

5. Gemeinwohl-Bilanz 2018 – 2020



Sparda-Bank München eG

GEMEINWOHL
ÖKONOMIE 
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

Deutschlands erste
GEMEINWOHL-BANK

Sparda-Bank München eG

Sparda-Bank

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Tabellenverzeichnis	4
Abbildungsverzeichnis	5
Die Sparda-Bank München und das Gemeinwohl	6
Wir über uns	9
Auf einen Blick (Stand 31.12.2020)	9
Tätigkeitsbereich und Produkte/Dienstleistungen	10
Die Sparda-Bank München eG in Zahlen	12
Einrichtungen und Zentralbank	15
Testat	16
A1 Menschenwürde in der Zulieferkette	17
A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette	17
Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette	22
A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette	23
A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen	23
A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette	24
Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen	25
A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette	26
A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	26
Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette	28
A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette	29
A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen	29
A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette	29
B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln	31
B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung	31
B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung	33
B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen	34
B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln	37
B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung	37
Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel	42

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung	43
B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen	43
B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung	45
Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen	47
B4 Eigentum und Mitentscheidung	49
B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur	49
Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme	51
C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz	53
C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur	53
C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	62
C1.3 Diversität und Chancengleichheit	66
Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen	69
C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge	71
C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes	71
C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit	76
C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance	77
Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge	79
C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden	81
C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit	81
C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz	82
C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung	84
Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens	85
C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz	87
C4.1 Innerbetriebliche Transparenz	87
C4.2 Legitimierung der Führungskräfte	88
C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden	88
Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates	90
D1 Ethische Kund*innenbeziehungen	91
D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen	91
D1.2 Barrierefreiheit	94
Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen	96
D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen	98

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen	98
D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen.....	104
Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen.....	105
D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen	107
D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz).....	107
D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)	111
Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen.....	114
D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz.....	115
D4.1 Kund*innen-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung ...	115
D4.2 Produkttransparenz	117
Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen	118
E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	119
E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben	119
E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen	126
Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen.....	133
E2 Beitrag zum Gemeinwesen	133
E2.1 Steuern und Sozialabgaben.....	133
E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens	134
Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung	141
Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention	141
E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen	143
E3.1 Absolute Auswirkungen/Management & Strategie.....	143
E3.2 Relative Auswirkungen.....	148
Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen	149
E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung	150
E4.1 Transparenz	150
E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung	152
Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation.....	153
Ausblick	155

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz.....	156
Impressum.....	158

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Auf einen Blick	9
Tabelle 2: Unsere Produkte	10
Tabelle 3: Die Sparda-Bank München eG in Zahlen I.....	12
Tabelle 4: Die Sparda-Bank München eG in Zahlen II.....	12
Tabelle 5: Die Sparda-Bank München eG in Zahlen III.....	13
Tabelle 6: Dispositionskredite.....	14
Tabelle 7: Absatz Bauspar- und Versicherungsverträge.....	14
Tabelle 8: Verwaltungsaufwendungen.....	17
Tabelle 9: Verwaltungsaufwendungen nach Ländern	18
Tabelle 10: Zertifikate beim Einkauf.....	21
Tabelle 11: Zertifikate unserer Werbemittel	21
Tabelle 12: Kernkapitalquote im Vergleich zum Branchendurchschnitt.....	32
Tabelle 13: Fremdkapitalanteil	33
Tabelle 14: Finanzpartner*innen	34
Tabelle 15: Verwendung unseres Jahresüberschusses	37
Tabelle 16: Außenausschüttung.....	40
Tabelle 17: Entwicklung des Anlagevermögens	41
Tabelle 18: Kennzahlen Mitarbeitende	53
Tabelle 19: Personalentwicklungsmaßnahmen - nach Seminartyp	55
Tabelle 20: Personalentwicklungsmaßnahmen - pro Mitarbeitendem.....	56
Tabelle 21: Personalentwicklungsmaßnahmen - pro Führungsebene.....	57
Tabelle 22: Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen	60
Tabelle 23: Great Place to Work®-Befragungsergebnisse - gesunde Arbeitsplatzgestaltung	63
Tabelle 24: Betriebsunfälle	65
Tabelle 25: Great Place to Work®-Befragungsergebnisse - Fairness am Arbeitsplatz.....	66
Tabelle 26: Beschäftigte mit Behinderung/Gleichgestellte.....	67
Tabelle 27: Karenzzeit.....	68
Tabelle 28: Neueinstellungen	69
Tabelle 29: Austritte.....	69
Tabelle 30: Leistungen im Rahmen des Sozialleistungskatalogs	74
Tabelle 31: Leistungen im Rahmen der betrieblichen Altersversorgung	75
Tabelle 32: Anzahl mobiler Arbeitsplätze	78
Tabelle 33: Indikatoren Negativaspekte – ungerechte Ausgestaltung von Arbeitsverträgen	80
Tabelle 34: CO ₂ -Emissionen in t durch Geschäftsreisen	83
Tabelle 35: Reputationsmonitoring	93
Tabelle 36: Investitionen für Kommunikationsmaßnahmen	93
Tabelle 37: Anteil der Nutzenart in Prozent des Gesamtumsatzes.....	125

Tabelle 38: Aktivitäten/Maßnahmen	127
Tabelle 39: Umsatz und Nettoabgabenquote 2018 - 2020	134
Tabelle 40: Spendenübersicht GSV.....	135
Tabelle 41: Spenden und Sponsorings der Sparda-Bank München eG.....	138
Tabelle 42: Beitrag zum Gemeinwesen der Sparda-Bank München eG I.....	138
Tabelle 43: Beitrag zum Gemeinwesen der Sparda-Bank München eG II.....	139
Tabelle 44: Umweltkonto der Sparda-Bank München eG.....	145
Tabelle 45: Umrechnung der Messwerte auf betrieblich relevante Kenngrößen	147

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Sustainable Development Goals	6
Abbildung 2: Die ‚Fokus-SDGs‘ der Sparda-Bank München eG	7
Abbildung 3: Tariftabelle gültig ab 01.02.2018 (Eintritt vor 01.12.2014).....	71
Abbildung 4: Tariftabelle gültig ab 01.02.2018 (Eintritt nach 01.12.2014).....	72
Abbildung 5: Tariftabelle für Mitarbeitende, die vor dem 01.12.2014 eingetreten sind und keinen zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell in Anspruch nehmen	72
Abbildung 6: Tariftabelle für Mitarbeitende, die vor dem 01.12.2014 eingetreten sind und sich anstatt der Tariferhöhung ab 01.01.2020 um 2,6 % für zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell entschieden haben	72
Abbildung 7: Tariftabelle für Mitarbeitende, die am oder nach dem 01.12.2014 eingetreten sind und keinen zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell in Anspruch nehmen	73
Abbildung 8: Tariftabelle für Mitarbeitende, die am oder nach dem 01.12.2014 eingetreten sind und sich anstatt der Tariferhöhung ab 01.01.2020 um 2,6 % für zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell entschieden haben.....	73
Abbildung 9: Vergütungstabelle Auszubildende gültig ab 01.02.2017.....	73
Abbildung 10: Vergütungstabelle Auszubildende gültig ab 01.01.2020.....	74
Abbildung 11: Tabelle der außertariflichen Vergütungen ab 01.02.2018	74
Abbildung 12: Tabelle der außertariflichen Vergütungen ab 01.01.2020	74
Abbildung 13: Anteil der Anfahrt der Mitarbeitenden in 2018	83
Abbildung 14: Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen.....	120

Die Sparda-Bank München und das Gemeinwohl

Der Weg ist das Ziel!

