridautos investiert und unseren Strombedarf durch Ökostrom gedeckt, um unseren ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Weitere Maßnahmen sind die Einführung von EC-Karten aus dem Kunststoff PLA, der aus Maisstärke hergestellt wird. PLA ist eine umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichen Plastikkarten. Außerdem haben wir unsere Strategie der Digitalisierung konsequent fortgesetzt. Dadurch konnte Papier eingespart und durch mobiles Arbeiten unnötige Fahrten zu unseren Büros vermieden werden..

Abschließend wurde 2021 die Einführung einer Taskforce beschlossen, die sich auf die Bereiche Werte und Nachhaltigkeit konzentriert. Diese Taskforce soll sicherstellen, dass unsere Unternehmenswerte in allen Bereichen konsequent umgesetzt und weiterentwickelt werden.

Wer ist die Kontaktperson im Unternehmen für die GWÖ (inkl. Kontaktdaten)?

Bawan Arbilly, [bawan.arbilly@evenord-bank.de](mailto:bawan.arbilly@evenord-bank.de)



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:



Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

<b>Testat:</b>	<b>Externes Audit</b>	<b>Gemeinwohl-Bilanz</b>	<b>Evenord-Bank eG-KG</b>
	<b>M5.0 Vollbilanz</b>	<b>01.01.2022 – 31.12.2023</b>	Auditor*In: <b>Jörn Wiedemann</b>

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
<b>Berührungsgruppe</b>				
<b>A: LIEFERANT*INNEN</b>	A1 Menschenwürde in der Lieferkette: <b>10 %</b>	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der <b>40 %</b>	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: <b>10 %</b>	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: <b>10 %</b>
<b>B: EIGENTÜMER*INNEN &amp; FINANZ-PARTNER*INNEN</b>	B1 Ethische Haltung im <b>20 %</b>	B2 Soziale Haltung im <b>80 %</b>	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: <b>30 %</b>	B4 Eigentum und <b>0 %</b>
<b>C: MITARBEITENDE</b>	C1 Menschenwürde am <b>50 %</b>	C2 Ausgestaltung der <b>40 %</b>	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: <b>30 %</b>	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: <b>30 %</b>
<b>D: KUND*INNEN &amp;</b>	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: <b>50 %</b>	D2 Kooperation und Solidarität mit <b>20 %</b>	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung <b>20 %</b>	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: <b>30 %</b>
<b>E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD</b>	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: <b>30 %</b>	E2 Beitrag zum <b>30 %</b>	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: <b>20 %</b>	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: <b>20 %</b>

Testat gültig bis:  
**30.09.2026**

**BILANZSUMME:**  
**299**

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.

TestatID: ynfjn

Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf [www.ecogood.org](http://www.ecogood.org)

Hamburg, 04.09.2024

**Bridget Knapper and Markus Müllenschläder / Executive Directors**  
International Federation for the Economy for the Common Good e.V.,  
VR 24207



# A Lieferant\*innen

## A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

### A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

#### Berichtsfragen

- Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant\*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant\*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant\*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

#### Berichtsantwort

##### **1. Welche Produkte/ Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant\*innen ausgewählt?**

Unsere Beschaffung umfasst eine Vielzahl von Produkten und Dienstleistungen, die für den reibungslosen Betrieb einer Bank unverzichtbar sind. Darunter fallen Büromaterialien, Werbeaufwendungen, EDV-Hardware und -Software, Energie sowie verschiedene Beratungsdienstleistungen. Besonders signifikant sind jedoch die Ausgaben für IT-Dienstleistungen. Diese werden von unserem zentralen IT-Provider bereitgestellt, der nicht nur den Betrieb unseres Rechenzentrums gewährleistet, sondern auch für die Wartung und kontinuierliche Weiterentwicklung der Anwendungen und Applikationen verantwortlich ist, die für den effektiven Bankbetrieb von entscheidender Bedeutung sind.

Die Lieferant\*innen werden auf Basis ihres Leistungsportfolios, Wirtschaftlichkeits-, Regionalitäts- und Nachhaltigkeitsaspekten, sowie ihrer Zugehörigkeit zur genossenschaftlichen FinanzGruppe ausgewählt. Vor der Auslagerung wesentlicher Dienstleistungen werden Lieferant\*innen, gegebenenfalls beschäftigte Subunternehmen und Dienstleistungen anhand einer Risikoanalyse auf bestimmte Kriterien geprüft. Die Kriterien umfassen Ausfall-, Reputations- und Länderrisiken sowie Risiken des internen Kontrollsystems.

##### **2. Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?**

Die Evaluation sozialer Risiken in der Lieferkette erfolgt derzeit ohne systematischen Prozess. Bei den direkten Lieferant\*innen wird nach Möglichkeit auf regionale bzw. deutsche Lieferant\*innen zurückgegriffen, um mögliche soziale Risiken zu minimieren. Eine systematische Bewertung der indirekten Lieferanten übersteigt derzeit unsere Kapazitäten.

Im Rahmen der Erstellung dieser Bilanz haben wir im Jahr 2024 zudem einen Fragebogen zu sozialen und ökologischen Fragen an unsere 35 größten Lieferanten versandt.

Bedauerlicherweise haben lediglich 7 Unternehmen geantwortet. Bei keinem der Lieferant\*innen wurde ein besonderes soziales Risiko festgestellt.

### **3. Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant\*innen vorliegen?**

Vor der Auslagerung wesentlicher Dienstleistungen wird die allgemeine Reputation der Lieferant\*innen analysiert und geprüft, in welchen Ländern eine Lieferant\*in tätig ist und ob sie von einer Behörde mit Sitz in der EU beaufsichtigt wird. Im Rahmen dieser Prüfungen werden auch menschenrechtliche Aspekte berücksichtigt. Für Lieferant\*innen, die keine für uns wesentlichen Dienstleistungen zur Verfügung stellen, haben wir noch keine standardisierte, regelmäßige Bewertung oder Überprüfung unserer Lieferant\*innen durchgeführt. Die Auswertung unseres Fragebogens hat ergeben, dass keine unserer Lieferant\*innen in diesem Bereich Auffälligkeiten gezeigt hat. Wir bemühen uns, wo immer möglich, regionale oder deutsche Lieferant\*innen zu nutzen, um das Risiko für Menschenrechtsverletzungen bei Lieferant\*innen zu reduzieren.

### **4. Wie wird auf Lieferant\*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?**

Eine strukturierte Einflussnahme auf Lieferant\*innen zur Stärkung der Achtung der Menschenwürde gegenüber ihren Stakeholdern ist derzeit nicht vorgesehen. Der Lieferant\*innenfragebogen stellt jedoch einen ersten Schritt in diese Richtung dar.

Aufgrund unserer geringen Marktmacht sind unsere Einflussmöglichkeiten begrenzt, lediglich innerhalb der genossenschaftlichen FinanzGruppe bzw. im Verbund mit Partnern aus dieser Gruppe haben wir theoretisch die Möglichkeit, auf die Lieferant\*innen Einfluss zu nehmen. Bisher sind uns in diesem Bereich jedoch keine Probleme bekannt geworden, die ein Eingreifen unsererseits erforderlich gemacht hätten.

### **5. Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?**

Wir kaufen überwiegend keine Produkte, sondern Dienstleistungen ein. Für diese sind keine Zertifizierungen vorgesehen. Die mengen- und risikorelevantesten eingekauften Produkte sind unser Druckerpapier, das mit dem EU Ecolabel ausgezeichnet ist und Kaffee, den wir ausschließlich aus fairem Handel beziehen.

## **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der zugekauften Produkte/ Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

**2023:**

<b>Branche</b>	<b>Ausgaben (in €)</b>
J - Information und Kommunikation	631.455,58
L - Immobilienwirtschaft	243.275,87
D - Strom-, Gas-, Dampfversorgung und Kühlung	183.237,25
K - Kredit- und Finanzwesen	128.231,71
K - Kredit- und Finanzwesen	115.225,67

Branche	Ausgaben (in €)
Übrige Lieferanten	684.545,41

**2022:**

Branche	Ausgaben (in €)
J - Information und Kommunikation	464.068,98
N - Administrative und unterstützende Dienstleistungen	128.460,50
K - Kredit- und Finanzwesen	126.537,82
K - Kredit- und Finanzwesen	116.043,64
D - Strom-, Gas-, Dampfversorgung und Kühlung	64.871,21
Übrige Lieferanten	700.585,21

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden

**2023:** 50,72 %

**2022:** 54,28 %

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um den prozentualen Anteil am Einkaufsvolumen. Aus Gründen der Durchführbarkeit haben wir nur unsere wesentlichen Lieferant\*innen (80% des Einkaufsvolumens) analysiert, für die übrigen 20% können wir daher keine verlässlichen Angaben machen.

Produkte/Dienstleistungen wurden nur dann als "unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt" gewertet, wenn die entsprechenden Lieferant\*innen dies in unserem Lieferant\*innenfragebogen angegeben haben oder eine entsprechende Selbstverpflichtung eingegangen sind. Alle übrigen von uns analysierten Lieferant\*innen sind in Deutschland ansässig und uns liegen keine Hinweise vor, dass sie geltende Gesetze und Verordnungen missachten.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Ausarbeitung von Auswahlkriterien für Lieferant\*innen**

## A1.2 Negativ-Aspekt: Verletzung der Menschenwürde in der Lieferkette

### Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Lieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Bereiche der Lieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?**

Manche der von uns eingekauften Produkte können potenziell die Menschenwürde gefährden. Insbesondere die von uns eingekaufte EDV-Hardware birgt aufgrund ihrer langen Lieferkette und der enthaltenen Rohstoffe für uns nicht kalkulierbare Risiken. Ein Risiko in diesem Bereich stellt auch der von uns eingekaufte Kaffee aufgrund seiner regionalen Herkunft dar.

#### **2. Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?**

Um das Risiko einer Gefährdung der Menschenwürde zu minimieren, beziehen wir unseren Kaffee ausschließlich mit dem Fairtrade-Siegel. Des Weiteren bemühen wir uns darum, die Nutzungsdauer unserer EDV-Hardware zu maximieren. Durch eine längere Nutzungsdauer können wir den Bedarf an neuen Geräten reduzieren, was wiederum die Nachfrage nach Rohstoffen und die Belastung der Lieferkette verringert.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant sind

**2023:** 0,84 %

**2022:** 0,91 %

Der hier angegebene Prozentsatz entspricht dem Anteil der EDV-Hardware am gesamten Einkaufsvolumen.

Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch unbedenklich sind

**2023:** 99,16 %

**2022:** 99,09 %

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu**

erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Einbezug von Siegeln in die Auswahl von EDV-Hardware**

## A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

### A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant\*innen

#### Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant\*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant\*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant\*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

#### Berichtsantwort

##### **1. Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant\*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?**

Um faire und partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen mit unseren direkten Lieferanten zu gewährleisten, setzen wir auf eine transparente und partnerschaftliche Zusammenarbeit. Um uns einen Überblick über die Marktsituation zu verschaffen, holen wir immer mehrere Angebote ein. So erhalten wir ein Gefühl dafür, was ein fairer Marktpreis ist. Wir legen Wert auf faire Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen, die auch im operativen Tagesgeschäft eingehalten werden. Unsere Priorität liegt darauf, eine langfristige und vertrauensvolle Beziehung zu unseren Lieferant\*innen aufzubauen, die auf gegenseitigem Respekt und Nutzen beruht. Um dies zu gewährleisten, wählen wir häufig Partner\*innen ähnlicher Größe aus der genossenschaftlichen Finanzgruppe als unsere Lieferant\*innen aus, um eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe zu gewährleisten. Darüber hinaus haben wir aufgrund unserer geringen Unternehmensgröße keine relevante Marktmacht gegenüber unseren Lieferanten\*innen und können ihnen daher keine unfairen Bedingungen aufzwingen.

##### **2. Wie zufrieden sind die Lieferant\*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?**

In der Regel akzeptieren wir die von den Lieferant\*innen vorgegebenen Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen. Nur gelegentlich finden Verhandlungen statt, um individuelle Anpassungen vorzunehmen. Wir gehen davon aus, dass unsere Lieferant\*innen mit den Bedingungen, die sie selbst festlegen oder die wir in fairen und partnerschaftlichen Verhandlungen aushandeln, zufrieden sind, da uns keine gegenteiligen Informationen vorliegen.

### **3. Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant\*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?**

Wir tragen dazu bei, dass Lieferant\*innen einen fairen Anteil an der Wertschöpfung erhalten, indem wir in der Regel mehrere Angebote einholen, um einen Eindruck von der Marktlage und einem angemessenen Preis zu bekommen. In Einzelfällen verhandeln wir die Angebote nach. Dabei streben wir eine für beide Seiten zufriedenstellende Lösung an. Da wir über keine relevante Marktmacht verfügen, gehen wir davon aus, dass unsere Lieferant\*innen nur wirtschaftlich tragfähige Konditionen akzeptieren, die ihnen einen fairen Anteil an der Wertschöpfung sichern.

#### **Verifizierungsindikatoren**

##### Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant\*innen

**2023:** 20,24 Jahre

**2022:** 19,27 Jahre

Aus Gründen der Durchführbarkeit haben wir nur unsere wesentlichen Lieferant\*innen (80% des Einkaufsvolumens) analysiert, für die übrigen 20% können wir daher keine verlässlichen Angaben machen.

##### Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant\*innen

**2023:** 56,16 %

**2022:** 15,62 %

Die angegebene Kennzahl setzt das EBITDA ins Verhältnis zu den Verwaltungsaufwendungen.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

## **A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette**

#### **Berichtsfragen**

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?

- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

## Berichtsantwort

### **1. Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?**

Wir sind stets bemüht, innerhalb unseres Einflussbereichs entlang der Lieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten. Ein zentrales Element dieser Bemühungen ist der direkte Austausch und das persönliche Gespräch mit Lieferanten\*innen. Durch diese persönlichen Interaktionen werden nicht nur Geschäftsbeziehungen gefördert, sondern auch ein gegenseitiges Verständnis für die Bedürfnisse und Erwartungen aller Beteiligten geschaffen. Der Austausch ist stets geprägt von unseren Grundwerten und unserem Verhaltenskodex. Unser Ziel ist immer eine vertrauensvolle und möglichst langfristige Zusammenarbeit mit unseren Lieferant\*innen.

### **2. Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?**

Aufgrund unserer geringen Marktmacht und begrenzten Kapazitäten verfolgen wir derzeit keine konkreten Maßnahmen zur Förderung eines fairen und solidarischen Umgangs entlang unserer Lieferkette.

### **3. Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?**

Bei der Auslagerung von wesentlichen Dienstleistungen werden im Rahmen einer Risikoanalyse mögliche Risiken und Missstände geprüft. Eine detaillierte Risikoanalyse für nicht wesentliche Dienstleistungen wird derzeit aufgrund fehlender Kapazitäten nicht durchgeführt. Der Lieferant\*innenfragebogen stellt einen ersten Schritt zur Bewertung potenzieller Risiken und Missstände dar. Aufgrund unserer begrenzten Marktmacht und der geringen Anzahl von Lieferanten, die unseren spezifischen Anforderungen als kleine Bank der genossenschaftlichen FinanzGruppe gerecht werden können, verfügen wir allein nur über begrenzte Sanktionsmöglichkeiten. Um dennoch eventuell vorhandene Risiken und Missstände effektiv zu bekämpfen, arbeiten wir mit unseren Spitzenverbänden und der Zentrales Auslagerungs-Management eG zusammen, mit diesen Partner\*innen verfügen wir über mehr Marktmacht und können effektiv auf die Lieferant\*innen einwirken.

## Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt

**2023:** 7,66 %

**2022:** 5,99 %

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um den prozentualen Anteil am Einkaufsvolumen. Aus Gründen der Durchführbarkeit haben wir nur unsere wesentlichen Lieferant\*innen (80% des Einkaufsvolumens) analysiert, für die übrigen 20% können wir daher keine verlässlichen Angaben machen.

Der Wert gibt an, welcher Anteil unserer Lieferant\*innen eine soziale Zertifizierung besitzt.

Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

2023: 0 %

2022: 0 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## A2.3 Negativ-Aspekt: Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen

### Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen, und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant\*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

### Berichtsantwort

#### **1. Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant\*innen, und wie wird sie eingesetzt?**

Uns sind keine Lieferant\*innen bekannt, gegenüber denen wir über eine signifikante Marktmacht verfügen.

#### **2. Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant\*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?**

Da wir über keine signifikante Marktmacht verfügen, haben wir keine Hinweise darauf, dass Lieferant\*innen unter unserer Marktmacht in Bezug auf Zahlungs- und Lieferbedingungen leiden.

#### **3. Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?**

Wir haben diesbezüglich keine Beschwerden erhalten und es gab im vergangenen Jahr auch keine negative Berichterstattung.

## **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

## **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

# A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

## A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

### **Berichtsfragen**

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant\*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant\*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?

### **Berichtsantwort**

#### ***1. Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?***

Als Finanzdienstleister haben wir keine Produktion im eigentlichen Sinne. Wir kaufen lediglich Büroausstattung, Büromaterial und EDV-Hardware ein. Diese machen nur einen geringen Teil unseres Einkaufsvolumens aus, da wir überwiegend Dienstleistungen einkaufen.

#### ***2. Welche Arten von Energie und Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?***

Für den Betrieb unserer Geschäftsstelle nutzen wir Strom und Fernwärme. Außerdem nutzen wir Informationstechnologie, um unsere Finanzdienstleistungen zu erbringen.

#### ***3. Nach welchen Kriterien werden Rohwaren, Produkte, Dienstleistungen ausgewählt?***

Für die Auswahl von Rohstoffen, Produkten und Dienstleistungen gibt es in unserem Unternehmen keinen festen Kriterienkatalog. Die mit der Beschaffung und dem Einkauf betrauten Mitarbeiter\*innen sind mit einem hohen individuellen Ermessensspielraum

ausgestattet. Die Auswahl von Rohstoffen, Produkten und Dienstleistungen erfolgt in der Regel auf der Grundlage einer Reihe von Kriterien. Zunächst werden die Notwendigkeit und das Erfordernis der jeweiligen Materialien oder Dienstleistungen bewertet. Dies bedeutet, dass wir sicherstellen, dass die ausgewählten Elemente den betrieblichen Anforderungen entsprechen und zur Erreichung der Unternehmensziele beitragen. Ein weiteres wichtiges Kriterium ist das Preis-Leistungs-Verhältnis. Wir evaluieren die Kosten im Verhältnis zur gebotenen Qualität und Leistung der Rohstoffe, Produkte oder Dienstleistungen. Dabei wird darauf geachtet, dass die Ausgaben angemessen sind und im Einklang mit dem Budget stehen.

Darüber hinaus spielen auch ökologische Kriterien eine Rolle bei der Auswahl von Rohstoffen, Produkten und Dienstleistungen. Wir prüfen die ökologischen Auswirkungen der Materialien und Dienstleistungen soweit es uns möglich ist und bevorzugen dabei Optionen, die umweltfreundlicher sind und einen geringeren ökologischen Fußabdruck hinterlassen. Auch wenn dies gelegentlich mit geringfügigen Mehrkosten verbunden ist, werden diese in Kauf genommen, um die ökologischen Werte des Unternehmens zu unterstützen und langfristig nachhaltige Praktiken zu fördern.

#### ***4. Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?***

Es gibt bei uns keinen formalisierten Prozess zur Bewertung ökologischer Risiken in der Lieferkette, jedoch sind unsere Mitarbeiter\*innen stets bemüht, ökologische Risiken zu minimieren, etwa durch die Wahl regionaler bzw. deutscher Zulieferer oder den Kauf von Produkten mit Siegel. Im Rahmen der Berichtserstattung haben wir einen ersten Schritt zur Evaluierung ökologischer Risiken mit unserem Lieferant\*innenfragebogen unternommen.

#### ***5. Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?***

Viele der von uns eingekauften Produkte verursachen bei der Herstellung oder beim Transport umweltschädliche CO<sub>2</sub>-Emissionen. Insbesondere unsere IT-Hardware birgt aufgrund der darin verbauten Rohstoffe und der langen, komplexen Lieferkette große, für uns nicht kalkulierbare Risiken schädlicher Umweltauswirkungen.

#### ***6. Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant\*innen berücksichtigt?***

Wie bereits dargestellt, gibt es bei uns keinen festen Kriterienkatalog, der bei der Auswahl von Produkten und Lieferant\*innen geprüft wird. Unsere Mitarbeiter\*innen berücksichtigen jedoch Kriterien wie Energieeffizienz, kurze Transportwege, umweltfreundliche Materialien und etwaige vorhandene Siegel und Zertifizierungen.

#### ***7. Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant\*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?***

Wir haben aktuell noch keine spezifischen Maßnahmen implementiert, um positiv auf unsere Lieferant\*innen im Sinne einer Reduktion ihrer Umweltauswirkungen einzuwirken. Dies liegt unter anderem an unserer geringen Marktmacht und unseren begrenzten Ressourcen im Lieferanten\*innenmanagement.

## **8. Welche Unterschiede gibt es zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf?**

Da uns die spezifischen Praktiken unserer Wettbewerber in Bezug auf die ökologische Beschaffung nicht bekannt sind, sind wir nicht in der Lage, Angaben zu Unterschieden in dieser Hinsicht zu machen.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

**2023:** 51,74 %

**2022:** 39,93 %

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um den prozentualen Anteil am Einkaufsvolumen. Aus Gründen der Durchführbarkeit haben wir nur unsere wesentlichen Lieferant\*innen (80% des Einkaufsvolumens) analysiert, für die übrigen 20% können wir daher keine verlässlichen Angaben machen.

Die hier angegebenen Prozentsätze beziehen sich auf alle Lieferant\*innen, die über eine ökologische Zertifizierung verfügen.

Anteil der Lieferant\*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen

**2023:** 49,72 %

**2022:** 43,71 %

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um den prozentualen Anteil am Einkaufsvolumen. Aus Gründen der Durchführbarkeit haben wir nur unsere wesentlichen Lieferant\*innen (80% des Einkaufsvolumens) analysiert, für die übrigen 20% können wir daher keine verlässlichen Angaben machen.

Die hier angegebenen Prozentsätze beziehen sich auf alle Lieferant\*innen, die über einen Nachhaltigkeitsbericht verfügen. Diese Berichte enthalten in der Regel Ziele zur Verringerung der Umweltauswirkungen.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Ausarbeitung von Auswahlkriterien für Lieferant\*innen**

**Einbezug von Siegeln und Labels in die Auswahl von zugekauften Produkt**

## A3.2 Negativ-Aspekt: Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

### Berichtsfragen

- Welche Lieferant\*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Lieferant\*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?**

Insbesondere unsere IT-Hardware birgt aufgrund der in ihr enthaltenen Rohstoffe und der langen und komplexen Lieferkette ein hohes Risiko für negative Auswirkungen auf die Umwelt.

Bis Mitte 2023 beziehen wir ausschließlich Ökostrom. Im Zuge der Fertigstellung unserer Immobilien haben wir den Stromanbieter gewechselt, wobei leider nicht auf die Art des Stroms geachtet wurde. Derzeit beziehen wir konventionellen Strom von einem lokalen Energieversorger. Für 2025 wird jedoch wieder ein Wechsel zu Ökostrom erfolgen.

#### **2. Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?**

Derzeit haben wir noch keine spezifischen Maßnahmen ergriffen, um unsere Auswirkungen in diesem Bereich zu reduzieren. Für die Zukunft planen wir, den Einsatz von "Refurbished"-Druckern zu prüfen. Diese wiederaufbereiteten Drucker stellen eine umweltfreundliche Alternative zu Neugeräten dar, da sie Ressourcen schonen und den Bedarf an neuen Materialien reduzieren. Des Weiteren werden wir, wie bereits erwähnt, in Zukunft wieder auf Ökostrom umzusteigen.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der eingekauften Produkte/ Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

**2023:** 0,84 %

**2022:** 0,91 %

Der hier angegebene Prozentsatz entspricht dem Anteil der EDV-Hardware am gesamten Einkaufsvolumen.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

Einbezug von Siegeln und Labels in die Auswahl von zugekauften Produkt

Wechsel zu Ökostrom

# A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

## A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant\*innen

### Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant\*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant\*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant\*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant\*innen zur Verfügung gestellt?**

Wir pflegen eine transparente Kommunikation mit unseren Lieferanten und stellen ihnen alle benötigten Informationen rechtzeitig und umfassend zur Verfügung. Dabei legen wir Wert darauf, dass die Absprachen fair gestaltet sind und die Zusammenarbeit auf gegenseitigem Vertrauen basiert. Unsere Zielsetzung ist es, eine partnerschaftliche Beziehung zu unseren Lieferanten aufzubauen, die auf einer soliden Informationsbasis und einer gemeinsamen Planung beruht. So können wir sicherstellen, dass alle Beteiligten effizient zusammenarbeiten und gemeinsame Ziele erreichen.

#### **2. Wie und in welchem Umfang wird Lieferant\*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?**

Wir legen großen Wert darauf, Lieferanten in relevanten Situationen und Bereichen in den Entscheidungsprozess einzubeziehen. Vor dem Abschluss von Verträgen führen wir faire Verhandlungen, bei denen beide Seiten die Möglichkeit haben, ihre Anliegen und Bedürfnisse vorzubringen. Durch diese partnerschaftliche Herangehensweise streben wir an, eine Win-Win-Situation zu schaffen, in der sowohl unsere Bedürfnisse als auch die unserer Lieferanten berücksichtigt werden. So fördern wir eine langfristige und vertrauensvolle Zusammenarbeit, die auf gegenseitigem Respekt und gemeinsamen Entscheidungen basiert.

### **3. Wie zufrieden sind Lieferant\*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?**

Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden von Lieferant\*innen hinsichtlich unserer Informationspolitik und den von uns eingeräumten Mitentscheidungsrechten.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## **A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette**

### **Berichtsfragen**

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

### **Berichtsantwort**

#### **1. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?**

Um innerhalb unseres Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten zu gewährleisten, verfolgen wir eine Strategie, die auf fairen und transparenten Partnerschaften auf Augenhöhe basiert. Dies bedeutet, dass wir mit unseren direkten Lieferant\*innen einen offenen Dialog führen und sicherstellen, dass alle Beteiligten aktiv in den Entscheidungsprozess einbezogen werden. Gemäß unseren Grundwerten streben wir nach einer Zusammenarbeit, die auf gegenseitigem Respekt und Fairness beruht. Dabei legen wir großen Wert darauf, dass die Kommunikation klar und transparent ist und dass unsere direkten Lieferant\*innen aktiv an diesem Prozess beteiligt sind. Als Teil der genossenschaftlichen FinanzGruppe sind wir bei einzelnen Lieferant\*innen selbst Gesellschafter und können so wirkungsvoll und direkt auf diese einwirken. Aufgrund unserer geringen Marktmacht und begrenzten Ressourcen verfolgen wir aktuell keine spezifische Strategie, um auf unsere indirekten Lieferant\*innen einzuwirken.

## **2. Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?**

Das Unternehmen fördert entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten durch verschiedene Maßnahmen. Dazu gehört insbesondere das offene persönliche Gespräch mit Lieferant\*innen. Durch regelmäßige Treffen und direkte Kommunikation auf persönlicher Ebene schaffen wir eine Atmosphäre des Vertrauens und der Offenheit. Dies ermöglicht es uns, gemeinsam mit unseren Lieferanten Herausforderungen zu besprechen, Lösungen zu erarbeiten und Entscheidungen zu treffen, die für alle Beteiligten fair und transparent sind.

## **3. Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?**

Gegenwärtig gibt es keinen formalisierten Prozess für die Prüfung und Sanktionierung von Risiken und Missständen in diesem Bereich. Bei einigen unserer Lieferant\*innen sind wir selbst Gesellschafter und können so bei eventuellen Risiken und Missständen direkt auf die betroffenen Lieferant\*innen einwirken.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt

**2023:** 56,62 %

**2022:** 49,65 %

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um den prozentualen Anteil am Einkaufsvolumen. Aus Gründen der Durchführbarkeit haben wir nur unsere wesentlichen Lieferant\*innen (80% des Einkaufsvolumens) analysiert, für die übrigen 20% können wir daher keine verlässlichen Angaben machen.

Die Werte geben an, wie viele unserer Lieferanten\*innen sich in unserem Lieferantenfragebogen entweder selbst als transparent und partizipativ bewertet haben oder einem Tarifvertrag unterliegen und einen Betriebsrat haben.

Anteil der Lieferant\*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

# B Eigentümer\*innen und Finanzpartner\*innen

Unser Haupteigentümer mit 99,47% ist die Evenord eG. Sie ist eine eingetragene Genossenschaft, die dem Wohl ihrer Mitglieder verpflichtet ist. Wir als Evenord-Bank eG-KG sind selbst keine Genossenschaft, sondern eine Kommanditgesellschaft und haben daher keine direkten Genossenschaftsmitglieder.

## B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

#### Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

#### Berichtsantwort

##### **1. Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?**

Um eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel sicherzustellen, orientieren wir uns an den Vorgaben der BaFin und setzen auf eine robuste Eigenkapitalstrategie. Die BaFin schreibt uns eine Mindesteigenkapitalquote vor, die regelmäßig überprüft wird. Neben diesen Mindestanforderungen berücksichtigen wir die Eigenmittelempfehlungen der BaFin, um eine zusätzliche Sicherheitsreserve zu schaffen. Alle zwei Jahre führen wir so genannte Stresstests durch, die uns helfen, die Belastbarkeit unserer Eigenmittel unter extremen Marktbedingungen zu beurteilen. Damit stellen wir sicher, dass wir auch in Krisenzeiten über genügend Eigenmittel verfügen. Darüber hinaus diversifizieren wir unsere Risiken durch eine ausgewogene Mischung aus Kundengeschäft, Depot A und Immobilien, was unsere finanzielle Stabilität weiter stärkt und die Risikostreuung optimiert.

##### **2. Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?**

Zur Generierung von Eigenmitteln basiert im Wesentlichen auf der Gewinnthesaurierung. Diese Strategie sieht vor, erzielte Gewinne im Unternehmen zu belassen, um unsere Eigenmittelbasis zu stärken. Theoretisch könnten Eigenmittel auch durch Kapitalzuführungen von unserer Muttergesellschaft erhöht werden. Allerdings ist diese Option in der Praxis aufgrund aktueller und strategischer Überlegungen von untergeordneter Bedeutung. Darüber hinaus haben wir die Möglichkeit, nachrangige Verbindlichkeiten zu begeben, um sogenanntes Ergänzungskapital zu generieren.

#### Verifizierungsindikatoren

Eigenkapitalanteil

**2023:** 13,96 %

**2022:** 13,6 %

Angegeben ist die Kernkapitalquote, da die bilanzielle Eigenkapitalquote für Banken wenig aussagekräftig ist.

#### Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

**2023:** 16,21 %

**2022:** 15,19 %

Angegeben ist die durchschnittliche Kernkapitalquote von Banken in Deutschland.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

### Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/ oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?**

Als Bank unterscheiden wir uns in unserer Finanzierungsstruktur deutlich von herkömmlichen Unternehmen. Unsere primäre Finanzierung erfolgt über das Kundengeschäft. Ergänzend dazu sichern wir uns durch Finanzierungen über die Bundesbank und die DZ Bank, was uns zusätzliche Stabilität und Flexibilität bietet. Ein Wechsel zu einer Ethikbank, so attraktiv dieser aus ethischer Sicht auch erscheinen mag, ist für uns aufgrund der damit verbundenen regulatorischen Hürden, des erheblichen zeitlichen Aufwands und der hohen finanziellen Kosten praktisch nicht umsetzbar.

#### **2. Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?**

Als Bank ist es nicht unser Ziel konventionelle Kredite abzulösen. Wir legen großen Wert auf eine breit gefächerte Risikostreuung, um unser finanzielles Risiko effektiv zu minimieren und eine nachhaltige Stabilität zu gewährleisten. Unsere Strategie stützt sich auf mehrere Säulen: Zum einen bauen wir auf ein starkes und vielfältiges Kundengeschäft, das uns eine stabile Einnahmequelle bietet. Zum anderen investieren wir überschüssige Mittel gezielt am Kapitalmarkt. Darüber hinaus engagieren wir uns aktiv im Immobiliensektor. Unsere

Investitionen in hochwertige Immobilien generieren kontinuierliche Rückflüsse, die einen verlässlichen Beitrag zu unseren Gesamteinnahmen leisten. Diese ausgewogene Kombination aus Kundengeschäft, Kapitalmarktinvestitionen und Immobilienerträgen ermöglicht es uns, Risiken effektiv zu verteilen und gleichzeitig konstante Erträge zu sichern. So schaffen wir eine robuste Basis für unseren nachhaltigen Erfolg.

## Verifizierungsindikatoren

### Fremdkapitalanteil

**2023:** 86,04 %

**2022:** 86,4 %

### Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart

**2023:**

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Kreditinstitute	40.488.993,32
Kundengeschäft	238.517.127,20

**2022:**

Finanzierungsart	Betrag (in €)
Kreditinstitute	42.394.968,03
Kundengeschäft	237.737.895,94

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

### Anmerkungen zur Selbsteinschätzung:

Unsere Finanzierungsstruktur basiert im wesentlichen auf einer Finanzierung durch unsere Kund\*innen (Berührungsgruppe)

## B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner\*innen

### Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner\*innen hat das Unternehmen?
- Wie sind die Finanzpartner\*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

### Berichtsantwort

#### 1. Welche Finanzpartner\*innen hat das Unternehmen?

Wir arbeiten mit einer Reihe von Finanzpartner\*innen zusammen. Zu unseren Partner\*innen zählen die DZ, die Bundesbank, die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) bzw. die LfA Förderbank Bayern, die Bayern LB, die R+V Versicherung und die Nürnberger Versicherung.

#### 2. Wie sind die Finanzpartner\*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Die genannten Finanzpartner\*innen sind darum bemüht, sich zunehmend ethisch-nachhaltig auszurichten. Gemäß dem Fair Finance Guide sind sie jedoch derzeit in ethisch-nachhaltig kritischen Projekten involviert.

### Verifizierungsindikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner\*innen; jeweils Partnerinstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen) mit dem Partnerinstitut

#### 2023:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Bundesbank	Refinanzierung (Passiva)	1.532.000
DZ Bank	Refinanzierung (Passiva)	31.807.000
KfW bzw. LFA	Druchleitung (Passiva)	7.150.000
Bundesbank	Liquidität-Zahlungsverkehr (Aktiva)	3.246.000
DZ Bank	Liquidität-Zahlungsverkehr (Aktiva)	13.280.000
Bayern LB	Verrechnungskonto (Aktiva)	181.000
Bausparkasse Schwäbisch Hall	Vorhaltung für Kunden (Aktiva)	205.000

#### 2022:

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt	Geschäftsumfang (Jahresvolumen) (in €)
Bundesbank	Refinanzierung (Passiva)	1.482.000
DZ Bank	Refinanzierung (Passiva)	33.307.000
KfW bzw. LFA	Durchleitung (Passiva)	7.606.000
Bundesbank	Liquidität-Zahlungsverkehr (Aktiva)	9.186.000
DZ Bank	Liquidität-Zahlungsverkehr (Aktiva)	1.575.000
Bayern LB	Verrechnungskonto (Aktiva)	101.000
Bausparkasse Schwäbisch Hall	Vorhaltungen für Kunden (Aktiva)	2.588.000

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

## B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

### B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

#### Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer\*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

#### Berichtsantwort

##### **1. Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden, und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?**

Eine notwendige Zukunftsausgabe stellt die Sanierung unserer Filiale dar. Die Sanierung zielt darauf ab, unser Gebäude energetisch zu modernisieren und Betriebskosten zu senken, um ein attraktives Umfeld für Mitarbeiter\*innen und Kund\*innen zu schaffen. Auch die Digitalisierung und Optimierung unserer Prozesse wird kontinuierlich vorangetrieben. Parallel dazu investieren wir laufend in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter\*innen, um sie optimal auf die zukunftsrelevanten Veränderungen vorzubereiten.

## **2. Welche Ansprüche stellen die Eigentümer\*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?**

Ziel im Verhältnis mit unserer Muttergesellschaft der Evenord eG ist, dass sowohl die Evenord eG als auch die Evenord-Bank eG-KG wirtschaftlich selbstständig sind. Aufgrund der körperschaftssteuerlichen Organschaft überführt die Evenord-Bank eG-KG ihre eigenen Steuerlast an die Evenord eG, damit diese abgeführt werden kann. Aufgrund der aktuellen wirtschaftlichen Lage der Evenord-Bank eG-KG ist es zudem möglich, die Evenord eG aktuell mit weiteren Finanzmittel zu unterstützen. Die Höhe der Ausschüttungen wird stets so gewählt, dass die Evenord-Bank eG-KG auch bei einer steigenden Zahl von Kund\*innen den strengen Eigenkapitalanforderungen, denen sie als Bank unterliegt, gerecht werden kann.

### **Verifizierungsindikatoren**

#### **Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit**

**2023:** 3.208.968,68 €

**2022:** 610.481,11 €

Die hier angegebenen Werte sind das Ergebnis der laufenden Geschäftstätigkeit, da wir als Bank keinen Cashflow im klassischen Sinne erheben.

#### **Gesamtbedarf Zukunftsausgaben**

Derzeit gibt es keinen separaten Finanzplan für unsere zukünftigen Ausgaben. Zukunftsausgaben sind Teil unserer Investitionsplanung und können daher nicht separat ausgewiesen werden.

#### **Getätigter strategischer Aufwand**

**2023:** 370.434 €

**2022:** 22.145.000 €

Die Ausgaben umfassen Investitionen in Immobilien und Digitalisierung.

#### **Anlagenzugänge**

**2023:** 286.000 €

**2022:** 22.145.000 €

#### **Zuführung zur Rücklage**

**2023:** 1.870.000 €

**2022:** 300.000 €

#### **Auszuschüttende Kapitalerträge**

**2023:** 1.003.465 €

**2022:** 271.713 €

Auszuschüttende Kapitalerträge in % vom Stamm- oder Grundkapital

**2023:** 21,42 %

**2022:** 5,8 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## B2.2 Negativ-Aspekt: Unfaire Verteilung von Geldmitteln

### Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?
- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter\*innen ausbezahlt?

### Berichtsantwort

#### **1. Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?**

Wir haben nur einen Standort. Eine Verlagerung oder Schließung ist nicht geplant.

#### **2. Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?**

Derzeit bauen wir keine Arbeitsplätze ab. Allerdings lagern wir bestimmte Tätigkeiten an externe Unternehmen aus. Dazu gehören zum Beispiel die Tätigkeiten des Geldwäsche- und des Datenschutzbeauftragten oder die interne Revision der IT-Systeme. Diese Auslagerung bedeutet nicht, dass bestehende Stellen abgebaut werden, vielmehr schaffen wir in den betroffenen Bereichen keine neuen Stellen mehr. Wir lagern diese Tätigkeiten aus, weil sie für uns als kleine Bank personell nicht darstellbar sind. Unser Ziel ist es, durch diese Maßnahmen effizienter zu arbeiten und uns auf unsere Kernkompetenzen zu konzentrieren. Diese strategische Entscheidung ermöglicht es uns, in einem dynamischen Marktumfeld flexibel zu bleiben und unsere Ressourcen optimal zu nutzen, ohne dass dies die Sicherheit bestehender Arbeitsplätze beeinträchtigt.