Seit jeher handelt die Sparda-Bank München eG gemäß ihrer Philosophie als Genossenschaft aus einer starken sozialen Absicht heraus.

Auch, wenn es etwas länger als geplant gedauert hat: Mit dem Gemeinwohl-Bericht für die Jahre 2018 bis 2020 legen wir unsere fünfte Gemeinwohl-Bilanz für die Sparda-Bank München eG¹ vor.

Dabei brachte die Corona-Pandemie im Berichtsjahr 2020 viele Veränderungen und Herausforderungen mit sich. In unserer Rolle als Genossenschaftsbank, als verantwortungsvolle Arbeitgeberin und als Teil der Gesellschaft haben wir die Herausforderungen angenommen und das Beste aus der Situation gemacht.

Wir sind stolz und dankbar seit 2011 ein Pionierunternehmen der Gemeinwohl-Ökonomie und Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank zu sein. Als wir 2011 begonnen haben, wurden wir von manchen als weltfremd und als Geisterfahrer*in bezeichnet. Das hat sich mittlerweile grundlegend geändert. Der gesellschaftliche Transformationsprozess ist in vollem Gange und die Corona-Pandemie ist ein weiterer Beschleuniger für notwendige gesellschaftliche Veränderungen.

In 2020 haben wir uns aktiv mit den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen, den sogenannten ‚Sustainable Development Goals‘, auseinandergesetzt. Ziel war es, die Tätigkeiten und die Wirksamkeit der Bank hinsichtlich Nachhaltigkeit aufzuschlüsseln und den SDGs zuzuordnen.

Abbildung 1: Die Sustainable Development Goals



¹ Mehr Informationen dazu in Tabelle 1.

Als zentrale Erkenntnisse des Workshops haben wir mitgenommen:

- Durch unsere Aktivitäten und unser Engagement leisten wir bereits einen Beitrag zu einer Vielzahl der SDGs.
- Wir haben acht Ziele als ‚sehr relevant‘ für uns eingestuft und betrachten diese in Zukunft als unsere ‚Fokus-SDGs‘: Unsere Handlungen sollen vor allem (aber nicht ausschließlich) auf sie ausgerichtet werden.

Abbildung 2: Die ‚Fokus-SDGs‘ der Sparda-Bank München eG



- Bei den Zielen 1, 4, 5 und 8 sehen wir uns bereits sehr gut aufgestellt, bei den Zielen 9, 12, 13 und 17 werden wir im Rahmen unserer Geschäftsstrategie in den nächsten Jahren daran arbeiten, uns weiterzuentwickeln.

Die Einbindung der SDGs in das Handeln der Bank

Wir sind uns der Bedeutung der SDGs und unserer Verantwortung, unseren Beitrag dazu zu leisten, sehr bewusst. Als ‚Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank‘ nutzen wir deshalb zukünftig neben der GWÖ auch die SDGs als strategische Leitplanken und wollen beide Themen, die hervorragend ineinandergreifen, zusammen vorantreiben - unter anderem über folgende Maßnahmen:

- Die Sensibilisierung unserer Mitarbeitenden, Kund*innen, Lieferant*innen und weiteren Stakeholder*innen durch Einbindung der SDGs in unsere Innen- und Außenkommunikation.
- Die Berücksichtigung der SDGs bei all unseren Aktivitäten (z. B. der nachhaltigen Ausgestaltung unseres Produktportfolios).
- Die Integration in unsere Berichterstattung.

Und unsere Reise als gemeinwohlorientiertes Unternehmen geht weiter:

Am 10.12.2020 wurde durch Beschluss der Vertreterversammlung die langfristige gemeinwohlorientierte Ausrichtung der Sparda-Bank München eG auch in der Satzung dokumentiert:

§ 2 Zweck und Gegenstand:

1. **Zweck der Genossenschaft ist die wirtschaftliche Förderung und Betreuung der Mitglieder unter Berücksichtigung der Grundsätze einer gemeinwohlorientierten Ökonomie im Sinne von Mensch und Umwelt.**

Im Rahmen unserer Strategie 2021 bis 2025 haben wir uns viel vorgenommen, um unsere Positionierung als Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank weiter auszubauen.

Wir wollen unsere Mitarbeitenden, Mitglieder, Kund*innen, Lieferant*innen und viele weitere Stakeholder*innen auf unserem Weg mitnehmen und gemeinsam mit ihnen unsere Vision Realität werden zu lassen:

***Stell dir eine Welt vor,
in der Menschen durch unser Handeln ihre Potenziale entfalten und leben.
Wir stehen für eine gemeinwohlorientierte Form des Lebens und Wirtschaftens,
im Sinne von Mensch und Umwelt.***

Wir über uns

Auf einen Blick (Stand 31.12.2020)

Tabelle 1: Auf einen Blick

Firmenname:	Sparda-Bank München eG
Rechtsform:	Eingetragene Genossenschaft
Gründung:	1930
Webseite:	https://www.sparda-m.de/ und https://www.wirtschaft-fuer-alle.de
Branche:	Finanzdienstleistung
Firmensitz:	München, Deutschland
Gesamtanzahl der Mitarbeitenden:	738 (405 in Zentrale, 333 in Filialen)
Vollzeitäquivalente:	550
Anzahl der Mitglieder:	301.358
Filialen:	34
SB-Center:	31
Umsatz:	145,4 Mio. EUR
Jahresüberschuss:	12,1 Mio. EUR
Bilanzsumme:	9,31 Mrd. EUR
Bilanziertes Eigenkapital:	468,6 Mio. EUR
Berichtszeitraum:	Geschäftsjahre 2018, 2019 und 2020 ²

Den Gemeinwohl-Bericht für die Jahre 2018, 2019 und 2020 ergänzenden Unternehmensberichte stehen online zur Verfügung: <https://www.sparda-m.de/presse-geschaeftsberichte/>.

² Ohne Tochtergesellschaften/verbundene Unternehmen (jeweils 100 Prozent Eigentumsanteil): Sparda-ImmoFin-GmbH i.L., NaturTalent Stiftung gGmbH, NaturTalent Beratung GmbH, Sparda München Verwaltungs GmbH, Sparda München Arnulf I GmbH & Co.KG, Sparda München Arnulf II GmbH & Co. KG, LENA Nachhaltigkeits GmbH.

Tätigkeitsbereich und Produkte/Dienstleistungen

Die Sparda-Bank München eG ist im Wesentlichen regional im Geschäftsgebiet Oberbayern tätig.