#### **3. Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter\*innen ausbezahlt?**

Aufgrund der Körperschaftssteuerlichen Organschaft überführt die Evenord-Bank eG-KG ihre eigenen Steuerlast an die Evenord eG, damit diese abgeführt werden kann. Darüber

hinausgehende Ausschüttungen erfolgen nur, wenn dies wirtschaftlich möglich ist. Ausschüttungen an unsere Kommanditisten sind vertraglich begrenzt und stellen für uns keine wirtschaftlich relevante Größe dar.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## **B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung**

### **B3.1 Soziale und ökologische Qualität von Investitionen**

#### **Berichtsfragen**

- Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

#### **Berichtsantwort**

##### ***1. Welche Sanierungsziele an/ in den eigenen Anlagen haben soziales und ökologisches Verbesserungspotenzial?***

Als Finanzdienstleistungsunternehmen besitzen wir nur wenige physische Vermögenswerte, im Wesentlichen vier Immobilien. Das Niu Leo Boardhouse wurde 2019 fertiggestellt und mit dem Goldstandard der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen ausgezeichnet. Unser Gebäude am Leonhardspark wurde 2022 nach den aktuellen sozialen und ökologischen Anforderungen gebaut und weist daher kein soziales oder ökologisches Verbesserungspotenzial auf. Das Gebäude unserer Hauptgeschäftsstelle und unsere Bestandsimmobilie in Reinsdorf entsprechen aufgrund ihres Alters nicht mehr den heutigen ökologischen Anforderungen. Aufgrund des hohen Planungsbedarfs, des Umfangs der erforderlichen Maßnahmen und der zu erwartenden Beeinträchtigung des Geschäftsbetriebs liegen derzeit noch keine detaillierten Planungen für eine Sanierung vor.

## **2. Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt, und welche Förderprogramme können genutzt werden?**

Der konkrete Finanzbedarf für die Umsetzung ist derzeit noch nicht absehbar. Für die energetische Sanierung können möglicherweise Förderprogramme der KfW in Anspruch genommen werden.

## **3. Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?**

Bei unseren Investitionsentscheidungen sichern wir die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Aspekte durch unsere unternehmerischen Grundwerte und unser Verständnis von Nachhaltigkeit. Zwar haben wir derzeit keine formellen Regelungen speziell für Investitionen, aber unsere Grundwertekklärung deckt umfassend soziale Aspekte ab. Darüber hinaus ist unser grundlegendes Nachhaltigkeitsverständnis ein integraler Bestandteil aller Entscheidungsprozesse, was sicherstellt, dass sowohl ökologische als auch soziale Faktoren stets mit einbezogen werden. Diese Prinzipien leiten uns bei der Auswahl und Bewertung von Investitionsmöglichkeiten, um nachhaltige und verantwortungsvolle Entscheidungen zu fördern.

## **4. Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?**

Konkrete Sanierungsmaßnahmen oder detaillierte Planungen wurden im Berichtszeitraum nicht durchgeführt.

### **Verifizierungsindikatoren**

Investitionsplan inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs

Derzeit gibt es keinen detaillierten Investitionsplan.

Realisierung der ökologischen Sanierung

Derzeit gibt es keinen detaillierten Investitionsplan.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## **B3.2 Gemeinwohlorientierte Geldanlagen**

### **Berichtsfragen**

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

## Berichtsantwort

### **1. In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?**

Wir beteiligen uns derzeit nicht an solidarischen Finanzierungsformen für sozial-ökologische Projekte. Unsere eigenen Gelder legen wir jedoch aufgrund unserer Ausschlusskriterien (siehe Anlagen) nicht in sozial-ökologisch kritischen Unternehmen und Ländern an. Darüber hinaus versuchen wir, möglichst nur in Unternehmen zu investieren, die aus sozial-ökologischer Sicht überdurchschnittlich sind. So weisen 87,7% der von uns gehaltenen Wertpapiere eine gute bis sehr gute ESG-Performance auf.

### **2. Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?**

Informationen über die von uns gehaltenen Wertpapiere erhalten wir von der DZ Bank und der auf Nachhaltigkeitsratings spezialisierten Ratingagentur ISS ESG.

## Verifizierungsindikatoren

### Finanzierte Projekte

Derzeit finanzieren wir keine Projekte.

### Fonds-Veranlagungen

Zurzeit sind wir selbst nicht direkt an einem Nachhaltigkeitsfonds beteiligt.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Erarbeitung von positiv Kriterien für die Eigenanlage**

## B3.3 Negativ-Aspekt: Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

### Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

## Berichtsantwort

### **1. Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?**

In unserem Geschäftsmodell setzen wir derzeit noch Ressourcen ein, die ökologisch bedenklich sind. Dazu gehört der Einsatz von Benzin für unsere Fahrzeuge, was zur Emission von Treibhausgasen und zur Luftverschmutzung beiträgt. Zusätzlich nutzen wir konventionellen Strom des kommunalen Energieversorgers, der teilweise aus fossilen Brennstoffen gewonnen wird.

### **2. Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung, und welche Wirkung wird damit erreicht?**

Ein Großteil unserer Fahrzeuge verfügt bereits über einen Hybridantrieb, um den Benzinverbrauch zu reduzieren, und wir prüfen ständig neue Entwicklungen in diesem Bereich. In Bezug auf den von uns bezogenen Strom haben wir bereits vertraglich festgelegt, dass wir auf erneuerbare Energien umsteigen werden.

### **3. Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?**

Ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern ist für unser Unternehmen unproblematisch, da kein wesentlicher Teil unseres Geschäftsmodells darauf basiert.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## B4 Eigentum und Mitentscheidung

### B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

#### **Berichtsfragen**

- Wer sind die Eigentümer\*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer\*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer\*innenstruktur gefördert?
- Wie hat sich die Eigentümer\*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?

## Berichtsantwort

### **1. Wer sind die Eigentümer\*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?**

Die Evenord-Bank eG-KG wird hauptsächlich von der Evenord eG getragen, die mit einem Anteil von 99,47 % fast den gesamten Besitz der Bank kontrolliert. Als Komplementär haftet die Evenord eG uneingeschränkt für alle Verbindlichkeiten der Bank, was bedeutet, dass sie für etwaige Schulden und Verpflichtungen vollständig verantwortlich ist. Der verbleibende Anteil von 0,53 % wird von einem Kommanditisten gehalten, der lediglich beschränkt haftet. Die Eigentümer\*innen haben aufgrund ihrer Kapitaleinlage ein Anrecht auf einen anteiligen Gewinn und theoretisch Einflussmöglichkeiten auf die Geschäfts- und Firmenpolitik. Allerdings sind diese Einflussmöglichkeiten in der Praxis begrenzt, da die Führung einer Bank spezielle fachliche Kenntnisse und Qualifikationen erfordert, die in diesem Fall von der Führung der Evenord eG nicht nachgewiesen werden können. Folglich liegt die faktische Kontrolle und Entscheidungsgewalt im operativen Geschäft weiterhin hauptsächlich bei der Evenord-Bank eG-KG.

### **2. Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?**

Eine etablierte Form der Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung besteht in der regelmäßigen Abstimmung zwischen der Führung der Evenord eG und der Evenord-Bank eG-KG. Diese Treffen dienen dazu, über die aktuelle Geschäftstätigkeit und den Geschäftsverlauf zu informieren und abzustimmen. Zudem gibt es einen Personal- und Prüfungsausschuss, welcher die Kontrolle und Überwachung der Bank übernimmt. Dieser Ausschuss unterstützt bei der strategischen Ausrichtung und Überwachung der Bankgeschäfte, wobei er sicherstellt, dass die Interessen sowohl der Eigentümer als auch der operativen Führung berücksichtigt werden. Dies fördert eine transparente und kooperative Unternehmensführung.

### **3. Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer\*innen gesichert, und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?**

Um transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer\*innen der Evenord-Bank eG-KG zu sichern, werden Vertreter\*innen der Eigentümer regelmäßig über alle strategischen und finanziellen Entwicklungen informiert. Diese regelmäßigen Berichte und Meetings stellen sicher, dass alle relevanten Informationen klar und verständlich sind. Obwohl der Vorstand der Evenord eG in strategische Überlegungen eingebunden ist, hat er formal keine Entscheidungsbefugnis innerhalb der Evenord-Bank eG-KG, was eine unabhängige Entscheidungsfindung ermöglicht. Die Aufsicht der Bank wird durch den Personal- und Prüfungsausschuss, bestehend aus Mitgliedern des Aufsichtsrats der Evenord eG, gewährleistet. Dieser Ausschuss überwacht unsere Aktivitäten und stellt die Einhaltung aller rechtlichen Vorgaben sicher.

### **4. Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer\*innenstruktur gefördert?**

Aufgrund unserer Rechtsform haben wir keine Möglichkeit, unsere Eigentümer\*innenstruktur zu erweitern und zu verbreitern. Lediglich unsere Muttergesellschaft, die Evenord eG, kann neue Genossenschaftsmitglieder werben und damit ihre und indirekt unsere Eigentümer\*innenstruktur erweitern und verbreitern.

**5. Wie hat sich die Eigentümer\*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt, und wie wird die Veränderung abgesichert?**

Unsere direkte Eigentümer\*innenstruktur unterlag in den letzten Jahren keinerlei Veränderungen.

**Verifizierungsindikatoren**

Verteilung des Eigenkapitals in folgenden Kategorien (Eigenkapitalstruktur in %)

**2023:**

<b>Eigentümer</b>	<b>Anteil (in %)</b>
Unternehmer*innen	0
Führungskräfte	0
Mitarbeitende	0
Kund*innen	0
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	0
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	100
Summe	100

**2022:**

<b>Eigentümer</b>	<b>Anteil (in %)</b>
Unternehmer*innen	0
Führungskräfte	0
Mitarbeitende	0
Kund*innen	0
Lieferant*innen	0
weiteres Umfeld	0
nicht mittätige Kapitalinvestor*innen	100
Summe	100

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu

erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## B4.2 Negativ-Aspekt: Feindliche Übernahme

### Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?**

Eine feindliche Übernahme ist weder in der Vergangenheit erfolgt noch für die Zukunft geplant. Aufgrund unserer speziellen Rechtsform und Unternehmensstruktur ist eine solche Übernahme praktisch ausgeschlossen.

#### **2. Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?**

Durch unsere Rechtsform als Kommanditgesellschaft mit einer eingetragenen Genossenschaft als Komplementär ist eine feindliche Übernahme praktisch ausgeschlossen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## C Mitarbeitende

### C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

#### C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

##### Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?

- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

## Berichtsantwort

### **1. Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?**

Im Rahmen der mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur wurden bereits eine Vielzahl von Maßnahmen und Prozesse implementiert, um das Wohlbefinden und die Zufriedenheit der Mitarbeiter\*innen zu fördern. Zu den bestehenden Prozessen zählen das Ideenmanagement, welches Mitarbeiter\*innen die Möglichkeit bietet, innovative Vorschläge einzubringen und aktiv an der Weiterentwicklung des Unternehmens teilzuhaben. Ebenso werden personenbezogene Maßnahmen wie ein effektives Onboarding-Programm angeboten, um neuen Mitarbeiter\*innen einen reibungslosen Einstieg zu ermöglichen. Die Taskforce Werte- und Nachhaltigkeit sowie gezielte Werteschulungen dienen der Gestaltung, Festigung und Verbreitung der Unternehmenswerte.

Unter den bereits implementierten Maßnahmen befinden sich verschiedene Anreize und Veranstaltungen, die die Mitarbeiterbindung stärken. Dazu zählt der zusätzliche Geburtstagsurlaub, der es den Mitarbeiter\*innen ermöglicht, einen halben Tag frei zu nehmen, um ihren Geburtstag gebührend im Kreise der Familie zu feiern. Gemeinsame Aktivitäten wie der jährliche Firmenlauf fördern nicht nur die Teamarbeit, sondern auch die Gesundheit der Mitarbeiter\*innen. Darüber hinaus nehmen wir jährlich am Altstadtfest teil, um die Teambindung weiter zu stärken und den Zusammenhalt zu fördern. Die Bereitstellung kostenloser Getränke, Kaffee und Obst unterstützt eine angenehme Arbeitsatmosphäre. Zusätzlich werden regelmäßige Events wie der jährliche Betriebsausflug, die Weihnachtsfeier und Essenseinladungen bei besonderen Anlässen organisiert, um den sozialen Zusammenhalt zu stärken. Die Förderung einer team- und werteorientierten Zusammenarbeit sowie Führungskräfteentwicklungsmaßnahmen tragen dazu bei, eine positive Arbeitskultur zu etablieren. Zusätzlich werden während der Arbeitszeit gesundheitsfördernde Maßnahmen angeboten und finanziell unterstützt, darunter Massagen und Wirbelsäulenscreenings, um das Wohlbefinden der Mitarbeiter\*innen zu fördern. Des Weiteren besteht die Möglichkeit einer finanziellen Zuschussung des Deutschlandtickets. Darüber hinaus waren unsere Tiefgaragenparkplätze ursprünglich kostenfrei. Um umweltfreundliches Pendeln zur Arbeit zu fördern und um Anreize für eine umweltschonendere Anreise zu schaffen, wurden sie später bepreist.

Um die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter\*innen zu evaluieren, nehmen wir alle zwei Jahre am Great Place to Work Wettbewerb teil. Im Rahmen dessen werden Mitarbeiterumfragen durchgeführt. Die Ergebnisse der Befragung wurden mit Unterstützung der Experten von Great Place to Work eingehend analysiert, mögliche Hintergründe beleuchtet und Verbesserungsmaßnahmen erarbeitet. Auf diese Weise können wir den Bedürfnissen unserer Mitarbeiter\*innen noch besser gerecht werden und unsere Angebote besser auf sie abstimmen.

### **2. Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?**

Im Umgang mit Fehlern im Unternehmen herrscht eine unterstützende Atmosphäre, in der die Unternehmensleitung klar hinter den Mitarbeiter\*innen steht. Dies schafft ein Umfeld, in

dem Mitarbeiter\*innen sich sicher fühlen, Fehler offen anzusprechen.

Verbesserungsvorschläge und Ideen werden aktiv diskutiert und begrüßt und die Offenheit für konstruktive Kritik fördert einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Es wird betont, dass Fehler als normaler Bestandteil des Lernprozesses betrachtet werden und Mitarbeiter\*innen nicht verurteilt werden. Es werden gemeinschaftlich Lösungen umgesetzt, um Fehlerpotential für die Kolleg\*innen zu minimieren.

Im Falle von Konflikten wird eine konstruktive Herangehensweise verfolgt. Konflikte werden nicht vermieden, sondern aktiv bearbeitet, auch über Hierarchieebenen hinweg. Die Tür zu den Verantwortlichen steht dabei immer offen, um Mitarbeiter\*innen die Möglichkeit zu geben, ihre Anliegen zu äußern und konstruktive Lösungen zu finden. Diese offene Kommunikationskultur fördert das Vertrauen zwischen Mitarbeiter\*innen und Führungskräften und trägt dazu bei, Konflikte frühzeitig zu erkennen und zu lösen. Der Fokus liegt auf einer gemeinsamen, lösungsorientierten Herangehensweise, um ein positives Arbeitsumfeld zu erhalten und die Zusammenarbeit im Team zu stärken.

### **3. Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?**

Die Förderung von Selbstorganisation und Eigenverantwortung steht im Zentrum der Unternehmenskultur der Evenord-Bank, was sich in verschiedenen Aspekten widerspiegelt. Im Bereich der Selbstorganisation haben Mitarbeiter\*innen die Freiheit, die im Unternehmen gesetzten Ziele und Wünsche eigenverantwortlich zu bearbeiten. Lösungsorientierte Ansätze werden aktiv unterstützt, und es besteht jederzeit die Möglichkeit, Kolleg\*innen, Führungskräfte und Vorstände einzubeziehen, um gemeinsam an Aufgaben zu arbeiten.

Die Unterstützung von selbstbestimmter Weiterbildung wird durch die Möglichkeit betont, Seminare frei zu wählen, wodurch die persönliche Entwicklung gefördert wird. Die Wege und Prozesse im Unternehmen sind kurz gehalten und die Mitarbeiter\*innen können benötigte Arbeitsmaterialien wie Laptops und Headsets gemäß der ihnen zur Verfügung gestellten Kompetenzregelung eigenständig anfordern. Dies ermöglicht es, aktiv zur Verbesserung beizutragen und die Arbeitsbedingungen nach individuellen Bedürfnissen zu gestalten. Die im Unternehmen eingesetzte Kompetenzregelung ermöglicht den Mitarbeiter\*innen eigenverantwortliche Entscheidungen im Bezug auf den Unternehmenserfolg zu treffen.

Wichtigster Bestandteil der inneren strategischen Ausrichtung der Evenord-Bank ist die werteorientierte Mitarbeiterführung. Sie hat den Sinn, die moralischen Ressourcen der Mitarbeiter\*innen zu einer gelebten Wertekultur zusammenzuführen und ständig weiterzuentwickeln. Dazu gehören Fairness und Respekt untereinander, die Bereitschaft, moralisches Handeln der Mitarbeiter\*innen zu fördern und nicht zu unterbinden. Das alles basiert auf der Professionalität der Mitarbeiter\*innen. Diese wiederum ist keine feste Größe, sondern ein Ziel – und um dieses Ziel zu erreichen, fördert die Evenord-Bank die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter\*innen überdurchschnittlich. Insgesamt ist die konsequente Werteorientierung die Grundlage für die hohe Glaubwürdigkeit der Bank und diese ist eines unserer zentralen strategischen Ziele.

## **Verifizierungsindikatoren**

### **Fluktuationsrate**

**2023:** 16 %

**2022:** 15 %

Nicht berücksichtigt wurden: Minijobber, Azubis, Werkstudent\*innen, Reinigungskräfte, Austritte/Wiedereintritte bei Elternzeit, Renteneintritte, auslaufen befristeter Verträge.

#### Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

**2023:** 8,3 Jahre

**2022:** 8,9 Jahre

#### Anzahl an Bewerbungen auf Stellenausschreibungen

**2023:** 81

**2022:** 57

#### Anzahl an Initiativbewerbungen

**2023:** 1

**2022:** 0

#### Anzahl an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

**2023:** 1

**2022:** 0

#### Great Place to Work Umfrage

#### Regelmäßigkeit von Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

**2023:** Anderes

**2022:** Anderes

Alle 2 Jahre

#### Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitender Person bzw. nach Führungsebene

**2023:**

Entwicklungsangebot	Mitarbeitende bzw. Führungsebene	Stunden pro Mitarbeitenden
Interne und externe Schulungen und Seminare	Mitarbeitende gesamt	62

22% der Seminare entfallen auf Führungskräfte. Eine genauere Aufstellung der Seminarinhalte ist nicht ohne unverhältnismäßig großen Aufwand möglich.

Im Jahr 2022 wurden keine Daten erhoben.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Verbesserung von Sozialleistungen wie BAV sowie Essensgeld**

## **C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz**

### **Berichtsfragen**

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?

### **Berichtsantwort**

#### **1. Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt, und wie werden sie evaluiert?**

Um den Handlungsbedarf im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung zu ermitteln, wurden zunächst im Rahmen einer Klausurtagung die Anzahl der Krankheitstage der Mitarbeiter\*innen und deren Ursachen analysiert sowie eine Begehung des Standortes mit dem Betriebsarzt durchgeführt, um Verbesserungspotenziale im Bereich der Gesundheitsförderung und des Arbeitsschutzes zu identifizieren. Auf Basis dieser Analysen haben wir verschiedene Maßnahmen zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz erfolgreich umgesetzt, um das Wohlbefinden und die Gesundheit der Mitarbeiter\*innen zu unterstützen. Zunächst wurden hierfür im Rahmen der Klausurtagung die Anzahl der Krankheitstage der Mitarbeiter\*innen und deren Ursachen analysiert. Eine bedeutende Maßnahme ist die Bereitstellung höhenverstellbarer Schreibtische, die es den Mitarbeiter\*innen ermöglichen, rückenfreundlich im Stehen zu arbeiten, außerdem verfügen alle Arbeitsplätze über flexibel einstellbare Bildschirmhalterungen. Diese ergonomischen Arbeitsplätze tragen dazu bei, physische Belastungen zu minimieren und die Arbeitsbedingungen zu verbessern. Darüber hinaus werden Arbeitsmittel, wie beispielsweise Headsets und die Bürobeleuchtung, kontinuierlich auf den neuesten Stand gebracht. Dies gewährleistet nicht nur effizientes Arbeiten, sondern auch die Vermeidung potenzieller gesundheitlicher Belastungen durch veraltete Technologien. Um durch die optimale Gestaltung und adäquate Nutzung der Arbeitsplätze, körperlichen Ermüdungserscheinungen und Erkrankungen der Mitarbeiter\*innen entgegen zu wirken, finden regelmäßig Workshops zum Thema Arbeitsplatzergonomie statt.

Um die Gesundheit der Mitarbeiter\*innen proaktiv zu fördern, werden regelmäßige Vorsorgeuntersuchungen durch den Betriebsarzt angeboten. Hierbei wird insbesondere auf präventive Maßnahmen geachtet, um potenzielle gesundheitliche Risiken frühzeitig zu

erkennen und zu behandeln. Das Wirbelsäulenscreening ist ein weiterer spezifischer Ansatz, um die Rückengesundheit der Mitarbeiter\*innen gezielt zu überprüfen und entsprechende Maßnahmen abzuleiten. Zur Entspannung und Stressreduktion am Arbeitsplatz bietet die Evenord-Bank eG-KG bezuschusste Massagen durch eine Physiotherapeutin an. Jährliche Sicherheitsunterweisungen stellen sicher, dass die Mitarbeiter\*innen über aktuelle Sicherheitsstandards informiert sind und die entsprechenden Richtlinien im Arbeitsalltag befolgen. Ein weiterer Beitrag zur Gesundheitsförderung ist das Angebot von frischem Obst, das von Oktober bis Ostern wöchentlich bereitgestellt wird. Eine ausgewogene Ernährung wird somit aktiv gefördert. Die Evenord-Bank eG-KG trägt auch den Bedürfnissen der Radfahrenden Rechnung, indem Duschkmöglichkeiten bereitgestellt werden. Dies fördert die aktive Mobilität der Mitarbeiter\*innen und unterstützt gleichzeitig die Umweltfreundlichkeit. Zur Förderung eines aktiven, sportlichen Lebensstils erfolgt eine Teilnahme beim Firmenlauf B2Run.

Die Evaluation der Maßnahmen erfolgt durch direktes Feedback an die jeweiligen Vorgesetzten oder Personalverantwortlichen. Darüber hinaus evaluieren einige Anbieter ihre angebotenen Maßnahmen selbst, indem sie das direkte Feedback der Teilnehmer\*innen einholen. Auch die Annahme der getroffenen Maßnahmen durch die Mitarbeiter\*innen in Form der freiwilligen Teilnahme an den Maßnahmen dient uns als wichtiger Anhaltspunkt für deren Erfolg. Die Entwicklung der Krankheitstage dient uns ebenfalls als wichtiger Indikator für die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen.

## ***2. Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein, und welche Maßnahmen werden zu ihrem Schutz getroffen?***

Die Mitarbeiter\*innen könnten potenziell von verschiedenen gesundheitlichen Herausforderungen und Schädigungen betroffen sein, insbesondere im Zusammenhang mit längeren sitzenden Tätigkeiten, was zu Rückenproblemen und Kopfschmerzen führen kann. Um diesen Herausforderungen entgegenzuwirken, werden höhenverstellbare Schreibtische bereitgestellt, die es den Mitarbeiter\*innen ermöglichen, nicht nur sitzend, sondern auch stehend zu arbeiten. Außerdem verfügen alle Arbeitsplätze über flexibel einstellbare Bildschirmhalterungen, diese ergonomischen Arbeitsplätze tragen dazu bei, physische Belastungen zu minimieren.

Ein weiteres wichtiges Anliegen ist der Schutz vor psychischen Problemen, die durch Belastungen am Arbeitsplatz entstehen können. Die Evenord-Bank eG-KG bietet hierzu gezielte Unterstützung an, unter anderem durch Angebote zur Besprechung mit dem Betriebsarzt. Zusätzlich werden interne Angebote im Unternehmen bereitgestellt, um den Mitarbeiter\*innen eine Möglichkeit zum Austausch und zur Bewältigung von Belastungen zu geben.

Zu den möglichen gesundheitlichen Risiken gehören auch Verletzungen, die durch Unfälle am Arbeitsplatz verursacht werden können. Um die Mitarbeiter\*innen vor solchen Gefahren zu schützen, werden präventive Maßnahmen wie Schulungen und Sicherheitsunterweisungen ergriffen.

## **Verifizierungsindikatoren**

Gesundheits-/ Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung)

**2023:**

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Alle	8,49

**2022:**

Altersgruppe	Gesundheits-/ Krankenquote (in %)
Alle	6,44

Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

**2023:** 1,23 Tage

**2022:** 1,39 Tage

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen.

Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

**2023:**

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Stoßverletzungen durch Tische	2

**2022:**

Unfallart / Ausmaß	Anzahl
Arbeitswegeunfall	1

In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden

**2023:**

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Massagen, Wirbelsäulenscreening, Workshops zum Thema Arbeitsplatzergonomie, ASA, SVG, Brandschutz- & Erste Hilfe Kurse, etc.	6

**2022:**

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Massagen, Wirbelsäulenscreening, Workshops zum Thema Arbeitsplatzergonomie, ASA, SVG, Brandschutz- & Erste Hilfe Kurse,	4

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

## C1.3 Diversität und Chancengleichheit

### Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden, und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?**

Die Evenord-Bank hat keine spezifischen Betriebsvereinbarungen oder Maßnahmen zur Förderung der Vielfalt implementiert. Gleichbehandlung dient für uns als grundlegende Richtlinie, um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter\*innen fair und respektvoll behandelt werden, unabhängig von ihren individuellen Merkmalen. Um dies sicherzustellen, erhalten alle Mitarbeiter\*innen eine jährliche Schulung zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz.

Es gibt keine festgelegte Quote für den Anteil weiblicher Führungskräfte. Im Jahr 2023 betrug der Anteil weiblicher Bereichsleiterinnen 50%. Dieser hohe Anteil zeigt, dass wir bei der Gleichstellung der Geschlechter vorangekommen sind. Die Gehälter werden entsprechend der Stellenbeschreibung geregelt und orientieren sich nicht am Geschlecht. Zudem erfolgt die Vergütung tariflich.

#### **2. In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen, und was wird dagegen getan?**

Uns sind keine spezifischen Bereich bekannt in denen sich Mitarbeiter\*innen benachteiligt fühlen könnten, da Gleichbehandlung in unserem Unternehmen eine grundlegende Richtlinie bildet.

### 3. Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Ein zentraler Ansatz liegt in der gezielten Förderung von Talenten durch Schulungen und Weiterbildungen. Dabei werden Mitarbeiter\*innen auf allen Hierarchieebenen ermutigt und unterstützt, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln und ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Dies wird beispielsweise durch Maßnahmen wie Cross Mentoring, Zertifizierungslehrgänge fachlicher Art sowie die 100%ige Bezahlung von externen Lehrgängen bei bestandener Prüfung umgesetzt.

#### Verifizierungsindikatoren

Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z.B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/ psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

#### 2023:

Als Evenord-Bank haben wir uns dagegen entschieden, die Diversitäts-Dimensionen getrennt nach Führungsebenen zu erheben. Aufgrund der geringen Anzahl von Führungskräften in unserem Unternehmen wären hier ggf. Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich, wodurch potenziell Informationen gegen den Willen der betroffenen Mitarbeiter\*innen offengelegt würden.

Dimension	Verteilung
Altersquote (Anteil der Mitarbeitenden über 50)	32%
Geschlecht	43,5% Männer 56,5% Frauen
Ethnie	29,03% mit Migrationshintergrund
Menschen mit Behinderung	2,17%
Menschen mit psychischen Erkrankungen	3,23%
Sexuelle Orientierung	90,32% Heterosexuell 3,23% Homosexuell 6,45% ohne Angabe
Religionszugehörigkeit	70,97% Christen 3,23% Sonstige 22,58% keine Religionszugehörigkeit 3,23% ohne Angabe

Die Daten für die Dimensionen Ethnie, Menschen mit psychischen Erkrankungen, sexuelle Orientierung und Religionszugehörigkeit wurden durch eine Befragung Ende 2023 erhoben.

#### 2022:

Als Evenord-Bank eG-KG haben wir uns dagegen entschieden, die Diversitäts-Dimensionen getrennt nach Führungsebenen zu erheben. Aufgrund der geringen Anzahl von

Führungskräften in unserem Unternehmen wären hier ggf. Rückschlüsse auf einzelne Personen möglich, wodurch potenziell Informationen gegen den Willen der betroffenen Mitarbeiter\*innen offengelegt würden.

<b>Dimension</b>	<b>Verteilung</b>
Altersquote (Anteil der Mitarbeitenden über 50)	27,6%
Geschlecht	39,5% Männer 60,5% Frauen
Ethnie	29,03% mit Migrationshintergrund
Menschen mit Behinderung	4,65%
Menschen mit psychischen Erkrankungen	3,23%
Sexuelle Orientierung	90,32% Heterosexuell 3,23% Homosexuell 6,45% ohne Angabe
Religionszugehörigkeit	70,97% Christen 3,23% Sonstige, 22,58% keine Religionszugehörigkeit 3,23% ohne Angabe

Die Daten für die Dimensionen Ethnie, Menschen mit psychischen Erkrankungen, sexuelle Orientierung und Religionszugehörigkeit wurden durch eine Befragung Ende 2023 erhoben. Eine separate Erhebung für alle 2022 Beschäftigten war im Nachhinein nicht mehr möglich, daher stammen die Daten aus 2023.

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen.

In Anspruch genommene Angebote im Bereich Gesundheit/ Diversität: Inhalte und Anzahl der Stunden pro Mitarbeitender Person

**2023:**

<b>Angebot und Inhalt</b>	<b>Stunden pro Mitarbeitenden</b>
Massagen, Wirbelsäulenscreening, Workshops zum Thema Arbeitsplatzergonomie, ASA, SVG, Brandschutz- & Erste Hilfe Kurse,	6
Schulung zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz	0,75

**2022:**

Angebot und Inhalt	Stunden pro Mitarbeitenden
Massagen, Wirbelsäulenscreening, Workshops zum Thema Arbeitsplatzergonomie, ASA, SVG, Brandschutz- & Erste Hilfe Kurse,	4
Schulung zum Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz	0,75

Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität)

**2023:**

Gesellschaftliche Diversität der Stadt Nürnberg/deutschlandweit

Dimension	Verteilung
Durchschnittsalter	42 Jahre
Geschlecht	50,8% Frauen 49,2% Männer
Ethnie	50,1% mit Migrationshintergrund
Menschen mit Behinderung	11,6%
Menschen mit psychischen Erkrankungen	27,8%
Sexuelle Orientierung	89% heterosexuell 3% homosexuell 4% bisexuell 1% pansexuell 3% Anderes
Religionszugehörigkeit	29,9% evangelisch 24,7% katholisch 3,7% muslimisch 31,7% keine Religionszugehörigkeit 10% Sonstige

**2022:**

Die Werte für das Jahr 2022 sind identisch zu den Werten des Jahres 2023.

Karenzdauer von Müttern

**2023:** 12 Monate

**2022:** 12 Monate

Karenzdauer von Vätern

**2023:** 6 Monate

**2022:** 0 Monate

Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/ Fluktuationen

**2023:**

17 Neueinstellungen, davon 7 Männer und 10 Frauen

**2022:**

14 Neueinstellungen, davon 6 Männer und 8 Frauen

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## C1.4 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

### Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

### Berichtsantwort

**1. In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?**

Uns sind keine Bereiche bekannt in denen im Unternehmen menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen existieren.

**2. Welche Rückmeldungen dazu gibt es im Betriebsrat bzw. in der Personalabteilung?**

Der Personalabteilung liegen keine Hinweise auf menschenunwürdige Arbeitsbedingungen im Unternehmen vor.

**3. Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?**

Im Unternehmen gibt es mehrere Wege, um auf mögliches Fehlverhalten aufmerksam zu machen. Hierzu steht eine interne Meldestelle zur Verfügung, die Mitarbeiter\*innen nutzen können, um Bedenken oder Beobachtungen bezüglich möglichen Fehlverhaltens zu melden. Darüber hinaus sind die Wege zur Bereichsleitung oder zum Vorstand offen, wodurch eine

hierarchieübergreifende Kommunikation ermöglicht wird. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, sich direkt an den Sicherheitsbeauftragten zu wenden. Diese offenen Kommunikationskanäle unterstreichen das Bestreben des Unternehmens, eine transparente und vertrauensvolle Umgebung zu schaffen, in der mögliche Fehlverhalten frühzeitig erkannt und entsprechende Maßnahmen ergriffen werden können.

### **Verifizierungsindikatoren**

Statement von Betriebsrat und/ oder Personalabteilung zu diesen Fragen

#### **2023:**

Der Personalabteilung liegen keine Hinweise auf menschenunwürdige Arbeitsbedingungen im Unternehmen vor. Alle geltenden Vorschriften, einschließlich unseres Verhaltenskodex und unserer Grundwerte, werden stets eingehalten.

#### **2022:**

Der Personalabteilung liegen keine Hinweise auf menschenunwürdige Arbeitsbedingungen im Unternehmen vor. Alle geltenden Vorschriften, einschließlich unseres Verhaltenskodex und unserer Grundwerte, werden stets eingehalten.

Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

#### **2023:**

Im Jahr 2023 gab es keinerlei Gerichtsprozesse/ Rechtsverfahren bzgl. der Verletzung des Arbeitsrechts.

#### **2022:**

Im Jahr 2022 war ein Verfahren bzgl. der Verletzung des Arbeitsrechts anhängig, welches erfolgreich abgeschlossen werden konnte.

Anzahl/ Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden

#### **2023:**

Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden.

#### **2022:**

Im Berichtszeitraum gab es keine Beschwerden.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

# C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

## C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

### Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

### Berichtsantwort

#### **1. Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten, und wie transparent sind die zugrunde liegenden Konditionen?**

Die von den Mitarbeiter\*innen erbrachte Leistung wird monetär abgegolten. Die Gehälter der Mitarbeiter\*innen bestimmen sich durch die Konditionen des Tarifvertrags sowie den in den Stellenbeschreibungen ausgewiesenen Tarifgruppen. Die Qualifikationen und das Erfüllen der in der Stellenbeschreibung angegebenen Anforderungen durch den Bewerber\*innen bzw. Mitarbeiter\*innen spielen eine zentrale Rolle für die Eingruppierung in die Tarifgruppen. Das Gehalt der Mitarbeiter\*innen bestimmt sich daher maßgeblich durch ihre fachlichen Kompetenzen, Erfahrungen und den Grad ihrer Qualifikation. Eine erfolgsabhängige Vergütung von Berater\*innen erfolgt nicht.

#### **2. Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster „lebenswürdiger Verdienst“ zusteht?**

Die Tarifpartner\*innen stellen sicher, dass sich die Tarifentgelte der Mitarbeiter\*innen an den regionalen Lebenshaltungskosten orientieren. Wie in Aspekt C2.4 detailliert dargestellt wird erhalten alle Mitarbeiter\*innen einen lebenswürdigen Verdienst.

#### **3. Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?**

Eine Möglichkeit für Mitarbeiter\*innen ihren Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen besteht darin jederzeit Gehaltsgespräche zu führen, um ihre finanzielle Situation zu besprechen und mögliche Anpassungen zu erwägen. Ein weiterer Aspekt ist die selbstinitiierte Weiterbildung oder Fortbildung der Mitarbeiter\*innen. Indem diese eigenverantwortlich nach Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung suchen und entsprechende Maßnahmen ergreifen, können sie nicht nur ihre Qualifikationen stärken, sondern auch potenziell ihre Position und ihr Gehalt innerhalb der Organisation beeinflussen.

### Verifizierungsindikatoren

#### Höchstverdienst

Aufgrund der geringen Unternehmensgröße ließe die Angabe eines Höchstverdienst einen direkten Rückschluss auf einzelne Personen zu. Daher sehen wir davon ab diese Angabe zu veröffentlichen.

### Mindestverdienst

**2023:** 2.589 €

**2022:** 2.388 €

Die Vergütung erfolgt gemäß Tarifvertrag. Der Mindestverdienst im Jahr 2022 entspricht der Vergütungsgruppe A2, in 2023 der Gruppe A3.

### Innerbetriebliche Spreizung (Verhältnis Höchst- zu Mindestverdienst)

Aufgrund der geringen Unternehmensgröße ließe die Angabe der innerbetrieblichen Spreizung einen direkten Rückschluss auf einzelne Personen zu. Daher sehen wir davon ab diese Angabe zu veröffentlichen. Die innerbetriebliche Spreizung liegt unter 1:20 (siehe hierzu auch C2.4).

### Medianverdienst

**2023:** 3.598 €

**2022:** 3.025 €

Der Medianverdienst entspricht der Vergütungsgruppe B3 des gültigen Tarifvertrags.

### Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)

**2023:**

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Nürnberg	1.542

**2022:**

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Nürnberg	1.475

Basis hierfür ist der Cost of Living Index (siehe Referenz) sowie die Inflationsrate

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

## C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

### Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

### Berichtsantwort

#### **1. Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?**

Bis zum 31.07.2023 galt in der Evenord-Bank Vertrauensarbeitszeit. Seit dem 01.08.23 sind alle Mitarbeiter\*innen, abgesehen von Bereichsleitungen und Vorständen zur technischen Zeiterfassung verpflichtet. Hierzu erfassen alle Mitarbeiter\*innen ihren Arbeitsbeginn, ihr Arbeitsende und ihre Pausenzeiten. Die tägliche Arbeitszeit ist auf 10 Stunden begrenzt. Mitarbeiter\*innen können maximal 15 Überstunden ansammeln. Überstunden, die darüber hinausgehen, verfallen zum Monatsende. Mitarbeiter\*innen sind angewiesen, Überstunden zeitnah durch Freizeit abzubauen. Dies wurde bei der Einführung der Zeiterfassung ausdrücklich betont. Führungskräfte und die Personalverantwortlichen weisen Mitarbeiter\*innen ausdrücklich darauf hin, wenn sie Gefahr laufen, die Grenze von 15 Überstunden zu überschreiten.

Im Vergleich zu anderen Banken verfügen wir über eine überdurchschnittliche Personalausstattung, um unseren hohen Qualitätsstandard zu halten. Ferner wurden für verschiedene Abteilungen dauerhafte Dienstleister zur Unterstützung engagiert. Anhand von wöchentlichen Besprechungen (Jour-Fixe) mit dem Vorstand, werden Kapazitäten in den einzelnen Abteilungen gesteuert. Projekte die zur Mehrbelastung führen, werden mit unterstützenden Dienstleistern durchgeführt. Die Organisation arbeitet ständig an der Automatisierung und Digitalisierung von Unternehmensprozessen, um eine weitere Entlastung der Mitarbeiter\*innen zu erzielen.

#### **2. Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?**

In der Regel erfasst unser Zeiterfassungssystem jegliche Form von Überstunden. Mitarbeiter\*innen werden dazu aufgefordert, diese eigenständig zeitnah abzubauen. Überstunden aufgrund einer berechtigten temporären Mehrbelastung werden im Einvernehmen mit den Mitarbeiter\*innen geregelt. Der Erfolg der Organisation ist nicht von den geleisteten Überstunden der Mitarbeiter\*innen abhängig.

#### **3. Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?**

Die Evenord-Bank ermutigt ihre Mitarbeiter\*innen aktiv zu gesellschaftlichem Engagement, vorausgesetzt, dies steht nicht im Konflikt mit den Interessen der Bank. Dies kann unterschiedliche Formen annehmen, zum Beispiel durch Freistellung für ehrenamtliche Tätigkeiten wie den Einsatz bei der freiwilligen Feuerwehr oder durch finanzielle Unterstützung von Vereinen durch Spenden. Bisher haben wir jedoch noch keine systematischen Erhebungen zu diesem Thema durchgeführt. Die Evenord-Bank unterstützt

nicht nur ehrenamtliche Tätigkeiten, sondern befürwortet auch Spendenaktionen ihrer Mitarbeiter\*innen. Dabei werden finanzielle Beiträge für wohltätige Zwecke oder gemeinnützige Projekte aktiv unterstützt, sofern diese Unterstützung im Einklang mit den Interessen der Bank steht.