Zu unserem Kerngeschäft gehören Finanzdienstleistungen rund um die Bedürfnisse privater Kund*innen:

Tabelle 2: Unsere Produkte

Kategorie	Produkte
Vermögensanlage und Vermögensbildung	<ul style="list-style-type: none"> • Ausgewählte Investmentfonds von Union Investment und weiteren Vertriebspartner*innen • Fondssparplan • Fonds-Vermögensverwaltung • Digitaler Anlage-Assistent MeinInvest • Wertpapierdepot über GENO Broker • Termingeld mit Nachrangabrede • Tagesgeld
Zahlungsverkehr	<ul style="list-style-type: none"> • Girokonten (Online, Klassik, Start und Young) • Debitkarte, Mastercard Standard oder Mastercard Platinum • Modernes Online-Banking (TEO App oder TEO Web) • Kontaktlose Bezahlmöglichkeiten (mobiles Bezahlen mit VIMpay) • Dispositionskredit (befristet und unbefristet)
Bausparen	<ul style="list-style-type: none"> • Produkte der Bausparkasse Schwäbisch Hall (Bausparverträge) inkl. WohnRiester
Finanzierungen	<ul style="list-style-type: none"> • EasyCredit (Teambank) • Annuitätendarlehen (fest/variabel/Euribor) auch in Verbindung mit KfW • Endfälliges Darlehen / TA-Darlehen • SpardaWohntraumKredit und SpardaWohntraumKredit plus (Modernisierungsdarlehen ohne dingliche Absicherung)
Vorsorge / Absicherung	<ul style="list-style-type: none"> • Altersvorsorge: Riester-Rente von Union Investment oder Schwäbisch Hall; fondsgebundene Rentenversicherung und Fondssparen von Union Investment; Garantierente Vario von DEVK-Versicherungen • Cyberversicherung • SpardaBaufi-Protect (CreditLife) in Verbindung mit einer Finanzierung • Angebote der DEVK-Versicherungen: Auslandsversicherung, Berufsunfähigkeitsversicherung, Grundfähigkeitsversicherung, Haftpflichtversicherung, Hausratversicherung, Kfz-Versicherung und Rechtsschutzversicherung

Darüber hinaus bieten wir unseren Kund*innen und Mitgliedern sowie der Gesellschaft weitere Angebote an, die über die eines klassischen Finanzinstituts hinausgehen (*detaillierte Ausführungen siehe auch in Kapitel E*).

Dazu gehören:

Sparda-Gewinnsparen

Das Gewinnsparen verbindet Sparen, Gutes tun und die Aussicht auf attraktive Gewinne. Teilnehmen können volljährige Kund*innen und Mitglieder der Sparda-Bank München eG mit einem Girokonto. Ein Gewinnspar-Los kostet monatlich 6 Euro. Der Sparanteil von 4,50 Euro

geht auf ein Gewinnsparkonto und wird am Jahresende wieder an die/den Gewinnsparteilnehmer*in ausgezahlt. 1,50 Euro gehen in den Spiel- und Spendentopf. 25 Prozent des Spielkapitals werden für soziale, gemeinnützige und karitative Zwecke in Oberbayern gespendet.

Ökostrom-Tankstellen für Elektroautos und Elektrofahrräder auf dem Gelände unserer Zentrale. Kund*innen, die zu einem Beratungstermin mit dem E-Auto in die Bank kommen, können sich gleichzeitig mit Ökostrom versorgen.

Werte-Kooperation mit Polarstern: Durch die seit 2017 bestehende Werte-Kooperation mit dem Ökostrom-Anbieter erhalten unsere Kund*innen, Mitglieder und Mitarbeitenden bei Abschluss eines Ökostrom-Vertrags einen Spezialtarif.

Die **NaturTalent Stiftung gGmbH (NTS)**, ist im Bereich der talent- und stärkenorientierten Berufsorientierung mit dem Seminar „Talenteschmiede“ und individuellen Einzelcoachings aktiv. Durch die intensive Auseinandersetzung mit der eigenen Einzigartigkeit, den eigenen Bedürfnissen, den eigenen Werten sowie den eigenen ‚naturmäßig‘ gegebenen Begabungen und Interessen werden Schüler*innen und Studierende bei der Beantwortung der Frage begleitet, welcher Beruf und welches berufliche Umfeld zu ihnen passen könnten.

Die **NaturTalent Beratung GmbH (NTB)** berät und begleitet Organisationen bei der Implementierung einer stärkenorientierten Unternehmenskultur. Das Angebot der NTB beinhaltet vor allem die Gestaltung von Kultur- und Teamentwicklungsprozessen basierend auf den einzigartigen Talenten und Stärken der Menschen (in Form von Workshops, Seminaren, Coachings und Beratungen). Des Weiteren ist die NTB auch als Personalberatung aktiv und vermittelt geeignete Kandidat*innen für vakante Stellen.

Werte-Kooperation mit LENA Nachhaltigkeits GmbH: Die LENA Nachhaltigkeits GmbH wurde 2020 durch die Sparda-Bank München eG gegründet. LENA steht für „Lieber Eine Nachhaltige Alternative“. Die Online-Plattform vereint alles zum Thema Nachhaltigkeit – von Produkten und Dienstleistungen bis hin zu spannenden Artikeln, Jobs und Vorschlägen und unterstützt Menschen dabei, ihr eigenes Leben nachhaltiger zu gestalten.

Die Sparda-Bank München eG in Zahlen

Tabelle 3: Die Sparda-Bank München eG in Zahlen I

	Per 31.12.2018	Per 31.12.2019	Per 31.12.2020
Kund*inneneinlagen gesamt (in Mio. Euro)	7.536,4 Mio. €	8.192,3 Mio. €	8.518,3 Mio. €
• Davon Spareinlagen	1.494,5 Mio. €	1.590,3 Mio. €	1.631,9 Mio. €
• Davon andere Verbindlichkeiten	6.041,8 Mio. €	6.602,0 Mio. €	6.886,4 Mio. €
Girokonten	309.200	316.672	300.824
Sparkonten	340.269	334.644	308.745
Tagesgeldkonten	107.130	106.415	104.770
Termin- und Sparbriefkonten	4.424	3.839	1.733
Kredite an Kund*innen	4.640,9 Mio. €	4.883,3 Mio. €	5.182,3 Mio. €
Kreditkonten	68.596	68.403	66.867
Baufinanzierung			
• Neuzusagen	692,9 Mio. €	847,1 Mio. €	981,6 Mio. €
• Davon energetische KfW-Darlehen	14,9 Mio. €	21,3 Mio. €	53,6 Mio. €

Tabelle 4: Die Sparda-Bank München eG in Zahlen II

		Per 31.12.2018		Per 31.12.2019		Per 31.12.2020	
Anzahl Kund*innen gesamt		370.162		380.628		381.156	
Bereich	Produkt	Anzahl Kund* innen	Anzahl in % von Gesamt- kund* innen	Anzahl Kund* innen	Anzahl in % von Gesamt- kund* innen	Anzahl Kund* innen	Anzahl in % von Gesamt- kund* innen
Zahlungsverkehr	Giro Online	185.035	50,0	194.260	51,0	130.623	34,3
	Giro SpardaYoung	23.259	6,3	24.518	6,4	24.115	6,3
	Restliche Girokonten	98.732	26,7	95.917	25,2	135.661	35,6
	BankCard (Debitkarte)	283.292	76,5	288.796	75,9	271.030	71,1
	Kreditkarten	96.776	26,1	98.315	25,8	98.677	25,9
Spareinlagen ³	SpardaSpar	182.817	49,4	182.628	48,0	171.721	45,1
	SpardaExtraZins	64.777	17,5	60.759	16,0	56.867	14,9
	Sparda- Ansparpläne ⁴	41.206	11,1	37.409	9,8	31.033	8,1
	SpardaCash	36.183	9,8	37.283	9,8	39.428	10,3

³ Der Vertrieb der Spareinlagen SpardaDynamic, SpardaPlus und SpardaFest wurde eingestellt. In den Berichtsjahren 2018 - 2020 waren zum Teil noch Altbestände vorhanden.

⁴ Der Abschluss eines monatlichen Sparda-Sparplans ist seit dem 14.12.2019 nicht mehr möglich. Es sind nur noch Altbestände vorhanden. Der Vertrieb des SpardaSparplans flexibel wurde am 13.12.2019 eingestellt. Bei allen anderen Sparverträgen handelt es sich um Altbestände.

Kredite	SpardaTermin ⁵	3.534	1,0	3.053	0,8	1.925	0,5
	Baufinanzierungen	35.371	9,6	34.400	9,0	34.061	8,9
	Privatkredite	13.541	3,7	14.204	3,7	13.656	3,6
	Dispositionskredite	169.347	45,1	170.911	44,3	161.374	42,3

Tabelle 5: Die Sparda-Bank München eG in Zahlen III

	Per 31.12.2018	Per 31.12.2019	Per 31.12.2020
Anzahl Kund*innen gesamt	370.162	380.628	381.156
Anzahl Stammdepots⁶	30.410	32.379	34.694
Depotquote auf Anzahl der Gesamtkund*innen	8,2 %	8,5 %	9,1 %
<u>Fokus Fonds Verbundpartner⁷</u>			
Fondsbezeichnung	Anzahl Unterdepots, die folgende Fonds enthalten:		
Invest Global	7.866	7.847	7.758
PrivatFonds: Kontrolliert	7.843	7.953	7.611
Unilmmo: Deutschland	5.108	5.215	5.266
Unilmmo: Europa	4.822	5.033	5.170
UniGlobal	3.644	4.203	4.781
UniFonds	2.459	2.491	2.502
UniRak	2.365	2.457	2.468
Unilmmo: Wohnen ZBI	722	1.837	1.819
UniRak Konservativ -net- A	1.318	1.465	1.501
Unilmmo: Global	875	863	1.005
Sparda München Vermögensverwaltung ⁸	1.168	0	0
<u>Fokus Fonds mit nachhaltiger/ethischer/sozialer Ausrichtung⁹</u>			
Fondsbezeichnung	Anzahl Unterdepots, die folgende Fonds enthalten:		
PrivatFonds: Nachhaltig ¹⁰	0	2.153	3.014
UniRak Nachhaltig -net- A	1.053	1.555	2.345
UniNachhaltig Aktien Global	202	1.084	2.093
UniRak Nachhaltig Konservativ -net- A	290	1.102	2.017
ÖkoWorld-ÖkoVision Classic C Cap	445	558	677
ÖkoWorld Rock 'n' Roll Fonds C	48	97	119
Sparda München nachhaltige Vermögensverwaltung ¹¹	612	0	0

⁵ Der Vertrieb wurde am 13.12.2019 eingestellt. Seit dem 16.03.2020 ist der Abschluss von SpardaTermin mit 6 Monaten Laufzeit nur in Kombination mit Investmentfonds möglich.

⁶ Unter einem Stammdepot besteht mindestens ein Unterdepot, i. d. R. jedoch mehrere Unterdepots in welchen die unterschiedlichen Fonds verwahrt werden.

⁷ Hierunter fallen Investmentfonds unseres Verbundpartners Union Investment und ggf. in der Vergangenheit eigene aufgelegte Investmentfonds (Positionen nach Anzahl Unterdepots, ohne Altersvorsorgedepots UniProfiRente').

⁸ Der Investmentfonds Sparda München Vermögensverwaltung wurde zum 01.11.2019 aufgelöst und die Bestände in den Privatfonds: Nachhaltig übertragen.

⁹ Dies sind Investmentfonds mit ökologischer, sozialer und/oder ethischer Ausrichtung unserer Verbund- und Vertriebspartner*innen. Diese sind Teil der sogenannten Hausmeinung und konnten unseren Kund*innen im Berichtszeitraum 2018 - 2020 aktiv angeboten werden.

¹⁰ Der PrivatFonds: Nachhaltig wurde im Januar 2019 aufgelegt.

¹¹ Der Investmentfonds Sparda München nachhaltige Vermögensverwaltung wurde zum 01.11.2019 aufgelöst und die Bestände in den Privatfonds: Nachhaltig übertragen.

Tabelle 6: Dispositionskredite

	Dispositionskredite 2018	Dispositionskredite 2019	Dispositionskredite 2020
Inanspruchnahme (in Euro)	27.314.772	25.544.250	19.226.020
Inanspruchnahme (Anzahl)	14.722	14.076	10.595

Tabelle 7: Absatz Bauspar- und Versicherungsverträge

		Absatz 2018		Absatz 2019		Absatz 2020	
		Stück	Summe (in Euro)	Stück	Summe (in Euro)	Stück	Summe (in Euro)
Bauspar- vertrag	Bausparkasse Schwäbisch Hall	1.838	77.015.000	1.961	76.277.000	1.832	67.071.000
Versiche- rungen	Renten- und Lebens- versicherungen (DEVK)	525	1.238.620	205	659.783	293	777.282
	Sach- versicherungen (DEVK)	4.654	528.873	4.911	661.955	2.475	143.588

Die Bank ist der amtlich anerkannten BVR Institutssicherung GmbH und der zusätzlichen freiwilligen Sicherungseinrichtung des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. angeschlossen.

Die BVR Institutssicherung GmbH (BVR-ISG) ist in ihrer satzungsmäßigen Funktion als Institutsschutzsystem amtlich als Einlagensicherungssystem anerkannt und erfüllt den gesetzlichen Auftrag, im Falle einer Bankinsolvenz die Entschädigung der Einleger*innen nach Maßgabe des Einlagensicherungsgesetzes vorzunehmen. Darüber hinaus ist sie gesetzlich berechtigt, Maßnahmen zur Abwendung einer Bestandsgefährdung, also zur Verhinderung einer Insolvenz, vorzunehmen.

Parallel zur BVR Institutssicherung GmbH besteht auch weiterhin die Sicherungseinrichtung des BVR. Auch sie hat als institutsbezogenes Sicherungssystem die Aufgabe, drohende oder bestehende wirtschaftliche Schwierigkeiten bei den angeschlossenen Kreditinstituten abzuwenden oder zu beheben, also Insolvenzen zu verhindern. Sollte eine der Sicherungseinrichtung des BVR angeschlossene Bank in eine Schieflage geraten, die sie aus eigener Kraft nicht beseitigen kann, schützt die Sicherungseinrichtung des BVR über den gesetzlichen Schutz der BVR Institutssicherung GmbH hinaus die Einlagen nach Maßgabe ihres Statutes.