#### **4. Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?**

Die täglichen Öffnungszeiten der Geschäftsstelle bilden einen Rahmen für die Kernarbeitszeit der Beschäftigten. Für alle Mitarbeiter\*innen gilt eine Gleitzeitregelung die es ihnen ermöglicht ihre Arbeitszeit selbstorganisiert zu gestalten, dabei müssen jedoch die gesetzlichen Regelungen eingehalten und die betrieblichen Abläufe nicht gestört werden. Einmalige, kurzfristige Gründe, um von der Kernarbeitszeit abzuweichen z.B. Freistellung für einen Arztbesuch, kann in Absprache mit der Bereichsleitung erfolgen. Hierbei ist jede Abteilung für sich selbst verantwortlich. Die Personalabteilung ist entsprechend zu informieren. Darüber hinaus besteht für alle Mitarbeiter\*innen - abgesehen vom Kassenbereich- die Möglichkeit an 2 Tagen in der Woche mobil zu arbeiten.

#### **Verifizierungsindikatoren**

Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z.B. 38 Stunden)

**2023:** 39 Stunden

**2022:** 39 Stunden

Tatsächlich geleistete Überstunden

Im Berichtszeitraum galt weitgehend Vertrauensarbeitszeit, so dass eine aussagekräftige Angabe noch nicht möglich ist.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## **C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance**

#### **Berichtsfragen**

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

## Berichtsantwort

### 1. Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?

Die Evenord-Bank bietet diverse Arbeitsmodelle im Unternehmen an. Grundsätzlich besteht für unsere Mitarbeiter\*innen Gleitzeit mit der Möglichkeit an 2 Tagen in der Woche mobil zu arbeiten. Für Mitarbeiter\*innen an der Kasse und im Kundenservice ist dies aus betrieblichen Gründen leider nicht möglich. Für Bereichsleitungen besteht generell Vertrauensarbeitszeit.

Wir als Evenord-Bank versuchen stets auf die individuellen, sich verändernden Bedürfnisse unserer Mitarbeiter\*innen einzugehen. In enger Abstimmung mit den entsprechenden Mitarbeiter\*innen wird stets nach einer für beide Seiten akzeptablen Lösung gesucht. Dabei werden beispielsweise Arbeitszeiten flexibilisiert und Regelungen zum mobilen Arbeiten angepasst. Auch Führungskräfte können hiervon Gebrauch machen und tun dies auch. Für Beschäftigte mit einem Vollzeit Arbeitsverhältnis, besteht etwa die Möglichkeit dieses aus individuellen Gründen in eine Teilzeitbeschäftigung umzuwandeln. Des Weiteren besteht die Möglichkeit des zeitlichen oder funktionalen Jobsharings, dabei handelt es sich um eine Sonderform der Teilzeit, bei dem sich mehrere Beschäftigte eine Vollzeit Arbeitsstelle teilen. Darüber hinaus unterstützen wir die Elternzeit. So haben unsere Mitarbeiter\*innen die Möglichkeit, sich um ihre Kinder zu kümmern.

### 2. Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Unser Work-Life-Balance Konzept (siehe Anhang) basiert auf 3 Säulen:

1. Schaffung flexibler Regelungen und eines angenehmen Arbeitsumfeldes
2. Interne und externe Beratungsangebote / Sozialkatalog
3. Führungsgrundsätze und -prinzipien

Detaillierte Ausführungen zu unseren Maßnahmen zur Gewährleistung einer Work-Life-Balance finden sie in unserem Work-Life-Balance Konzept in den Anlagen.

## Verifizierungsindikatoren

Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

2023:

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Vollzeit	39 Stunden/Woche
Teilzeit	25 bis 35 Stunden/Woche
Minijob	Geringfügige Beschäftigung bis 520€/Monat
Midijob	520€ bis 2.000€/Monat
Werkstudium	Nebentätigkeit von Studierenden
Ausbildung	Duale Ausbildung

**2022:**

Arbeitsmodell	Erläuterungen
Vollzeit	39 Stunden/Woche
Teilzeit	25 bis 30 Stunden/Woche
Minijob	Geringfügige Beschäftigung bis 520€/Monat
Midijob	520€ bis 2.000€/Monat
Werkstudium	Nebentätigkeit von Studierenden
Ausbildung	Duale Ausbildung

Anzahl der Führungskräfte/ Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z.B. Teilzeit, Jobsharing)

**2023:**

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit	1	6

**2022:**

Arbeitsmodell	Anzahl der Führungskräfte	Anzahl der Mitarbeitenden
Teilzeit	1	5

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## C2.4 Negativ-Aspekt: Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

### Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?

- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler\*innen, Auszubildende, Praktikant\*innen, Werkstudent\*innen) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

## Berichtsantwort

### **1. Kann für alle Mitarbeitenden ein „lebenswürdiger Verdienst“ sichergestellt werden, und falls nicht, was sind die Gründe dafür?**

Gemäß Tarifvertrag verdienen die Mitarbeiter\*innen in der niedrigsten Vergütungsgruppe 2.388 € (2022) bzw. 2.589 (2023) brutto im Monat. Gemäß dem Cost of Living Index benötigt ein Singlehaushalt zu Deckung seiner Lebenshaltungskosten im Raum Nürnberg 1.542€ (2022) bzw. 1.475€ (2023). Für die Mitarbeiter\*innen der niedrigsten Vergütungsgruppe und damit für alle Mitarbeiter\*innen kann folglich ein lebenswürdiger Verdienst sichergestellt werden.

### **2. Welche Rolle spielt die „investierte“ Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?**

Die investierte Arbeitszeit spielt keine Rolle bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeiter\*innen.

### **3. Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und Mitarbeitende in Ausbildung (z.B. Schüler\*innen, Auszubildende, Praktikant\*innen, Werkstudent\*innen) gerechtfertigt?**

Auszubildende werden gemäß Tarifvertrag bezahlt, ihr Gehalt liegt abhängig vom Ausbildungsjahr bei 1.160€ bis 1.290€. Damit liegt ihr Verdienst bereits im ersten Lehrjahr über dem vom statistischen Bundesamt berechneten durchschnittlichen Verdienst von Azubis in allen Lehrjahren von 1.057€. Werkstudent\*innen sind nicht tarifgebunden und erhalten mindestens den Mindestlohn.

### **4. Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z.B. bei Saisonarbeit), und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?**

Die Evenord-Bank beschäftigte im Berichtszeitraum keine Zeitarbeiter\*innen.

### **5. Wie viel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?**

Die Evenord-Bank macht nur in sehr geringem Umfang von der Befristung von Arbeitsverträgen Gebrauch. Im Jahr 2022 gab es noch die Praxis, Auszubildende im ersten Jahr nach der Übernahme auf Probe zu übernehmen. Im Jahr 2023 wurden keine Zeitarbeiter\*innen beschäftigt.

## Verifizierungsindikatoren

Gewinn

**2023:** 3.208.968,68 €

**2022:** 610.481,11 €

### Höchstverdienst

Aufgrund der geringen Unternehmensgröße ließe die Angabe eines Höchstverdienst einen direkten Rückschluss auf einzelne Personen zu. Daher sehen wir davon ab diese Angabe zu veröffentlichen.

### Mindestverdienst

**2023:** 2.589 €

**2022:** 2.388 €

### Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst"

**2023:**

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Nürnberg	1.542

**2022:**

Standort	Lebenswürdiger Verdienst (in €)
Nürnberg	1.475

### Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)

**2023:** 46 Personen

**2022:** 39 Personen

### Mitarbeitendenanzahl

**2023:** 46

**2022:** 39

### Anzahl der Pauschalverträge

**2023:** 2

**2022:** 2

Nur die beiden Mitglieder des Vorstands haben Pauschalverträge.

### Anzahl der Null-Stunden-Verträge

**2023:** 0

**2022:** 0

### Anzahl der Zeitarbeitenden

**2023:** 0 Personen

**2022:** 0 Personen

Mindestvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

**2023:** 0 Monate

**2022:** 0 Monate

Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden

**2023:** 0 Monate

**2022:** 0 Monate

Anteil von befristeten Arbeitsverträgen

**2023:** 0 %

**2022:** 5,13 %

Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen

**2023:** 0 Monate

**2022:** 12 Monate

Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen

**2023:**

Im Jahr 2023 gab es keine befristet Beschäftigten.

**2022:**

Befristete Arbeitsverträge wurden in unbefristete Arbeitsverträge umgewandelt oder wurden beendet.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

# C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

## C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

### Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?

### Berichtsantwort

#### **1. Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz, und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?**

Wir als Evenord-Bank legen einen hohen Wert auf die regionale Herkunft unserer Lebensmittel. Wir stellen unseren Mitarbeiter\*innen und Kund\*innen Wasser in Glasflaschen und Softdrinks in Plastikflaschen von einem regionalen Anbieter bereit um möglichst kurze Lieferwege zu gewährleisten. Da bei Kaffee kein regionaler Bezug möglich ist, beziehen wir ausschließlich Fairtrade-Kaffee um unserer ethischen Verantwortung nachzukommen. Süßigkeiten werden aus hygienischen Gründen in Einzelverpackungen aus Kunststoff bezogen.

#### **2. Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/ Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z.B. direkt vom Bauernhof, ein Obstkorb)?**

In unserer Einrichtung steht keine Kantine zur Verfügung. Allerdings sind Mitarbeiter\*innen mit einer Küche ausgestattet, die sowohl einen Herd als auch eine Mikrowelle umfasst. Diese Einrichtung bietet den Mitarbeiter\*innen die Möglichkeit, ihre Mahlzeiten selbst zuzubereiten und individuell auf ihre Bedürfnisse abzustimmen. Zusätzlich wird von Oktober bis Ostern wöchentlich ein Obstkorb bereitgestellt. Insgesamt reflektieren diese Angebote die Bemühungen des Unternehmens, eine vielfältige und nachhaltige Ernährungsumgebung am Arbeitsplatz zu fördern, auch wenn keine eigene Kantine vorhanden ist.

Für größere Veranstaltungen oder Sitzungen werden Backwaren von einem örtlichen Bäcker bezogen. Das Catering erfolgt häufig durch unsere Kunden, was bedeutet, dass wir auf regionale Metzgereien zurückgreifen. Dabei wird stets eine vegetarische Variante angeboten, um verschiedenen Ernährungsbedürfnissen gerecht zu werden.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

**2023:** 48,17 %

**2022:** 45 %

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen.

## **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

## **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Umstellung des Obstkorbes auf Bio-Qualität**

**Nutzung von Leitungswasser oder Wasserfiltern anstelle von Flaschenwasser**

**Prüfung einer Kooperation mit umliegenden Kantinen der Stadt Nürnberg**

**Bezug von Softdrinks in Glasflaschen**

**Süßigkeiten nicht in einzelnen Plastikverpackungen anbieten**

## **C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz**

### **Berichtsfragen**

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?

### **Berichtsantwort**

#### **1. Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?**

Die Auswertung unserer Mitarbeiterumfrage zu den 2023 genutzten Verkehrsmitteln zeigt eine vielfältige Palette an Fortbewegungsmöglichkeiten zum Arbeitsplatz. 9,68% der befragten Mitarbeiter\*innen kamen zu Fuß zur Arbeit. 3,23% nutzten das Fahrrad. Der öffentliche Personennahverkehr wird von 25,81% der Befragten genutzt. Dies spiegelt das Engagement für nachhaltige und gemeinschaftliche Verkehrsoptionen wider.

Hinsichtlich des privaten Fahrzeugs (PKW) variieren die Antworten. Ein Großteil (41,94%) gibt an, überwiegend Verbrenner zu nutzen, während 17,39% bereits auf Elektro- oder Hybridfahrzeuge umgestiegen sind. Diese Entwicklung zeigt ein zunehmendes Bewusstsein für umweltfreundliche Alternativen im Bereich der individuellen Mobilität.

#### **2. Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?**

Aufgrund der unmittelbaren Nähe von U- und S-Bahnstationen geben viele Befragte an, dass die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) grundsätzlich für sie möglich ist. Diese Option ermöglicht eine umweltfreundliche Anreise und wird durch die Bezuschussung des Deutschlandtickets weiter attraktiv gestaltet. Duschmöglichkeiten für Fahrradfahrer am Arbeitsplatz schaffen zusätzlichen Komfort und ermutigen zur Nutzung des Fahrrads als umweltfreundliches Verkehrsmittel. Um die Nutzung des Fahrrads für den Arbeitsweg

attraktiver zu machen, wurde die Anschaffung von Fahrradständern beschlossen, die ein sicheres Abstellen der Fahrräder in der Tiefgarage ermöglichen sollen. Diese Maßnahme befindet sich Ende 2023 noch in der Umsetzung. Mehrere E-Ladesäulen direkt vor dem Büro ermöglichen den Mitarbeiter\*innen die Nutzung umweltfreundlicher Elektrofahrzeuge und fördern die Elektromobilität als nachhaltigere Alternative zu Verbrennungsfahrzeugen. Darüber hinaus können die Mitarbeiter\*innen an zwei Tagen in der Woche mobil von zu Hause aus arbeiten und so den Arbeitsweg ganz vermeiden.

### **3. Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit – auch bei Dienstreisen?**

Mitarbeiter\*innen können von finanzieller Unterstützung in Höhe von 14,70 € im Monat für das Deutschlandticket profitieren, was die Nutzung des öffentlichen Verkehrs erleichtert und zugleich die umweltfreundliche Mobilität fördert. Die Einführung des sog. JobRades war im Jahr 2022 im Gespräch, aufgrund des mangelnden Interesses der Mitarbeiter\*innen wurde jedoch von einer Umsetzung Abstand genommen. Um den Mitarbeiter\*innen einen Anreiz für die Nutzung umweltfreundlicher Verkehrsmittel zu geben werden sie an den Kosten für Tiefgaragenstellplätze beteiligt.

Für Dienstwagenfahrer\*innen werden Online-Kurse angeboten, die unter anderem spritsparendes Fahren thematisieren. Außerdem sind bereits zwei Drittel unserer Dienstwagen Hybridfahrzeuge.

### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Anreise mit PKW/ öffentlichen Verkehrsmitteln/ Rad/ zu Fuß

**2023:**

<b>Verkehrsmittel</b>	<b>Anteil (in %)</b>
zu Fuß	9,67
Rad	3,22
PKW	61,3
Öffentliche Verkehrsmittel	25,81
Summe	100

**2022:**

<b>Verkehrsmittel</b>	<b>Anteil (in %)</b>
zu Fuß	8,7
Rad	0
PKW	69,56
Öffentliche Verkehrsmittel	21,74
Summe	100

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Durchführung der Aktion "Mit dem Rad zur Arbeit"**

**Vergünstigte Konditionen für E Ladesäulen für Mitarbeiter\*innen**

**Förderung von Carsharing**

**Erarbeitung einer Dienstwagenpolicy**

## **C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung und unternehmensinterne Prozesse**

### **Berichtsfragen**

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

### **Berichtsantwort**

#### **1. Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?**

Wir verstehen nachhaltige Entwicklung als einen permanenten Erfahrungs- und Lernprozess. So können wir Verbesserungspotenziale in den verschiedenen Unternehmensbereichen ermitteln und daraus Maßnahmen ableiten, wie wir aktuelle und zukünftige Herausforderungen besser bewältigen und neue Chancen auf innovative Weise nutzen können. Damit sind Themen wie ein risikobewusstes Bankgeschäft, der effiziente und schonende Einsatz natürlicher Ressourcen und eine zukunftsorientierte Personalarbeit in Zeiten des demografischen Wandels aufgegriffen.

Um Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen zu verankern und voranzutreiben, haben wir eine "Taskforce Werte und Nachhaltigkeit" ins Leben gerufen. Diese besteht aus 6 Mitarbeiter\*innen, trifft sich regelmäßig und arbeitet an einer kontinuierlichen Verbesserung des Unternehmens.

## **2. Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?**

Ökologische Themen spielen in heutigen Weiterbildungsangeboten kaum eine Rolle. Für Dienstwagenfahrer\*innen werden jedoch Kurse angeboten, die unter anderem spritsparendes Fahren thematisieren. Eine werte- und nachhaltigkeitsorientierte Ausrichtung von Unternehmen wird von Bewerber\*innen immer häufiger angesprochen und positiv wahrgenommen. Diese Entwicklung reflektiert die wachsende Sensibilität von Arbeitnehmer\*innen und Unternehmen gegenüber ökologischen Fragestellungen und unterstreicht die Notwendigkeit, Umweltaspekte in die Unternehmenskultur zu integrieren.

## **3. Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?**

Innerhalb dieses Rahmens werden verschiedene Sensibilisierungsmaßnahmen ergriffen, um eine werte- und nachhaltigkeitsorientierte Unternehmenskultur zu fördern. Neue Mitarbeiter\*innen durchlaufen eine umfassende Schulung, die darauf abzielt, die Unternehmenswerte zu vermitteln und das Verständnis für ökologische und nachhaltige Prinzipien zu fördern. Diese Schulung legt den Grundstein für die Integration dieser Werte in den beruflichen Alltag. Bei Einstellung erhalten Mitarbeiter\*innen einen Leitfaden zur Wertekultur, der die Unternehmenswerte und die Bedeutung ökologischer Aspekte hervorhebt. Dieser Leitfaden ist Teil des Arbeitsvertrags und muss von den Mitarbeiter\*innen unterzeichnet werden, um ihr Bekenntnis zu den gemeinsamen Werten zu dokumentieren. Im Rahmen des Ideenmanagements haben Mitarbeiter\*innen die Möglichkeit, ökologische und nachhaltige Ideen einzubringen. Diese Ideen werden anschließend von den Führungskräften in Diskussionen bewertet und gegebenenfalls umgesetzt. Dieser partizipative Ansatz fördert nicht nur das Bewusstsein für Umweltthemen, sondern ermöglicht es den Mitarbeiter\*innen aktiv an der Gestaltung einer nachhaltigen Unternehmenspraxis teilzunehmen.

## **4. Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?**

Als eine Initiative zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks der Mitarbeiter\*innen bezuschusst das Unternehmen das Deutschlandticket. Dieses Angebot ermöglicht den Mitarbeiter\*innen, umweltfreundliche Verkehrsmittel wie den öffentlichen Nahverkehr verstärkt zu nutzen, was zu einer Verringerung des individuellen CO<sub>2</sub>-Ausstoßes beiträgt.

### **Verifizierungsindikatoren**

#### **Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten**

**2023:** 96,67 %

**2022:** 96,67 %

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen.

#### **Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden**

**2023:** 78,67 %

**2022:** 78,67 %

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen.

## Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

Erarbeitung einer Reiserichtlinie die ökologische Kriterien einschließt

## C3.4 Negativ-Aspekt: Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

### Berichtsfragen

- Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

### Berichtsantwort

#### 1. Welche der unten stehenden Negativaspekte treffen im Unternehmen zu?

Es trifft keiner der unten stehenden Negativaspekte zu.

Es gibt Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (>180g/km CO<sub>2</sub>)

**2023:** Nein

**2022:** Nein

Regeln, die ökologischer Nachhaltigkeit entgegenstehen

**2023:**

Es gibt Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist, z.B. Fliegen statt Bahnfahren, weil billiger – Nein

Es gibt Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil (Kaffeekapseln, Essensverpackungen aus PET, Getränkeangebot in Einmalverpackung etc.) trotz möglicher Alternativen – Nein

Es gibt Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte, z.B. für Recyclingpapier – Nein

Geschäftsregeln, die ökologisch Schlechterwertiges anregen, obwohl Besserwertiges verfügbar ist

Konsumangebote mit hohem Verpackungsanteil trotz möglicher Alternativen

Verbote für die Anwendung ökologisch nachhaltiger Produkte

Im Betrieb ist ein nachlässiger Umgang mit Abfällen sichtbar, z.B. keine Abfalltrennung (Hausmüll, Betriebsabfälle, Schrott ohne Trennung in Materialien etc.)

**2023:** Nein

2022: Nein

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

### C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

#### **Berichtsfragen**

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?
- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

#### **Berichtsantwort**

##### **1. Welche Daten sind für die Mitarbeiter in welcher Form zugänglich?**

Sämtliche Informationen und Daten welche für den internen Ablauf (je nach Zugriffsberechtigung) benötigt werden können über Docbase eingesehen werden. Ebenfalls erfolgen spezifizierte E-mails (z.B. Tagesbilanz). Zusätzliche Informationen sind darüber hinaus im Tarifvertrag hinterlegt. Neben den gesetzl. vorgeschriebenen Veröffentlichungen sind hier auch verschiedene, Bereichsübergreifende Daten veröffentlicht. Daten die jeden persönlich betreffen können vom jeweiligen Mitarbeiter\*innen eingesehen werden. Der Zugriff erfolgt persönlich über die entsprechenden Anwendungen: - Gehalt - Seminare - Arbeitszeit - Urlaube etc.

##### **2. Wie leicht/ schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?**

Mitarbeiter\*innen erhalten individuellen Zugang zu den Daten, die für ihre spezifischen Tätigkeiten erforderlich sind. Diese zielgerichtete Bereitstellung von Informationen gewährleistet, dass Mitarbeiter\*innen nur auf relevante Daten zugreifen können, was die Effizienz fördert und den Datenschutz gewährleistet. Daten, die für alle Mitarbeiter\*innen von Bedeutung sind, werden in einem zentralen Dokumentenmanagementsystem (docbase) abgelegt. Diese zentrale Ablagestruktur erleichtert den Mitarbeiter\*innen den einfachen Zugang zu gemeinsam genutzten Informationen, fördert die Transparenz und erleichtert die

Zusammenarbeit. Für den Zugriff auf Daten gibt es zwei Hürden, einerseits werden elektronische Geräte wie etwa Laptops oder PCs benötigt andererseits existieren aus rechtlichen Gründen umfassende Berechtigungskonzepte. Berechtigungskonzepte werden implementiert, um den Zugriff auf sensible Informationen zu beschränken. Dies erfolgt im Einklang mit den MaRisk AT 7 Ziff. 2, wobei das Minimalprinzip bei der Vergabe von Berechtigungen angewendet wird. Diese restriktive Vorgehensweise dient der Minimierung von Risiken im Zusammenhang mit Datenzugriff und schützt vertrauliche Informationen vor unbefugter Nutzung.

### **3. Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?**

Unser Transparenzbestreben scheitert aufgrund der Branche, in der wir tätig sind, oft am Datenschutz. Den Mitarbeiter\*innen stehen kritische oder wesentliche Daten, insbesondere personenbezogene Daten und Informationen, die potenzielle Reputations- oder finanzielle Risiken bergen könnten, nicht zur freien Verfügung. Dies schließt Daten wie personenbezogene Informationen, Gehaltsdetails, finanzielle Transaktionen und ähnliche vertrauliche Informationen ein. Die Zurückhaltung solcher Daten erfolgt aus mehreren Gründen, darunter rechtliche Vorschriften, Datenschutzbestimmungen und Risikovermeidung.

### **4. Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?**

Um sicherzustellen, dass finanzielle Daten von allen Mitarbeiter\*innen leicht verstanden werden können, werden regelmäßige Informationsveranstaltungen durchgeführt. Konkret erfolgt dies durch zweimal im Jahr stattfindende Meetings, bei denen über die aktuelle finanzielle Lage des Unternehmens informiert wird. Bei Bedarf besteht auch jederzeit die Möglichkeit andere Mitarbeiter\*innen oder Vorgesetzte um Erklärungen zu bitten.

## **Verifizierungsindikatoren**

### **Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung)**

Alle Daten sind transparent, es sei denn, die gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz oder ein möglicher wirtschaftlicher Schaden stehen dem entgegen. Eine adäquate Quantifizierung in Form von Prozentzahlen ist an dieser Stelle nicht möglich.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

### Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

### Berichtsantwort

#### **1. Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?**

Die Auswahl von Führungskräften erfolgt durch ein standardisiertes Bewerbungsverfahren, das sowohl interne als auch externe Bewerber einschließt. Zu Beginn dieses Prozesses haben sowohl interne als auch externe Kandidat\*innen die Möglichkeit, sich zu bewerben. In Fällen von internen Bewerbungen wird die Meinung der Belegschaft berücksichtigt und fließt in das Entscheidungsverfahren mit ein. Dies zeigt einen partizipativen Ansatz, bei dem die Meinungen und Empfehlungen der Mitarbeiter\*innen in den Auswahlprozess einbezogen werden. Die Bewerber\*innen werden dann von den Vorständen des Unternehmens ausgewählt und zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen. Die Vorstände übernehmen die Verantwortung für die Auswahl und treffen auf Basis ihrer Einschätzung und der Vorstellungsgespräche die Entscheidung. Letztendlich liegt die Entscheidung über die Auswahl von Führungskräften bei der Geschäftsleitung des Unternehmens. Somit werden Führungskräfte von "oben", sprich von der Geschäftsleitung, ausgewählt und eingesetzt.

#### **2. Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?**

Die Teammitglieder haben derzeit nur eingeschränkte Mitwirkungsmöglichkeiten, dies ist auf bestimmte Gründe zurückzuführen. Zum einen sind die Mitwirkungsmöglichkeiten der Teammitglieder begrenzt, da dieser Prozess noch nicht etabliert ist. Ein weiterer Grund liegt darin begründet, dass der Vorstand die Verantwortung trägt, Entscheidungen im besten Interesse des Gesamtunternehmens zu treffen. Der Vorstand verfügt über umfassende Informationen, die für Entscheidungen auf höchster Ebene erforderlich sind. Diese Informationen stehen den Teammitgliedern möglicherweise nicht vollständig zur Verfügung, und es besteht die Einschränkung, dass nicht alle Informationen mit allen Teammitgliedern geteilt werden können. In bestimmten Fällen, bitten die Bewerber\*innen um vertrauliche Behandlung ihrer Bewerbung. Dies kann auf Umstände wie mögliche Unruhe beim aktuellen Arbeitgeber zurückzuführen sein. In solchen Fällen ist ein direkter Einbezug von Teammitgliedern oder Mitarbeiter\*innen im Unternehmen möglicherweise nicht möglich, um die Vertraulichkeit zu wahren und negative Auswirkungen zu vermeiden.

#### **3. Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?**

Das Feedback der Mitarbeiter\*innen zu ihren Führungskräften wird aktiv aufgegriffen und es werden gezielte Maßnahmen ergriffen, um auf dieses Feedback zu reagieren. Im Rahmen der jährlichen Entwicklungsgespräche oder - falls nötig - bei adhoc-Gesprächen wird das

erhaltene Feedback analysiert. Auf Grundlage dieser Rückmeldungen werden gezielte Seminare und Schulungsmaßnahmen vereinbart, die darauf abzielen, die spezifischen Kompetenzen und Fähigkeiten der Mitarbeiter\*innen zu verbessern. Zusätzlich werden regelmäßige Schulungsmaßnahmen für Führungskräfte in Zusammenarbeit mit einem Beratungsunternehmen durchgeführt. Diese Schulungen dienen dazu, die Führungskräfte kontinuierlich weiterzuentwickeln und auf aktuelle Herausforderungen im Führungsalltag vorzubereiten. Insgesamt sind wir bestrebt auf das Feedback der Mitarbeiter\*innen einzugehen und konkrete Maßnahmen umzusetzen. In schwierigen Fällen kann auch ein externer Mediator hinzugezogen werden. Dies fördert eine positive und dynamische Führungskultur im Unternehmen.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/ Gespräch/ Mitgestaltung/ Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden

**2023:** 45,67 %

**2022:** 45,22 %

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen. Aufgrund des beschriebenen Auswahlprozesses von Führungskräften wäre eine Angabe von 0% zu erwarten. Daher befürchten wir, dass die Mitarbeiter\*innen die Umfrage falsch interpretiert haben.

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

**Implementierung eines Feedback-Prozesses für Führungskräfte durch die Mitarbeiter\*innen**

## C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

### Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

### Berichtsantwort

#### **1. Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?**

Die Mitarbeiter\*innen haben in verschiedenen Bereichen die Möglichkeit, aktiv an Entscheidungen mitzuwirken. Im taktischen Bereich können die Mitarbeiter\*innen an der Seminarplanung teilnehmen, indem sie jährlich zwei Seminare aus einem breiten Katalog auswählen. Dieser Katalog, der fachliche und persönlichkeitsbildende Themen abdeckt, liegt

zur Ansicht und Planung bei den Mitarbeiter\*innen aus. Zudem erfolgt der Einbezug der Mitarbeiter\*innen bei Entscheidungen zur Struktur, Arbeitsplatzgestaltung, Ausgaben und Vertretung. So kann beispielsweise die Ausstattung für mobiles Arbeiten durch die Mitarbeiter\*innen selbst bei der IT beantragt werden. In strategischer Hinsicht können Führungskräfte an Entscheidungen zur Geschäftsstrategie und Teilstrategie teilhaben, die während der jährlichen Klausurtagung erarbeitet werden. Die Mitarbeiter\*innen haben die Möglichkeit der indirekten Mitgestaltung der Geschäftsstrategie, indem sie ihren Vorgesetzten Vorschläge unterbreiten. Hierbei werden die Teilstrategien anhand des GVB (Genossenschaftsverband Bayern) Kompasses je nach Bereich ausgearbeitet und vorgestellt. Zudem haben Führungskräfte Einfluss auf Personalthemen, insbesondere bei Neueinstellungen. Sie erhalten Bewerbungen von potenziellen Interessent\*innen und können im Team entscheiden, ob eine Einladung erfolgt oder nicht. Die Bewerbungsgespräche können sowohl mit als auch ohne Vorstand geführt werden. Auszubildende haben die Möglichkeit, aktiv an Entscheidungen zur Einsatzplanung in verschiedenen Abteilungen teilzunehmen, was eine breite berufliche Erfahrung ermöglicht. Sie können auch ihre Meinungen zur technischen Ausstattung äußern, um sicherzustellen, dass ihre Arbeitsmittel ihren Ausbildungsanforderungen entsprechen. Zudem können Auszubildende ebenfalls an Seminaren teilnehmen, die zu ihrer beruflichen und persönlichen Entwicklung beitragen. Des Weiteren existiert im Unternehmen ein gut etabliertes Ideenmanagement, welches es allen Mitarbeiter\*innen ermöglicht Ideen einzubringen.

## **2. Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?**

In unserer Bank wird grundsätzlich großen Wert auf Offenheit und Meinungsfreiheit gelegt. Mitarbeiter\*innen haben die Freiheit, ihre Meinungen offen zu äußern, und Vorschläge, Tipps oder Ideen werden ausdrücklich begrüßt. Die Beteiligung und Kommunikation der Mitarbeiter\*innen werden durch klare Regeln und etablierte Kanäle ermöglicht. Allerdings nehmen die Mitarbeiter\*innen diese Mechanismen als unterschiedlich effektiv wahr. Während viele Mitarbeiter\*innen sehr engagiert sind, Probleme und Ideen proaktiv angehen gibt es auch Mitarbeiter\*innen die kaum von ihren Partizipationsmöglichkeiten Gebrauch machen.

Die im Rahmen des oben genannten Ideenmanagement eingebrachten Ideen werden von den Führungskräften diskutiert und umgesetzt, wenn sie für gut befunden wurden. Es wurden bereits zahlreiche Ideen erfolgreich umgesetzt. Dies unterstreicht unsere offene und innovationsfördernde Unternehmenskultur, in der die Beiträge der Mitarbeiter\*innen sehr geschätzt werden. Es herrscht eine offene Kommunikationskultur zwischen Mitarbeiter\*innen, Führungskräften und dem Vorstand. Diese Atmosphäre fördert den freien Austausch von Informationen und Ideen. Die Türen stehen metaphorisch und physisch offen, was eine transparente und vertrauensvolle Zusammenarbeit ermöglicht.

Ein wichtiges Merkmal der Unternehmenskultur ist die Entscheidung, keine monetäre Partizipation im Vertrieb einzuführen. Diese Entscheidung ermöglicht den Mitarbeiter\*innen eine relative Freiheit bei der Beratung innerhalb der vorgegebenen Leitplanken. Die Möglichkeit, Empfehlungen im Rahmen einer ganzheitlichen, bedarfsgerechten Beratung (ohne Einzelziele) abzugeben, wird als wertvoll erachtet. Es wird betont, dass trotz der generellen Abwesenheit monetärer Anreize in den meisten Bereichen, in der Personalvermittlung eine Ausnahme besteht. Dort werden monetäre Anreize in Form von Sachprämien angeboten, um Mitarbeiter\*innen zu motivieren, neue Kolleg\*innen zu empfehlen.

### **3. Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?**

Im Unternehmen werden gezielte Maßnahmen ergriffen, um mehr Mitarbeiter\*innen dazu zu ermutigen, Verantwortung zu übernehmen und aktiv an Entscheidungen teilzuhaben. Es werden und wurden entsprechende Strukturen erarbeitet, um im Rahmen der vorgegebenen Leitplanken ein freies Arbeiten zu ermöglichen. So können beispielsweise bereits Auszubildende eigene Projekte entwickeln und umsetzen. Dies schafft einen Raum, in dem Mitarbeiter\*innen mehr Entscheidungen selbstständig treffen können, was nicht nur ihre Entwicklung fördert, sondern auch zur Effizienz und Innovationskraft des Unternehmens beiträgt. Die Führung im Unternehmen orientiert sich an Vertrauen und der Eigenverantwortlichkeit der Mitarbeiter\*innen und nicht an strenger Kontrolle. Dies fördert ein positives Arbeitsumfeld, in dem die Mitarbeiter\*innen ermutigt werden, selbstständig Entscheidungen zu treffen und Verantwortung zu übernehmen. Mitarbeiter\*innen haben die Möglichkeit, als Projektleiter Verantwortung zu übernehmen. Dies ermöglicht nicht nur eine persönliche Entwicklung, sondern gibt den Mitarbeiter\*innen auch die Gelegenheit, in der Leitung von Projekten ihre Fähigkeiten unter Beweis zu stellen. Zusätzlich wird den Mitarbeiter\*innen ein umfangreiches Angebot an Weiterbildungsmaßnahmen bereitgestellt. Diese Weiterbildungsinitiativen ermöglichen es den Mitarbeiter\*innen, gezielt ihre Fähigkeiten und Kompetenzen auszubauen. Durch diese Investition in die Weiterbildung werden die Mitarbeiter\*innen in die Lage versetzt, anspruchsvollere Aufgaben zu übernehmen und eine aktivere Rolle in Entscheidungsprozessen zu spielen. Um die interne Entwicklung zu fördern, werden Stellen intern ausgeschrieben. Mitarbeiter\*innen, die persönlich und fachlich für eine Position geeignet sind, haben gute Chancen auf eine Beförderung. Dieser Ansatz unterstreicht die Wertschätzung der internen Talente und stärkt die Motivation, Verantwortung zu übernehmen.

#### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/ Mitwirkung/ Mitentscheidung getroffen werden

**2023:** 46,67 %

**2022:** 49,57 %

Der hier angegebene Wert stammt aus einer Umfrage unter den Mitarbeiter\*innen.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## C4.4 Negativ-Aspekt: Verhinderung des Betriebsrates

### Berichtsfragen

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

### Berichtsantwort

#### **1. Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?**

In unserem Unternehmen gibt es derzeit keinen Betriebsrat. Die Mitarbeiter\*innen haben bisher keinen Bedarf oder Interesse an der Gründung eines Betriebsrats geäußert. Dies lässt darauf zurückzuführen, dass die Kommunikation zwischen der Unternehmensleitung und den Mitarbeiter\*innen als zufriedenstellend empfunden wird und die Anliegen der Belegschaft zufriedenstellend adressiert werden. In unserem kleinen Unternehmen setzen wir auf weniger formelle Strukturen und direkte Kommunikationswege, außerdem sind wir aufgrund unserer Betriebsgröße und Rechtsform gesetzlich nicht zur Einrichtung eines Betriebsrates verpflichtet.

#### **2. Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?**

Anstelle der Gründung eines Betriebsrates hat unser Unternehmen alternative Maßnahmen implementiert, um die Interessen der Mitarbeiter\*innen zu vertreten und eine effektive Kommunikation zwischen der Unternehmensleitung und der Belegschaft zu gewährleisten. Ein wichtiger Ansatz ist die Einrichtung von spezialisierten Ausschüssen, darunter der Wertausschuss Personal. Diese Ausschüsse ermöglichen eine direkte Interaktion zwischen den Mitarbeiter\*innen und der Unternehmensführung, wodurch potenzielle Probleme frühzeitig erkannt und Lösungen gefunden werden können. Auch die Einführung einer Vertrauensperson wurde diskutiert. Hierfür wurde jedoch von den Mitarbeiter\*innen kein Bedarf gesehen.

#### **3. Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?**

In Anbetracht der gut funktionierenden bestehenden Strukturen sehen wir als Evenord-Bank derzeit keinen unmittelbaren Bedarf für die Gründung eines Betriebsrats.

### Verifizierungsindikatoren

Betriebsrat: vorhanden/ nicht vorhanden

**2023:** Nein

**2022:** Nein

Betriebsrat vorhanden: seit wann?

**2023:** 0 Jahre

2022: 0 Jahre

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## D Kund\*innen und Mitunternehmen

### D1 Ethische Kund\*innenbeziehungen

#### D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund\*innen

##### **Berichtsfragen**

- Wie werden neue Kund\*innen gewonnen und wie Stammkund\*innen betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund\*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kund\*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?

##### **Berichtsantwort**

#### **1. Wie werden neue Kund\*innen gewonnen und wie Stammkund\*innen betreut?**

Um neue Kund\*innen anzusprechen, setzen wir auf verschiedene Werbemaßnahmen. Dazu gehört ein effektives Empfehlungsmanagement, das auf der Zufriedenheit unserer bestehenden Kund\*innen basiert. Wir ermutigen unsere Kund\*innen, unsere Bank weiterzuempfehlen und belohnen sie angemessen, um die Kundenakquise zu fördern, wodurch wir im Jahr 2023 11 neue Kund\*innen gewinnen konnten. Darüber hinaus nutzen wir Plakatwerbung an strategischen Standorten, um unsere Dienstleistungen einem breiten Publikum in der lokalen Gemeinschaft bekannt zu machen. Zusätzlich investieren wir in Radio-, Internet- und Social-Media-Werbung, um eine breite Zielgruppe zu erreichen und potenzielle Neukunden über unser Angebot zu informieren.

Unser Kundenservice basiert auf unseren Grundwerten: Seriös und wertschöpfend, Ehrlich und glaubwürdig, Fair und transparent, Respektvoll und auf Augenhöhe, sowie Begeisternd fortschrittlich (Grundwerteerklärung siehe Anlagen) und zielt darauf ab, unseren Kund\*innen massgeschneiderte Lösungen anzubieten und sie auf Augenhöhe zu beraten. Um mit uns in Kontakt zu treten stehen unseren Kund\*innen verschiedene Wege offen. Kund\*innen haben die Möglichkeit, uns online an 365 Tagen im Jahr zu kontaktieren. Zusätzlich stehen wir

persönlich in unseren Filialen während der Öffnungszeiten zur Verfügung. Außerdem können Kund\*innen unseren Kundenservice außerhalb der Öffnungszeiten telefonisch erreichen.

Die Betreuung von Stammkund\*innen wird durch die Bereitstellung fester Ansprechpartner\*innen für alle Kund\*innen intensiviert. Diese persönliche Betreuung sorgt für eine kontinuierliche Beziehung und ermöglicht es, die individuellen Bedürfnisse und Präferenzen der Stammkund\*innen besser zu verstehen. Durch einen kontinuierlichen Dialog und einen kund\*innenorientierten Service wird angestrebt, die Bindung zu Stammkund\*innen zu stärken und langfristige Kund\*innenbeziehungen zu pflegen.