Einrichtungen und Zentralbank

Prüfungsverband:

Verband der Sparda-Banken e.V.
Friedrich-Ebert-Anlage 35-37
60327 Frankfurt am Main

Beteiligungen, die nicht von untergeordneter Bedeutung sind:

SUMMACOM GmbH & Co. KG
Kastanienweg 11-13
66386 St. Ingbert

DZ Beteiligungs GmbH & Co. KG
Heilbronner Straße 41
70191 Stuttgart

Wealthcap Spezial AIF 4 GmbH & Co. geschlossene Investment KG
Am Tucherpark 3
80538 München

COMECO GmbH & Co. KG
Rotebühlplatz 8
70173 Stuttgart

Einlagensicherung und Institutsschutz:

BVR Institutssicherung GmbH
Schellingstraße 4
10785 Berlin

Sicherungseinrichtung des Bundesverbands der
Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e. V. (BVR)
Schellingstraße 4
10785 Berlin

Ansprechpartnerinnen für das Nachhaltigkeitsmanagement und die Gemeinwohl-Bilanz der Sparda-Bank München eG:

Christine Miedl, Direktorin Unternehmenskommunikation und Nachhaltigkeitsmanagement
Christine.Miedl@sparda-m.de, Telefon 089 55142-3100

Julia Drefahl, Referentin Nachhaltigkeitsmanagement und Kommunikation
Julia.Drefahl@sparda-m.de, Telefon 089 55142-3122



Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

Testat:	Externes Audit	Gemeinwohl-Bilanz	Sparda-Bank München eG
---------	----------------	-------------------	------------------------

M5.0 Vollbilanz	2018-2020	Auditor*In: Regina Soergel Manfred Kofranek
------------------------	------------------	---

Wert	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG
Berührungsgruppe				
A: LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette: 60 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette: 60 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette: 50 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette: 40 %
B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 50 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 30 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung: 70 %
C: MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 100 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 50 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 60 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 60 %
D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 70 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 50 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 30 %	D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 %
E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 40 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 90 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 60 %

Testat gültig bis:
30.06.2024

BILANZSUMME:
560

A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Zukauf von Produkten/Dienstleistungen und Kriterien zur Auswahl unserer Lieferant*innen

Die Verwaltungsaufwendungen der Sparda-Bank München eG beliefen sich am Ende des Berichtszeitraums 2020 auf 53,6 Mio. Euro. Die Erhöhung von 2018 (45,9 Mio. Euro) auf 2019 (51,1 Mio. Euro) ist vor allem auf die Transformation des IT-Providers sowie die Einführung eines Customer Relationship Systems zurückzuführen; der Anstieg der Aufwendungen von 2019 auf 2020 hat den Hintergrund der weiterhin gestiegenen Kosten für den IT-Provider (+3,5 Mio. Euro) und höherer Mietaufwendungen (+1,1 Mio. Euro) im Zusammenhang mit der Einbringung der Hauptstelle Arnulfstraße 15 in ein Tochterunternehmen und der anschließenden langfristigen Anmietung derselben (sale-and-lease-back). Demgegenüber konnten insbesondere die Aufwendungen für Beratungsleistungen (-2,0 Mio. Euro) sowie die sonstigen Sachaufwendungen (-0,6 Mio. Euro) aufgrund von Kostensenkungsmaßnahmen sowie Reise- und Übernachtungskosten (-0,3 Mio. Euro) pandemiebedingt (in 2020) reduziert werden.

Tabelle 8: Verwaltungsaufwendungen

Verwaltungsaufwendungen (in Euro)	2018	2019	2020
Raumaufwendungen	4.818.885	4.885.115	7.679.433
· Mieten	2.895.299	2.923.386	5.849.414
· Raumaufwand	1.789.008	1.757.223	1.797.626
· Raumaufwand vermietete Gebäude	134.578	204.506	32.394
Instandhaltung, u.a.:	2.874.787	2.191.034	2.009.788
· Instandhaltung Gebäude	1.005.316	542.586	1.052.317
· Instandhaltung Betriebs- und Geschäftsausstattung	421.779	324.800	386.983
Serviceaufwendungen für Datenverarbeitung	17.593.600	24.516.137	27.989.301
Miete/Wartung EDV	733.185	822.330	772.565
Beiträge, Bankabgaben	3.404.672	3.182.113	4.095.281
Porto, Telefon- und Faxgebühren	1.301.209	1.341.558	253.919
Bürobedarf	1.427.797	1.375.591	1.562.245
Werbeaufwendungen (z. B. Werbegeschenke, Kontakt- und Kund*innenpflege, alle Arten von Werbung, Marktforschung, Sponsoring) und Spenden (nur der Sparda-Bank München eG)	3.718.011	2.692.861	2.361.186
Reise-, Sitzungs- und Bewirtungsaufwendungen	789.870	811.072	472.189
Prüfungs-, Bilanzierungs- und Beratungsaufwendungen	4.364.229	4.002.637	2.021.194
Versicherungen	887.657	1.113.795	936.802

Fortbildungsaufwendungen	769.687	807.241	764.125
Betriebsaufwendungen für Kraftfahrzeuge	137.246	128.988	117.733
Sonstige Sachaufwendungen (u. a. Geld- und Belegtransporte)	3.073.008 1.109.137	3.224.411 1.125.024	2.607.034 976.218
Gesamt	<u>45.893.843</u>	<u>51.094.883</u>	<u>53.642.785</u>

Wir kaufen Produkte/Dienstleistungen zu, die für den Geschäftsbetrieb einer regionalen Genossenschaftsbank notwendig sind. Darunter fallen - wie in *Tabelle 8* aufgeführt - z. B. Büromaterialien, Werbeaufwendungen, EDV-Hard- und Software oder Beratungsdienstleistungen. Ein Großteil unsere Aufwendungen entfällt auf den Bezug von IT-Dienstleistungen (in *Tabelle 8* als ‚Serviceaufwendungen für Datenverarbeitung‘ benannt) bei unserem zentralen IT-Provider. Dieser stellt uns den Rechenzentrumsbetrieb sowie den Betrieb und die Weiterentwicklungen unserer Anwendungen und Applikationen, die für den Bankbetrieb erforderlich sind, zur Verfügung.

Um aufzuzeigen, wie sich die Gesamtausgaben an unsere Lieferant*innen geografisch verteilen, dient die Darstellung in *Tabelle 9*.

Tabelle 9: Verwaltungsaufwendungen nach Ländern

Verwaltungsaufwendungen (in Euro)	2018	2019	2020
Deutschland	45.820.052	51.032.265	53.584.517
Österreich	49.131	18.487	2.131
Irland	14.396	13.481	15.300
Großbritannien	6.800	0	18.433
USA	2.379	2.029	867
Belgien	1.085	522	75
Luxemburg	0	28.097	0
Dänemark	0	0	9.000
Schweiz	0	0	12.462
Gesamtausgaben	<u>45.893.843</u>	<u>51.094.883</u>	<u>53.642.785</u>

Bei den weiteren Ausführungen werden aus den in *Tabelle 8* aufgeführten Gesamtaufwendungen folgende Aufwendungen nicht einbezogen: Mieten, Beiträge/Bankabgaben, Spenden/Sponsoring, Prüfungs-/ Bilanzierungsaufwendungen und Fortbildungsaufwand.

Bei Leistungen im Bau- und Immobilienbereich (Architekt*innen, Ingenieur*innenleistungen, etc.) gelten die Regelungen der Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen (VOB). Mit unserem IT-Provider, der unseren Lieferanten mit dem größten jährlichen Volumen darstellt, besteht ein Rahmenvertrag bis 2032, der Festpreis- und Preisobergrenzen-Regelungen vorsieht.

Bei der Zusammenarbeit mit unseren Lieferant*innen setzen wir auf gute und langjährige Beziehungen auf Augenhöhe, die von Vertrauen geprägt sind und von Dialog und Transparenz leben. Neben dem Preis spielen das soziale und ökologische Handeln des Unternehmens eine wesentliche Rolle.

Unser Verhaltenskodex bestimmt grundsätzlich unser Handeln. Die darin enthaltenen Leitlinien geben uns Orientierung und Sicherheit. Sie sind Maßstab unseres Verhaltens. Ihre Wirksamkeit und Verbindlichkeit im Verhältnis zu den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern werden durch interne Regelungen und Richtlinien sowie Arbeitsanweisungen sichergestellt. Der Verhaltenskodex ist transparent für alle einsehbar auf unserer Homepage veröffentlicht: <https://www.sparda-m.de/internetauftritt/downloads/pdf/verhaltenskodex.pdf>.

Die Auftragsvergabe findet stets nach dem Gebot der Wirtschaftlichkeit statt, ist transparent, frei von Interessenkonflikten und lückenlos nachzuvollziehen. Bei neuen Lieferant*innen wird darauf geachtet, dass eine dokumentierte Marktschau stattgefunden hat. Vergleichsangebote dienen zur Wahrung der Transparenz und zur Einhaltung bzw. zum Nachweis der Marktschau.

Mit Hilfe einer Monitoring-Plattform eines externen Dienstleisters werden unsere Lieferant*innen seit 2020 zu den Themen Umweltschutz, Menschen- & Arbeitsrechte sowie Verantwortung in der Lieferkette in regelmäßigen Abständen befragt und überprüft. Die Testphase konnte erfolgreich beendet werden. Es sind rd. 100 Lieferant*innen registriert. Der weitere Ausbau erfolgt sukzessive.

Unser Ziel ist es, überwiegend mit Lieferant*innen zusammenzuarbeiten, die auf der Plattform registriert sind und unsere Anforderungen erfüllen. Hierbei ist es uns wichtig, dass wir die Lieferant*innen/Dienstleister*innen bei der Umsetzung (z. B. beim Erlangen der notwendigen Nachweise über ihre Umwelt- und Sozialaktivitäten) begleiten.

Evaluation von sozialen Risiken in der Zulieferkette und Prüfung von Verstößen gegen Menschenrechte bei Lieferant*innen

Die Verfolgung des Regionalprinzips bietet einen ersten Anhaltspunkt, um soziale Risiken in der Zulieferkette und Verstöße gegen Menschenrechte bei Lieferant*innen zu einem wesentlichen Teil zu minimieren. In den Jahren 2018 bis 2019 haben wir noch keine standardisierte und regelmäßig fortlaufende Evaluation oder Prüfung bei Lieferant*innen durchgeführt. Dennoch kommunizierten wir unsere Prinzipien zur Erfüllung von Sozialstandards und Verstößen gegen Menschenrechte in Richtung Lieferant*innen bereits klar. Folgende Prinzipien sind beispielhaft zu nennen: das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit, die Achtung der Menschenrechte oder die Herstellung von Bedingungen, die es den Mitarbeitenden erlauben, einen angemessenen Lebensstandard zu genießen. In unserer Beschaffungsrichtlinie ist festgehalten, dass unsere Mitarbeitenden, wenn sie Hinweise auf Menschenrechtsverletzungen bei Lieferant*innen erhalten, angehalten sind, das Beschaffungs- und Vertragsmanagement sofort über den Sachverhalt zu informieren, damit nach Überprüfung geeignete Maßnahmen ergriffen werden können.

Zusätzlich zu den Einkaufsbedingungen und der Beschaffungsrichtlinie sowie unserer Lieferant*innen-Plattform bieten regelmäßige persönliche Gespräche mit unseren Lieferant*innen eine gute Möglichkeit, mehr über die dort vorherrschenden Arbeitsbedingungen zu erfahren. Die Gespräche werden von den Fachabteilungen kontinuierlich sowie vereinzelt ergänzend vom Nachhaltigkeitsmanagement geführt. Die letzte sehr umfangreiche Stakeholder*innen-Befragung aus 2017/2018 wurde bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht erläutert. In Bezug auf das Thema Menschenrechte wurde dort damals die Frage gestellt, ob unsere Lieferant*innen bei Unternehmen kaufen, bei denen die Gefahr von Menschenrechtsverletzungen besteht. 95 Prozent haben dies verneint - ein hoher Anteil, der uns zeigt, dass sich unsere Lieferant*innen mit dem Thema beschäftigen und es eine wichtige Rolle bei ihnen spielt.

Einwirken auf Lieferant*innen, um Menschenwürde gegenüber Berührungsgruppen stärker zu leben

Im ersten Schritt führen wir eine Internetrecherche zu den Lieferant*innen mit Blick auf Seriosität, Unternehmenssitz, Reputation etc. durch. Im zweiten Schritt wirken wir über unsere Allgemeinen Einkaufsbedingungen und unsere Beschaffungsrichtlinie auf Lieferant*innen ein. Mit Unternehmen, die gegen unsere formulierten Vorgaben zur Menschenwürde verstoßen, arbeiten wir nicht zusammen.

Im dritten und ergänzenden Schritt sehen wir im Dialog mit unseren Lieferant*innen (kontinuierlicher Austausch der Fachabteilungen sowie Stakeholder*innen-Befragung) eine gute Gelegenheit, auf die darin involvierten Lieferant*innen einzuwirken. Im Rahmen der Stakeholder*innen-Befragung werden Themen wie Arbeitsbedingungen in ihren Unternehmen, faire Bezahlung oder Verpflichtungserklärung zu Sozialstandards abgefragt. Somit haben wir die Gelegenheit, unsere Erwartungen zu kommunizieren, aber gleichzeitig auch entsprechend Stellung zu beziehen und Veränderungen zu bewirken.

Zertifikate von zugekauften Produkten

Bei zugekauften Produkten und Dienstleistungen achten wir darauf, dass sie unter fairen und umweltfreundlichen Arbeitsbedingungen hergestellt werden.

So waren 2020 z. B. 66,3 Prozent der zugekauften Produkte im Bereich Verwaltung (z.B. Büromaterial oder für Bewirtungen) mit dem ‚Fairtrade-Siegel‘ (z. B. Kaffee), dem ‚Blauen Engel‘ (z. B. Papier) oder dem ‚EU-Bio-Siegel‘ (z. B. Milch) zertifiziert; Zucker, Gebäck und Tee beziehen wir von dem Fairhandelsunternehmen GEPA; im Jahr zuvor waren es sogar 70,3 Prozent. Dieser höhere Anteil lag vor allem daran, dass wir im Jahr 2019 Papier und Milch, die vorher bei einem anderen Lieferanten bestellt wurden, fortan auch von unserem Büromaterial-Lieferanten bezogen haben.

Der Grund für den Rückgang in 2020 ist damit zu erklären, dass aufgrund der Corona-Pandemie zunächst vermehrt Masken, Handschuhe, Desinfektionsmittel usw. gekauft werden mussten, die nicht zertifiziert waren.