Laut unserer Kundenumfrage von 2023 finden 95% unserer Kund\*innen die Evenord-Bank eG-KG empfehlenswert. Dieses Feedback ehrt uns und zeigt deutlich, dass sich unsere Kund\*innen bei uns gut betreut fühlen.

## ***2. Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kund\*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?***

Wir stellen sicher, dass der Kundennutzen vor unserem eigenen Umsatzstreben steht, indem wir eine transparente Vergütungsstruktur für unsere Berater\*innen implementiert haben. Insbesondere erfolgt bei uns keine erfolgsabhängige Vergütung der Berater\*innen. Dadurch vermeiden wir, dass individuelle Entlohnungen direkt von den erzielten Umsätzen abhängen, was möglichen Druck zur Umsatzmaximierung und Interessenskonflikte zwischen Berater\*innen und Kund\*innen reduziert.

Im Einklang mit dem genossenschaftlichen Prinzip haben wir während der Negativzinsphase die negativen Zinsen nur sehr restriktiv an unsere Privatkund\*innen weitergegeben. Unsere langjährige Tradition und unser Engagement für die Gemeinschaft stehen im Mittelpunkt unseres Handelns, und wir setzen uns dafür ein, faire und transparente Finanzdienstleistungen anzubieten, die den Bedürfnissen unserer Kund\*innen gerecht werden.

## ***3. In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?***

Unsere Werbung und unser Verkaufsprozess basieren auf unserer Grundwerteerklärung (siehe Anlagen). Zusätzlich geben wir unseren Kunden eine Garantieerklärung (siehe Anlagen). Diese legt fest, dass unsere Kundenberater\*innen Kund\*innen auf Basis unseres Wertegerüsts beraten und der Kundennutzen bzw. die Kundenzufriedenheit im Mittelpunkt der Beratung stehen müssen. Hierbei gilt der Leitsatz "Wir verkaufen nichts, das wir selber nicht verstehen", außerdem nutzen wir grundsätzlich keine Informationsasymmetrien gegenüber unseren Kund\*innen aus. Darüber hinaus haben wir mit unserem e-Prinzip (siehe Anlagen) festgelegt, dass wir nachhaltige Anschaffungen, Projekte und Unternehmen mit günstigeren Konditionen fördern und bestimmte unethische Geschäfte ausschließen (siehe Ausschlusskriterien in den Anlagen zu B3.2).

## ***4. Wie wird auf Kund\*innenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?***

Unser internes Beschwerdemanagement wurde implementiert, um auf die Bedürfnisse und Reklamationen der Kund\*innen einzugehen und sicherzustellen, dass potenzielle Probleme pragmatisch gelöst werden. Wenn Kund\*innen Beschwerden äußern, werden diese ernst genommen, und das Unternehmen setzt sich kurzfristig mit den Kunden in Verbindung. Es

werden konkrete Lösungsansätze erarbeitet und Möglichkeiten zur Klärung des Problems besprochen. Selbst wenn eine Beschwerde als unbegründet erscheint, wird dennoch ein offenes Gespräch gesucht, um mögliche Missverständnisse zu klären. Dabei wird stets zwischen einer einfachen Beschwerde und einer formellen Reklamation unterschieden, um eine angemessene Reaktion sicher zu stellen.

Extern können sich Kund\*innen vertrauensvoll an die Fairness-Stiftung wenden. Hier werden alle Anliegen anonym bearbeitet und an die zuständigen Ansprechpartner der Bank weitergeleitet, um gemeinsam Lösungen zu finden. Darüber hinaus besteht die Möglichkeit einer Meldung bei der BaFin nach dem Wertpapierhandelsgesetz (WpHG). Zudem bildet der Ombudsmann der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken eine weitere unabhängige und neutrale Schlichtungsstelle, an die sich Kund\*innen wenden können.

## Verifizierungsindikatoren

Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

**2023:**

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Marketing allgemein	49.680,60	49,9
Newsletter	684,13	0,69
Printmagazin	18.655,75	18,74
Radiowerbung	9.722,30	21,32
Suchmaschinenmarketing	5.923,22	5,95
Sonstiges	3.396,90	3,4

**2022:**

Maßnahmen	Budget (in €)	Anteil (in %)
Onlinemarketing	4.756,07	9,51
Öffentlichkeitsarbeit	13.898	27,78
Außenwerbung	11.533,82	23,05
Kampagnen/Aktionen	7.046	14,08
Anzeigen	12.801,99	25,59

Fixe Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

**2023:** 100 %

**2022:** 100 %

Umsatzabhängige Bestandteile der Bezahlung von Verkaufsmitarbeitenden

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/ nein?

**2023:** Nein

**2022:** Nein

Es existieren keine Zielvorgaben für einzelne Mitarbeitende, lediglich auf Gesamtbankebene gibt es Umsatzziele.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Steigerung des Bekanntheitsgrads der nachhaltigen Firmenpolitik**

**Verbesserung der Evaluation von Werbemaßnahmen**

**Erarbeitung eines Kundenbetreuungskonzept**

## D1.2 Barrierefreiheit

### Berichtsfragen

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
- Welche benachteiligten Kund\*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kund\*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer\*innen erhalten?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?**

Eine der größten Herausforderungen beim Kauf und der Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen ist die teilweise schwierige Verständlichkeit. Trotz unserer Bemühungen, unsere Produkte so einfach und verständlich wie möglich zu gestalten, sind Finanzthemen naturgemäß abstrakt und schwer greifbar. Zusätzlich können sich bestehende Sprachbarriere, negativ auf eine klare Kommunikation und eine problemlose Nutzung unserer Angebote auswirken.

In Bezug auf den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gibt es keine physischen Hürden. Ein barrierefreier Zugang zur Bank und unseren Geldautomaten ist gewährleistet, um sicherzustellen, dass Kund\*innen ohne Einschränkungen auf die angebotenen Produkte und Dienstleistungen zugreifen können. Dies schließt physische Hürden wie barrierefreie Fahrstühle und die Kennzeichnung der Geldautomaten für Blinde ein, um den Zugang für alle Kund\*innen sicherzustellen, unabhängig von individuellen körperlichen Bedürfnissen.

Kund\*innen die aufgrund von körperlichen oder sonstigen Einschränkungen nicht in unsere Filiale kommen können, können unser digitales Angebot nutzen. Für die Nutzung der digitalen Angebote ist allerdings ein gewisses technisches Verständnis notwendig.

## **2. Welche benachteiligten Kund\*innengruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?**

Wie bereits in unserer Grundwerteerklärung festgelegt, behandeln wir jede Kund\*in respektvoll und auf Augenhöhe. Wir schließen daher keine benachteiligten Kund\*innengruppen als Zielgruppen aus.

## **3. Wie wird benachteiligten Kund\*innen der Zugang und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen erleichtert?**

Um benachteiligten Kund\*innen den Zugang und die Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen zu erleichtern, setzen wir auf eine umfassende Erklärung durch unsere Kundenberater\*innen. Diese sind darauf geschult, eine ausführliche Beratung anzubieten und auf individuelle Bedürfnisse einzugehen. Sie nehmen sich die Zeit, unsere Produkte verständlich zu erklären und sicherzustellen, dass Kund\*innen alle notwendigen Informationen verstehen. Zusätzlich dazu haben wir Servicemitarbeiter\*innen in unserem Team, die verschiedene Fremdsprachen beherrschen. Diese Vielfalt an Sprachkenntnissen ermöglicht es uns, auch Kund\*innen mit Sprachbarrieren effektiv zu unterstützen.

Im Rahmen unseres e-Privatkredit Mensch gewähren wir unseren Kund\*innen außerdem bessere Konditionen, wenn sie Mittel für den (Um-)Bau von Gebäuden oder Autos benötigen. Dies erleichtert es benachteiligten Kund\*innen Gruppen, unsere Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.

## **4. Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer\*innen erhalten?**

Grundsätzlich bieten wir kleineren und gemeinwohlangagierten Unternehmen die gleichen Konditionen und Services wie Großabnehmer\*innen an. Jedoch sind insbesondere Kreditkonditionen auch von der Höhe des Kredits abhängig. Bei größeren Kreditsummen können tendenziell bessere Konditionen gewährt werden, da hierbei anteilig geringere Verwaltungskosten anfallen.

## **Verifizierungsindikatoren**

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund\*innengruppen gekauft wird

Für alle Kundengruppe werden passende Lösungen gesucht und ggf an Kooperationspartner weitervermittelt, daher existieren in diesem Sinne keine benachteiligten Kundengruppen

## Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

Überprüfung der Homepage und des Onlinebanking auf Barrierefreiheit

## D1.3 Negativ-Aspekt: Unethische Werbemaßnahmen

### Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?**

Unsere Werbe- und Verkaufsmaßnahmen sind nach unserem Kenntnisstand weder kritisch noch unethisch und entsprechen unserem Ethikkodex.

#### **2. Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?**

Zusätzlich zu einer informativen Homepage und neutralen Produktinformationen setzen wir auf weitere Werbemaßnahmen, um unsere Kund\*innen zu erreichen. Dazu gehören regelmäßige Newsletter und Social-Media-Beiträge, die relevante Updates, Angebote und Neuigkeiten enthalten. Wir nutzen auch Briefe, um persönliche Kommunikation mit unseren Kund\*innen zu pflegen und Angebote zu präsentieren. Darüber hinaus platzieren wir gezielte Informationen an unseren SB-Automaten, um Kund\*innen direkt vor Ort anzusprechen. Außerdem verteilen wir Flyer und Informationsmaterial in unseren Filialen, um Kund\*innen über aktuelle Angebote, Aktionen und Services zu informieren. Zudem nutzen wir im Bereich der Außendarstellung Plakat, Radio, SEO/SEA, Messen sowie Social media Werbung.

### Verifizierungsindikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische Kampagnen entfallen

**2023:** 100 %

**2022:** 100 %

Anteil der Werbeausgaben, die auf unethische Kampagnen entfallen

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

### D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

#### **Berichtsfragen**

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

#### **Berichtsantwort**

##### **1. Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert, und welche Ziele werden dabei verfolgt?**

Wir kooperieren bereits mit verschiedenen Unternehmen, um unsere Dienstleistungen zu erweitern und unsere Kund\*innen besser zu unterstützen. Insbesondere kooperieren wir eng mit unseren Verbundpartnern der genossenschaftlichen Finanzgruppe wie R&V, BSH und der DZ Bank, sowie mit der Raiba Knoblauchland im Bereich Notfallmanagement. Diese Zusammenarbeit ermöglicht es uns, umfassende Lösungen anzubieten und unseren Kund\*innen in verschiedenen Lebenssituationen optimalen Service zu bieten. Zudem kooperieren wir mit der Evenord eG. Wir verfolgen gemeinsame Ansätze, vermitteln uns gegenseitig Kunden und treten gemeinsam öffentlich auf.

Darüber hinaus nehmen unsere Mitarbeiter\*innen regelmäßig an Workshops, Seminaren und Tagungen der genossenschaftlichen Finanzgruppe teil. Diese Veranstaltungen dienen dazu, aktuelles Fachwissen zu vermitteln und die Kompetenzen der Teilnehmer\*innen zu erweitern. Zudem nehmen unsere jungen Führungskräfte an einem Cross-Mentoring mit anderen Führungskräften in der Region teil. Durch die Zusammenarbeit und den Wissensaustausch können alle Beteiligten von neuen Erkenntnissen und Best Practices profitieren.

## **2. Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?**

Im Berichtszeitraum sind keine spezifischen Kooperationen mit anderen Unternehmen geplant.

## **3. In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?**

Wir teilen Wissen und Informationen mit unseren Partnern der genossenschaftlichen FinanzGruppe. So haben wir unseren Partnern zum Beispiel ein Konzeptpapier zu unserer Wertetaskforce zur Verfügung gestellt, welches als Best-Practice-Beispiel Eingang in den GVB Leitfaden Interne Kommunikation & Externe Kommunikation zur Mitarbeiterbindung & Benefits (siehe Anlagen) gefunden hat. Außerdem stellen wir unseren Firmenkund\*innen unser Fachwissen zur Verfügung.

## **4. Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?**

Wir als Evenord-Bank eG-KG verfolgen wir selbst einen überdurchschnittlichen Standard und versuchen durch die Weitergabe von Best Practices unsere Branche positiv zu beeinflussen. Darüber hinaus ist die Evenord-Bank Teil der genossenschaftlichen FinanzGruppe, die sich kontinuierlich für die Erhöhung der Branchenstandards einsetzt.

### **Verifizierungsindikatoren**

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – in Stunden/ Jahr?

**2023:** 40 Stunden

**2022:** 40 Stunden

Der angegebene Wert ist eine Schätzung

Wie hoch ist der investierte Aufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens – als %-Anteil?

**2023:** 0,08 %

**2022:** 0,09 %

Wie viel Prozent von Zeit/ Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/ erzielt?

**2023:**

<b>Unternehmenskategorie</b>	<b>Aufgewendete Zeit (in Stunden)</b>	<b>Erzielter Umsatz (in €)</b>
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	40	7.000

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	0

**2022:**

Unternehmenskategorie	Aufgewendete Zeit (in Stunden)	Erzielter Umsatz (in €)
Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)	40	7.000
Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen	0	0
Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe	0	0

In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen?

**2023:**

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Nein

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

**2022:**

Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Nein

Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying) – Nein

Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/ sozialen/ qualitativen Branchenstandards – Ja

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

Kommunikation der Gemeinwohl-Bilanz auf der eigenen Website, Social Media Kanälen, Newsletter und Pressemitteilung in der lokal Zeitungen

## D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

### Berichtsfragen

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?

### Berichtsantwort

#### **1. In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?**

Wir zeigen unsere Solidarität und Hilfsbereitschaft in verschiedenen Bereichen. Insbesondere während der Corona-Krise haben wir aktiv reagiert, indem wir unseren Kreditnehmer\*innen die Möglichkeit anboten, die Tilgung ihrer Kredite für ein Jahr auszusetzen. Diese Maßnahme sollte dazu beitragen, finanzielle Belastungen während unsicherer Zeiten zu minimieren und den betroffenen Kreditnehmer\*innen mehr Spielraum geben. Des weiteren stellen wir unsere Fachkenntnisse und Ressourcen zur Verfügung, um durch fachliche Beratung andere Unternehmen zu stärken und mögliche Herausforderungen zu bewältigen.

### Verifizierungsindikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeitendenstunden wurden an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

**2023:**

Unternehmenskategorie	Anzahl der Arbeitskräfte	Mitarbeitendenstunden
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

**2023:**

Unternehmenskategorie	Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0

Wie hoch ist die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen in folgenden Kategorien weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

**2023:**

Unternehmenskategorie	Summe an Finanzmitteln (in €)	Anteil vom Umsatz (in %)	Anteil vom Gewinn (in %)
Weitergegeben an Unternehmen anderer Branchen	0	0	0
Weitergegeben an Unternehmen der gleichen Branche	0	0	0

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## D2.3 Negativ-Aspekt: Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

### Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

## Berichtsantwort

### **1. In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?**

Wir pflegen eine positive Kooperationen mit verschiedenen Unternehmen. Unabhängig von der Größe oder Dauer der Zusammenarbeit ist stets ein Geist von Respekt, Transparenz und Fairness präsent. Wir haben keinerlei Hinweise darauf, dass unsere Aktivitäten andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen könnten. Die Wahrscheinlichkeit hierfür schätzen wir aufgrund unserer geringen Marktanteile als gering ein.

### **2. Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern, und wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?**

Die Eroberung von Marktanteilen ist für uns nicht vorrangig, und wir streben nicht aktiv danach, Marktführer zu werden. Stattdessen liegt unser Fokus auf einem nachhaltigen und gesunden Wachstum. Wir verfolgen das Ziel, organisch zu wachsen, ohne zwanghaft eine dominierende Marktposition anzustreben. Dabei steht die Qualität unserer Dienstleistungen im Vordergrund, und wir achten darauf, dass das Wachstum im Einklang mit unseren Unternehmenswerten und der langfristigen Stabilität steht.

## Verifizierungsindikatoren

Findet ein wertender Vergleich (besser/ schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?

**2023:** Nein

**2022:** Nein

Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?

**2023:** Nein

**2022:** Nein

Werden geheime/ verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?

**2023:** Nein

**2022:** Nein

Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund\*innen oder Produzent\*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

**2023:** Nein

**2022:** Nein

Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/ Forschung/ Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

**2023:** Nein

2022: Nein

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

### D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)

#### Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

#### Berichtsantwort

##### ***1. Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?***

Wir sind uns der ökologischen Auswirkungen der Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen bewusst. Grundsätzlich sind unsere Dienstleistungen so gestaltet, dass sie geringe ökologische Auswirkungen haben. Für einige unserer Produkte wird aufgrund gesetzlicher Vorgaben oder Kundenwünschen Papier verwendet. Dessen Herstellung und Entsorgung belastet die Umwelt. Wir setzen daher weitestgehend zertifiziert nachhaltiges Papier ein. Trotz der Verwendung des umweltfreundlicheren Kunststoffes PLA für Bankkarten sind wir uns bewusst, dass diese aufgrund ihrer Magnetstreifen und Chips nach Gebrauch zu Elektronikschrott werden. Im Zusammenhang mit Präsenzterminen erkennen wir an, dass Kund\*innen für die Wahrnehmung solcher Termine Anreisen zurücklegen müssen. Da unsere Kunden überwiegend aus der Region kommen, halten sich die Anfahrtswege in Grenzen. Die ökologischen Auswirkungen können dabei je nach gewähltem Verkehrsmittel variieren. Die ökologischen Auswirkungen der von uns vergebenen Firmenkredite erfassen wir durch ein ESG-Rating.

## **2. Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?**

Die ökologischen Auswirkungen unserer Produkte sind schwer zu ermitteln. Sie sind stark von den individuellen Kundenwünschen abhängig, zum Beispiel in Bezug auf die Papiernutzung. Wir verwenden und empfehlen bereits, wo immer möglich, umweltfreundlichere digitale Angebote. Wir können jedoch nicht vollständig auf digitale Angebote umstellen, um unser Angebot auch für Menschen ohne technisches Verständnis offen zu halten.

Der für unsere Bankkarten verwendete PLA Kunststoff ist bereits umweltfreundlicher als herkömmliches PVC, belastet in der Herstellung und Entsorgung jedoch auch die Umwelt.

## **3. Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?**

Um die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen entstehen, zu reduzieren, setzen wir auf gezielte Strategien und Maßnahmen. Insbesondere fördern wir aktiv die Verwendung digitaler Angebote und empfehlen diese, wo immer es möglich ist. Diese digitale Ausrichtung ermöglicht nicht nur eine effizientere Interaktion mit den Kund\*innen, sondern trägt auch dazu bei, den Papierverbrauch zu minimieren und den ökologischen Fußabdruck zu verringern.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Angebot digitaler Kundentermine, um die Notwendigkeit von physischen Anreisen zu vermeiden. Durch die Bereitstellung von virtuellen Meetings und Videokonferenzen ermöglichen wir es unseren Kund\*innen, bequem von ihrem Standort aus an Besprechungen teilzunehmen. Diese Maßnahmen tragen nicht nur zur Reduzierung von Reisezeit und -kosten bei, sondern unterstützen auch aktiv die Minimierung der Umweltauswirkungen im Zusammenhang mit Kundenreisen. Teil unserer Strategie ist es außerdem, hauptsächlich regionale Kund\*innen zu betreuen, was für kurze Anfahrtswege sorgt.

Um die Kund\*innen zu ökologischeren Investitionen zu ermutigen, werden ihre Interessen in diesem Bereich im Beratungsgespräch explizit abgefragt. Darüber hinaus bieten wir nach Möglichkeit nur nachhaltige Fonds an.

## **4. Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?**

Zur Reduzierung ökologischer Auswirkungen in Bezug auf die Nutzung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen haben wir in unserer Geschäftsstrategie Maßnahmen implementiert. Ein wichtiger Schwerpunkt liegt dabei auf der Steigerung des Anteils digitaler Nutzung unserer Produkte. Dadurch möchten wir unseren Ressourcenverbrauch senken.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

## **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

### **Bankkarten aus Holz**

**Ausschließliche Verwendung von zertifiziert nachhaltigem Papier (auch bei Flyern etc.)**

zB FSC Siegel, Blauer Engel etc.

### **Kompensation von Emissionen**

### **Fortsetzung der Digitalisierungsstrategie**

### **ESG Rating Einbezug in PD Rating**

## **D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)**

### **Berichtsfragen**

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?
- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund\*innen und Konsument\*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

### **Berichtsantwort**

#### **1. Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?**

Die Idee der Suffizienz bzw. einer maßvollen Nutzung ist integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells. Durch die Förderung einer maßvollen Nutzung tragen wir nicht nur zur finanziellen Stabilität unserer Kund\*innen bei, sondern auch zur Schonung von Ressourcen und zur Reduzierung von potenziellen negativen Auswirkungen auf die Umwelt. So fördern wir beispielsweise ökologische und soziale Anschaffungen, Projekte und Unternehmen mit günstigeren Konditionen. So würde beispielsweise die Finanzierung eines Elektroautos zu einem um 0,5 Prozentpunkte günstigeren Zinssatz erfolgen als die eines Autos mit konventionellem Verbrennungsmotors. Dies reflektiert unser Bestreben, nicht nur wirtschaftlichen Erfolg zu erzielen, sondern auch soziale und ökologische Verantwortung zu übernehmen, um eine nachhaltige und langfristige Wertschöpfung zu gewährleisten.

Wir streben eine nachhaltige Partnerschaft mit unseren Kund\*innen an, bei der die verantwortungsbewusste und maßvolle Nutzung unserer Dienstleistungen im Mittelpunkt steht. Diese Ausrichtung ergibt sich aus unserem eigenen Interesse, da eine verantwortungsbewusste Nutzung der angebotenen Produkte und Dienstleistungen sicherstellt, dass Kreditnehmer\*innen langfristig ihren Verpflichtungen nachkommen können.

## **2. Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?**

Seit der Bewerbung um den Ludwig-Erhard-Preis 2016 findet in unserem Unternehmen eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema Suffizienz statt. Im Bereich der ökologischen Suffizienz arbeiten wir kontinuierlich daran, unseren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern, indem wir beispielsweise verstärkt auf Online-Lösungen wie das elektronische Postfach oder digitale Unterschriftenpads setzen. Diese Online-Lösungen sparen Papier und damit wertvolle Ressourcen.

## **3. Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?**

Unsere Kundenberater\*innen versuchen stets, unsere Kund\*innen zu einem suffizienten Konsum zu motivieren, z.B. durch günstigere Kreditkonditionen für nachhaltige Anschaffungen, Projekte und Unternehmen (siehe e-Prinzip in den Anlagen zu D1.1). Letztlich ist es die verantwortungsvolle Freiheit der Kund\*innen, über die Verwendung ihrer Mittel selbst zu entscheiden.

## **4. Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?**

Insgesamt sind unsere Produkte und Dienstleistungen auf eine maßvolle Nutzung ausgerichtet. Unser Ziel ist immer eine nachhaltige und sinnvolle Lösung im Sinne des Kunden. Auf Basis unseres e-Prinzips haben wir außerdem den e-Privatkredit Umwelt, den e-Privatkredit Mensch und die e-Baufinanzierung entwickelt. Damit fördern wir explizit eine maßvolle Nutzung durch vergünstigte Konditionen für besonders suffiziente Projekte.

## **5. Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kund\*innen und Konsument\*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?**

Unsere Kommunikation mit Kund\*innen und Konsument\*innen zielt in hohem Maße darauf ab, die Förderung von maßvoller Nutzung zu unterstützen. Wir legen großen Wert auf Transparenz und Offenheit und stellen umfassende Informationen zur Verfügung, um bewusste Konsumententscheidungen zu erleichtern. Unsere Maßnahmen umfassen detaillierte Produktinformationen, die die nachhaltige und schonende Nutzung fördern. In Beratungsgesprächen mit unseren Kund\*innen wirken wir immer auf eine maßvolle Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen hin. Zudem führen wir Aufklärungskampagnen durch, die auf die Bedeutung von verantwortungsbewusstem Konsum hinweisen und praktische Tipps zur Reduktion von Überkonsum geben. Regelmäßige Veröffentlichungen auf unseren Kommunikationskanälen behandeln Themen wie Umweltschutz, Ressourcenschonung und soziale Verantwortung. Darüber hinaus initiieren wir Programme, die unsere Kund\*innen dazu ermutigen, unsere Produkte sinnvoll und effizient zu nutzen, was positive Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft hat. Durch diese Maßnahmen möchten wir sicherstellen, dass unsere Kund\*innen und Konsument\*innen gut informiert sind und unsere Produkte auf eine Weise nutzen können, die sowohl ihren Bedürfnissen als auch den Anforderungen der Nachhaltigkeit gerecht wird.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## D3.3 Negativ-Aspekt: Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

### **Berichtsfragen**

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?

### **Berichtsantwort**

#### ***1. In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?***

Es sind keine Bereiche bekannt, in denen eine übermäßige Nutzung durch Preisgestaltung, Anreizsysteme oder geplante Obsoleszenz gefördert oder bewusst in Kauf genommen wird. Im Gegenteil, bei der Kreditvergabe legen wir explizit etwas höhere Lebenshaltungskosten zugrunde, um eine übermäßige Nutzung zu verhindern. Unsere Priorität liegt darin, verantwortungsvoll mit unseren Produkten und Dienstleistungen umzugehen und sicherzustellen, dass sie nachhaltig genutzt werden.

#### ***2. Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?***

Im Allgemeinen tragen unsere Produkte nicht dazu bei, dass globale Belastungsgrenzen überschritten werden. Eine Ausnahme bildet die sogenannte Goldkarte, welche spezielle Vergünstigungen für Reisen, Kreuzfahrten und ähnliche Angebote ermöglicht. Durch dieses Produkt besteht potenziell ein Anreiz für Kund\*innen, mehr zu reisen, was je nach Umfang zu einer Überschreitung der globalen Belastungsgrenzen führen kann.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

# D4 Kund\*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

## D4.1 Kund\*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

### Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund\*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund\*innen entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kund\*innen eingeräumt, und wie wird darüber kommuniziert?**

Um den Kund\*innen konkrete Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte einzuräumen, werden regelmäßig Kundenbefragungen durchgeführt und Kund\*innen haben jederzeit die Möglichkeit uns auf der Plattform gute-banken zu bewerten. Beispielsweise wurde mit Hilfe unserer Kund\*innen das e-Prinzip erarbeitet. Mit dem e-Prinzip prüfen und lenken wir die Auswirkungen unserer Geschäfte auf Mensch, Umwelt und Wirtschaft bewusst nach den Vorstellungen unserer Kund\*innen sowie unserer Mitarbeiter\*innen. Unter bestimmten, mit unseren Kund\*innen erarbeiteten Voraussetzungen, finanzieren wir Anschaffungen, Projekte und Unternehmen aus den Bereichen Mensch, Umwelt und regionale Wirtschaft mit günstigeren Konditionen, bieten besondere Anlage- und Sparprodukte an, die Gutes möglich machen, und beraten Kund\*innen nur bei solchen Produkten aktiv, die wir als sinnvoll und ausreichend transparent erachten. Unser e-Prinzip enthält neben Fördermöglichkeiten auch Ausschlusskriterien Für sie Ausschlusskriterien unserer Geschäftstätigkeit haben wir unsere Kund\*innen sowie unsere Mitarbeiter\*innen befragt. Dabei wurden übereinstimmende Bereiche identifiziert, in denen die Befragten aufgrund ihrer Wertevorstellungen keine Wertpapieranlagen tätigen würden. Wir haben uns sämtliche Bereiche, die eine mehrheitliche Ablehnung erfahren haben, zu eigen gemacht und daraus unsere Ausschlusskriterien entwickelt (Ausschlusskriterien siehe Anlagen zu B3.2). Dieser Ansatz stärkt nicht nur das Vertrauen der Kund\*innen, sondern trägt auch dazu bei, eine nachhaltige und gemeinschaftliche Entscheidungsfindung zu fördern.

Darüber hinaus bieten wir unseren Kund\*innen dauerhaft (365 Tage im Jahr) die Möglichkeit, eine Kundenstimme zu hinterlassen. Einen Link zur Kundenstimme bieten wir beispielsweise über die Unterschrift, auf unserer Website sowie in jedem Beratungsraum an. Hier haben Kunden die Möglichkeit, ihren Berater, die Bank und vieles mehr zu bewerten und ein Feedback zu hinterlassen.

## **2. Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund\*innen entwickelt?**

Wie bereits bei der vorangegangenen Frage erläutert, wurde unser e-Prinzip zusammen mit unseren Kund\*innen entwickelt. So werden nachhaltige Vorhaben unterstützt.

## **3. Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?**

Das Ziel unserer Marktforschung besteht darin, Einblicke in die tatsächliche Nachfrage und Akzeptanz von Produkten bei den Kund\*innen zu gewinnen. Durch die Marktforschung möchten wir herausfinden, welche Produkte wirklich nachgefragt werden und welche von den Kund\*innen angenommen werden. Dies ermöglicht es uns, unsere Produktentwicklungs- und Marketingstrategien besser auf die Bedürfnisse und Präferenzen der Zielgruppe auszurichten.

Ein weiteres Ziel unserer Marktforschung ist die Untersuchung der Kommunikationskanäle, die von Kund\*innen wahrgenommen und bevorzugt werden. Diese Erkenntnisse sind entscheidend, um eine effektive und zielgerichtete Kommunikation mit den Kund\*innen sicherzustellen.

## **Verifizierungsindikatoren**

Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kund\*innen entstanden sind

Ausschlusskriterien werden bei allen eigenen Produkten/Dienstleistungen geprüft

Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kund\*innen entstanden sind

**2023:** 0

**2022:** 0

## **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

## **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## **D4.2 Produkttransparenz**

### **Berichtsfragen**

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?

- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

## Berichtsantwort

### **1. Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?**

Wir legen großen Wert darauf, dass unsere Kund\*innen vollständige und verständliche Informationen über unsere Produkte erhalten. Durch die Einhaltung strenger rechtlicher Vorschriften zur Transparenz stellen wir sicher, dass unsere Kund\*innen fundierte Entscheidungen treffen können und ein hohes Maß an Vertrauen in unsere Produkte und Dienstleistungen haben. Hierzu trägt auch unsere fundierte und an unseren Grundwerten (Siehe Anlagen zu D1.1) orientierte Beratung bei.

### **2. Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?**

Als Finanzdienstleister bieten wir keine physischen Produkte an. Unsere Bankkarten sind das einzige physische Angebot. Auf Kundenanfrage kann ein Infoblatt zu den enthaltenen Materialien (PLA Kunststoff) ausgehändigt werden.

### **3. Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?**

Im Finanzdienstleistungsbereich existiert keine klassische Wertschöpfungskette. Alle Preisbestandteile unserer Finanzprodukte werden offen ausgewiesen. Bei variabel verzinsten Produkten wird der Zinssatz an den Euribor bzw. den entsprechenden Referenzzinssatz angepasst. Zinsänderungen werden im Preisaushang ausgewiesen und den betroffenen Kunden mitgeteilt.

### **4. Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?**

Uns ist bewusst, dass durch die Nutzung unserer Dienstleistung sozioökologische Belastungen verursacht werden können. Hierzu zählen einerseits die von uns direkt verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen als auch sozioökologische Belastungen die bei unseren Kund\*innen entstehen. Letztere versuchen wir bereits durch unseren e-Ethikfilter zu minimieren indem wir besonders sozioökologisch belastende Geschäfte nicht eingehen. Durch die Nutzung eines ESG-Ratings bei der Vergabe von Krediten an Firmenkunden versuchen wir außerdem einen besseren Überblick über unsere sozioökologischen Belastungen zu bekommen. Langfristig sollen so die sozioökologischen Belastungen internalisiert werden.

## Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes)

Es werden nur Dienstleistungen angeboten.

Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes)

**2023:** 100 %

**2022:** 100 %

#### Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

**2023:**

Über das Ausmaß der externalisierten Kosten, insbesondere durch CO<sub>2</sub>-Emissionen können wir aktuell noch keine Auskunft geben. Für 2024 planen wir die Berechnung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks.

**2022:**

Über das Ausmaß der externalisierten Kosten, insbesondere durch CO<sub>2</sub>-Emissionen können wir aktuell noch keine Auskunft geben. Für 2024 planen wir die Berechnung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks.

#### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

#### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## D4.3 Negativ-Aspekt: Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

### Berichtsfragen

- Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund\*innen oder die Umwelt?
- Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?

### Berichtsantwort

#### **1. Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kund\*innen oder die Umwelt?**

Wie bereits dargelegt bieten wir hauptsächlich Dienstleistungen an. Lediglich die von uns ausgegebenen Bankkarten und das von uns ausgegebene Informations- und Werbematerial könnten potenziell schadstoffbelastet sein. Unsere Bankkarten aus PLA Biokunststoff sind schadstofffrei. PLA (Polymilchsäure) ist ein Biokunststoff, der aus nachwachsenden Rohstoffen wie Maisstärke hergestellt wird. Im Allgemeinen ist PLA biologisch abbaubar und umweltfreundlicher als herkömmliche Kunststoffe.

#### **2. Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?**

Uns sind keine schädlichen Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung unserer Produkte bekannt.

## Verifizierungsindikatoren

Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchsrisiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes)

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## E Gesellschaftliches Umfeld

### E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

#### Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

#### Berichtsantwort

**1. Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe weiterführende Informationen) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?**

Finanzdienstleistungen sind sehr abstrakte Produkte, welche Grundbedürfnisse sie erfüllen, hängt sehr stark davon ab, wofür unsere Kund\*innen ihre finanziellen Mittel verwenden. Alle unsere Produkte bieten unseren Kund\*innen finanzielle Sicherheit und bestärken sie in ihrer

Autonomie und Freiheit, tragen also zu den Grundbedürfnissen 2. Schutz/Sicherheit und 9. Freiheit/Autonomie bei. Mit unseren Baufinanzierungen tragen wir dazu bei, die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Kund\*innen zu fördern (1.

Lebenserhaltung/Gesundheit/Wohlbefinden). Mit unseren Basis- und Girokonten sowie unseren e-Produkten Mensch tragen wir darüber hinaus dazu bei, dass alle Menschen unabhängig von ihrem Einkommen oder körperlichen Einschränkungen am gesellschaftlichen Leben teilhaben können, dies entspricht Grundbedürfnis 5.

Teilnehmen/Geborgenheit. Mit unseren Sparprodukten verschaffen wir unseren Kund\*innen zusätzliche finanzielle Mittel, die sie für Grundbedürfnis 6. Freizeit und Erholung, zum Beispiel in Form eines Urlaubs, einsetzen können. Unsere Kund\*innen können die Mittel aber auch für andere Freizeitaktivitäten und Leidenschaften nutzen, was ihnen 7. kreatives Schaffen und 8. Identität/Sinn ermöglichen kann.

***2. Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte und Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?***

Unsere Finanzprodukte sind keine Luxusgüter. Obwohl unsere Finanzprodukte auch für den Kauf von Luxusgütern verwendet werden können, versuchen wir, wo immer möglich, auf unsere Kund\*innen einzuwirken, unsere Finanzprodukte nur in einem nachhaltigen Rahmen zu verwenden. Letztlich liegt es aber in der Verantwortung jedes Einzelnen, seine finanzielle Freiheit verantwortungsvoll zu nutzen und seine Ausgaben nach den eigenen Werten und Prioritäten zu steuern.

***3. In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?***

Unsere Produkte bieten unseren Kund\*innen finanzielle Sicherheit. Durch die Möglichkeit, Geld sicher anzulegen und zu sparen, tragen wir zu einer Verringerung des finanziellen Stresses bei. Dies fördert die psychische Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Kund\*innen.

Unsere Baufinanzierung fördert persönliches Wachstum und Gesundheit auf vielfältige Weise. Sie schafft Wohnsicherheit und Stabilität, fördert finanzielle Bildung und Disziplin sowie ein gesundes Lebensumfeld. Durch individuelle Gestaltung des Wohnraums und den Einsatz umweltfreundlicher Technologien -welche wir mit der e-Baufinanzierung Umwelt speziell fördern- steigert sie die Lebensqualität und fördert das Gemeinschaftsgefühl. Langfristig bietet sie finanzielle Sicherheit und dient oft als Teil der Altersvorsorge. Der Erwerb eines Eigenheims erfüllt persönliche Ziele, stärkt das Selbstwertgefühl und bietet Autonomie. Zudem fördert sie den Einsatz nachhaltiger Bautechniken, was die Umwelt schont und ein gesünderes Wohnen ermöglicht.

Mit unserer e-Baufinanzierung Mensch und unserem e-Privatkredit Mensch fördern wir beispielsweise den behindertengerechten Bau und Umbau von Gebäuden und Fahrzeugen sowie die Anschaffung von notwendigen Hilfsmitteln. Damit ermöglichen wir Menschen mit Behinderung unter anderem den Verbleib in den eigenen vier Wänden und steigern ihre Lebensqualität. Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden günstige Konditionen bei der Finanzierung notwendiger Operationen, Therapien und Rehabilitationsmaßnahmen. So ermöglichen wir den Menschen, notwendige Gesundheitsleistungen in Anspruch zu nehmen. Auch die Aus- und Weiterbildung von Menschen, wie zum Beispiel Auslandssemester oder

Umschulungen, fördern wir mit günstigen Konditionen. Durch Bildung können Menschen ihre Fähigkeiten weiterentwickeln und ihr persönliches Potenzial besser ausschöpfen.

#### **4. Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?**

Die Produkte und Dienstleistungen unserer Bank leisten einen wichtigen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Probleme, indem sie finanzielle Sicherheit, wirtschaftliches Wachstum und soziale Teilhabe fördern. Diese Unterstützung findet in verschiedenen Bereichen statt und steht im Einklang mit den Zielen für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs). Im Geschäftsleben fördern unsere Dienstleistungen für unsere Firmenkunden das Wirtschaftswachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen. Indem wir kleine und mittlere Unternehmen (KMU) unterstützen, tragen wir zu wirtschaftlicher Stabilität und lokalem Wohlstand bei. Dies entspricht SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum und SDG 1: Keine Armut, da wir nachhaltiges Wirtschaftswachstum und produktive Vollbeschäftigung fördern. Darüber hinaus engagieren wir uns für die Umwelt durch unsere e-Produkte wie e-Baufinanzierung und e-Privatkredit. Damit fördern wir nachhaltige Projekte und grüne Technologien mit besseren Konditionen und tragen so zum SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz bei. Unsere nachhaltigen Finanzprodukte ermöglichen es unseren Kundinnen und Kunden, umweltfreundliche Projekte zu finanzieren und so einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Unsere E-Produkte tragen auch zu SDG 10: Ungleichheit verringern und zu SDG 4: Hochwertige Bildung bei, da wir Hilfsmittel für Menschen mit Behinderungen oder notwendige behindertengerechte Umbauten sowie Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen mit günstigeren Konditionen fördern.

#### **Verifizierungsindikatoren**

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Grundbedürfnisse

**2023:** 100 %

**2022:** 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für erfüllte Bedürfnisse nach Statussymbolen bzw. Luxus

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Menschen

**2023:** 3,35 %

**2022:** 4,04 %

Der angegebene Prozentsatz beinhaltet unsere Kinder- und Jugendkonten, unsere Vereinskonten sowie unsere e-Produkte Mensch.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Entwicklung der Erde/ Biosphäre

**2023:** 2,96 %

**2022:** 2,87 %

Der angegebene Prozentsatz beinhaltet unsere e-Produkte Umwelt.