Tabelle 10: Zertifikate beim Einkauf

Büromaterial/Bewirtung	2018	2019	2020
Warenwert insgesamt	129.475 €	117.954 €	110.591 €
Anteil mit Siegel (z. B. Fairtrade, Blauer Engel, EU-Bio-Siegel)	66,8 %	70,3 %	66,3 %

Für unsere Werbemittel (z. B. Papierblöcke, Gummibärchen, Luftballons), die wir über einen Dienstleister zentral einkaufen¹², stellt sich die Entwicklung wie folgt dar:

Tabelle 11: Zertifikate unserer Werbemittel

Werbemittel	2018	2019	2020
Warenwert insgesamt	62.873 €	96.996 €	60.816 €
Anteil ‚made in Germany‘	37,3 %	19,4 %	47,3 %
Anteil mit Siegel (z. B. Fairtrade, UTZ Certified, FSC) bzw. Recyclingartikel	54,6 %	64 %	83,9 %

Indikator: Zukauf von Produkten/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen

Der Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen¹³ betrug 75,3 Prozent in 2018, 79 Prozent in 2019 und 76 Prozent in 2020.

Indikator: Einge kaufte Produkte/Dienstleistungen mit Herstellung unter fairen Arbeitsbedingungen

Unsere eingekauften Produkte/Dienstleistungen schätzen wir nahezu alle so ein, dass sie unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden. Einige sind mit einem entsprechenden Siegel gekennzeichnet; bei weiteren, die dieses Siegel nicht tragen, begründet sich unsere Annahme vor allem auf der regionalen Herkunft sowie den guten und langjährigen Beziehungen, die wir zu unseren Lieferant*innen haben und die uns einen entsprechenden Einblick in ihr Unternehmen und Handeln gegeben haben bzw. stetig geben.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- In den nächsten Jahren sollen bei unserer Lieferant*innen-Plattform sukzessive weitere Bestands-Lieferant*innen sowie neue integriert werden.
- Auf Basis der Inhalte des BaFin-Merkblatt zum Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken und des Nationalen Aktionsplans „Wirtschaft und Menschenrechte“ werden wir uns weiter mit der Transparenz in unserer Lieferkette auseinandersetzen, um eventuell bisher noch unentdeckte oder zu wenig beachtete Aspekte zu erkennen und entsprechende Lösungen zu schaffen.

¹² Weitere Werbemittel wurden über andere Lieferant*innen bezogen; der Großteil stammt jedoch von der Werbemittelagentur, sodass wir uns bei der anschließenden Betrachtung ausschließlich auf sie beziehen.

¹³ Nicht berücksichtigt sind: Mieten, Beiträge/Bankabgaben, Spenden/Sponsoring, Prüfungs-/Bilanzierungsaufwendungen, Fortbildungsaufwand.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Indikator: Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind

Für uns ist faires und ehrliches Wirtschaften heute und in Zukunft eine ethische Maxime. Daher legen wir großen Wert darauf, dass sich dies auch in unseren eingekauften Produkten widerspiegelt. Bei unseren eingekauften Produkten sehen wir kein ethisches Risiko.

Bei den Produkten aus dem IT-Bereich, die teilweise aufgrund ihrer Herkunft bedenklich sein könnten und oftmals eine hohe Intransparenz mit sich bringen, richten wir uns beim Kauf z. B. nach dem ‚Greenpeace Guide to Greener Electronics‘ und setzen - wo möglich - auf das ‚TCO-Siegel‘ (Nachhaltigkeitslabel für IT-Produkte).

Bereiche in Zuliefererkette mit besonderer Gefährdung der Menschenwürde

Wir haben derzeit keine Anhaltspunkte dafür, dass in Bereichen unserer Zuliefererkette eine Gefährdung der Menschenwürde vorliegt.

Maßnahmen zur Reduzierung/Vermeidung dieser Gefährdung

Derzeit keine Aktivität erforderlich.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir verfolgen die Entwicklung der Zertifizierungen von IT-Produkten und integrieren sie entsprechend in unsere Entscheidungen.

A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Indikator: Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen

Mit einem Großteil unserer Lieferant*innen arbeiten wir bereits seit langer Zeit zusammen. Die durchschnittliche Dauer der Zusammenarbeit betrug Ende 2020 14 Jahre. Die nachfolgende Betrachtung basiert auf dem Geschäftsvolumen mit unseren 75 größten Lieferant*innen¹⁴. Im Jahr 2020 machten sie 99 Prozent der Gesamtausgaben aus.

Indikator: Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen

Zu unserem Kerngeschäft als Bank zählen das Verwalten von Sparguthaben und die Bereitstellung von Krediten, ergänzt durch entsprechende Dienstleistungen.

Vorleistungen, die wir in Anspruch nehmen, beinhalten z. B. Finanzkapital, Energieleistungen oder IT-Systeme.

Um eine Schätzung über das Verhältnis des Anteils der Wertschöpfung zwischen unserer Bank und unseren Lieferant*innen abzugeben, stützen wir uns auf Recherchen und der dabei gefundenen Daten vom Lehrstuhl für Finanz- und Bankmanagement der Universität Siegen¹⁵, die das Verhältnis bei 60 bis 70 Prozent ansetzen. Die Quelle ist bereits aus dem Jahr 2007, sodass wir davon ausgehen, dass sich vor allem aufgrund der Digitalisierung und der damit noch stärker genutzten IT-Dienstleistungen der Anteil der eigenen Wertschöpfung weiter minimiert hat.

Herstellung von fairen und solidarischen Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen - insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft

Fairness gehört zu unseren Markenwerten. Dies spiegelt sich auch in den Geschäftsbeziehungen mit unseren direkten Lieferant*innen wider. Dazu gehört ein offener Dialog bei der Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen.

Zufriedenheit der Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen

Wir gehen davon aus, dass sich an der positiven Bewertung der Sparda-Bank München eG durch die Lieferant*innen, die wir im Rahmen der bereits erwähnten Stakeholder*innen-Befragung 2017 erhalten haben, nichts Grundlegendes geändert hat.

In (Verhandlungs-)Gesprächen und in der Zusammenarbeit mit Lieferant*innen in den Jahren 2018 bis 2020 hat sich gezeigt, dass unsere persönlichen Ansprechpartner*innen der Lieferant*innen sehr zufrieden mit unserer Zusammenarbeit sowie den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen waren.

Maßnahmen mit Beitrag dazu, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen

Wir gehen davon aus, dass sich - alleine aufgrund der Marktentwicklungen - der Anteil der Lieferant*innen an der Wertschöpfung in den letzten Jahren bereits vergrößert hat.

¹⁴ Dies beinhaltet auch z. B. DEVK, Schufa, Finanzaufsichtsbehörden.

¹⁵ <https://www.wiwi.uni-muenster.de/ifg/sites/ifg/files/downloads/wpg/presenations/wiedemann.pdf>, S. 7.