Anteil in % des Gesamtumsatzes zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme laut UN-Entwicklungszielen

**2023:** 100 %

**2022:** 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Mehrfachnutzen bzw. einfachem Nutzen

**2023:** 100 %

**2022:** 100 %

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit hemmendem bzw. Pseudo-Nutzen

**2023:** 12,02 %

**2022:** 13,72 %

Der angegebene Prozentsatz beinhaltet unsere Firmenkonten und -kredite, da diese indirekt zu CO2-Emissionen führen können.

Anteil in % des Gesamtumsatzes für Produkte/ Dienstleistungen mit Negativ-Nutzen

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

### Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

## Berichtsantwort

### **1. In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?**

Unsere Produkte und Dienstleistungen leisten einen wichtigen Beitrag, um Gemeinschaften im Privat- und Geschäftsleben zu stärken, indem sie finanzielle Sicherheit schaffen, wirtschaftliches Wachstum und soziale Teilhabe fördern. Diese Unterstützung findet in verschiedenen Bereichen statt und leistet einen wichtigen Beitrag zur allgemeinen Entwicklung. Im Geschäftsleben fördern unsere Dienstleistungen für Firmenkunden das Wirtschaftswachstum und die Schaffung von Arbeitsplätzen. Indem wir kleine und mittlere Unternehmen (KMU) unterstützen, tragen wir zu wirtschaftlicher Stabilität und lokalem Wohlstand bei. Darüber hinaus engagieren wir uns mit unseren e-Produkten wie der e-Baufinanzierung und dem e-Privatkredit für die Umwelt. Damit fördern wir nachhaltige Projekte und grüne Technologien mit besseren Konditionen und unterstützen so den Klimaschutz. Unsere nachhaltigen Finanzprodukte ermöglichen es unseren Kundinnen und Kunden, umweltfreundliche Projekte zu finanzieren und einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Mit unseren e-Produkten tragen wir auch zum Abbau von Ungleichheiten bei, indem wir Hilfsmittel für Menschen mit Behinderungen oder notwendige behindertengerechte Umbauten sowie Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen mit günstigeren Konditionen fördern.

### **2. Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?**

Unsere Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreichen eine Vielzahl von Interessengruppen durch diverse Maßnahmen. Unsere Gebäude bieten dem umliegenden Umfeld essenzielle Dienstleistungen wie Nahversorgung und Physiotherapie, wodurch wir die lokale Infrastruktur stärken und die Lebensqualität der Anwohner verbessern. Durch gezielte Marketing- und Werbekampagnen betonen wir unsere nachhaltige Ausrichtung und die Bedeutung sozial und umweltverträglicher Geldanlagen. Über unsere Social-Media-Kanäle informieren wir regelmäßig über unsere nachhaltigen Angebote, um eine breite Öffentlichkeit zu erreichen. Radiospots dienen dazu, ein breites Publikum auf unsere Dienstleistungen aufmerksam zu machen. Pressemitteilungen werden genutzt, um wichtige Neuigkeiten und Entwicklungen bekannt zu geben. Zusätzlich engagieren wir uns regelmäßig für die Unterstützung von Vereinen durch Spenden, was den Zusammenhalt in der Gemeinschaft fördert und wichtige soziale und kulturelle Initiativen unterstützt.

### **3. Was bewirken die Maßnahmen konkret – vom Wissen über Einstellungsänderung über eine Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?**

Die implementierten Maßnahmen haben verschiedene konkrete Auswirkungen auf die Gemeinschaft. Durch Bildungs- und Informationsveranstaltungen wird das Bewusstsein für bestimmte Themen wie umweltfreundliches Bauen und nachhaltige Geldanlage gesteigert. Dies führt zu einem zunehmenden Wissen und Verständnis innerhalb der Gemeinschaft über diese wichtigen Angelegenheiten.

Das Engagement und die Investitionen in lokale Projekte fördern eine positive Einstellung gegenüber dem Unternehmen. Die direkte Beteiligung an Initiativen, die das Gemeinwesen unterstützen, stärkt das Vertrauen und die Verbundenheit der Menschen.

Die Gemeinwesenarbeit kann zudem zu einer aktiveren Beteiligung der Gemeinschaft an Projekten und Initiativen führen. Indem die Menschen sich an lokalen Veranstaltungen und

Projekten beteiligen, werden sie motiviert, selbst einen Beitrag zu leisten und sich für positive Veränderungen einzusetzen.

Langfristige Unterstützungsprogramme können schließlich nachhaltige Lebensstiländerungen in der Gemeinschaft fördern. Durch kontinuierliche Unterstützung und Aufklärung können langfristige Verhaltensänderungen angeregt werden, die zu einem gesünderen und nachhaltigeren Lebensstil führen.

### Verifizierungsindikatoren

Art und Anzahl der Aktivitäten/ Maßnahmen pro Jahr

**2023:**

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Newsletter	12
LinkedIn Posts	50

**2022:**

Aktivitäten/ Maßnahmen	Anzahl pro Jahr
Beratungsgespräche	3.124
Newsletter	12
LinkedIn	50

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um Durchschnittswerte.

Anzahl der erreichten Menschen, z.B. Leser\*innen, Besucher\*innen

**2023:** 1.536

**2022:** 1.536

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um die durchschnittliche monatliche Anzahl der Aufrufe unserer Website, der Impressionen unserer LinkedIn-Beiträge sowie der Leser\*innen unseres Newsletters.

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

GWÖ Veranstaltung nach Audit um Zertifizierung nach außen zu kommunizieren

**Kommunikation der Gemeinwohl-Bilanz auf der eigenen Website, Social Media Kanälen, Newsletter und Pressemitteilung in der lokal Zeitungen**

## E1.3 Negativ-Aspekt: Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

### Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?**

Seit 2015 haben wir als Evenord-Bank eG-KG in Zusammenarbeit mit unseren Kund\*innen und Mitarbeiter\*innen klare Kriterien für Geschäfte definiert, die wir nicht eingehen. Mit diesen Ausschlusskriterien (siehe Anlagen zu B3.2) versuchen wir aktiv, unsere negativen Auswirkungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen zu reduzieren. Wir erkennen an, dass unsere Geschäftstätigkeit direkte und indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen verursacht, die negative Auswirkungen auf Lebewesen haben können. Als Finanzdienstleister stellen wir unseren Kund\*innen zudem finanzielle Mittel zur Verfügung, die diese potenziell für Dinge ausgeben können, die als menschenunwürdig eingestuft werden.

#### **2. Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?**

Uns ist kein Bereich bekannt, in dem wir die Freiheit von Menschen einschränken. In Bezug auf die Biosphäre erkennen wir an, dass unsere Geschäftstätigkeit direkte und indirekte CO<sub>2</sub>-Emissionen verursacht, die negative Auswirkungen haben können.

### Verifizierungsindikatoren

Als menschenunwürdig eingestufte Produkte und Dienstleistungen

**2023:**

Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

Kund\*innenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben

**2023:** 11,18 %

**2022:** 11,18 %

Da die diesem Indikator zugrundeliegende Analyse sehr umfangreich ist und sich unser Kund\*innenstamm innerhalb von zwei Jahren nicht wesentlich verändert, haben wir auf eine separate Berechnung für 2022 und 2023 verzichtet.

Die meisten der genannten unethischen Produkte und Dienstleistungen sind durch unsere Ausschlusskriterien abgedeckt, d.h. wir gehen in diesen Bereichen keine Geschäfte ein. Als Bank, die ihre Wurzeln in der Einkaufs- und Verwertungsgenossenschaft der nordbayerischen Fleischer hat, haben wir jedoch viele Kund\*innen, die konventionelle tierische Produkte herstellen und verkaufen, was einen Großteil des angegebenen Prozentsatzes erklärt.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## E2 Beitrag zum Gemeinwesen

### E2.1 Steuern und Sozialabgaben

#### **Berichtsfragen**

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?
- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?
- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

#### **Berichtsantwort**

##### ***1. Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z.B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?***

Wir als Evenord-Bank eG KG tragen durch verschiedene direkte materielle Beiträge wesentlich zur Sicherung des Gemeinwesens bei. Im Jahr 2023 leisteten wir Gewerbesteuern in Höhe von 445.840,04 €, während im Jahr 2022 168.223,49 € gezahlt wurden. Zusätzlich wurden im Jahr 2023 sonstige Steuern (Grundsteuer, Kfz-Steuer, Umsatzsteuer) in Höhe von 16.310,15 € entrichtet, im Vergleich zu 19.311,10 € im Jahr 2022.

Ein weiterer bedeutender Beitrag zur sozialen Sicherheit erfolgt durch die Sozialabgaben und Leistungen zur Altersvorsorge. Im Jahr 2023 beliefen sich die Sozialabgaben auf 382.500,52 €, davon entfielen 15.163,61 € auf die Altersvorsorge. Im Jahr 2022 lagen die Sozialabgaben bei 824.035,35 €, wobei 496.153,63 € für die Altersvorsorge aufgewendet wurden.

Durch diese finanziellen Leistungen unterstützt die Evenord-Bank eG-KG direkt die öffentliche Hand und trägt zur sozialen Absicherung ihrer Mitarbeiter bei.

## **2. Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z.B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?**

Wir haben im Berichtszeitraum keine direkte materielle Unterstützung vom Gemeinwesen erhalten.

## **3. Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?**

Unsere indirekten materiellen Beiträge zum Gemeinwesen in Form von Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträgen der Mitarbeiter\*innen belief sich im Jahr 2023 auf 360.893,31 € und im Jahr 2022 auf 292.667,01€.

### **Verifizierungsindikatoren**

#### **Erlöse**

**2023:** 8.854.000 €

**2022:** 6.544.000 €

#### **Abgaben**

**2023:** 1.465.046,41 €

**2022:** 1.351.034,90 €

Angegeben ist die Summe aus Gewerbesteuer, abgeführter Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträgen.

#### **Subventionen**

**2023:** 0 €

**2022:** 0 €

Wir haben im Berichtszeitraum keine Subventionen und Förderungen erhalten.

#### **Wertschöpfung**

**2023:** 5.522.948,69 €

**2022:** 3.419.889,72 €

Angegeben ist die Summe aus Löhnen und Gehältern, Sozialabgaben, Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit und außerordentlichen Erträgen. Alle Zahlen sind unserer Gewinn- und Verlustrechnung entnommen.

## Netto-Abgabenquote

**2023:** 26,53 %

**2022:** 39,51 %

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

## E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

### Berichtsfragen

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

### Berichtsantwort

**1. Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)?**

Organisation	Spende 2022	Spende 2023
Bayerische Rotes Kreuz	1250	300
Diakoneo		60
Heinzelmannchen für OHA e.V	500	
Historischer Verein Bay.Gen. eV	160	160
Laptops for Future	500	
Spendenkonto Freundes- und Förderkreis STAPF		300
Stadion Nürnberg Betriebs - GmbH (Spende Adventssingen)		500

Organisation	Spende 2022	Spende 2023
Stadtmission Nürnberg e.V.	500	
Tierschutzverein Nürnberg-Fürth und Umgebung e.V.	250	250
Zeit für Ethik e.V.	150	150

## **2. Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?**

Wir sind eine regionale Bank, die sich dem Wohlergehen und der Entwicklung unserer Region verpflichtet fühlt. Unser Engagement richtet sich stets nach den Bedürfnissen unserer Gemeinschaft, und wir unterstützen Projekte und Initiativen, wo immer ein Bedarf besteht und wir die Möglichkeit haben, einen positiven Beitrag zu leisten.

Bei der Bewertung des Eigennutzens dieser Maßnahmen im Verhältnis zum gesellschaftlichen Nutzen ist festzuhalten, dass unser primäres Ziel darin besteht, das Gemeinwohl zu fördern. Der direkte Nutzen für uns als Bank ist dabei eher gering. Abgesehen von einer Pressemitteilung, die wir auf unseren Kommunikationskanälen wie unserer Webseite und in den sozialen Medien veröffentlichen, liegt unser Fokus hauptsächlich auf den positiven Auswirkungen, die unsere Unterstützung auf die Region hat.

## **3. Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?**

Wir hoffen natürlich, mit unserem Beitrag eine Hilfe zu leisten und nicht nur symptomatische Behandlungen zu lindern. Unsere freiwilligen Aktivitäten zielen darauf ab, nachhaltige Veränderungen zu bewirken, die langfristig das Wohlergehen und die Lebensqualität in unserer Region verbessern. Durch gezielte Projekte und Initiativen möchten wir tiefgreifende und dauerhafte positive Effekte erzielen, die über kurzfristige Lösungen hinausgehen.

Ein Beispiel dafür ist unser Engagement als Hauptsponsor des Nürnberger Adventssingens im Jahr 2022 und 2023. Bei dieser Veranstaltung haben rund 20.000 Nürnbergerinnen und Nürnberger gemeinsam gesungen. Von jedem verkauften Ticket wurde insgesamt 1 Euro an die Nürnberger Tafel gespendet, damit all jene, die dringend Unterstützung brauchen, Weihnachten feiern können.

Durch solche Veranstaltungen schaffen wir nicht nur eine festliche Atmosphäre, sondern unterstützen auch nachhaltig die Bedürftigen in unserer Gemeinschaft. Unser Ziel ist es, dauerhafte positive Veränderungen zu bewirken und das Gemeinschaftsgefühl zu stärken, anstatt lediglich kurzfristige Symptome zu lindern.

## **4. Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?**

Unser Engagement in sozialen und gemeinnützigen Projekten war bisher eher sporadisch und nicht formell reguliert. Wir haben immer wieder geholfen, jedoch fehlte uns eine strukturierte Herangehensweise.

## **5. Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?**

Mit dem Jahr 2024 haben wir nun unser Engagement reguliert und gehen geplanter vor. Diese systematische Herangehensweise soll sicherstellen, dass unsere Unterstützung nachhaltiger und konsistenter wird. Durch diese Neuausrichtung möchten wir unsere Erfahrungen und das positive Feedback aus vergangenen Projekten nutzen, um langfristig stabile und effektive Beiträge zur regionalen Entwicklung zu leisten. Ziel ist es nicht nur monetäre Leistung sondern auch materielle und personelle Unterstützung in ausgewählten sozialen und ökologischen Projekten zu leisten.

### **Verifizierungsindikatoren**

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % des Umsatzes

**2023:** 0,02 %

**2022:** 0,05 %

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen in % der Gesamtjahresarbeitszeit

**2023:** 0 %

**2022:** 0 %

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Erarbeitung einer Richtlinie und Strategie für Spenden**

## **E2.3 Negativ-Aspekt: Illegitime Steuervermeidung**

### **Berichtsfragen**

Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung?  
Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:

- Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
- Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
- Gibt es Geschäftspartner\*innen in sogenannten Steueroasen?
- Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
- Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner\*innen offen deklariert?
- Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?

- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

## Berichtsantwort

### **1. Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?**

Als Evenord-Bank eG-KG sind wir ausschließlich in Deutschland ansässig und haben keine ausländischen Tochtergesellschaften. Daher findet keine Gewinnverlagerung zwischen Ländern statt.

### **2. Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?**

Für die Nutzung von Software zahlen wir Lizenzgebühren an große Konzerne, die ihren Sitz im Ausland (z.B. Irland) haben. Die Lizenzgebühren liegen unter 5.000 € pro Jahr. Die gezahlten Gebühren dienen keinesfalls der Steuervermeidung.

### **3. Gibt es Geschäftspartner\*innen in sogenannten Steueroasen?**

Wir unterhalten keine Geschäftsbeziehungen zu Geschäftspartner\*innen in Ländern die von der EU als "nicht kooperative Länder und Gebiete für Steuerzwecke" eingestuft wurden (siehe hierzu auch Referenzen).

### **4. Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?**

Bei uns als Finanzinstitut besteht grundsätzlich das Risiko, dass Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird. Wir reduzieren dieses Risiko gemäß der gültigen Gesetzgebung durch entsprechende Sicherungsmaßnahmen. Die von uns getroffenen Vorkehrungen zur Verhinderung von Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und strafbaren Handlungen gemäß § 25h Abs. 1 KWG sowie zur Einhaltung der Pflichten aus der Geldtransferverordnung sind nach Einschätzung unserer Beauftragten für Geldwäsche- und Betrugsprävention der DZ Compliance Partner GmbH insgesamt angemessen.

### **5. Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner\*innen offen deklariert?**

Die wirtschaftlich Berechtigten aller Geschäfts- und Finanzpartner\*innen sind offen deklariert, da wir gemäß dem Geldwäschegesetz dazu verpflichtet sind. Hierzu haben wir umfassende Qualitätssicherungsmaßnahmen implementiert. Die Überprüfung erfolgt sowohl intern durch die Geldwäschebeauftragte als auch extern durch unseren Wirtschaftsprüfer. Dazu ist im Prozess eine Datenqualitätsmaßnahme integriert. Zudem erfolgen Prüfungen sowohl extern durch Wirtschaftsprüfer als auch intern durch den Geldwäschebeauftragten.

### **6. Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?**

Internationale Finanztransaktionen machen nur einen sehr geringen Teil unserer Geschäftstätigkeit aus. Unsere Eigenanlagen im Ausland sowie unsere Forderungen und Verbindlichkeiten gegenüber ausländischen Kund\*innen werden erhoben und sind unter dem nachstehenden Verifizierungsindikator aufgeführt.

## **7. Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?**

Wie bereits in den vorangegangenen Fragen erläutert, unterliegen wir umfassenden gesetzlichen Regelungen zur Verhinderung von Geldwäsche und illegaler Steuerhinterziehung. Zur Umsetzung dieser Vorschriften haben wir, wie bereits erläutert, umfassende Prozesse implementiert, die sowohl intern als auch extern regelmäßig überprüft werden.

### **Verifizierungsindikatoren**

Wenn das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns ist, im Verbund mit anderen internationalen Partner\*innen agiert oder an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teilnimmt, muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartner\*innen im Ausland erfolgen, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10%) abfließt.

Wir sind nicht Teil eines internationalen Konzerns, agieren im Verbund mit anderen internationalen Partner\*innen oder nehmen an der digitalen Ökonomie teil, daher ist dieser Indikator für uns nicht relevant.

## Länderspezifisches Reporting

**2023:**

### **Auslandsaktiva**

<b>Beschreibung</b>	<b>Einheit</b>	<b>China</b>	<b>Frankreich</b>
Forderungen an ausländische Privatpersonen; befristete Forderungen von mehr als 1 Jahr	TEUR	193	0
Anleihen und Schuldverschreibungen von ausländischen Banken mit Laufzeiten über 2 Jahren	TEUR	0	2.797
Anleihen und Schuldverschreibungen von ausländischen sonstigen Finanzierungsinstitutionen	TEUR	0	0
Ausländische Aktien und sonstige Wertpapiere	TEUR	0	0
Forderungen mit einer Restlaufzeit bis zu 1 Jahr	TEUR	13	0
Unwiderrufliche Kreditzusagen	TEUR	0	0
<b>Summe der Auslandsaktiva</b>	<b>TEUR</b>	<b>206</b>	<b>2.797</b>
in % der Bilanzsumme		0,06	0,88

<b>Großbritannien</b>	<b>Luxemburg</b>	<b>Niederlande</b>	<b>Schweden</b>	<b>Spanien</b>
0	0	0	0	0
948	0	0	1.969	997
0	0	668	0	0
0	1.157	0	0	0
0	0	0	0	0
0	135	0	0	0
<b>948</b>	<b>1.292</b>	<b>668</b>	<b>1.969</b>	<b>997</b>
0,30	0,41	0,21	0,62	0,31

### Auslandspassiva

Beschreibung	Einheit	USA	Russland	Niederlande	Israel
täglich fällige Verbindlichkeiten gegenüber ausländischen sonstigen Unternehmen	TEUR	0	0	0	0
täglich fällige Verbindlichkeiten gegenüber ausländischen Privatpersonen	TEUR	26	36	89	116
befristete Verbindlichkeiten von mehr als 2 Jahren gegenüber ausländischen Privatpersonen	TEUR	25	0	0	0
Spareinlagen von Ausländern mit vereinbarter Kündigungsfrist von 3 Monaten	TEUR	262	0	0	2
Spareinlagen von Ausländern mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als 3 Monaten	TEUR	69	0	0	71
<b>Summe der Auslandspassiva</b>	<b>TEUR</b>	<b>382</b>	<b>36</b>	<b>89</b>	<b>189</b>
in % der Bilanzsumme		0,12	0,01	0,03	0,06

Irland	Griechenland	Großbritannien	Frankreich	Tschechien	China	Schweiz	Kanada	Österreich	Argentinien	Türkei
0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
10	0	0	203	14	333	0	0	0	7	10
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
19	27	3	0	55	0	1	53	0	0	0
0	0	0	0	0	0	2	0	0	12	0
<b>29</b>	<b>27</b>	<b>3</b>	<b>203</b>	<b>69</b>	<b>333</b>	<b>3</b>	<b>53</b>	<b>2</b>	<b>19</b>	<b>10</b>
0,01	0,01	0,00	0,06	0,02	0,11	0,00	0,02	0,00	0,01	0,00

2022:

### Auslandsaktiva

Beschreibung	Einheit	China	Frankreich	Großbritannien
Forderungen an ausländische Privatpersonen; befristete Forderungen von mehr als 1 Jahr	TEUR	216	0	0
Anleihen und Schuldverschreibungen von ausländischen Banken mit Laufzeiten über 2 Jahren	TEUR	0	5015	1000
Anleihen und Schuldverschreibungen von ausländischen sonstigen Finanzierungsinstitutionen	TEUR	0	0	0
Anleihen und Schuldverschreibungen von ausländischen Zentralregierungen	TEUR	0	0	0
Ausländische Aktien und sonstige Wertpapiere	TEUR	0	0	0
Forderungen mit einer Restlaufzeit bis zu 1 Jahr - In Position 123 enthalten	TEUR	12	0	0
Unwiderrufliche Kreditzusagen	TEUR	0	0	0
Anleihen und Schuldverschreibungen mit einer Restlaufzeit bis zu 1 Jahr - In den Positionen 129 bis 137 enthalten	TEUR	0	2009	0
<b>Summe der Auslandsaktiva</b>	<b>TEUR</b>	<b>228</b>	<b>7024</b>	<b>1000</b>
in % der Bilanzsumme		0,07	2,22	0,32

Luxemburg	Niederlande	Schweden	Slowakei
0	0	0	0
0	0	1969	0
0	750	0	0
0	0	0	988
1164	0	0	0
0	0	0	0
210	0	0	0
0	0	0	988
<b>1374</b>	<b>750</b>	<b>1969</b>	<b>1976</b>
0,43	0,24	0,62	0,62

## Auslandspassiva

Beschreibung	Einheit	USA	Russland	Niederlande	Israel
täglich fällige Verbindlichkeiten gegenüber ausländischen sonstigen Unternehmen	TEUR	0	0	0	0
täglich fällige Verbindlichkeiten gegenüber ausländischen Privatpersonen	TEUR	43	61	125	71
befristete Verbindlichkeiten von mehr als 2 Jahren gegenüber ausländischen Privatpersonen	TEUR	25	0	0	0
Spareinlagen von Ausländern mit vereinbarter Kündigungsfrist von 3 Monaten	TEUR	261	0	0	2
Spareinlagen von Ausländern mit vereinbarter Kündigungsfrist von mehr als 3 Monaten	TEUR	71	0	0	71
<b>Summe der Auslandspassiva</b>	<b>TEUR</b>	<b>400</b>	<b>61</b>	<b>125</b>	<b>144</b>
in % der Bilanzsumme		0,13	0,02	0,04	0,05

Irland	Griechenland	Großbritannien	Frankreich	Tschechien	China	Schweiz	Kanada	Österreich	Argentinien
0	0	0	0	0	0	0	0	17	0
0	0	0	231	15	391	0	0	0	3
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15	52	3	0	100	19	1	53	0	0
0	0	0	0	0	0	2	0	0	17
<b>15</b>	<b>52</b>	<b>3</b>	<b>231</b>	<b>115</b>	<b>410</b>	<b>3</b>	<b>53</b>	<b>17</b>	<b>20</b>
0,00	0,02	0,00	0,07	0,04	0,13	0,00	0,02	0,01	0,01

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

## E2.4 Negativ-Aspekt: Mangelnde Korruptionsprävention

### Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant\*innen und Kund\*innen?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger\*innen umgegangen?
- Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant\*innen und Kund\*innen?**

Grundsätzlich sind wir als Finanzinstitut Korruptionsrisiken ausgesetzt. Insbesondere unsere Kund\*innen könnten ein Interesse daran haben, unsere Mitarbeiter\*innen zu bestechen, um beispielsweise Kredite oder bessere Kreditkonditionen zu erhalten. Ähnliches gilt für unsere Lieferant\*innen: Zwar sind wir ein kleines Unternehmen mit verhältnismäßig geringem Einkaufsvolumen, dennoch besteht das Risiko, dass Lieferant\*innen versuchen, unsere Mitarbeiter\*innen zu bestechen, um Aufträge zu erhalten.

#### **2. Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?**

Um Korruption effektiv zu verhindern, wurden im Bereich Einkauf und Verkauf mehrere Maßnahmen ergriffen. Ein zentrales Element ist die Implementierung eines Internen Kontrollsystems (IKS), durch das jedes Geschäft sorgfältig geprüft wird. Geschäfte können nur zustande kommen, wenn alle relevanten Vorgaben eingehalten werden. Es wird darauf geachtet, dass alle Transaktionen den festgelegten Regeln und Vorschriften entsprechen, und die Mitarbeiter werden regelmäßig geschult, um das Bewusstsein und Verständnis für Korruptionsprävention zu fördern. Die Prozesse im Einkauf und Verkauf sind transparent, klar dokumentiert und nachvollziehbar. Regelmäßige Audits und Überprüfungen durch die interne Revision und externe Wirtschaftsprüfer stellen sicher, dass Unregelmäßigkeiten frühzeitig erkannt und behoben werden. Darüber hinaus haben wir eine Whistleblower-Stelle eingerichtet, an die sich Hinweisgeber anonym wenden können. Diese Maßnahmen tragen dazu bei, Korruption zu verhindern und die Integrität der Geschäftsprozesse zu gewährleisten.

#### **3. Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger\*innen umgegangen?**

Mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger\*innen wird äußerst sorgfältig umgegangen. Gemäß den Anforderungen des Geldwäschegesetzes (GwG) muss der PEP-Status (Politisch exponierte Person) einer Person technisch erfasst werden, sobald eine

Geschäftsbeziehung zustande kommt. Was als PEP-Status gilt, ist bei uns klar definiert. Eine Geschäftsbeziehung mit einer politisch exponierten Person kommt nur nach vorheriger Genehmigung durch die Geschäftsleitung zustande. Dies stellt sicher, dass alle relevanten Vorschriften eingehalten werden und potenzielle Risiken frühzeitig erkannt werden können.

#### **4. Welche Lobbying-Aktivitäten betreibt das Unternehmen?**

Wir als Evenord-Bank eG-KG betreiben kein aktives Lobbying. Wir sind jedoch Teil der genossenschaftlichen FinanzGruppe und unsere Spitzenverbände, der Genossenschaftsverband Bayern (GVB) und der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), betreiben Lobbyarbeit. Die Lobbyarbeit orientiert sich dabei stets an dem Grundsatz, wirtschaftlichen Erfolg mit gesellschaftlich verantwortlichem Handeln zu verbinden.

#### **5. Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?**

Wir tätigen keine Spenden an politische Parteien.

#### **6. Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?**

Als Bank sind wir dazu verpflichtet, unsere Mitarbeiter\*innen regelmäßig zu schulen, um eine kontinuierliche Bewusstseinsbildung sicherzustellen. Diese Schulungen müssen jährlich absolviert werden, und die Teilnahme der Mitarbeiter\*innen wird durch einen Wirtschaftsprüfer überprüft.

#### **7. Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?**

In den Entscheidungsprozessen werden umfangreiche Vorkehrungen gegen Korruption getroffen, um höchste Integritätsstandards zu gewährleisten. In allen Bereichen unseres Unternehmens ist ein robustes Internes Kontrollsystem (IKS) etabliert, das systematisch darauf abzielt, Risiken frühzeitig zu erkennen und zu minimieren. Ergänzend dazu sind verschiedene Compliance-Funktionen implementiert, die kontinuierlich überwachen und sicherstellen, dass alle Vorgaben und gesetzlichen Bestimmungen eingehalten werden. Darüber hinaus erfolgen regelmäßige und gründliche Prüfungen durch die interne Revision sowie externe Wirtschaftsprüfer. Diese Prüfungen dienen dazu, die Wirksamkeit der Kontrollmechanismen zu überprüfen und etwaige Schwachstellen umgehend zu identifizieren und zu beheben. Darüber hinaus haben wir eine Whistleblower-Stelle eingerichtet, an die sich Hinweisgeber anonym wenden können. Durch diese mehrschichtige Herangehensweise schaffen wir ein transparentes und sicheres Umfeld, das Korruption effektiv verhindert.

#### **8. Wie werden Interessenkonflikte (persönliche Interessen gegenüber Firmeninteressen) sichtbar gemacht, und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?**

Um Interessenkonflikte, bei denen persönliche Interessen den Firmeninteressen entgegenstehen könnten, sichtbar zu machen und angemessen zu behandeln, haben wir umfassende Maßnahmen und klare Verhaltensregeln etabliert. Unsere Interessenkonfliktgrundsätze (siehe Anlagen) dient als Leitfaden und deckt eine Vielzahl möglicher Konfliktsituationen ab. Sie definiert genau, welche Maßnahmen von unseren Mitarbeiter\*innen in solchen Fällen zu ergreifen sind.

Diese Interessenkonfliktgrundsätze sind in unser Internes Kontrollsystem (IKS) integriert, wodurch eine systematische Überwachung gewährleistet wird. Zusätzlich erfolgen

regelmäßige Prüfungen durch unsere interne Revision und externe Wirtschaftsprüfer. Diese Instanzen arbeiten eng zusammen, um sicherzustellen, dass alle potenziellen Interessenkonflikte frühzeitig erkannt und transparent gemacht werden.

### Verifizierungsindikatoren

Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?

Wir tätigen keine Spenden an politische Parteien.

Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten (Eintrag ins Lobbying-Register) und Lobbying-Aufwendungen?

Wir betreiben kein aktives Lobbying.

Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen, und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?

**2023:** Ja

**2022:** Ja

Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positivaspekt E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?

**2023:** Ja

**2022:** Ja

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

### Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

## E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

### E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

#### Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
  - klimawirksame Emissionen (CO<sub>2</sub>, N<sub>2</sub>O, CH<sub>4</sub>, ...)
  - Feinstaub und anorganische Emissionen
  - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)

- Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub>, CO<sub>2</sub>)
  - Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO<sub>x</sub>, SO<sub>x</sub>)
  - ionisierende Strahlung
  - Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
  - Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
  - Landverbrauch
  - Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

## Berichtsantwort

### **1. Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse?**

Als Dienstleistungsunternehmen ohne Produktion haben wir nur zwei Arten von Umweltauswirkungen. Einerseits verbrauchen wir Wasser für den Betrieb unserer sanitären Anlagen und unserer Personalküche sowie für die Reinigung unserer Räumlichkeiten. Andererseits verursachen wir direkte und indirekte klimarelevante Emissionen. Unsere einzigen direkten Emissionen (Scope 1) entstehen durch den Betrieb unserer Dienstwagen. Hier versuchen wir bereits, unsere Emissionen zu reduzieren, indem wir überwiegend Fahrzeuge mit Hybridantrieb einsetzen. Da der Strom, den wir für den Betrieb unserer Filialen verwenden, derzeit kein Ökostrom ist (die Umstellung auf Ökostrom ist bereits vertraglich fixiert), entstehen hierdurch und durch das Laden unserer Hybridfahrzeuge indirekte Emissionen (Scope 2). Eine adäquate Aussage über unsere indirekten Emissionen, die durch die Aktivitäten unserer Lieferant\*innen und Kund\*innen entstehen (Scope 3), ist uns leider nicht möglich, da uns die erforderlichen Daten fehlen.

### **2. Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?**

Bisher haben wir im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex Daten zu unserem Energie- und Wasserverbrauch sowie zu den von uns verursachten Abfällen erhoben und veröffentlicht. Eine signifikante Belastung der Umwelt durch Lärm können wir nicht feststellen. Eine detaillierte Erfassung unseres Verbrauchsmaterialeinsatzes erfolgt derzeit nicht, da dieser nur einen unwesentlichen Anteil unserer Geschäftstätigkeit ausmacht und eine Erfassung unsere Kapazitäten übersteigt. Im Rahmen dieses Berichts haben wir zudem unsere Scope 1 und 2 Emissionen erhoben und werden sie mit diesem Bericht veröffentlichen.

## Verifizierungsindikatoren

Relevante Umweltkonten des Unternehmens

**2023:**

<b>Umweltkonto</b>	<b>Menge</b>	<b>Menge pro Mitarbeiter*in</b>	<b>CO<sub>2</sub>e in kg</b>	<b>CO<sub>2</sub>e in kg pro Mitarbeiter*in</b>
Stromverbrauch in kWh	131.949	2.868	28.744	625
davon Allgemein	130.085	2.828	28.603	622
davon Heizstrom	-	-	-	-
davon Ladung von Fahrzeugen	1.864	41	141	3
Fernwärme in kWh	57.397	1.248		
Treibstoff in Liter	2.426	53	7.357	160
davon Benzin	2.413	52	7.311	159
davon Diesel	13	0	45	1
Wasser in m <sup>3</sup>	432	9	-	
Papier in kg	382	8	-	
Müll	676	15		
davon Papier in kg	676	15		
davon Datenträger in kg	-	-		

Die zur Umrechnung der Mengen in CO<sub>2</sub>-Äquivalente verwendeten Emissionsfaktoren stammen entweder direkt von unserem Energielieferanten oder vom Bayerischen Landesamt für Umwelt.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Bilanz lagen uns leider noch keine Heizstromabrechnungen unseres Energielieferanten vor, so dass wir hier noch keine Angaben für 2023 machen können. Bei den angegebenen Abfallmengen handelt es sich ausschließlich um Abfälle, die aus Datenschutzgründen gesondert entsorgt werden. Da wir seit der Fertigstellung unserer Immobilien im Jahr 2022 unsere Müllcontainer mit den Mieter\*innen unserer Immobilien teilen, können wir über unser sonstiges Abfallaufkommen keine adäquaten Angaben machen.

**2022:**

Umweltkonto	Menge	Menge pro Mitarbeiter* in	CO <sub>2</sub> e in kg	CO <sub>2</sub> e in kg pro Mitarbeiter* in
Stromverbrauch in kWh	162.843	4.175	-	
davon Allgemein	129.923	3.331	-	
davon Heizstrom	32.257	827	-	
davon Ladung von Fahrzeugen	663	17	-	
Fernwärme in kWh	63.757	1.635		
Treibstoff in Liter	2.349	60	7.116	182
davon Benzin	2.349	60	7.116	182
davon Diesel	-	-	-	
Wasser in m <sup>3</sup>	403	10	-	
Papier in kg	762	20	-	
Müll	5.788	148		
davon Papier in kg	5.643	145		
davon Datenträger in kg	146	4		

Die zur Umrechnung der Mengen in CO<sub>2</sub>-Äquivalente verwendeten Emissionsfaktoren stammen entweder direkt von unserem Energielieferanten oder vom Bayerischen Landesamt für Umwelt.

Bei den angegebenen Abfallmengen handelt es sich ausschließlich um Abfälle, die aus Datenschutzgründen gesondert entsorgt werden. Da wir seit der Fertigstellung unserer Immobilien im Jahr 2022 unsere Müllcontainer mit den Mieter\*innen unserer Immobilien teilen, können wir über unser sonstiges Abfallaufkommen keine adäquaten Angaben machen.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Wechsel zu Ökostrom**

**Erarbeitung einer Reiserichtlinie die ökologische Kriterien einschließt**

## E3.2 Relative Auswirkungen

### Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

### Berichtsantwort

#### **1. Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?**

Über die durchschnittlichen Umweltauswirkungen der Produktionsprozesse in unserer Branche liegen keine Daten vor.

#### **2. Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?**

Um unsere ökologischen Auswirkungen vergleichen zu können, haben wir die Gemeinwohl-Bilanzen anderer Banken herangezogen. Im Einzelnen sind dies die Sächsische Aufbaubank- Förderbank, die Sparda-Bank München, die Sparkasse Berchtesgadener Land sowie die Vereinigten Volksbanken. Sofern mehrere Geschäftsjahre vorlagen, wurde jeweils das jüngste herangezogen. Da die betrachteten Banken deutlich größer sind als die Evenord-Bank eG-KG, wurden die Umweltbilanzen jeweils auf die Mitarbeiterzahl bezogen. Für den Vergleich ist zu berücksichtigen, dass einige der genannten Banken bereits seit mehreren Jahren eine Gemeinwohl-Bilanz erstellen und an der Reduktion ihrer Umweltauswirkungen arbeiten, so dass davon ausgegangen werden kann, dass diese Banken hinsichtlich ihrer Umweltauswirkungen bereits überdurchschnittlich gut abschneiden.

Der Vergleich der einzelnen Umweltkonten kann der folgenden Tabelle entnommen werden.

### Verifizierungsindikatoren

Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region

**2023:**

<b>Umweltkonto</b>	<b>Menge pro Mitarbeiter*in</b>	<b>Durchschnitt Vergleichsgruppe in Menge pro Mitarbeiter*in</b>	<b>CO<sub>2</sub>e in kg pro Mitarbeiter*in</b>	<b>Durchschnitt Vergleichsgruppe in CO<sub>2</sub>e pro Mitarbeiter*in</b>
Stromverbrauch in kWh	2.868	2.227	625	0
davon Allgemein	2.828	-	622	0
davon Heizstrom	-	-	-	-
davon Ladung von Fahrzeugen	41	-	3	0
Fernwärme in kWh	1.248	-	0	-
Treibstoff in Liter	53	41	160	106
davon Benzin	52	-	159	-
davon Diesel	0	-	1	-
Wasser in m <sup>3</sup>	9	10	-	-
Papier in kg	8	44	-	-
Müll	15	-	-	-
davon Papier in kg	15	-	-	-
davon Datenträger in kg	-	-	-	-

Die zur Umrechnung der Mengen in CO<sub>2</sub>-Äquivalente verwendeten Emissionsfaktoren stammen entweder direkt von unserem Energielieferanten oder vom Bayerischen Landesamt für Umwelt.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Bilanz lagen uns leider noch keine Heizstromabrechnungen unseres Energielieferanten vor, so dass wir hier noch keine Angaben für 2023 machen können.

**2022:**

<b>Umweltkonto</b>	<b>Menge pro Mitarbeiter*in</b>	<b>Durchschnitt Vergleichsgruppe in Menge pro Mitarbeiter*in</b>	<b>CO<sub>2</sub>e in kg pro Mitarbeiter*in</b>	<b>Durchschnitt Vergleichsgruppe in CO<sub>2</sub>e pro Mitarbeiter*in</b>
Stromverbrauch in kWh	4.175	2.227	0	0
davon Allgemein	3.331	-	0	0
davon Heizstrom	827	-	0	0
davon Ladung von Fahrzeugen	17	-	0	0
Fernwärme in kWh	1.635	-	0	-
Treibstoff in Liter	60	41	182	106
davon Benzin	60	-	182	-
davon Diesel	-	-	-	-
Wasser in m <sup>3</sup>	10	10	-	-
Papier in kg	20	44	-	-
Müll	148	-	-	-
davon Papier in kg	145	-	-	-
davon Datenträger in kg	4	-	-	-

Die zur Umrechnung der Mengen in CO<sub>2</sub>-Äquivalente verwendeten Emissionsfaktoren stammen entweder direkt von unserem Energielieferanten oder vom Bayerischen Landesamt für Umwelt.

**Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

**Verbesserungspotenziale/Ziele:**

-

## E3.3 Negativ-Aspekt: Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

### Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer\*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder\*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörnde Betriebsauflagen gibt es, und sind die Auflagen eingehalten?**

Nach unserem Kenntnisstand sind für unseren Betrieb keine rechtlichen Umweltauflagen zu beachten.

#### **2. Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten, oder sind Rechtsverstöße bekannt?**

Da uns keine Auflagen bekannt sind, haben wir keine Überwachungsmaßnahmen für deren Einhaltung implementiert und uns sind keine Rechtsverstöße bekannt.

#### **3. Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer\*innen bezüglich ökologischer Belastungen liegen vor?**

Derzeit liegen uns keine Beschwerden von Anrainer\*innen über von uns verursachte Umweltbelastungen vor. Es gab auch keine diesbezüglichen Kontroversen.

#### **4. Welche Kontroversen mit anderen Stakeholder\*innen (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOs etc.) gibt es?**

Es existieren keine Kontroversen mit anderen Stakeholder\*innen.

#### **5. Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?**

Wir verfügen nur über einen Standort in Nürnberg. Alle technischen und gesetzlichen Normen werden eingehalten.

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

# E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

## E4.1 Transparenz

### Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?**

Zu unseren Grundwerten zählen Transparenz und Glaubwürdigkeit, in diesem Sinne sind wir stets bemüht den Informationsanforderungen unser Stakeholder gerecht zu werden. Viele kritische Informationen können und dürfen wir aus rechtlichen und Datenschutzgründen oder um einen wirtschaftlichen Schaden abzuwenden nicht preis geben. Umfassende Informationen über unsere Geschäftstätigkeit, unsere wirtschaftliche Situation, aktuelle Bauprojekte und Unternehmensbeteiligungen finden Sie in unserem jährlichen Geschäftsbericht. Darüber hinaus informieren wir seit 2015 die Öffentlichkeit über unsere sozialen und ökologischen Auswirkungen.

#### **2. In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?**

Über unsere Geschäftsberichterstattung berichten wir jährlich in Form unseres Geschäfts- und unser Offenlegungsberichts. Dieser enthält eine umfassende Darstellung unserer Bank, Mission und Vision sowie unseres Werte- und Nachhaltigkeitsverständnisses. Darüber hinaus veröffentlichen wir unseren Jahresabschluss (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Anhang) und unseren Lagebericht.

Seit 2015 erstellen und veröffentlichen wir zudem einen Nachhaltigkeitsbericht nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK), der alle für unsere Geschäftstätigkeit wesentlichen Informationen zu sozialen und ökologischen Belangen enthält. Ab 2022 werden wir die Nachhaltigkeitsinformationen in unserer Gemeinwohl-Bilanz veröffentlichen.

Bei größeren Veranstaltungen und Projekten geben wir auch Pressemitteilungen heraus, um die Öffentlichkeit zu informieren, und verbreiten diese auch über die sozialen Medien, um eine größere Anzahl von Menschen zu erreichen.

### **3. Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?**

Unser Jahresabschluss und unser Offenlegungsbericht werden jährlich von externen Wirtschaftsprüfern geprüft. Unser DNK-Bericht wird vom der DNK-Büro lediglich auf die Einhaltung formaler Anforderungen geprüft. Mit der Ablösung unseres DNK-Berichts durch die Gemeinwohl-Bilanz werden zukünftig auch unsere Nachhaltigkeitsinformationen von einer unabhängigen Stelle kritisch gewürdigt. Unsere Pressemitteilungen und Beiträge in sozialen Medien werden nicht unabhängig geprüft.

### **4. Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?**

Unser Geschäfts- und Offenlegungsbericht steht auf unserer Homepage zum Download zur Verfügung. Unser Geschäftsbericht ist auch in gedruckter Form in unserer Geschäftsstelle erhältlich, um auch Menschen ohne Internetzugang oder technische Kenntnisse den Zugang zu ermöglichen. Unser Jahresabschluss ist zudem im Bundesanzeiger, einem vom Bundesministerium der Justiz herausgegebenen amtlichen Verkündungs- und Bekanntmachungsorgan der Bundesrepublik Deutschland, abrufbar. Unser DNK-Bericht ist auf der Homepage des DNK abrufbar.

### **Verifizierungsindikatoren**

Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

**2023:** Ja

**2022:** Ja

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

**Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.**

### **Verbesserungspotenziale/Ziele:**

**Kommunikation der Gemeinwohl-Bilanz auf der eigenen Website, Social Media Kanälen, Newsletter und Pressemitteilung in der lokal Zeitungen**

## **E4.2 Gesellschaftliche Mitbestimmung**

### **Berichtsfragen**

- Wie können Bürger\*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

## Berichtsantwort

### **1. Wie können Bürger\*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?**

Bürger\*innen haben die Möglichkeit, mit uns in einen offenen, macht- und sanktionsfreien Dialog zu treten. Sie können uns per E-Mail, Telefon oder persönlich kontaktieren. Alle relevanten Kontaktinformationen finden sich auf unserer Homepage. Unsere Berater\*innen und Vorstände stehen ebenfalls für einen Dialog zur Verfügung. Dabei sind wir stets bemüht, im Rahmen unserer Möglichkeiten bestmöglich auf alle Anliegen von Bürger\*innen einzugehen.

### **2. Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?**

Bislang gab es keine Beschwerden von gesellschaftlichen Interessengruppen. Um jedoch sicherzustellen, dass ihre legitimen Interessen jederzeit vertreten werden können, bieten wir verschiedene Kontaktmöglichkeiten an. Gruppen können uns per E-Mail, Telefon oder persönlich erreichen. Alle relevanten Kontaktinformationen sind auf unserer Homepage aufgeführt. Wir legen großen Wert auf einen direkten und transparenten Dialog, in dem die Argumente offen ausgetauscht werden und eine für beide Seiten akzeptable Lösung gefunden wird.

### **3. Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert, und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?**

Es gibt keinen festen Prozess zur Dokumentation der Ergebnisse des Dialogs. Stattdessen erfolgt eine individuelle Prüfung jeder Eingabe. Diese Eingaben werden sorgfältig bewertet und fließen je nach Relevanz und Bedeutung in unsere Entscheidungsfindung ein. Wir legen großen Wert darauf, auf die Anliegen einzugehen und sie in unsere Überlegungen und Planungen einzubeziehen.

## Verifizierungsindikatoren

Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)

Wir pflegen stets einen ergebnisoffenen Dialog mit unseren Stakeholdern, behalten uns aber immer vor, die letzte Entscheidung selbst zu treffen.

Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?

**2023:** Nein

**2022:** Nein

### **Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:**

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

## E4.3 Negativ-Aspekt: Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

### Berichtsfragen

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

### Berichtsantwort

#### **1. Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?**

Im Einklang mit unseren Grundwerten legen wir großen Wert auf eine ehrliche, glaubwürdige und transparente Informationspolitik. Zum Teil unterliegen wir sogar gesetzlichen Regelungen, die uns die Offenlegung wahrheitsgemäßer Informationen ausdrücklich vorschreiben. Uns sind daher keine Bereiche bekannt, in denen Informationen über unser Unternehmen nicht der internen Realität entsprechen würden.

#### **2. Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?**

Wir legen großen Wert darauf, nur wahrheitsgemäße Informationen zu veröffentlichen und verbreiten daher niemals absichtlich Fehlinformationen.

#### **3. Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?**

Uns sind keine Bereiche bekannt, in denen unsere Veröffentlichungen im Widerspruch zum Stand der Wissenschaft oder zur Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte stehen.

### Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Da es sich bei der vorliegenden Bilanz um unsere erste Gemeinwohl-Bilanz handelt, haben wir uns darauf beschränkt, den aktuellen Stand in unserem Unternehmen zu erfassen, ohne auf die im Berichtszeitraum umgesetzten Einzelmaßnahmen einzugehen.

## Verbesserungspotenziale/Ziele:

-

# Ausblick

## Kurzfristige Ziele

Um Nachhaltigkeit in unserer Geschäftsstrategie zu verankern, haben wir eine Reihe von Maßnahmen und Zielen entwickelt, die ökologische und soziale Verbesserungen beinhalten.

### **A: Lieferant\*innen**

Im Bereich unserer Lieferant\*innen werden wir die Entwicklung einer Richtlinie evaluieren, die sicherstellt, dass unsere Lieferant\*innen und die von uns eingekauften Produkte strenge ökologische und soziale Kriterien erfüllen. Insbesondere bei unserer IT-Hardware werden wir prüfen, ob ein verstärkter Rückgriff auf sozial und ökologisch zertifizierte Geräte möglich ist. Gleichzeitig werden wir auf Ökostrom umstellen, um unseren gesamten Strombedarf aus erneuerbaren Energiequellen zu decken. Damit leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks.

### **B: Eigentümer\*innen und Finanzpartner\*innen**

Hinsichtlich unserer Eigenanlage von Finanzmitteln werden wir die Ergänzung unserer Ausschlusskriterien um positive Förderkriterien in Betracht ziehen. So könnten wir nicht nur negative Auswirkungen verhindern, sondern hätten explizite Ziele, die sicherstellen würden, dass unsere Eigenanlage im Sinne unserer Werte für die Gesellschaft arbeitet.

### **C: Mitarbeiter\*innen**

In Bezug auf unsere Mitarbeiter\*innen werden wir zunächst eine Reiserichtlinie erarbeiten, die ökologische Kriterien berücksichtigt. Das bedeutet, dass bei der Planung von Dienstreisen verstärkt auf umweltfreundliche Verkehrsmittel geachtet wird und die Minimierung von CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vordergrund steht. Ein weiterer wichtiger Schritt ist die Prüfung der Entwicklung einer Dienstwagenrichtlinie, die die ökologischen Anforderungen an neue Dienstfahrzeuge klar definieren würde. Um eine umweltfreundliche Mobilität unserer Mitarbeiter\*innen zum Arbeitsplatz zu fördern, werden wir die Förderung von Car-Sharing erwägen. Darüber hinaus wollen wir untersuchen, ob wir unseren Mitarbeiter\*innen verbesserte Konditionen bei der Nutzung der E-Ladesäulen vor unserem Gebäude gewähren können, um die Akzeptanz und den Einsatz von Elektroautos zu steigern. Außerdem planen wir die Durchführung einer Aktion "Mit dem Rad zur Arbeit", um unsere Mitarbeiter\*innen zu einer verstärkten Nutzung des Fahrrads zu bewegen. Auch bei unseren internen Abläufen wollen wir umweltfreundlicher werden. Wir werden den Umstieg von Flaschenwasser auf Leitungswasser oder Wasserfilter in Erwägung ziehen und evaluieren, ob wir den bereitgestellten Obstkorb auf Bio-Qualität umstellen können. Außerdem werden wir nach Alternativen zu unseren in einzelnen Plastikverpackungen angebotenen Süßigkeiten suchen. Auch Softdrinks wollen wir, wenn möglich, nur noch in Glasflaschen kaufen, um Plastikmüll zu reduzieren. Zudem werden wir die Implementierung eines Feedback-Prozesses prüfen, bei dem die Mitarbeiter\*innen ihre Führungskräfte bewerten können. So wollen wir eine offene und transparente Unternehmenskultur fördern. Zur Unterstützung unserer Mitarbeiter\*innen wollen wir die Verbesserung von Sozialleistungen wie betriebliche Altersvorsorge und Essensgeld in Betracht ziehen. Außerdem werden wir eine Kooperation mit umliegenden Kantinen der Stadt Nürnberg in Erwägung ziehen.

### ***D: Kund\*innen und Mitunternehmen***

Im Hinblick auf unsere Kund\*innen wollen wir die Digitalisierung weiter vorantreiben, um Prozesse effizienter und ressourcenschonender zu gestalten. Auch bei Marketingmaterialien wie Flyern werden wir verstärkt auf den Einsatz von nachhaltig zertifiziertem Papier achten. Um die Umweltauswirkungen unserer Produkte weiter zu reduzieren, erwägen wir die Einführung von Bankkarten aus Holz. Wir entwickeln ein umfassendes Kundenbetreuungskonzept, das unseren nachhaltigen Ansatz widerspiegelt. Um auch die Barrierefreiheit zu gewährleisten, überprüfen wir unsere Homepage und das Online-Banking auf Zugänglichkeit für sehbehinderte Menschen. Zusätzlich planen wir die Integration eines ESG-Ratings in unser Kreditrating, um unseren Kund\*innen einen Anreiz für nachhaltigeres Verhalten zu geben.

### ***E: Gesellschaftliches Umfeld***

Um unser gesellschaftliches Umfeld positiv zu beeinflussen, werden wir unsere GWÖ-Bilanz auf unserer Website, in den sozialen Medien, im Newsletter und durch Pressemitteilungen kommunizieren, um unsere nachhaltige Unternehmenspolitik bekannt zu machen. Nach der erfolgreichen GWÖ-Zertifizierung werden wir, wo immer möglich, Veranstaltungen nutzen, um diese Errungenschaften nach außen zu tragen. Schließlich planen wir die Entwicklung einer Spendenrichtlinie und -strategie, um sicherzustellen, dass wir unsere Unterstützung gezielt und effektiv einsetzen.

Durch diese umfassenden Maßnahmen positionieren wir uns als verantwortungsbewusstes und zukunftsorientiertes Unternehmen, das sowohl ökologisch als auch sozial nachhaltig agiert.

## **Langfristige Ziele**

Unsere Vision ist es, Nachhaltigkeit umfassend in alle Geschäftsbereiche zu integrieren. In Zukunft wollen wir konsequent ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance) in unsere Zielsysteme und Steuerungsstrukturen einbeziehen. Dies bedeutet, dass ökologische, soziale und Governance-Aspekte in jede unserer strategischen Entscheidungen einfließen sollen. Durch die Verankerung dieser Prinzipien in unseren Unternehmenszielen werden wir sicherstellen, dass unsere Geschäftsprozesse nachhaltig ausgerichtet sind und langfristig positive Wirkungen erzielen können.

Wir planen, Nachhaltigkeitsaspekte auch in unsere Planungsprozesse zu integrieren. Künftig sollen sowohl bei der kurz- als auch bei der langfristigen Szenarioanalyse umfassend ökologische und soziale Faktoren berücksichtigt werden. Dies soll uns helfen, die Auswirkungen unserer Entscheidungen auf Umwelt und Gesellschaft besser zu verstehen und entsprechend zu handeln. Dadurch werden wir in der Lage sein, sowohl kurzfristige Herausforderungen als auch langfristige Trends besser zu antizipieren und darauf vorbereitet zu sein.

ESG-Aspekte wollen wir chancenorientiert in die Konditionsgestaltung unserer Finanzprodukte und -dienstleistungen integrieren. Wir möchten unsere Angebote so gestalten, dass sie nicht nur wirtschaftlich attraktiv sind, sondern auch ökologische und soziale Vorteile bieten. Besonders nachhaltige Kund\*innen könnten durch bessere Konditionen, wie niedrigere Zinssätze oder reduzierte Gebühren, belohnt werden. Dies wird

es uns ermöglichen, einen Mehrwert sowohl für unsere Kund\*innen als auch für die Gesellschaft zu schaffen.

Unser Risikomanagement soll zukünftig vollständig auf Nachhaltigkeitsaspekte ausgerichtet sein. Wir wollen systematisch prüfen, wie Risiken und Chancen im Zusammenhang mit Umwelt- und Sozialthemen identifiziert und gesteuert werden können. Dadurch wollen wir nicht nur potenzielle negative Auswirkungen minimieren, sondern auch nachhaltige Wachstumschancen nutzen. Diese umfassende Risikobewertung soll in unserem gesamten Geschäftsportfolio stattfinden und Strategien zur Risikominderung umfassen.

Ein weiterer zentraler Punkt unserer zukünftigen Nachhaltigkeitsstrategie soll die umfassende Förderung von Gleichstellung, Diversity und Familienfreundlichkeit sein. Wir werden daran arbeiten, ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, das alle Mitarbeiter\*innen gleichermaßen unterstützt, unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder familiärem Hintergrund. Durch gezielte Maßnahmen möchten wir die Chancengleichheit fördern und eine Unternehmenskultur schaffen, in der Vielfalt geschätzt und gefördert wird.

Um unsere ökologische Effizienz zu steigern, wollen wir regelmäßig prüfen, wie wir Verbrauchsziele für Energie, Wasser und andere Verbrauchsmaterialien definieren und kontrollieren können. Diese Maßnahmen sollen unseren Ressourcenverbrauch reduzieren und aktiv zum Umweltschutz beitragen. Dieser Ansatz wird ein integraler Bestandteil unseres Engagements für eine nachhaltige Geschäftspraxis sein.

Zukünftig wollen wir regelmäßige Mitarbeiter\*innenveranstaltungen zu Nachhaltigkeitsthemen abhalten, die Dialogmöglichkeiten bieten. Diese Veranstaltungen sollen das Bewusstsein für nachhaltige Praktiken fördern und es den Mitarbeiter\*innen ermöglichen, ihre Ideen und Anliegen einzubringen und sich aktiv an der Gestaltung unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu beteiligen.

Schließlich werden wir nach Möglichkeit einen etablierten, regelmäßigen Dialog mit allen relevanten Stakeholder\*innen pflegen. Der Austausch mit Kund\*innen, Lieferant\*innen, Investor\*innen und der breiten Öffentlichkeit wird entscheidend sein, um ihre Erwartungen zu verstehen und darauf einzugehen. Durch diesen offenen Dialog möchten wir sicherstellen, dass unsere Nachhaltigkeitsbemühungen transparent und glaubwürdig sind und wir kontinuierlich auf Feedback reagieren können.

Durch diese umfassenden Maßnahmen werden wir uns als ein Unternehmen positionieren, das sich nicht nur für wirtschaftlichen Erfolg, sondern auch für positive soziale und ökologische Auswirkungen einsetzt.

## **EU Konformität: Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen (Richtlinie zur nichtfinanziellen Berichterstattung nach 2014/95/EU)**

Auf eine Erklärung zur Konformität mit der bestehenden EU-Richtlinie zur Offenlegung von nicht-finanziellen Informationen wird verzichtet.

# Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert?  
Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen)

Name	Position	Verbindung
Wolfgang Rupprecht	Vorstand	Mitarbeiter
Thomas Kühnlein	Vorstand	Mitarbeiter
Bawan Arbilly	Marketing	Mitarbeiterin
Michelle Pastille	Werkstudentin Taskforce Nachhaltigkeit	Mitarbeiterin
Benjamin Zemsauer	Bereichsleiter Orga/IT	Mitarbeiter
Kevin Rossol	Leitung IT	Mitarbeiter
Dominik Müller	Leitung Rechnungswesen	Mitarbeiter
Jürgen Elfrich	Mitglied des Prüfungsausschusses	Aufsichtsrat Evenord eG
Jasmin Gorecki	Personalbeauftragte	Mitarbeiterin
Natalia Zender	Kreditsachbearbeiterin	Mitarbeiterin
Sonja Mehle	Firmenkundenassistenz	Mitarbeiterin
Steven Schmidt	Auszubildender	Mitarbeiterin
Peter Meyer	Leitung Firmenkundenbank/ Prokurist	Mitarbeiter
Holger Krug	Kundenberater	Mitarbeiter
Reinhold Wild	Leitung Kundenbetreuung	Mitarbeiter
Gilda-Maria Florea	Leitung Kundenservice	Mitarbeiterin
Thomas Mönius	GWÖ-Berater	Berater
Bernd Maron	GWÖ-Berater	Beobachter

Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

470 Stunden

Wie wurde die Bilanz/ der Bericht intern kommuniziert?

Die interne Kommunikation zur Gemeinwohl-Bilanz wurde durch eine Reihe sorgfältig geplanter Maßnahmen unterstützt, um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiter\*innen umfassend informiert und in den Prozess eingebunden wurden. Zunächst fand im Rahmen

unserer halbjährlichen Mitarbeiter\*innenveranstaltung eine ausführliche Präsentation der Bilanz statt. Diese Veranstaltung bietet traditionell eine wichtige Plattform, um die gesamte Belegschaft über die aktuellen Entwicklungen und Ergebnisse zu informieren. Zusätzlich wurden alle Mitarbeiter\*innen per Rundmail informiert und ihnen wurde Zugang zu der Plattform gewährt, auf der die Gemeinwohl-Bilanz erstellt wurde. Auf diese Weise war der gesamte Erstellungsprozess für alle Mitarbeiter\*innen transparent und jederzeit einsehbar. Parallel dazu wurde ein Auftaktworkshop organisiert, an dem alle am Prozess beteiligten Personen teilnahmen. Dieser Workshop diente als Kick-off-Meeting, um die Grundlagen der Gemeinwohl-Bilanz zu vermitteln, die verschiedenen Rollen und Verantwortlichkeiten zu klären und die nächsten Schritte zu koordinieren. Insgesamt legten wir großen Wert darauf, die Kommunikation rund um die Bilanzierung allen Mitarbeiter\*innen transparent zu machen.

Datum: 28.06.2024

# Anlagen

Anlage zum Bereich A

## **Lieferantenliste**

Hier aufgeführt sind alle Lieferant\*innen die 80% des Einkaufsvolumens ausmachen:

Atruvia AG  
VR-Service-Direkt eG  
N-Ergie Aktiengesellschaft  
R+V Allgemeine Versicherung  
Bundesverband der Deutschen  
Ratiodata SE Frankfurt am M  
BVR Institutssicherung GmbH  
Stadt Nuernberg  
Mazars GmbH + Co. KG  
ABG GmbH  
Genossenschaftsverband Baye  
SW AM SEE GMBH U. CO KG  
Bakertilly  
Siemens  
Brehm, Kittler + Collegen S  
Nürnberger Versicherung  
FIDUCIA Mailing Services eG  
STEFAN FORSTER GmbH  
MAUS Haustechnik GmbH + Co.  
Funkhaus Nürnberg  
Management Partner  
DZ BANK AG Deutsche Zentral  
DG Nexolution eG  
VW Leasing GmbH  
DZ CompliancePartner GmbH  
Markus Wurm  
Beiträge RStruktF - EU  
Peras GmbH  
VR Wert GmbH  
Ehrmann Architekt GmbH  
SHT GmbH  
Hippolyt Thum GmbH  
Akademie Deutsche Genossens  
DRES. MAYINGER + PENTEK, NÜ  
Schnacken Panek Hammbach  
Notare Dr.El-Gayar u Dr.Sch  
Ströer Deutsche Städte Medi

## Anlage zu B3.2

# Ausschlusskriterien der Evenord-Bank eG-KG

Gemeinsam mit unseren Kunden fördern wir gute Auswirkungen des Geldes auf die Gesellschaft. Dabei entscheiden Sie als Kunde, was Sinn macht, aber auch, was nicht sinnvoll ist und welche Geschäfte wir meiden sollen. Dadurch übernehmen wir als Bank zusammen mit Ihnen bewusst Verantwortung mit diesem Produkt für die Gesellschaft. Das bedeutet, dass Sie unsere Unternehmensphilosophie und unsere Wertekultur sowie das e-Prinzip mittragen. Wir garantieren, dass Geschäfte, die dagegen verstoßen, nicht von uns eingegangen werden.

Bereits seit Anfang 2015 erfragen wir in regelmäßigen Abständen die Meinung unserer Kunden und aktualisieren darauf basierend unseren e-Ethikfilter. Die folgenden Ausschlusskriterien gelten konsequent ab dem 01.03.2024:

## Länder

-  Arbeitsrechtskontroversen
-  Atomenergie und Atomwaffen
-  Autoritäres Regime
-  Diskriminierung
-  Euthanasie
-  Geldwäsche
-  Kinderarbeit
-  Kontroversen bzgl. Biodiversität
-  Korruption
-  Menschenrechtskontroversen
-  Militärbudget
-  Presse- und Medienverbot
-  Todesstrafe
-  Unzureichende Friedfertigkeit (niedriger Global-Peace-Index)
-  Unzureichende Klimaschutzleistungen
-  Vereinigungsverbot
-  Walfang

## Unternehmen

-  Abtreibung
-  Aktivitäten im Bereich fossiler Brennstoffe (Kohle/-gas, Fracking, Ölsande)
-  Arbeitsrechtskontroversen
-  Atomenergie / Atomkraftwerke
-  Chlorkohlenwasserstoffe
-  Embryonenforschung
-  Gewaltverherrlichende Videospiele
-  Grüne Gentechnik
-  Kontroverses Umweltverhalten
-  Kontroverse Wirtschaftspraktiken
-  Menschenrechtskontroversen
-  Pelze
-  Pestizide
-  Pornografie
-  Rüstung
-  Tabak
-  Tierversuche für nichtmedizinische Zwecke

## Anlage zu C2.3

## **Work-Life-Balance Konzept der Evenord-Bank**



**evenordbank**  
gewerbe- und privatkundenbank

## Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	3
2	Exkurs: Die Gallup-Studie	3
3	Wertesystem – der Vertrauensvertrag	4
4	Work-Life-Balance in der Evenord-Bank	4
4.1	Schaffung flexibler Regelungen	5
4.1.1	Arbeitsplatzbedingungen	5
4.1.2	Arbeitszeitmodelle der Evenord-Bank	5
4.1.2.1	Tägliche Arbeitszeiten	5
4.1.2.2	Teilzeit-Modell	5
4.1.2.3	Jobsharing	6
4.1.2.4	flexible Arbeitszeiten	6
4.1.3	Urlaub	6
4.1.3.1	Urlaubsplanung	6
4.1.3.2	Sonderurlaub	6
4.1.4	Mutterschutz und Elternzeit	7
4.1.5	Möglichkeit des mobilen Arbeitens	7
4.1.6	Weiterbildung, Förderung und Unterstützung	7
4.1.7	Unterstützung im Krankheitsfall	8
4.1.8	Zuschuss Pflegeversicherung und Krankenzusatzversicherung	8
4.1.9	Gesundheitstag	8
4.1.10	Gesunde Ernährung	8
4.1.11	Rückzugsort und Ruheraum	8
4.1.12	Parkplätze	8
4.2	Interne und externe Beratungsangebote	9
4.2.1	Offenes Ohr – Ansprechpartner	9
4.2.2	Sozialkatalog	9
4.2.3	Unterstützung bei Geldproblemen	9
4.2.4	Beratung bei der Pflege von Angehörigen	9
4.2.5	Mutterschutz und Elternzeit – Infos und Anträge	9
4.2.6	Familien-Beratungsstelle	10
4.3	Führungssystem	10
4.3.1	Feedbacksystem	10
4.3.2	Mitarbeitergespräch	10
4.3.3	Austausch der Führungskräfte	10

## **Ethikkodex der Evenord-Bank eG-KG**

Die Evenord-Bank eG-KG verpflichtet sich durch ihren Ethikkodex jegliche Geschäfte und Handlungen, welche im Gegensatz zu ihrer Wertekultur und dem e-Prinzip stehen, zu vermeiden bzw. nicht durchzuführen. Demzufolge erfüllt die Bank neben rechtlichen Vorgaben (legales Handeln) zusätzlich selbst definierte Normen im Sinne der Wertekultur (legitimes Handeln), welche in die Compliance der Bank integriert sind. Durch die Integration des Wertemanagements und des e-Prinzips in die Compliance mit Hilfe der etablierten Unternehmensphilosophie erzielt die Bank eine risikomindernde Wirkung ihrer Geschäfte. Zudem wirkt sich die wertorientierte Mitarbeiterführung auf die fachlichen und sozialen Kompetenzen aus.

### **1 Einführung**

Grundeinstellungen der Mitarbeitenden werden allzu oft missachtet. Die Folgen sind Enttäuschung und Unzufriedenheit. Letztlich kann es zu einer inneren Kündigung kommen. Das ist weder für die Arbeitnehmer\*innen noch für den Arbeitgeber gut. Die Produktivität und die Profitabilität sowie die Stimmung auf beiden Seiten würden hierdurch sinken.

Darüber hinaus läuft das Unternehmen Gefahr, den moralischen Ansprüchen der Gesellschaft nicht mehr gerecht zu werden. Viele Arbeitgeber gehen immer noch davon aus, dass der Mensch nur rational-ökonomisch agiert und seinen eigenen Nutzen maximieren will. Das Ergebnis sind Anreizsysteme wie leistungsabhängige Entlohnung und Ergebnisbeteiligungen, die sogenannten „Bonii“. Menschen sind oft aber anders gestrickt: Sie wollen Verantwortung wahrnehmen, sich selbst verwirklichen, eine Vereinbarkeit zwischen Berufs- und Privatleben, sie wollen sich zugehörig fühlen - und sie beziehen sich auf Unternehmensphilosophie und Unternehmenskultur.

Die Evenord-Bank eG-KG pflegt einen sorgfältigen und nachhaltigen Umgang mit allen Beteiligten am Unternehmen. Dabei sind die Mitarbeitenden essenziell für den Erfolg des Unternehmens. Aufgrund dieser zentralen Bedeutung der Beschäftigten nimmt das Thema Work-Life-Balance einen entsprechenden Stellenwert in der wertorientierten und unternehmensethischen Geschäftsphilosophie ein.

### **2 Exkurs: Die Gallup-Studie**

Eine verbreitete Studie zum Thema Work-Life-Balance ist die Gallup-Studie. Seit 2001 wird die Gallupstudie durchgeführt, welche den Grad der emotionalen Bindung von Mitarbeitenden an ihren Arbeitgeber und damit ihr Engagement und die Motivation bei der Arbeit untersucht. Der sogenannte Gallup Engagement Index resultiert aus den Ergebnissen der renommierten und umfangreichsten Studie zur Arbeitsplatzqualität in Deutschland. Laut den Ergebnissen der Studie von 2021 sind beim „Faktor Mensch“ 69% der Beschäftigten in Deutschland gering an ihre Arbeitsstätte gebunden und führen lediglich „Dienst nach Vorschrift“ aus. Weiterhin haben die Untersuchungen ergeben, dass Faktoren wie Arbeitsplatzsicherheit, Entlohnung, Sozialleistungen, flexible Arbeitszeit oder die Zahl der Urlaubstage für die Mitarbeiter durchaus wichtig sind, aber kaum Einfluss nehmen auf die emotionale Bindung an das Unternehmen.

Hierbei stellt sich nun die Frage: Was ist den Beschäftigten denn wichtig?

Ergebnisse zeigen, dass eine emotionale Bindung erzeugt werden kann, wenn Mitarbeitende die Möglichkeit haben, das zu tun, was sie richtig gut können und persönlich präferieren.

Weiterhin ist die Führungsqualität entscheidend. Eine von den Beschäftigten als herausfordernde, abwechslungsreiche und als sinnvoll empfundene Tätigkeit kann zum Wettbewerbsvorteil für Unternehmen werden, denn die Mitarbeitenden sind einsatzfreudiger und fühlen sich direkt mit dem Unternehmen verbunden.

### **3 Wertesystem – der Vertrauensvertrag**

Dem Menschenbild der Evenord-Bank eG-KG entspricht eine aktive Einbringung viel mehr als Kontrolle. Der psychologische Arbeitsvertrag (Vertrauensvertrag) ist hierbei fester Bestandteil des Wertesystems, da es hier um Faktoren geht, welche nicht schriftlich festgelegt sind. Hierbei handelt es sich um ein ausgeprägtes Vertrauen zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer\*in, wobei beide Parteien im Interesse des anderen handeln. Er legt die wechselseitigen Erwartungen zwischen Arbeitnehmer\*in und Arbeitgeber fest und ist formal und juristisch.

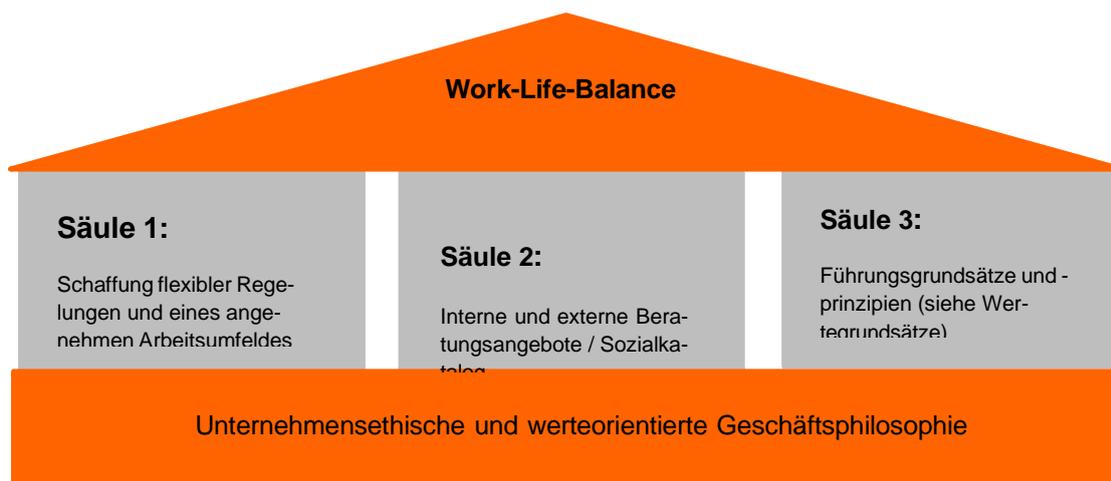
Im Vertrauensvertrag kommen Erwartungen, Wünsche und Hoffnungen beider Parteien zum Ausdruck. Demzufolge verfügen die Beschäftigten über ein hohes Maß an Selbstorganisation. Den Mitarbeitenden werden Freiheiten und Verantwortung übertragen, statt sie bis ins Detail zu kontrollieren und zu überwachen. Das alles ist Bestandteil des psychologischen Arbeitsvertrags. Demzufolge werden die Mitarbeitenden auf Basis des Wertemanagementsystems zum eigenständigen Handeln motiviert. Trotzdem wird durch den psychologischen Arbeitsvertrag von den Mitarbeitenden nicht weniger Leistung erwartet als in anderen Unternehmen, da der Wert Erfolg im Wertekanon der Bank an oberster Stelle steht. Um diesen Erfolg zu gewährleisten, wurde gemeinsam mit den Mitarbeitenden der Bank das anspruchsvolle Leistungsversprechen „Leistung höchstpersönlich“ erarbeitet. Das Element „höchstpersönlich“ bringt zum Ausdruck, dass die persönliche Beziehung zu den Kund\*innen wichtig ist. Beides zusammen verdeutlicht, dass sowohl die Bereitschaft zum persönlichen Einsatz als auch die konsequente Ausrichtung am nachhaltigen Kundennutzen ein großes Anliegen sind. Zusammenfassend kann man sagen, dass der psychologische Vertrag die Erwartungen, Wünsche und Hoffnungen beider Parteien abbildet, diese zum Ausdruck bringt und die höchstpersönliche Leistung durch und nicht trotz des Vertrauensvertrages entsteht.

### **4 Work-Life-Balance in der Evenord-Bank eG-KG**

Work-Life-Balance beschreibt eine Thematik, welche die Notwendigkeit und Relevanz darlegt, auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Mitarbeitenden einzugehen, um jedem die bestmögliche Vereinbarkeit zwischen Berufs- und Privatleben zu ermöglichen. Alters- und lebenssituationsabhängig hat jeder Beschäftigte andere Erwartungen und Vorstellungen beim Thema Work-Life-Balance. Beispielsweise hat ein:e Hochschulabsolvent:in andere Prioritäten als eine Mutter oder Vater. Die Wertekultur und das Work-Life-Balance Konzept der Evenord-Bank eG-KG unterstützen bei der individuellen Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben.

Durch die gelebte Wertekultur und die Führungsgrundsätze und -prinzipien fühlen sich Beschäftigte der Evenord-Bank eG-KG aus der Begeisterung und Überzeugung heraus als Mitarbeiter. Unsere Mitarbeitenden sind eigens motiviert, tagtäglich die bestmögliche Leistung zu erbringen.

Work-Life-Balance in der Evenord-Bank eG-KG ist in drei Säulen aufgebaut:



## **4.1 Schaffung flexibler Regelungen**

Auf Basis des Wertemanagementsystems gibt es bei der Evenord-Bank eG-KG Regeln und Modelle, die eine Flexibilisierung des Arbeitseinsatzes der Mitarbeitenden ermöglichen. Diese betreffen sowohl die Arbeitszeit als auch den Arbeitsort. Dadurch kann eine bessere Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben ermöglicht werden.

### **4.1.1 Arbeitsplatzbedingungen**

Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden ist uns sehr wichtig. Hierzu zählt auch die Gestaltung des Arbeitsplatzes. Höhenverstellbare Schreibtische mit ausreichend Platz, eine angenehme Atmosphäre im Büro, helle und gut belüftete Räume tragen bei der Evenord-Bank eG-KG zu positiven gesundheitsbetreffenden Arbeitsplatzbedingungen bei.

Benötigt ein Mitarbeitender eine speziell auf seine Gesundheit ausgerichtete Ausstattung im Büro, so kann er diese beim Bereichsleiter beantragen. Die Vorstände entscheiden über die Bewilligung des Antrags.

Weitere Informationen zum Thema Gesundheit und Sicherheit in der Evenord-Bank eG-KG erhalten Sie in docBASE unter dem Reiter „Gesundheit & Sicherheit“.

### **4.1.2 Arbeitszeitmodelle der Evenord-Bank**

#### **4.1.2.1 Tägliche Arbeitszeiten**

Die täglichen Öffnungszeiten der Geschäftsstelle bilden einen Rahmen für die Kernarbeitszeit der Beschäftigten. Diese werden je nach Arbeitszeitmodell angepasst.

Einmalige, kurzfristige Gründe, um von der Kernarbeitszeit abzuweichen z.B. Freistellung für einen Arztbesuch, kann in Absprache mit dem Bereichsleiter erfolgen. Hierbei ist jede Abteilung für sich selbst verantwortlich. Die Personalabteilung ist entsprechend zu informieren.

#### **4.1.2.2 Teilzeit-Modell**

Die Evenord-Bank eG-KG bietet diverse Teilzeitstellen im Unternehmen an.

Besteht mit einem Beschäftigten ein Arbeitsverhältnis in Vollzeit, so kann dieses aus individuellen Gründen in eine Teilzeitbeschäftigung umgewandelt werden. Dies regelt der Manteltarifvertrag für die Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie die genossenschaftliche Zentralbank §9 Teilzeitarbeit.

Individuelle Gründe für die Minderung der Arbeitszeit können beispielsweise die Pflege von Familienangehörigen, eigene gesundheitliche Beschwerden, Fernbeziehungen oder ähnliches sein.

Die Reduzierung der Arbeitszeit auf Teilzeit wird vom jeweiligen Beschäftigten beim Bereichsleiter beantragt. Dieser trägt das Anliegen im Rahmen der Vorstandssitzung an den Vorstand weiter. Gegebenenfalls bespricht dieser sich zur Entscheidungsfindung mit dem Wertausschuss Personal.

#### **4.1.2.3 Jobsharing**

Beim Modell Jobsharing handelt es sich um eine Sonderform der Teilzeitbeschäftigung, bei dem sich mehrere Beschäftigte eine Vollzeitarbeitsstelle teilen. Bei der Evenord-Bank eG-KG gibt es Jobsharing Modelle mit zeitlicher und funktionaler Aufteilung. Bei der zeitlichen Aufteilung bearbeiten die Jobsharing-Partner\*innen die gleichen Aufgaben. Sie teilen sich nur die Arbeitszeit der Stelle. Bei der funktionalen Aufteilung dagegen hat jede:r Partner:in seinen Schwerpunktbereich, in welchem er tätig ist. Hier werden die Arbeitsinhalte unter den Partner\*innen aufgeteilt.

Die Abstimmung der Zuständigkeitsbereiche und Anwesenheitszeiten erfolgt in Absprache mit dem Bereichsleiter selbständig. Dies bietet eine hohe Flexibilität für die Beschäftigten und eine sehr gute Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben.

#### **4.1.2.4 flexible Arbeitszeitmodelle**

Die Evenord-Bank eG-KG bietet verschiedene Arbeitszeitmodelle an. In Abstimmung mit dem Bereichsleiter und der Genehmigung des Vorstandes kann hier beispielsweise von einer Vollzeitstelle auf eine befristete Teilzeitstelle gewechselt werden.

### **4.1.3 Urlaub**

#### **4.1.3.1 Urlaubsplanung**

Um den Kolleg:innen die Urlaubsplanung zu erleichtern, ist bis spätestens zum 31.01. eines jeden Jahres von den Beschäftigten in Absprache mit dem Bereichsleiter der Jahresurlaub grob zu planen und einzureichen.

Weiter können bis zu 5 Tage in das nächste Jahr übertragen werden. Diese sind spätestens zum 31.03. eines jeden Jahres von den Beschäftigten zu nehmen.

Es ist sicherzustellen, dass sich die Urlaubspläne abteilungsintern nicht überschneiden. Die Abteilungen sind hierfür selbst verantwortlich unter Koordination des Bereichsleiters.

Bei Überschneidungen der Urlaubspläne haben Beschäftigte mit Kindern einen höheren Anspruch auf die Zeiten der Schulferien. Dies erleichtert für Familien die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben.

#### **4.1.3.2 Sonderurlaub**

Zusätzlich zu dem tariflich geregelten Anspruch auf Sonderurlaub wird den Mitarbeitern der Evenord-Bank ein Sonderurlaub bei Jubiläen gewährt, je nach Länge der Betriebszugehörigkeit:

- einmalig 1 Tag bei 30 Jahren Betriebszugehörigkeit
- einmalig 2 Tage bei 35 Jahren Betriebszugehörigkeit
- einmalig 3 Tage bei 40 Jahren Betriebszugehörigkeit
- freiwillig wird den Mitarbeitenden zusätzlich 0,5 Tage „Geburtstagsfrei“ und 0,5 Tage am Faschingsdienstag (ab nachmittags) gewährt

Die Arbeitsbefreiung erfolgt unter Fortzahlung des Gehalts und ohne Anrechnung auf den Erholungsurlaub.

Den tariflichen Anspruch auf Sonderurlaub regelt der Manteltarifvertrag für die Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie die genossenschaftliche Zentralbank §16 Arbeitsbefreiung. Sonderurlaub wird gem. § 16 des Tarifvertrages für die Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie die genossenschaftliche Zentralbank gewährt.

Vor Inanspruchnahme stellt der Beschäftigte einen Antrag auf Sonderurlaub. Nach Genehmigung des Vorstands und des Bereichsleiters informiert der Mitarbeitende die Personalabteilung und spricht alle relevanten Themen mit dem jeweiligen Vertreter:innen ab.

#### **4.1.4 Mutterschutz und Elternzeit**

Erwartet ein Beschäftigter der Evenord-Bank eG-KG Nachwuchs, so informiert dieser den Vorstand sowie den jeweiligen Bereichsleiter über die Schwangerschaft.

In Absprache mit dem Bereichsleiter und der Personalabteilung können Mitarbeitende sich für Arzttermine im Rahmen der Schwangerschaftsvorsorge freistellen lassen. Dies ist begründet durch den psychologischen Arbeitsvertrag in Verbindung mit dem Wertemanagementsystem.

#### **Wiedereinstieg nach der Elternzeit**

Die Evenord-Bank eG-KG fördert und unterstützt die Elternzeit für alle Geschlechter gleichermaßen.

Um den Wiedereinstieg nach der Elternzeit für die Beschäftigten der Evenord-Bank eG-KG zu erleichtern, wird ein Kontakt und Austausch während der Elternzeit gepflegt. Die Beschäftigten in Elternzeit werden unter anderem zu Betriebsfeiern eingeladen. Dadurch wird gewährleistet, dass die Mitarbeitenden auch während ihrer Abwesenheit alle relevanten betrieblichen Informationen erhalten und weiterhin im Unternehmen integriert sind.

Die jeweiligen Bereichsleiter sowie die Mitarbeitenden in Abwesenheit sind für den Informationsaustausch verantwortlich.

#### **4.1.5 Möglichkeit des mobilen Arbeitens**

Die Evenord-Bank eG-KG bietet mobiles Arbeiten an. Alle weiteren Voraussetzungen und Rahmenbedingungen sind der Präsentation in docBase zu entnehmen.

#### **4.1.6 Weiterbildung, Förderung und Unterstützung**

Die externen Fort- und Weiterbildungen sowie Inhouse-Schulungen sind das höchste Gut des Wertepinzips der Evenord-Bank eG-KG. Die Mitarbeitenden werden als Mitunternehmer:innen gesehen, welche gezielt nach den individuellen Interessen und Neigungen gefordert und gefördert werden. Regelmäßig finden interne Werteschulungen für die Mitarbeitenden statt. Die Mindestschulungstage betragen (gem. der Strategie) 3 Tage. Bis zum 31.01. eines jeden Jahres sind, um Planungssicherheit zu gewähren, die Seminarwünsche mit den Bereichsleitern abzusprechen und über die Personalabteilung einzureichen.

Externe Fortbildungen werden gemeinsam mit der Führungskraft festgelegt und richten sich inhaltlich nach den Neigungen und Interessen des Mitarbeitenden sowie an die wechselnden technischen sowie fachlichen Anforderungen der Branche. Im jährlichen Mitarbeitergespräch können Ideen zur Weiterbildung, Förderung sowie Unterstützung des Mitarbeitenden besprochen und schriftlich festgehalten werden. Die Genehmigung externer Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen erfolgt durch den Vorstand.

#### **4.1.7 Unterstützung im Krankheitsfall**

Auf Basis des Wertemanagements und des psychologischen Arbeitsvertrags können mit den Beschäftigten nach längeren Ausfallzeiten individuelle Vereinbarungen über die Arbeitszeiten getroffen werden. Die Wiedereingliederungsmaßnahmen werden individuell mit dem Mitarbeitenden zusätzlich zu den einzuhaltenden gesetzlichen Regelungen vereinbart, da hier auf den gesundheitlichen Zustand des Mitarbeitenden nach Wiedergenesung eingegangen wird.

#### **4.1.8 Zuschuss Pflegeversicherung und Krankenzusatzversicherung**

Um Lücken im gesetzlichen Gesundheitsschutz zu schließen und die Mitarbeitenden im Kranken- oder Pflegefall abzusichern, bezuschusst die Evenord-Bank eG-KG die private Pflegeversicherung ihrer Mitarbeitenden. Weiterhin gibt es einen vergünstigten Gruppenvertrag der R+V Versicherung für die betriebliche Krankenzusatzversicherung.

Informationen über den Zuschuss der Evenord-Bank eG-KG zur Pflegeversicherung sowie Krankenzusatzversicherung erhalten Sie ausführlicher von der Personalabteilung.

#### **4.1.9 Gesundheitstag**

Jedem Mitarbeitenden der Evenord-Bank eG-KG steht 1 Gesundheitstag zu Verfügung. Hierbei handelt es sich nicht um einen ganzen Tag, sondern vielmehr darum, dass dem Mitarbeitenden sichergestellt wird, dass er anstehende Vorsorgeuntersuchungen in Abstimmung mit dem Bereichsleiter während der Arbeitszeit wahrnehmen kann. In diesem Fall der Abwesenheit ist die Personalabteilung zu informieren.

#### **4.1.10 Gesunde Ernährung**

Eine ausgewogene Ernährung fördert die Konzentration, den Gesundheitszustand und das Wohlbefinden eines Menschen. Eine gesunde und ausgewogene Ernährung ist jedoch individuell und bedeutet, dass man dem Organismus das gibt, was er braucht. Um das Bewusstsein für eine gesunde Ernährung bei den Mitarbeitenden zu steigern, bietet die Evenord-Bank eG-KG von Oktober bis Ostern wöchentlich frisches Obst an. Weiterhin wird den Mitarbeitenden der Evenord-Bank eG-KG kostenfrei Kaffee und Wasser zur Verfügung gestellt.

Weitere Angebote der Evenord-Bank eG-KG sind:

Eis im Sommer

Massagetag einmal im Monat

Weitere Leistungen sind dem Sozialkatalog zu entnehmen.

#### **4.1.11 Rückzugsort und Ruheraum**

Mitarbeitende der Evenord-Bank eG-KG können den Aufenthaltsraum im 1. Obergeschoss als Rückzugsort nutzen. Nach Stress-Situationen, in der Mittagspause, bei körperlichen Unbehagen oder ähnlichem bietet dieser Raum einen Ort der Ruhe, an welchem die Mitarbeitenden sich während der Arbeitszeit kurzzeitig zurückziehen und neue Energie sammeln können. Der Rückzugsraum ist neben einer voll eingerichteten Küche mit einem Fernseher und Radio ausgestattet.

#### **4.1.12 Parkplätze**

Mitarbeitende können nach Genehmigung des Vorstands einen fest zugewiesenen und vergünstigten Tiefgaragenparkplatz in der anliegenden Tiefgarage erhalten.

Der Antrag ist durch den jeweiligen Mitarbeitenden mit Angabe eines Grundes schriftlich zu stellen.

## **4.2 Interne und externe Beratungsangebote**

Unterstützend für die in Säule 1 genannten flexiblen Regelungen stehen diverse interne und externe Beratungsangebote zur Verfügung.

### **4.2.1. Offenes Ohr – Ansprechpartner:innen**

Mitarbeitende der Evenord-Bank eG-KG haben die Möglichkeit, sich bei Missständen und Anliegen intern an die Vorstände, Bereichsleiter, Task Force und die Wertebeauftragte zu wenden.

**Hinweisgeber der Evenord-Bank eG-KG ist Frau Sibylle Richter-Speckner.**

### **4.2.2 Sozialkatalog**

Die Mitarbeitenden erhalten sowohl immaterielle als auch materielle Leistungen zur Unterstützung bei der täglichen Arbeit. Diese sind im Sozialkatalog der Evenord-Bank eG-KG aufgelistet. Dieser kann über docBase aufgerufen werden.

### **4.2.3 Unterstützung bei Geldproblemen**

Die Evenord-Bank eG-KG unterstützt ihre Mitarbeitenden auf Basis des Wertemanagementsystems auch bei finanziellen Problemen. Hier können sich die Mitarbeitenden an die Personalabteilung, Bereichsleiter und an die Vorstände wenden. Individuelle Sofortmaßnahmen sollen dem Beschäftigten helfen, die finanzielle Not zu überwinden.

Weiterhin steht als Ansprechpartner die ISKA Schuldnerberatung der Stadt Nürnberg zur Verfügung:

Untere Krämersgasse 3  
90403 Nürnberg  
0911/ 44 63 – 0

### **4.2.4 Beratung bei der Pflege von Angehörigen**

Informationen rund um die Pflege von Angehörigen und den gesetzlichen Ansprüchen an Pflegeunterstützungsgeld erhalten Sie unter folgendem Link des Bündnisses für Familie:

[https://www.nuernberg.de/internet/buendnis\\_fuer\\_familie/pflege.html](https://www.nuernberg.de/internet/buendnis_fuer_familie/pflege.html)

[Rummelsberger Diakonie | Rummelsberger Diakonie \(rummelsberger-diakonie.de\)](https://www.rummelsberger-diakonie.de)

### **4.2.5 Mutterschutz und Elternzeit – Infos und Anträge**

Über docBase erhält der Mitarbeitende auf Grundlage der aktuellen Gesetzgebung Informationen zum Thema Mutterschutz, Elternzeit und Elterngeld. Gesetzliche Vorschriften, welche hier gelten, sind:

- Mutterschutzgesetz
- Bundeseltern- und Elternteilzeitgesetz

Öffentliche Informationsstellen sind das Zentrum Bayern für Familie und Soziales, Regionalstelle Mittelfranken in Nürnberg.

Unter folgendem Link finden Sie Musteranträge auf Elternzeit sowie weitere Informationen zur Elternzeit:

<http://www.antrag-elternzeit.de/musterantrag-auf-elternzeit/>

#### **4.2.6 Familien-Beratungsstelle**

##### **Stadt Nürnberg - Referat für Jugend, Familie und Soziales**

Hans-Sachs-Platz 2

90403 Nürnberg

0911/31-73 56

#### **4.3 Führungssystem**

Führungskräfte spielen eine Schlüsselrolle im Work-Life-Balance-Konzept der Evenord-Bank eG-KG. Sie sind Vorbild und Wegweiser zugleich. Die Führungskräfte unterstützen aktiv Prozesse und leben diese den Mitarbeitenden vor. Um die Beschäftigten konkret zu fördern, stehen den Führungskräften diverse Instrumente wie z.B. die Führungsgrundsätze sowie die Führungsprinzipien zur Verfügung. Die Mitarbeiterleitlinien und die Führungsgrundsätze sind über docBase einsehbar.

##### **4.3.1 Feedbacksystem**

Die Bereichsleiter geben regelmäßig Feedback an ihre Mitarbeitenden. So kann zu jedem Zeitpunkt konstruktive positive sowie negative Kritik geäußert werden. Dies ist wichtig für die Entwicklung und die Selbstverwirklichung der Mitarbeitenden. Auf der anderen Seite kann auch der Mitarbeitende jederzeit Rückmeldung an den Abteilungsleiter geben. Der gelebte Wert „Offenheit zur Veränderung“ trägt stark dazu bei, dass die Mitarbeitenden offen und ehrlich mit den Führungskräften sprechen können. Begünstigt durch flache Hierarchien können die Mitarbeitenden zu jedem Zeitpunkt mit der Führungskraft in den Dialog treten. Jedoch nicht nur die Führungskräfte haben ein offenes Ohr für die Ideen und die Belange der Mitarbeitenden, auch die Vorstände sind immer offen für ein Gespräch. Weiterhin können die Mitarbeitenden in den wöchentlichen Abteilungssitzungen Fragen stellen sowie Feedback einbringen.

##### **4.3.2 Mitarbeitergespräch**

Da es bei der Evenord-Bank weder Zielvorgaben noch monetäre Anreize für den Verkauf von Finanzdienstleistungen gibt, bezieht sich das jährliche Mitarbeitergespräch auf die persönlichen, fachlichen und sozialen Kompetenzen der Mitarbeiter. Statt den üblichen quantitativen Zielen erarbeitet der Abteilungsleiter gemeinsam mit dem Mitarbeiter qualitative Ziele für das Folgejahr. Diese dienen als Anreiz für den Mitarbeiter, seine Leistung zu verbessern und gleichzeitig die Werte des Unternehmens zu leben.

##### **4.3.3 Austausch der Führungskräfte**

Regelmäßig tauschen sich die Bereichsleiter gemeinsam mit den Vorständen in den Vorstandssitzungen aus und besprechen aktuelle Themen.

**Menschen arbeiten. Geld nicht. Aber man kann Geld so einsetzen, dass es sinnvoll wirkt. Durch das e-Prinzip, das auf unseren Werten beruht, übernehmen wir, als Bank, gemeinsam mit unseren Stakeholdern Verantwortung für die Gesellschaft.**

Für uns, die Evenord-Bank heißt das: Wir finanzieren unter bestimmten Voraussetzungen Anschaffungen, Projekte und Unternehmen mit günstigeren Konditionen, bieten besondere Anlage- und Sparprodukte an, die Gutes möglich machen, und beraten Kund:innen nur bei solchen Produkten aktiv, die wir als sinnvoll und ausreichend transparent erachten.

Wir, die Evenord-Bank, haben drei Fokusbereiche definiert, in denen wir unsere unternehmerische Verantwortung wahrnehmen wollen:

### **Mensch (nachhaltig sozial)**

Der Dienst am Menschen sollte das Zentrum aller unternehmerischen Aktivitäten sein. Wir fördern deshalb aktiv im uns möglichen Rahmen wirtschaftliche, soziale und umweltbezogene Aktivitäten und Themen, die positive Auswirkungen auf einzelne Menschen, Sozialgruppen und die Gesellschaft als Ganzes haben.

Dies gilt bei der Auswahl unserer Spenden- und Förderungspartner, der Beratung unserer Kund:innen und im Umgang mit all unseren Stakeholdern und Mitarbeitenden. Die ganzheitliche Förderung einer guten und gerechten Gesellschaft sehen wir als unsere Verantwortung als Unternehmen an.

### **Umwelt (nachhaltig ökologisch)**

Die Förderung des nachhaltigen Umgangs mit natürlichen Ressourcen, des Klimaschutzes und des Erhaltens der Erde als lebensfähigen und lebenswerten Raum sollte im Sinne jedes Unternehmens liegen. Wir fördern deshalb aktiv im uns möglichen Rahmen wirtschaftliche, soziale und umweltbezogene Aktivitäten und Themen, die positive Auswirkungen auf lebensnotwendige Ökosysteme, den Klimawandel und die weltweite Artenvielfalt haben.

Dies gilt bei der Auswahl unserer Spenden- und Förderungspartner, der Beratung unserer Kund:innen und im Umgang mit all unseren Stakeholdern und Mitarbeitenden. Die ganzheitliche Förderung des Handelns zum Erhalt der Erde für zukünftige Generationen sehen wir als unsere Verantwortung als Unternehmen an.

### **Wirtschaft (nachhaltig ökonomisch)**

Der nachhaltige Umgang mit finanziellen Ressourcen, der Aufbau und der Erhalt regionaler Synergien und Wirtschaftskreisläufe sowie die nachhaltige Sicherung und Mehrung des wirtschaftlichen Wohlstands in der Region sollten das Ziel eines jeden Unternehmens sein. Wir fördern deshalb aktiv im uns möglichen Rahmen wirtschaftliche, soziale und umweltbezogene Aktivitäten und Themen, welche auf die Förderung von Innovationen, die Verbesserung der Infrastruktur und langfristig die wirtschaftliche Sicherheit für Arbeitnehmende und -gebende abzielen.

Dies gilt bei der Auswahl unserer Spenden- und Förderungspartner, der Beratung unserer Kund:innen und im Umgang mit all unseren Stakeholdern und Mitarbeitenden. Die ganzheitliche Förderung des Handelns im Sinne der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit von Wirtschaftskreisläufen sehen wir als unsere Verantwortung als Unternehmen an.

Anlage zu D1.1

Im Rahmen dieser Garantieerklärung versprechen Ihnen die KundenberaterInnen der Evenord-Bank eG-KG folgendes:

- Unsere Beratung erfolgt rein auf der Basis unseres Wertegerüsts.
- Unser Erfolg beruht einzig auf Ihrer Zufriedenheit und Ihrem Nutzen.
- Wir haben keine Zielvorgaben für den Absatz von Finanzprodukten.
- Wir erhalten keinerlei monetäre anreize ( z.B. Boni oder Provisionen) für den Verkauf von finanz- und Versicherungs-produkten.
- Wir beziehen ausschließlich ein Festgehalt sowie eine Prämie für „werteorientiertes Verhalten“.

Aus diesen Gründen werden wir Ihnen nur Produkte anbieten, die Sie wirklich benötigen und die wir trotz komplexen Risikogehaltes selbst vollständig beurteilen können.

**Die KundenberaterInnen der Evenord-Bank**



## Grundwerteerklärung

Das tägliche Handeln jeder Person fußt auf Werten und Vorstellungen, die sie in ihre Tätigkeiten und Interaktionen in einem Unternehmen einfließen lässt. Aus der Summe unserer Mitarbeitenden und ihren Werten ergibt sich unsere Unternehmenskultur. Diese wird von uns gelebt, gefördert und wir fühlen uns ihr auch verpflichtet. Sie ist der Kompass, an dem wir unsere Handlungen jeden Tag neu ausrichten und damit auch unsere Essenz als Team.

**Wir, die Mitarbeitenden der Evenord-Bank, erklären, dass unser Handeln sich stets an folgenden Werten ausrichtet:**

### **Seriös und wertschöpfend**

Unsere Beziehung zu unseren Kund:innen und Mitarbeiter:innen soll für beide Seiten wertschöpfend und erfolgreich sein. Individuelle Bedürfnisse und Ansprüche beachten wir im gegenseitigen Miteinander. Sowohl verantwortliches und verlässliches Handeln als auch die offene Ansprache von Problemen, die Suche nach Lösungen und die Einhaltung von Vereinbarungen sind uns wichtig.

### **Ehrlich und glaubwürdig**

Wir informieren Sie umfassend über Ihre Möglichkeiten und werden Sie im Kundengespräch stets auf Chancen und Risiken hinweisen. Wir stehen zu fairen Angeboten und einer offenen Kommunikation – sowohl mit unseren Kund:innen als auch mit unseren Kolleg:innen.

### **Fair und transparent**

Unser Ziel ist es, die Beziehung zu unseren Kund:innen und Geschäftspartner:innen als nachhaltige Partnerschaften zu gestalten. Das Einhalten von Vereinbarungen ist für uns essenziell. Wir begleiten unsere Kund:innen transparent bei Entscheidungen. Dies gilt auch bei der gemeinsamen Arbeit im Team, wo wir die Fähigkeiten aller Mitarbeitenden nutzen, um kompetente Lösungen zu finden.

### **Respektvoll und auf Augenhöhe**

Unsere Kund:innen und Kolleg:innen sind Partner:innen auf Augenhöhe. Wir achten die Person – insbesondere in kritischen Situationen. Wir erkennen vielfältige Begabungen und Talente an. Die gegenseitige Wertschätzung und die Individualität jedes Einzelnen haben bei uns einen hohen Stellenwert – unabhängig von sozialem Status, hierarchischer Stellung sowie religiöser oder geschlechtlicher Zugehörigkeit.

### **Begeisternd fortschrittlich**

Wir begeistern unsere Kund:innen von der Qualität unserer Produkte und unserer Arbeit, weil wir selbst davon begeistert sind. Wir haben stets den Anspruch uns fortwährend zu prüfen und prüfen zu lassen, Anregungen anzunehmen und aktiv neue Wege zu gestalten, die unsere Mitarbeitenden zusammen mit unseren Kund:innen beschreiten.

Anlage zu D2.1

# Interne Kommunikation & externe Kommunikation zu Mitarbeiterbindung & Benefits

**Mit einer starken  
Arbeitgebermarke  
überzeugen**

# Inhaltsverzeichnis

<b>EINLEITUNG .....</b>	<b>1</b>
<b>EMPLOYER BRANDING LIFECYCLE MANAGEMENT .....</b>	<b>2</b>
<b>HANDLUNGSFELDER UND SCHNITTSTELLEN DES EMPLOYER BRANDING LIFECYCLE.....</b>	<b>3</b>
<b>INTERNE KOMMUNIKATION.....</b>	<b>4</b>
<b>UNTENEHMENSKULTUR &amp; TEAMSPIRIT .....</b>	<b>9</b>
<b>WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN .....</b>	<b>10</b>
<b>ANSPRECHPARTNERIN.....</b>	<b>10</b>

# Einleitung

Der Wettbewerb um Talente und Kandidaten nimmt weiter zu. Daher sind Arbeitgeber gefordert, sich mit den eigenen Attraktivitätsfaktoren auseinanderzusetzen, die insbesondere in der externen Kommunikation eine besondere Bedeutung einnehmen.

Diese Konzeptskizze behandelt die Fragestellungen, die bei der externen und internen Kommunikation für die Mitarbeiterbindung und für das Feelgood-Management als Instrument der Mitarbeiterbindung berücksichtigt werden sollen:

- Wie können Genossenschaftsbanken ihre Arbeitgeber-Attraktivität ausbauen und somit talentierte Mitarbeitende für sich begeistern, gewinnen und binden?
- Wie können Organisationen ihre Sichtbarkeit als attraktive Arbeitgeber erhöhen?
- Was macht eine Organisation als Arbeitgeber attraktiv?
- Wie können Genossenschaftsbanken die eigene Unternehmenskultur und den damit verbundenen Status quo eigenständig und ohne viel Aufwand ermitteln?
- Wie können Genossenschaftsbanken den unterschiedlichen Ansprüchen und Erwartungen der heterogenen Zielgruppen gerecht werden?
- Wie kann die bisherige konventionelle (externe) Kommunikation um moderne und zielgruppengerechte Kommunikationsmedien und Kanäle ergänzt werden?

Mit den richtigen Antworten und zukunftsfähigen Lösungen werden Banken trotz Fachkräftemangel, Demografie und Nachwuchsproblemen Erfolge in der Rekrutierung erzielen, als Arbeitgeber die besten Mitarbeitenden langfristig binden und somit ihre Rekrutierungskosten senken.

Nutzen Sie zur Beantwortung der Fragen auch gern die Unterstützungsleistungen aus 2022. Insbesondere der „Leitfaden Employer Branding“, die „Persona-Templates“ und auch die überarbeitete Konzeptskizze „Corporate Influencer“ stehen Ihnen hierfür zur Verfügung.

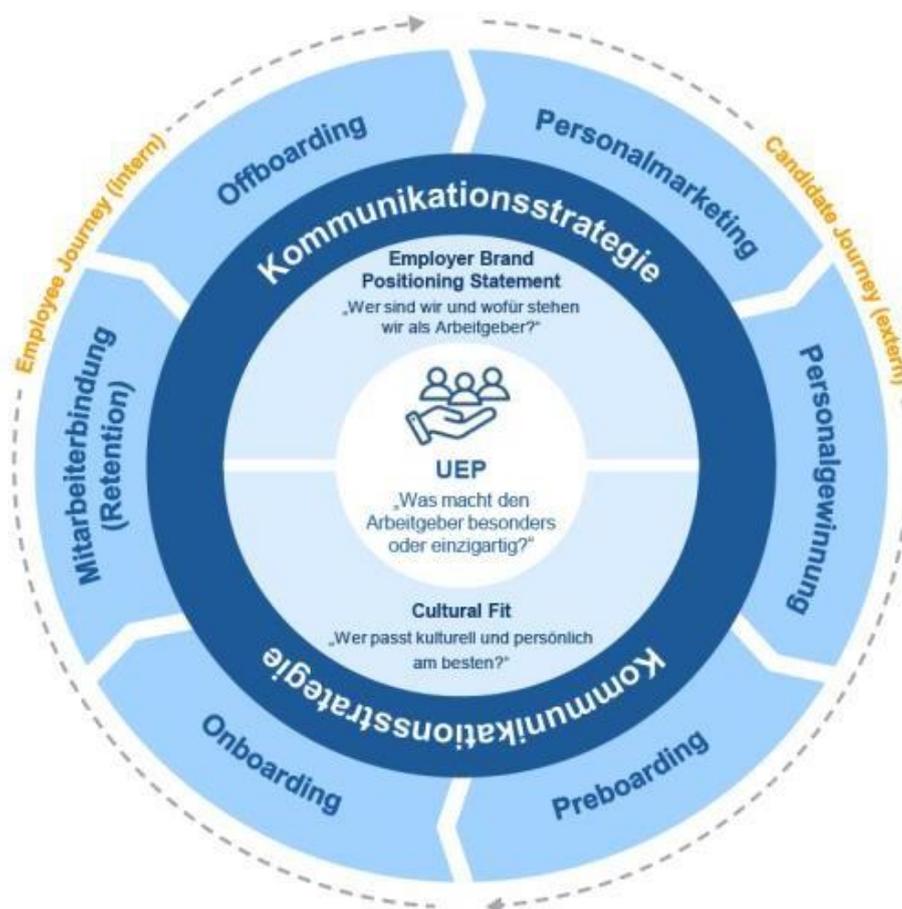
# Employer Branding Lifecycle Management

Wir empfehlen Ihnen zudem, Employer Branding nicht punktuell zu gestalten und nur zu einzelnen Bestandteile zu kommunizieren, sondern als holistischen Ansatz zu realisieren. Um diese Ganzheitlichkeit zu erreichen, kann die Auseinandersetzung mit dem „Employer Branding Lifecycle Management“ hilfreich sein.

Employer Branding Lifecycle Management beschreibt einen Ansatz zu unternehmensweiten Organisation und Steuerung aller Employer-Branding-Handlungsfelder und -Prozesse, die über sämtliche Kontaktpunkte im Rahmen der Candidate & Employee Journey anfallen.

Der Employer-Branding-Lifecycle schafft eine nahtlose Umgebung für die interdisziplinäre Zusammenarbeit im Rahmen von Employer Branding und sorgt für eine erfolgreiche und abgestimmte Umsetzung aller Employer-Branding-Aktivitäten.

Der Employer-Branding-Lifecycle soll für die unterschiedlichen Phasen, die Bewerber und Mitarbeitende durchlaufen, sensibilisieren und die Auswahlmöglichkeiten von Instrumenten und Unterstützungsleistungen sichtbar machen.



# Handlungsfelder und Schnittstellen des Employer Branding Lifecycle

## Externe Employer-Branding-Handlungsfelder (Candidate Journey)

- Recruiting
- Bewerbermanagement
- Personalmarketing
- Arbeitgeberclaim
- Kreativkonzept
- Preboarding

## Interne Employer-Branding-Handlungsfelder (Employee Journey)

- Kultur- und Werteentwicklung
- Organisationsentwicklung & Gestaltung der Arbeitswelt (z.B. New Work)
- Interne Kommunikation
- Personalentwicklung, Kompetenzmodelle (z.B. New Learning)
- Führung (z.B. New Leadership)
- Beurteilung und Leistungsanreize
- On- und Offboarding

Die verschiedenen Employer-Branding-Instrumente unterstützen die unterschiedlichen Beteiligten in ihren jeweiligen Rollen.

## Vorab: Status quo & Zielgruppen-Erwartungen

Um die bankindividuellen kulturellen Voraussetzungen für die Kommunikation bestmöglich zu berücksichtigen, raten wir dazu, vorab eine Analysephase zu nutzen. Ein Instrument kann beispielsweise die „Mitarbeiterbefragung“ sein. Hierzu finden Sie diverse Unterstützungsleistungen aus 2022 (z.B. Leitfaden MA-Befragung, Tool-Übersicht, Fragen-Sets etc.). Eine weitere Umsetzungsidee kann z.B. ein Kulturcheck sein.

Für eine zielgruppengerechte Kommunikation Ihrer Employer Branding-Aktivitäten kann die Auseinandersetzung mit „Personas“ hilfreich sein. Diese fiktiven Zielgruppenvertreter verbessern das Verständnis und die Erwartungen der Zielgruppen und unterstützen bei der Entwicklung von zielgerichteten Kommunikationsstrategien. Sie finden in VR-WORKS vorbereitete Persona-Templates. Bei Bedarf stellen wir Ihnen gern auch Blanko-Templates zur Verfügung, sofern Sie weitere Personas beschreiben möchten.

## Interne Kommunikation

### 1. Welche Prämissen sollten in Bezug auf die interne Kommunikation berücksichtigt werden, damit die externe Kommunikation die gewünschten Erfolge zeigen kann?

**Achtung:** Die interne Kommunikation sowie die Gelegenheit zur Beteiligung und zum eigenen Erleben der Konzeption der Arbeitgeber-Marke sollten unbedingt vor der externen Kommunikation und vor der „Freischaltung“ des Arbeitgeber-Markenauftritts erfolgen.

Der Prozess des Entstehens und des Wachsens von innen nach außen erhöht spürbar die Glaubwürdigkeit der Arbeitgeber-Marke und der Arbeitgeber-Markenbildung, denn dieser Prozess

- steigert die Identifikation der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Arbeitgeber,
- vermittelt ihnen einen hohen Grad an Orientierung und
- lässt sie eine Stärkung ihres Zugehörigkeitsgefühls erfahren.

Innerhalb dieses Prozesses des „eigenen Erlebens“ werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter quasi als Kundinnen und Kunden des Arbeitgebers betrachtet und behandelt, welche die Arbeitgeberqualitäten bestmöglich selbst erfahren und erleben sollen.

Die glaubwürdige „Verankerung“ der Arbeitgeber-Marke bzw. des angestrebten Arbeitgeber-Images bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geschieht am besten nach dem Prinzip „Kopf, Herz, Hand“ (des Pädagogen Johann Heinrich Pestalozzi),

- in ihren Köpfen = aus innerer Überzeugung,
- in ihren Herzen = mit gutem Gefühl und
- in / mit ihren Händen = aus eigenem Antrieb

in diesem Sinne verhalten.

## 2. Welche Rolle spielen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei?

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fungieren in der Folge regelrecht „automatisch“ (= intrinsisch motiviert) als Marken-Botschafter (→ Empfehlungsmarketing / Mund-zu-Mund-Propaganda). Darin liegt die Ursache der eingangs ausgesprochenen Empfehlung, die interne Kommunikation der externen Kommunikation vorgehen zu lassen.

## 3. Auf welche Weise wirken die Führungskräfte in diesen Prozessen mit?

Das Verhalten und die Überzeugungskraft der direkten Führungskräfte sind innerhalb des Prozesses essenziell dafür, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Arbeitgeber-Marke

- verstehen,
- akzeptieren,
- verinnerlichen und
- das, was die Arbeitgeber-Marke ausmacht, in ihr eigenes Verhaltensrepertoire überführen.

## 4. Wie läuft die interne Kommunikation ab?

Die interne Kommunikation geschieht

- über herkömmliche Medien (= zumeist ohne direkte Antwortmöglichkeit), beispielsweise
  - über das Intranet: unternehmensinternes Informations- und Kommunikationsmedium,
  - per Mitarbeiter-Newsletter oder -Zeitschriften,
  - durch regelmäßige Informationen per E-Mail,
- in Dialogform (= wirksamer), mithin
  - auf Augenhöhe,
  - mit Interaktionsmöglichkeiten
    - per Mitarbeiterbefragung: Analyse der Meinung der Mitarbeiter zu verschiedenen unternehmensbezogenen Themen,
    - im Mitarbeitergespräch,
- in informeller und spontaner Form, dabei ohne Gesprächsleitfaden o. Ä. (= was die wirksamste Variante darstellt), zum Beispiel

- über den Flurfunk (hier nicht im Sinne von „Gerüchte-Küche“)
- über informelle Treffen (beispielsweise in der Kaffeeküche, in Sozialbereichen oder Relax-Räumen).

## **5. Welche Ziele werden mit der internen Kommunikation verfolgt?**

- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden zu Beteiligten gemacht.
- Ihre Erwartungen werden bestmöglich berücksichtigt.
- Dadurch wird die Akzeptanz der Besonderheiten der Arbeitgeber-Marke weiter erhöht.
- Die Arbeitgeber-Marke wird auf diese Weise nachhaltig im Bewusstsein sowie im Verhaltensrepertoire gehalten.
- Letztlich soll durch diese Vorgehensweise die Überzeugung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gesteigert werden, denn nur als Überzeugte können sie selbst andere effizient überzeugen, und zwar
  - Kolleginnen und Kollegen (wiederum mittels interner Kommunikation),
  - Mitglieder und Kunden,
  - Verbundpartner / Geschäftspartner,
  - Angehörige, Freunde und Bekannte und
  - die Öffentlichkeit (2. Bis 5. Jeweils in Form der externen Kommunikation).

## **6. Welcher Zusammenhang besteht zwischen der Arbeitgeber-Marke und der Unternehmenskultur?**

- Die Arbeitgeber-Marke wird auf diese Weise zum erlebten und gelebten Bestandteil der Unternehmenskultur.
- Dafür gibt es eine Voraussetzung: Die erlebten Rahmenbedingungen passen zur angestrebten und propagierten Arbeitgeber-Markenpositionierung in Bezug auf
  - die Vertrauenskultur und
  - die Kultur der Eigenverantwortlichkeit und der geeigneten Freiräume für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

## 7. Welche Vorteile ergeben sich für den Arbeitgeber?

- Die Wahrnehmung des Unternehmens seitens der eigenen Belegschaft wird zunächst intensiver ins Bewusstsein gerückt und in Folge der beschriebenen Vorgehensweise tendenziell deutlich positiver.
- Häufig geht damit eine wesentliche Steigerung der Zufriedenheit mit dem Arbeitsplatz und dem Arbeitgeber einher.
- Auch eine deutliche Erhöhung der Loyalität und der emotionalen Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber ihrem Arbeitgeber (Mitarbeiterbindung bzw. Commitment) darf als positive Begleiterscheinung erwartet werden.
- In Folge dieser Entwicklung und Auswirkungen ergibt sich durchschnittlich eine geringe Wechselneigung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- Gleichzeitig ist dadurch eine ausreichend hohe Quote an potenziellen Fach- und Führungskräften aus der eigenen Belegschaft vorhanden, so dass diese nicht von außen „eingekauft“ werden müssen.
- Zu beobachten sind ferner eine durchschnittlich höhere Arbeitsleistung, das gesteigerte Engagement (auch für die Einhaltung des Markenversprechens) sowie weniger Krankheitstage auf Seiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- Die Attraktivität des Unternehmens als potenzieller Arbeitgeber für (vor allem auch qualifizierte) externe Bewerberinnen und Bewerber erhöht sich aufgrund der guten Unternehmenskultur, der hohen Mitarbeiterzufriedenheit und der geringen Fluktuationsrate.
- Dadurch verringern sich die Rekrutierungskosten.
- Last but not least wird eine gesteigerte Kundenzufriedenheit durch erhöhtes und von außen wahrnehmbarem Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erzielt – mithin ein Drei-Gewinner-Modell:
  - 1. Gewinner: die Mitglieder bzw. die Kunden,
  - 2. Gewinner: die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,
  - 3. Gewinner: der Arbeitgeber bzw. das Unternehmen.

# Interne Kommunikation

## Wie kann die bisherige konventionelle externe Kommunikation um moderne und zielgruppengerechte Kommunikationsmedien und Kanäle ergänzt werden?

- **Authentizität & Ehrlichkeit:** Eine ehrliche und authentische Darstellung Ihres Unternehmens ist unabdingbar. Kandidaten und Mitarbeitende schätzen Echtheit und Transparenz.
- **Mitarbeiterstimmen:** Lassen Sie Ihre Mitarbeitenden, Azubis oder auch die Führungsebene zu Wort kommen. Ein realistischer Einblick in das zukünftige Arbeitsleben und das auch unterschiedlichen Perspektiven ist sehr wertvoll. Social-Media-Instrumente wie Reels, Live-Formate oder auch Audio-Tools wie kurze Podcast-Episoden könnten hier eingesetzt werden. Hier kann das Konzept zu den Corporate Influencern als Hilfestellung fungieren.
- **Content Marketing:** Nutzen Sie relevante Inhalte für die jeweilige Zielgruppe, um die Sichtbarkeit zu erhöhen, einen zielgruppengerechten Mehrwert zu bieten und letztlich die Bindung zu stärken. Beschränken Sie beispielsweise Ihre externe Kommunikation nicht nur auf die Vermarktung von Benefits. Diese Zusatzleistungen, sofern sie attraktiv und zielgruppengerecht sind, können die Arbeitgeberattraktivität steigern. Aber der Obstkorb allein wird es nicht sein. Von daher nutzen Sie für die externe Kommunikation vor allem Elemente und Faktoren, die das motivierende Arbeitserlebnis in Ihrer Organisation in den Mittelpunkt rücken.
- **Identifikationsangebot:** In dem Abschnitt „interne Kommunikation“ wurde erläutert, welche Bedeutung die Identifikation nach innen hat. Schaffen Sie auch ein Identifikationsangebot, das nach außen gerichtet ist und Ihre Kultur und Werte widerspiegelt. Thematisieren Sie beispielsweise, welche Rolle „Sinnhaftes Arbeiten & Nachhaltigkeit“ in Ihrer Organisation spielt. Weitere Themen hierfür können Innovationskultur, Regionalität, Führungs- und Lernkultur oder auch Diversität sein.
- **Digital und analog:** Auch wenn zwischenzeitlich die Kommunikation überwiegend über Websites und Social Media erfolgt, sollten Sie insbesondere für Messen, Live-vor-Ort-Aktionen und Bewerbergespräche auch analoge Kommunikationsmedien einsetzen, die wiederum mittels QR-Code und Short-Links auf die Website verlinken.
- **Interaktive Landingpages:** Der kreative und interaktiven Weiterentwicklung Ihrer Karriere-Website sind kaum Grenzen gesetzt. Ein Beispiel, wie Sie Ihren Bewerbungsprozess, vor allem für Auszubildende, attraktiver machen können, ist der „Einstellungsschecker“ der Raiffeisenbank im Donautal:

## Best Practice: Einstellungsschecker der Raiffeisenbank im Donautal

<https://einstellungsschecker.de/>



## Unternehmenskultur & TeamSpirit

Zeigen Sie, was Ihr Unternehmen und die Zusammenarbeit in der Bank einzigartig macht. Nutzen Sie Stories und Berichte über Ihre Unternehmenswerte, Teamdynamik und Mitarbeitererlebnisse und nicht nur für Benefits.

### Best-Practice: „Werte-Taskforce“ der Evenord-Bank

- Ein Team aus verschiedenen Abteilungen soll das Werte und -Nachhaltigkeitsmanagement der Bank vorantreiben
- Dabei ist ein wichtiges Thema „Führen mit Werten“
- Laut Thomas Kühnlein ist es wichtig, dass die Wertevorstellungen zwischen Mitarbeitern und der Bank übereinstimmen
- Mithilfe von jährlichen Mitarbeiterbefragungen wird die Werteorientierung der Bank abgefragt
- Die Bank erarbeitet bereits 2009 werteorientierte Führungsprinzipien und Führungsgrundsätze und gibt Führungskräften einen Orientierungsrahmen
- Schafft für die Mitarbeiter Sicherheit in den Erwartungen gegenüber den Führungskräften, gleichzeitig wird das Vertrauen der Kunden gestärkt

### Die Führungsprinzipien der Evenord-Bank

- | **Mitarbeiterorientierung:** Führungskräfte sollten Interesse für jeden einzelnen Mitarbeiter zeigen sowie dessen Bedürfnisse berücksichtigen.
- | **Transparenz:** Arbeitsprozesse sollen offen und klar sein. Regelmäßiges beidseitiges Feedback fördert Verständnis und Akzeptanz.
- | **Beteiligung:** Betroffene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind aktiv in Entscheidungsprozesse eingebunden.
- | **Eigenverantwortung:** Freiräume für selbständiges Entscheiden und Handeln fördern Eigenantrieb und Verantwortungsbewusstsein der Kolleginnen und Kollegen.

Quelle: [Die Banklehre: Spannend und modern - Profil Magazin](#)

## Weiterführende Informationen

Alle Informationen sowie Unterstützungsmaterialien finden Sie auf unserer Themen-  
seite im [MuV-Manager](#).

Sie haben in Ihrer Bank auch bereits spannende Ansätze im Rahmen von Mitarbeiter-  
bindung gesammelt? Dann teilen Sie gerne Ihre Erfahrungen mit uns.

## Ansprechpartnerin

Claudia Lösch

Leitung Marketing

Bereich Beratung Banken

Tel.: 089/2868-3474

Cloesch@gv-bayern.de

*Vorgenannte Angaben sind das Ergebnis einer Arbeitsgruppe des Genossenschaftsverbandes – Ver-  
band der Regionen e.V. Wir übernehmen daher keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit  
und/oder Aktualität dieser Angaben bzw. Inhalte.*

Anlage zu E2.4

# **Interessenkonfliktgrundsätze der Evenord-Bank eG-KG**

Stand: 22. Juni 2022

1. Kommissions-, Vermittlungs- und Festpreisgeschäft einschließlich Ausführung/Zuteilung von Aufträgen

Wertpapierdienstleistung		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kommissionsgeschäft</b></li> <li>• <b>Vermittlungsgeschäft</b></li> <li>• <b>Festpreisgeschäft</b></li> </ul>
<b>Konfliktquelle</b>		
<b>Bankinteressen</b>	<b>Mandate bei Gesellschaften</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitglieder des Vorstandes, des Aufsichtsrates oder Mitarbeiter der Bank sind Mandatsträger (Vorstand, Aufsichtsrat) bei einer Gesellschaft, mit der die Bank ihre Kundenaufträge ausführt oder an die die Bank ihre Kundenaufträge zur Ausführung weiterleitet -&gt; Gefahr, dass zum Nachteil der Kunden keine sachgerechte Auswahl der Ausführungsplätze oder der Dritten erfolgt, die für die Bank ihre Kundenaufträge ausführen</li> <li>➤ Kein Vorstand oder Mitarbeiter ist Mandatsträger bei einer Gesellschaft, mit der die Bank Kundenaufträge ausführt bzw. zur Ausführung weiterleitet</li> </ul>
	<b>Wesentliche Beteiligungen (mehr als 5 % des Grundkapitals der Gesellschaft)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Beteiligung an Gesellschaft, mit der die Bank ihre Kundenaufträge ausführt oder an die die Bank ihre Kundenaufträge zur Ausführung weiterleitet -&gt; Gefahr, dass zum Nachteil der Kunden keine sachgerechte Auswahl der Ausführungsplätze oder der Dritten erfolgt, die für die Bank ihre Kundenaufträge ausführen</li> <li>➤ keine Wesentliche Beteiligungen</li> </ul>
	<b>Zuwendungen an die Bank einschließlich Staffelp Provisionen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung von Kundeninteressen durch Zuwendungen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen (kumulativ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Anforderungen an die Zulässigkeit von Zuwendungen</li> <li>➤ Beachtung der Anforderungen an die Ex-ante- und Ex-post-Kostentransparenz auch mit Blick auf Zuwendungen</li> </ul>
	<b>Anlageberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung des betreffenden Finanzinstruments, Geschäftes bzw. Ausführungsplatzes liegt nicht im Interesse des Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen (kumulativ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung (einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen)<sup>1</sup> i. V. m. Ausführungsgrundsätzen der Bank</li> </ul>

<sup>1</sup> Zu den Anpassungen aus Anlass der Berücksichtigung von Nachhaltigkeitspräferenzen des Kontoinhabers siehe [BVR-Rundschreiben vom 13. Mai 2022](#).

<b>Konfliktquelle</b>	<b>Wertpapierdienstleistung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kommissionsgeschäft</b></li> <li>• <b>Vermittlungsgeschäft</b></li> <li>• <b>Festpreisgeschäft</b></li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Vertriebsgrundsätze der Bank<sup>2</sup></li> <li>➤ e-Wertekultur</li> <li>➤ Informations-Asymmetrie</li> </ul>
	<b>Orderausführung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• unterschiedliche Ausführungsplätze -&gt; unterschiedliche Provisionseinnahmen/Margen für die Bank (börsliche Ausführung, Handelsofferte, Kapitalanlagegesellschaft)</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ siehe Ausführungsgrundsätze der Bank</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusammenfassung von Kundenaufträgen im Bankinteresse und zum Nachteil von Kunden (z. B. auch bei nicht vollständiger Ausführung oder unterschiedlichen Ausführungspreisen; siehe auch bei Depot A-Geschäft)</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bankinterne Regelung, dass eine Zusammenfassung von Aufträgen (Kundenaufträgen und/oder von bankeigenen Aufträgen mit Kundenaufträgen) unzulässig ist.</li> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der Auftragszuweisung gemäß Art. 68 und 69 DeIVO (EU) 2017/565</li> <li>➤ Benachteiligung bestimmter Kundenorders bei der Weiterleitung/Ausführung</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung des Prioritätsprinzips, d. h. Weiterleitung/Ausführung der Kundenaufträge in der Reihenfolge ihres Eingangs (vgl. Art. 67 Abs. 1, Buchst. b) DeIVO (EU) 2017/565)</li> </ul> <p><u>bei Festpreisgeschäft</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kein marktgerechter Preis</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <p>siehe Ausführungsgrundsätze der Bank und bankinterne Verfahren zur Prüfung der Marktgerechtigkeit</p>

<sup>2</sup> Anpassung entsprechend [BVR-Rundschreiben vom 5. März 2012](#).

Konfliktquelle	Wertpapierdienstleistung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommissionsgeschäft</li> <li>• Vermittlungsgeschäft</li> <li>• Festpreisgeschäft</li> </ul>
	<b>Eigenemissionen der Bank/Konzeption von Finanzinstrumenten</b>	Bankeigene Emissionen wie z. B. bankeigene Inhaberschuldverschreibungen, Genussscheine, Zertifikate: entfällt, da die Bank kein Eigengeschäft betreibt.
	<b>Depotgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Kreditgeschäft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollision von Sicherheitenverwertung mit entsprechenden Kundenorders (siehe auch Depot A-Geschäft und Mitarbeitergeschäfte)</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung des Prioritätsprinzips, d. h. Weiterleitung/Ausführung der Aufträge in der Reihenfolge ihres Eingangs (vgl. Art. 67 Abs. 1, Buchst. b) DelVO (EU) 2017/565)</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Marktfolge Kredit und Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter), Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen.</li> </ul>
	<b>Devisengeschäfte, die in Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Weitergabe von Finanzanalysen<sup>3</sup></b>	<u>Hinweis:</u> Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung
	<b>Depot A-Geschäft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausführung von Kundenaufträgen zusammen mit eigenen Aufträgen der Bank zum Nachteil von Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bankinterne Regelung, dass eine Zusammenfassung von Aufträgen (Kundenaufträge und/oder von</li> </ul>

<b>Wertpapierdienstleistung</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kommissionsgeschäft</b></li> <li>• <b>Vermittlungsgeschäft</b></li> <li>• <b>Festpreisgeschäft</b></li> </ul>
<b>Konfliktquelle</b>		
		<p>bankeigenen Aufträgen mit Kundenaufträgen) unzulässig ist.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der Auftragszuweisung gemäß Art. 68 und Art. 69 DelVO (EU) 2017/565</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> <li>• Vor-, Mit- und Gegenlaufen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Anweisung der Eigenhändler zur Beachtung des gesetzlichen Verbots (vgl. Art. 67 Abs. 3 DelVO (EU) 2017/565); u. a. Beachtung des Prioritätsprinzips, d. h. Ausführung der Kunden-/Bankaufträge in der Reihenfolge ihres Eingangs, vgl. Art. 67 Abs. 1, Buchst. b) DelVO (EU) 2017/565)</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> <li>• Kollision von Sicherheitenverwertung mit entsprechenden Depot A-Geschäften der Bank</li> </ul> <p><b>Maßnahme:</b> Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</p>
<b>Kundeninteressen</b>	<b>siehe Bankinteressen</b>	Da Bevorzugung von Kunden im Bankinteresse mittelbar zum Nachteil von anderen Kunden sein kann, wird auf die Ausführungen unter Bankinteressen verwiesen.
<b>Mitarbeiterinteressen</b>	<b>Mitarbeitergeschäfte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor-, Mit- und Gegenlaufen</li> <li>➤ siehe Mitarbeiterleitsätze (insbes. B.I.4 (Ordererteilung) und B.I.6 (Verbot von Insidergeschäften und des Vor-, Mit- und Gegenlaufens))</li> </ul>

<b>Wertpapierdienstleistung</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kommissionsgeschäft</b></li> <li>• <b>Vermittlungsgeschäft</b></li> <li>• <b>Festpreisgeschäft</b></li> </ul>
<b>Konfliktquelle</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zuteilung bei Überzeichnung zum Nachteil einzelner Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ siehe Mitarbeiterleitsätze (insbes. B.I.5 Zeichnungen)</li> <li>➤ bankinterne Zuteilungsgrundsätze – Verweis auf Grundsätze für die Zuteilung von Aktienemissionen an Privatkunden der Börsensachverständigenkommission beim Bundesministerium der Finanzen am 7. Juni 2000 möglich (Grundsätze abrufbar im BVR-Extranet unter „<a href="#">Querschnittsfunktionen &gt; Recht &gt; Wertpapieraufsichtsrecht &gt; MiFID II/MiFIR</a>“ unter B.I.4. Interessenkonflikte)</li> <li>➤ Zuteilung durch einen Dritten (z. B. DZ BANK)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollision von Sicherheitenverwertung mit entsprechenden Mitarbeitergeschäften (siehe auch Kreditgeschäft und Depot A-Geschäft)</li> </ul> <p><b>Maßnahme:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung des Prioritätsprinzips, d. h. Ausführung der Mitarbeiter-/Kunden-/Bankaufträge in der Reihenfolge ihres Eingangs</li> </ul>
	<b>Vergütung von Mitarbeitern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ siehe gesonderte Regelungen in der Bank</li> <li>➤ Mitarbeiter erhalten ein festes Gehalt und keinerlei Provisionsabhängige Vergütung oder anderweitige Zuwendungen aus Abschlüssen</li> <li>➤ Garantieerklärung</li> </ul>

<p><b>Konfliktquelle</b></p>	<p><b>Wertpapierdienstleistung</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommissionsgeschäft</li> <li>• Vermittlungsgeschäft</li> <li>• Festpreisgeschäft</li> </ul>
	<p><b>Zuwendungen an Mitarbeiter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ siehe Mitarbeiterleitsätze (insbesondere B.I.1. Grundsatz, Satz 5)</li> <li>➤ erlaubnis- und anmeldefrei bis zu einem Betrag bzw. Gegenwert von 30,00 Euro; darüberhinausgehende Zuwendungen müssen dem Leiter Marktfolge im Vorfeld gemeldet und von diesem genehmigt werden.</li> <li>• Grundsätzlich werden sind gemäß der Mitarbeiterleitsätze keine monetären und nicht monetäre Zuwendungen anzunehmen.</li> </ul>

2. Anlageberatung

Wertpapierdienstleistung		Anlageberatung
Konfliktquelle		
Bankinteressen	Mandate bei Gesellschaften	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitglieder des Vorstandes, des Aufsichtsrates oder Mitarbeiter der Bank sind Mandatsträger (Vorstand, Aufsichtsrat) bei einer Gesellschaft, die von der Bank empfohlene Finanzinstrumente emittiert -&gt; Gefahr der Beratung entgegen den Interessen der Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen.</li> <li>➤ Kein Vorstand oder Mitarbeiter ist Mandatsträger bei einer Gesellschaft, mit der die Bank Kundenaufträge ausführt bzw. zur Ausführung weiterleitet</li> </ul>
	Wesentliche Beteiligungen (mehr als 5 % des Grundkapitals der Gesellschaft)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Beteiligung an Gesellschaft, die von der Bank empfohlene Finanzinstrumente emittiert -&gt; Gefahr der Beratung entgegen den Interessen der Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahme:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen</li> <li>➤ Keine wesentlichen Beteiligungen</li> </ul>
	Zuwendungen an die Bank einschließlich Staffelp Provisionen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung des betreffenden Finanzinstruments bzw. Geschäfts liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <p><b>Maßnahmen (kumulativ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Beachtung der Vertriebsgrundsätze der Bank</li> <li>• Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen</li> </ul>

Konfliktquelle	Wertpapierdienstleistung	Anlageberatung
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kommissionsgeschäft</li> <li>• Vermittlungsgeschäft</li> <li>• Festpreisgeschäft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung des betreffenden Finanzinstruments bzw. Geschäfts liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <p><b>Maßnahmen (kumulativ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen i. V. m. Ausführungsgrundsätzen der Bank</li> <li>➤ Beachtung der Vertriebsgrundsätze der Bank</li> </ul>
	<b>Orderausführung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung des betreffenden Ausführungsplatzes liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <p><b>Maßnahme:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung i. V. m. Ausführungsgrundsätzen der Bank</li> </ul>
	<b>Eigenemissionen der Bank</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar, da die Bank keine Eigenemissionen durchführt.
	<b>Depotgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Kreditgeschäft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung des Erwerbs/der Veräußerung des Finanzinstruments, das von Kreditkunden emittiert wird, liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <p><b>Maßnahmen (kumulativ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mit Blick auf Kunden, die Finanzinstrumente erwerben/veräußern sollen: Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung (einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen)</li> <li>➤ Mit Blick auf Kreditkunden: Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter), Marktfolge Kredit und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung, Erwerb von Finanzinstrumenten mittels Kredit zu finanzieren, liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul>

Wertpapierdienstleistung		Anlageberatung
Konfliktquelle		
		<b>Maßnahme:</b> ➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung
	Devisengeschäfte, die im Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung zum Erwerb/zur Veräußerung eines Finanzinstruments mit Fremdwährungsabrechnung liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <b>Maßnahme:</b> ➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung
	Weitergabe von Finanzanalysen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beratung orientiert sich ausschließlich am Kundeninteresse, d. h. die Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung werden beachtet (einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen)</li> </ul> <b>Hinweis:</b> Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung
	Depot A-Geschäft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empfehlung des Erwerbs von im Depot A befindlichen Finanzinstrumenten/der Veräußerung von im Kundendepot befindlichen Finanzinstrumenten an das Depot A – Empfehlung liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <b>Maßnahmen:</b> ➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung (einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen) ➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A <b>Maßnahme:</b> Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen
<b>Kundeninteressen</b>	siehe Bankinteressen	Da Bevorzugung von Kunden im Bankinteresse mittelbar zum Nachteil von anderen Kunden sein kann, wird auf die Ausführungen unter Bankinteressen verwiesen.

Wertpapierdienstleistung		Anlageberatung
Konfliktquelle		
Mitarbeiterinteressen	Mitarbeitergeschäfte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor-, Mit- und Gegenlaufen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ siehe Mitarbeiterleitsätze (insbes. B.I.4 (Ordererteilung) und B.I.6 (Verbot von Insidergeschäften und des Vor-, Mit- und Gegenlaufens)).</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zuteilung bei Überzeichnung zum Nachteil einzelner Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ siehe Mitarbeiterleitsätze (insbes. B.I.5 Zeichnungen).</li> <li>➤ bankinterne Zuteilungsgrundsätze – Verweis auf Grundsätze für die Zuteilung von Aktienemissionen an Privatkunden der Börsensachverständigenkommission beim Bundesministerium der Finanzen am 7. Juni 2000 möglich (Grundsätze abrufbar im BVR-Extranet unter „<a href="#">Querschnittsfunktionen &gt; Recht &gt; Wertpapieraufsichtsrecht &gt; MiFID II/MiFIR</a>“ unter B.I.4. Interessenkonflikte)</li> <li>➤ Zuteilung durch einen Dritten (z. B. DZ BANK)</li> </ul>
	Vergütung von Mitarbeitern	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen (kumulativ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Vertriebsgrundsätze der Bank</li> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung</li> <li>➤ Die Mitarbeiter erhalten ein festes Gehalt und keinerlei Provisionsbasierte Vergütungen bzw. Zuwendungen aus Abschlüssen</li> </ul>
	Zuwendungen an Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• siehe Mitarbeiterleitsätze (insbesondere B.I.1. Grundsatz, Satz 5)</li> <li>• erlaubnis- und anmeldefrei bis zu einem Betrag bzw. Gegenwert von 30.00 Euro; darüber hinausgehende Zuwendungen müssen dem Leiter Marktfolge im Vorfeld gemeldet und von diesem genehmigt werden</li> </ul>



3. Depot A-Geschäft

Wertpapierdienstleistung		Depot A-Geschäft
Konfliktquelle		
Bankinteressen	Mandate bei Gesellschaften	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitglieder des Vorstandes, des Aufsichtsrates oder Mitarbeiter der Bank sind Mandatsträger (Vorstand, Aufsichtsrat) bei einer Gesellschaft, die von der Bank vertriebene Finanzinstrumente emittiert -&gt; Gefahr der Ausnutzung Compliance-relevanter Informationen aus Gesellschaft für Depot A-Geschäft zulasten der Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Verzicht der Bank auf Depot A-Geschäft bei Finanzinstrumenten von Emittenten, bei denen ein o. a. Mandat besteht</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> <li>➤ Kein Vorstand oder Mitarbeiter ist Mandatsträger bei einer Gesellschaft, mit der die Bank Kundenaufträge ausführt bzw. zur Ausführung weiterleitet</li> </ul>
	Wesentliche Beteiligungen (mehr als 5 % des Grundkapitals der Gesellschaft)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wesentliche Beteiligung bei einer Gesellschaft, die von der Bank vertriebene Finanzinstrumente emittiert -&gt; Gefahr der Ausnutzung Compliance-relevanter Informationen zulasten der Kunden, sofern Gesellschaft Bank aktiv über das übliche Maß (Hauptversammlung, Ad-hoc-Mitteilungen) hinaus informiert</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Verzicht der Bank auf Depot A-Geschäft bei Finanzinstrumenten von Emittenten, bei denen o. a. Beteiligung besteht</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A</li> <li>➤ Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> </ul>
	Zuwendungen an die Bank	Kein Interessenkonflikt erkennbar. <sup>4</sup>

<sup>4</sup> Das Eigengeschäft (Depot A-Geschäft) ist keine Dienstleistung, die gegenüber Kunden erbracht wird. Mangels Kundenbezug und damit Dreiecksverhältnis kann es beim Depot A-Geschäft keine Zuwendungen geben.

Wertpapierdienstleistung		Depot A-Geschäft
Konfliktquelle		
	<b>Anlageberatung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Empfehlung des Erwerbs von im Depot A befindlichen Finanzinstrumenten/der Veräußerung von im Kundendepot befindlichen Finanzinstrumenten an das Depot A – Empfehlung liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung (einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen)</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> </ul>
	<b>Orderausführung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausführung von Kundenaufträgen zusammen mit eigenen Aufträgen der Bank zum Nachteil von Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bankinterne Regelung, dass eine Zusammenfassung von Aufträgen (Kundenaufträge und/oder von bankeigenen Aufträgen mit Kundenaufträgen) unzulässig ist.</li> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der Auftragszuweisung gemäß Art. 68 und Art. 69 DelVO (EU) 2017/565</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor-, Mit- und Gegenlaufen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Anweisung der Eigenhändler zur Beachtung des gesetzlichen Verbots (vgl. Art. 67 Abs. 3 DelVO (EU) 2017/565); u. a. Beachtung des Prioritätsprinzips, d. h. Ausführung der Kunden-/Bankaufträge in der Reihenfolge ihres Eingangs, vgl. Art. 67 Abs. 1, Buchst. b) DelVO (EU) 2017/565)</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kollision von Sicherheitenverwertung mit entsprechenden Depot A-Geschäften der Bank (siehe auch</li> </ul>

Wertpapierdienstleistung		Depot A-Geschäft
Konfliktquelle		
		<p>Kreditgeschäft und Mitarbeitergeschäfte)</p> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A</li> </ul> <p>Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</p>
	<b>Eigenemissionen der Bank</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Einflussnahme auf den Kurs über das Depot A-Geschäft im Zusammenhang mit einer Eigenemission (setzt voraus, dass emittierte Wert oder hierauf bezogene Derivat bereits am Markt)</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Verzicht auf Depot A-Geschäft der Bank bei Eigenemissionen der Bank</li> <li>➤ Die Evenord-Bank betreibt kein Eigenemissionsgeschäft.</li> </ul>
	<b>Depotgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Kreditgeschäft</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Zusammentreffen von Depot A-Geschäft mit Pfandverwertung (Pfandreife)</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung des Prioritätsprinzips, d. h. Weiterleitung/Ausführung der Aufträge in der Reihenfolge ihres Eingangs (vgl. Art. 67 Abs. 1, Buchst. b) DeIVO (EU) 2017/565)</li> <li>➤ Vertraulichkeitsbereiche zwischen Vertraulichkeitsbereiche zwischen Orderausführender Stelle (Marktmitarbeiter) und Depot A</li> </ul> <p>Maßnahme: Räumliche Trennung der entsprechenden Stellen</p>
	<b>Devisengeschäfte, die in Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar (da kein Depot A-Geschäft der Bank in Devisen).
	<b>Weitergabe von Finanzanalysen</b>	<p>Bank verwendet von einem Dritten erstelle und veröffentlichte Finanzanalyse unverändert für das Depot A-Geschäft: Kein Interessenkonflikt erkennbar.</p> <p>(Hinweis: Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine</p>

Wertpapierdienstleistung		Depot A-Geschäft
<b>Konfliktquelle</b>		Finanzanalysen zur Verfügung)
	<b>Depot A-Geschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
<b>Kundeninteressen</b>	siehe Bankinteressen	Da Bevorzugung von Kunden im Bankinteresse mittelbar zum Nachteil von anderen Kunden sein kann, wird auf die Ausführungen unter Bankinteressen verwiesen.
<b>Mitarbeiterinteressen</b>	<b>Mitarbeitergeschäfte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vor-, Mit- und Gegenlaufen (unmittelbar Konflikt Bank – Mitarbeiter; es kann aber nicht ausgeschlossen werden, dass dadurch auch Nachteile für die Kunden der Bank entstehen)</li> </ul> <b>Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ für Mitarbeiter, die Depot A-Geschäfte für die Bank abschließen: Handelsverbot für die Finanzinstrumente, in denen sie Depot A-Geschäfte abschließen.</li> </ul>
	<b>Vergütung von Mitarbeitern</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <b>Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mitarbeiter erhalten ein festes Gehalt und keinerlei Provisionsabhängige Vergütung oder Zuwendungen aus Abschlüssen.</li> </ul>
	<b>Zuwendungen an Mitarbeiter</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar. <sup>5</sup>

<sup>5</sup> Die vorstehende Aussage „Kein Interessenkonflikt erkennbar.“ ist im Verhältnis zum Kunden (um das es bei den Interessenkonfliktgrundsätzen allein geht) zutreffend. Die bisherigen Regelungen zu Geldzahlungen bzw. geldwerten Vorteilen unmittelbar an Mitarbeiter (Zuwendungen an Mitarbeiter) sollten jedoch auch für Mitarbeiter, die Depot A-Geschäfte tätigen, beibehalten werden, da sie im Bankinteresse sind (so auch explizit B.I.1 Satz 5 der Mitarbeiterleitsätze).

4. Depotgeschäft

Wertpapiernebenendienstleistung		Depotgeschäft
Konfliktquelle		
Bankinteressen	Mandate bei Gesellschaften	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitglieder des Vorstandes, des Aufsichtsrates oder Mitarbeiter der Bank sind Mandatsträger (Vorstand, Aufsichtsrat) bei Gesellschaft, bei der Bank Kundenwertpapiere verwahren lässt -&gt; Gefahr der Ausnutzung von Compliance-relevante Informationen für Auswahl des Drittverwahrers zulasten der Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der aufsichtsrechtlichen Anforderungen an die Ordnungsmäßigkeit des Depotgeschäfts</li> <li>➤ Kein Vorstand oder Mitarbeiter ist Mandatsträger bei einer Gesellschaft, mit der die Bank Kundenaufträge ausführt bzw. zur Ausführung weiterleitet</li> </ul>
	Wesentliche Beteiligungen (mehr als 5 % des Grundkapitals der Gesellschaft)	<ul style="list-style-type: none"> <li>wesentliche Beteiligung an Gesellschaft, bei der Bank Kundenwertpapiere verwahren lässt -&gt; Gefahr der Ausnutzung von Compliance-relevante Informationen für Auswahl des Drittverwahrers zulasten der Kunden</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der aufsichtsrechtlichen Anforderungen an die Ordnungsmäßigkeit des Depotgeschäfts</li> <li>➤ Keine wesentlichen Beteiligungen</li> </ul>
	Zuwendungen an die Bank einschließlich Staffelp Provisionen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahr der Beeinträchtigung von Kundeninteressen durch Zuwendungen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen (kumulativ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beachtung der Anforderungen an die Zulässigkeit von Zuwendungen</li> <li>Beachtung der Anforderungen an die Ex-ante- und Ex-post-Kostentransparenz auch mit Blick auf Zuwendungen</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommissionsgeschäft</li> <li>Vermittlungsgeschäft</li> <li>Festpreisgeschäft</li> </ul>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	Anlageberatung	Kein Interessenkonflikt erkennbar.

Wertpapiernebenendienstleistung		Depotgeschäft
Konfliktquelle		
	<b>Orderausführung</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Eigenemissionen der Bank</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Depotgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Kreditgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Devisengeschäfte, die in Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Weitergabe von Finanzanalysen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Depot A-Geschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
<b>Kundeninteressen</b>	<b>siehe Bankinteressen</b>	Da Bevorzugung von Kunden im Bankinteresse mittelbar zum Nachteil von anderen Kunden sein kann, wird auf die Ausführungen unter Bankinteressen verwiesen.
<b>Mitarbeiterinteressen</b>	<b>Mitarbeitergeschäfte</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.

<b>Wertpapiernebenendienstleistung</b>		<b>Depotgeschäft</b>
<b>Konfliktquelle</b>		
	<b>Zuwendungen an Mitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• siehe Mitarbeiterleitsätze (insbesondere B.I.1. Grundsatz, Satz 5)</li> <li>• erlaubnis- und anmeldefrei bis zu einem Betrag bzw. Gegenwert von 30,00 Euro; darüberhinausgehende Zuwendungen müssen dem Leiter Marktfolge im Vorfeld gemeldet und von diesem genehmigt werden</li> </ul>

5. Finanzierung von Finanzinstrumenten

Wertpapiernebenleistung		Finanzierung von Finanzinstrumenten
Konfliktquelle		
Bankinteressen	Mandate bei Gesellschaften	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	Wesentliche Beteiligungen (mehr als 5 % des Grundkapitals der Gesellschaft)	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	Zuwendungen an die Bank einschließlich Staffelp Provisionen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahr der Beeinträchtigung von Kundeninteressen durch Zuwendungen</li> </ul> <b>Maßnahmen (kumulativ):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beachtung der Anforderungen an die Zulässigkeit von Zuwendungen</li> <li>Beachtung der Anforderungen an die Ex-ante- und Ex-post-Kostentransparenz auch mit Blick auf Zuwendungen</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommissionsgeschäft</li> <li>Vermittlungsgeschäft</li> <li>Festpreisgeschäft</li> </ul>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	Anlageberatung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empfehlung, Erwerb von Finanzinstrumenten mittels Kredit zu finanzieren, liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <b>Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung</li> </ul>

Wertpapiernebendienstleistung		Finanzierung von Finanzinstrumenten
Konfliktquelle		
	<b>Orderausführung</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Eigenemissionen der Bank</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Depotgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Kreditgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Devisengeschäfte, die in Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Weitergabe von Finanzanalysen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Depot A-Geschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
<b>Kundeninteressen</b>	<b>siehe Bankinteressen</b>	Da Bevorzugung von Kunden im Bankinteresse mittelbar zum Nachteil von anderen Kunden sein kann, wird auf die Ausführungen unter Bankinteressen verwiesen.
<b>Mitarbeiterinteressen</b>	<b>Mitarbeitergeschäfte</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.

<b>Wertpapiernebenendienstleistung</b>		<b>Finanzierung von Finanzinstrumenten</b>
<b>Konfliktquelle</b>		
	<b>Zuwendungen an Mitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <p><b>Maßnahmen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• siehe Mitarbeiterleitsätze (insbesondere B.I.1. Grundsatz, Satz 5)</li> <li>• erlaubnis- und anmeldefrei bis zu einem Betrag bzw. Gegenwert von 30,00 Euro; darüberhinausgehende Zuwendungen müssen dem Leiter Marktfolge im Vorfeld gemeldet und von diesem genehmigt werden</li> </ul>

6. Devisengeschäfte im Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen

Wertpapiernebenleistung		Devisengeschäfte, die in Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen
Konfliktquelle		
Bankinteressen	Mandate bei Gesellschaften	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	Wesentliche Beteiligungen (mehr als 5 % des Grundkapitals der Gesellschaft)	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	Zuwendungen an die Bank einschließlich Staffelp Provisionen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahr der Beeinträchtigung von Kundeninteressen durch Zuwendungen</li> </ul> <b>Maßnahmen (kumulativ):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beachtung der Anforderungen an die Zulässigkeit von Zuwendungen</li> <li>Beachtung der Anforderungen an die Ex-ante- und Ex-post-Kostentransparenz auch mit Blick auf Zuwendungen</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kommissionsgeschäft</li> <li>Vermittlungsgeschäft</li> <li>Festpreisgeschäft</li> </ul>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	Anlageberatung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Empfehlung zum Erwerb/zur Veräußerung eines Finanzinstruments mit Fremdwährungsabrechnung liegt nicht im Kundeninteresse</li> </ul> <b>Maßnahme:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Beachtung der Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung</li> </ul>
	Orderausführung	Kein Interessenkonflikt erkennbar.

	<b>Eigenemissionen der Bank</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Depotgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Kreditgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Devisengeschäfte, die in Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Weitergabe von Finanzanalysen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Depot A-Geschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar (da kein Depot A-Geschäft der Bank in Devisen).
<b>Kundeninteressen</b>	<b>siehe Bankinteressen</b>	Da Bevorzugung von Kunden im Bankinteresse mittelbar zum Nachteil von anderen Kunden sein kann, wird auf die Ausführungen unter Bankinteressen verwiesen.
<b>Mitarbeiterinteressen</b>	<b>Mitarbeitergeschäfte</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Zuwendungen an Mitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <b>Maßnahmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• siehe Mitarbeiterleitsätze (insbesondere B.I.1. Grundsatz, Satz 5)</li> <li>• erlaubnis- und anmeldefrei bis zu einem Betrag bzw. Gegenwert von 30,00 Euro; darüberhinausgehende Zuwendungen müssen dem Leiter Marktfolge im Vorfeld gemeldet und von diesem genehmigt werden</li> </ul>

7. Bank gibt eine von einem Dritten erstellte Finanzanalyse unverändert weiter

Wertpapiernebenendienstleistung		Bank gibt eine von einem Dritten erstellte Finanzanalyse unverändert weiter <sup>6</sup>
Konfliktquelle		
Bankinteressen	Mandate bei Gesellschaften	Kein Interessenkonflikt, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind: <ul style="list-style-type: none"> <li>Bank hat Finanzanalyse nicht bei Dritten in Auftrag gegeben (keine „bestellte Finanzanalyse“)</li> </ul> <u>Hinweis:</u> Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung
	Wesentliche Beteiligungen (mehr als 5 % des Grundkapitals der Gesellschaft)	Kein Interessenkonflikt, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind: <ul style="list-style-type: none"> <li>Bank hat Finanzanalyse nicht bei Dritten in Auftrag gegeben (keine „bestellte Finanzanalyse“)</li> </ul> <u>Hinweis:</u> Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung

Wertpapiernebenendienstleistung		Bank gibt eine von einem Dritten erstellte Finanzanalyse unverändert weiter <sup>6</sup>
Konfliktquelle		
	<b>Zuwendungen an die Bank einschließlich Staffelp Provisionen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahr der Beeinträchtigung von Kundeninteressen durch Zuwendungen</li> </ul> <b>Maßnahmen (kumulativ):</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beachtung der Anforderungen an die Zulässigkeit von Zuwendungen</li> <li>Beachtung der Anforderungen an die Ex-ante- und Ex-post-Kostentransparenz auch mit Blick auf Zuwendungen</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Kommissionsgeschäft</b></li> <li><b>Vermittlungsgeschäft</b></li> <li><b>Festpreisgeschäft</b></li> </ul>	<p>Kein Interessenkonflikt, wenn folgende Voraussetzung erfüllt ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Finanzanalyse ist von einem anerkannten Unternehmen/Analysten erstellt worden -&gt; kann bei DZ BANK unterstellt werden, da diese ihrerseits auch mit Blick auf die wertpapieraufsichtsrechtlichen Anforderungen an Finanzanalysen der Aufsicht unterliegt</li> <li>Wir nutzen generell keine Finanzanalysen die von der DZ BANK erstellt wurde.</li> </ul> <p><u>Hinweis:</u> Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung</p>
	<b>Anlageberatung</b>	<p>Kein Interessenkonflikt, wenn folgende Voraussetzung erfüllt ist:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Finanzanalyse ist von einem anerkannten Unternehmen/Analysten erstellt worden -&gt; kann bei DZ BANK unterstellt werden, da diese ihrerseits auch mit Blick auf die wertpapieraufsichtsrechtlichen Anforderungen an Finanzanalysen der Aufsicht unterliegt</li> <li>Wir nutzen generell keine Finanzanalysen die von der DZ BANK erstellt wurde.</li> </ul> <p><u>Hinweis:</u> Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Beratung orientiert sich ausschließlich am Kundeninteresse, d. h. die Grundsätze der anleger- und anlagegerechten Beratung werden beachtet (einschließlich der vom Kunden angegebenen Nachhaltigkeitspräferenzen)</li> </ul>
	<b>Orderausführung</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.

Wertpapiernebenleistung		Bank gibt eine von einem Dritten erstellte Finanzanalyse unverändert weiter <sup>6</sup>
Konfliktquelle		
	<b>Eigenemissionen der Bank</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Depotgeschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Kreditgeschäft</b>	<p>Kein Interessenkonflikt, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bank hat Finanzanalyse nicht bei Dritten in Auftrag gegeben (keine „bestellte“ Finanzanalyse) -&gt; kann bei DZ BANK unterstellt werden,</li> <li>• Finanzanalyse ist von einem anerkannten Unternehmen/Analysten erstellt worden -&gt; kann bei DZ BANK unterstellt werden, da diese ihrerseits auch mit Blick auf die wertpapieraufsichtsrechtlichen Anforderungen an Finanzanalysen der Aufsicht unterliegen</li> <li>• Wir nutzen generell keine Finanzanalysen die von der DZ BANK erstellt wurde.</li> </ul> <p>(Hinweis: Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung)</p>
	<b>Devisengeschäfte, die in Zusammenhang mit Wertpapierdienstleistungen stehen</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Weitergabe von Finanzanalysen</b>	<p>Kein Interessenkonflikt, wenn folgende Voraussetzungen erfüllt sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bank hat Finanzanalyse nicht bei Dritten in Auftrag gegeben (keine „bestellte“ Finanzanalyse“) -&gt; kann bei Zentralbank unterstellt werden,</li> <li>• Finanzanalyse ist von einem anerkannten Unternehmen/Analysten erstellt worden -&gt; kann bei DZ BANK unterstellt werden, da diese ihrerseits auch mit Blick auf die wertpapieraufsichtsrechtlichen Anforderungen an Finanzanalysen der Aufsicht unterliegen</li> <li>• Wir nutzen generell keine Finanzanalysen die von der DZ BANK erstellt wurde.</li> </ul> <p>(Hinweis: Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung)</p>

	<b>Depot A-Geschäft</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar (wegen der Prämisse, dass Finanzanalyse vom Ersteller bereits veröffentlicht ist). ( <u>Hinweis</u> : Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung)
<b>Kundeninteressen</b>	<b>siehe Bankinteressen</b>	Da Bevorzugung von Kunden im Bankinteresse mittelbar zum Nachteil von anderen Kunden sein kann, wird auf die Ausführungen unter Bankinteressen verwiesen.
<b>Mitarbeiterinteressen</b>	<b>Mitarbeitergeschäfte</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar (wegen der Prämisse, dass Finanzanalyse vom Ersteller bereits veröffentlicht ist). ( <u>Hinweis</u> : Union Investment stellt den Primärbanken zum Einsatz für das Kundengeschäft derzeit keine Finanzanalysen zur Verfügung)
	<b>Vergütung von Mitarbeitern</b>	Kein Interessenkonflikt erkennbar.
	<b>Zuwendungen an Mitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahr der Beeinträchtigung der Kundeninteressen</li> </ul> <b>Maßnahmen:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• siehe Mitarbeiterleitsätze (insbesondere B.I.1. Grundsatz, Satz 5)</li> <li>• erlaubnis- und anmeldefrei bis zu einem Betrag bzw. Gegenwert von 30,00 Euro; darüberhinausgehende Zuwendungen müssen dem Leiter Marktfolge-im Vorfeld gemeldet und von diesem genehmigt werden</li> </ul>