Wir sehen unsere Mitverantwortung für Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette und haben z. B. folgende Maßnahmen ergriffen, die bereits seit über zehn Jahren bestehen:

- Wir geben benachteiligten Menschen eine Chance auf Arbeit und kaufen Geschirr- und Handtücher bei Blinden- und Behindertenwerken;
- die Pflanzenpflege im Haus wird von Mitarbeitenden mit Beeinträchtigungen eines Heilpädagogischen Centrums sowie einer Gärtnerei durchgeführt;
- unser Elektroschrott wird von einem Münchner Unternehmen entsorgt, das Menschen mit Unterstützungsbedarf beschäftigt und begleitet.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Im vierten Quartal 2022 planen wir eine neue Stakeholder*innen-Befragung unserer Lieferant*innen.
- Darüber hinaus werden wir die Rückmeldungen der Lieferant*innen auswerten und - entsprechend der Ergebnisse - Maßnahmen entwickeln können.

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

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

Derzeit ist uns kein Label bei den von uns eingekauften Produkten und Rohwaren bekannt, das explizit für Solidarität und Gerechtigkeit steht. Dass einige unserer Produkte ein ‚Fairtrade-Siegel‘ tragen, berichten wir in *Kapitel A1.1*. Die Ausführungen zu Berücksichtigung des ‚TCO-Labels‘ finden sich in *Kapitel A1.2*.

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

Ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen wurde vor allem im Rahmen der bereits erwähnten Stakeholder*innen-Befragung 2017 thematisiert. Hierbei wurden unsere 78 wichtigsten Lieferant*innen zur Teilnahme angefragt; 42 haben teilgenommen. Damit sind 51 Prozent der Sachkosten abgedeckt.

Darüber hinaus haben unsere Fachbereiche Allgemeine Verwaltung sowie IT in den Jahren des Berichtszeitraums 2018 - 2020 Gespräche mit ca. 30 Lieferant*innen pro Jahr geführt, in denen ein fairer und solidarischer Umgang (z. B. in Form von Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen) thematisiert wurde.

Strategien zur Gewährleistung eines fairen und solidarischen Umgangs mit allen Beteiligten miteinander innerhalb des Einflussbereichs

Um einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander innerhalb eines Einflussbereichs zu gewährleisten, setzen wir vor allem auf die Langlebigkeit von Beziehungen, den Ausbau von Vertrauen und Transparenz sowie den stetigen Dialog. Neben diesen ‚weichen‘ Faktoren sieht unser strategischer Ansatz auch eine laufende Überprüfung der Lieferant*innen vor.

Maßnahmen zur Forderung und Förderung eines fairen und solidarischen Umgangs aller Beteiligten miteinander entlang der Zulieferkette

Hier sind keine weiteren, bis auf die bereits erwähnten Maßnahmen zu nennen.

Überprüfung und Sanktionierung von eventuell vorhandenen Risiken und Missständen

Die beschriebenen Maßnahmen bieten die Möglichkeit, eventuell vorhandene Risiken und Missstände zu überprüfen. Des Weiteren beobachten wir den Markt und die Medien, suchen bei Risiken oder Missständen bei unseren Lieferant*innen das Gespräch und ergreifen notwendige Maßnahmen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wie bereits unter A1.1 aufgeführt, wollen wir die Zulieferkette noch eingehender als bisher betrachten und wo ggf. notwendig, Veränderungen umsetzen.

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

Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie sie eingesetzt wird

Unser oberstes Ziel ist nicht der Ausbau von Marktanteilen und -macht, sondern die wirtschaftliche Förderung und Betreuung unserer Mitglieder unter Berücksichtigung der Grundsätze einer gemeinwohlorientierten Ökonomie im Sinne von Mensch und Umwelt. (§ 2 (1) Satzung der Sparda-Bank München eG). Auch im Umgang mit unseren Lieferant*innen setzen wir daher auf Partnerschaft und faire Preise.

Hinweise darauf, dass unsere Lieferant*innen unter unserer Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden

Wir besitzen keine Marktmacht gegenüber unseren Lieferant*innen: Wir setzen auf faire Zahlungs- und Lieferbedingungen und haben keine Hinweise darauf, dass Lieferant*innen damit unzufrieden sind oder gar darunter leiden. Bei der 2017 durchgeführten Stakeholder*innen-Befragung haben wir unser ‚freundliches und faires‘ Verhalten von 91 Prozent unserer Lieferant*innen bestätigt bekommen; unsere Wirtschaftsethik wurde von 91 Prozent als ‚sehr gut‘ bewertet.

Diesbezügliche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung im letzten Jahr

Es liegen uns keine Beschwerden bzw. negative Berichterstattung vor.

Verbesserungspotenziale/Ziele

An dieser Stelle sehen wir aufgrund der nicht vorhandenen Negativ-Aspekte derzeit keine Notwendigkeit für Verbesserungen.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Wir tragen der hohen Bedeutung von ökologischen Fragen Rechnung und berücksichtigen ökologische Gesichtspunkte in unserer Entscheidungsfindung.

Aufwendung von Rohstoffen und Materialien sowie Art von Energie, Material und Technologien in der Produktion

Da wir kein produzierendes Unternehmen sind, ist diese Frage für uns nicht relevant.

Kriterien zur Auswahl von Rohware, Produkten und Dienstleistungen

Bei der Auswahl von Produkten und Dienstleistungen achten wir auf Umweltfreundlichkeit. Dies bezieht sich vor allem auf unser Büromaterial und unseren Bewirtungsbedarf, bei dem wir Produkte mit Umweltsiegel oder ‚Fairtrade-Siegel‘ bevorzugen.

Im IT-Bereich wird auf weniger Verpackungsmüll geachtet (neue Monitore ohne Styropor, Kartons gehen an Lieferanten zurück), wir haben von PCs auf Thin Clients umgestellt und Drucker reduziert, die an verschiedene soziale Einrichtungen und Organisationen gespendet wurden. Dienstleister*innen für den Service unserer SB-Geräte sind im Bereich Nachhaltigkeit aktiv oder z. B. ‚ISO 14001‘-zertifiziert.

Evaluation von ökologischen Risiken in der Zulieferkette

Aufgrund der beschriebenen Ergebnisse aus der Stakeholder*innen-Befragung sowie durch unsere regionale Geschäftstätigkeit, unsere guten Beziehungen zu unseren Lieferant*innen oder die durch sie angebotenen Produkte und Dienstleistungen, haben wir im Berichtszeitraum 2018 - 2020 keinen Bedarf festgestellt, eine zusätzliche Risikoanalyse durchzuführen.

Mit Einführung unserer Lieferant*innen-Plattform in 2020 wird ergänzend die Evaluation von ökologischen Risiken in der Zulieferkette betrachtet.

Seit Veröffentlichung des Merkblatts zum Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) im Dezember 2019 beschäftigen wir uns mit dessen Umsetzung und hatten zum Zeitpunkt der Berichterstellung ein Projekt aufgesetzt, das sich mit den im Merkblatt aufgeführten Risiken auseinandersetzt.

Als gemeinwohlorientiertes Unternehmen haben wir hierbei die Betrachtung über die ESG-Kriterien hinaus erweitert und uns an der gesamten Gemeinwohl-Matrix orientiert.

Schädliche Umweltauswirkungen in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten

An den Stellen, an denen wir schädliche Umweltauswirkungen in der Zulieferkette und bei zugekauften Produkten erkannt haben, haben wir bereits in den letzten Jahren einiges unternommen und im vierten Gemeinwohl-Bericht ausführlich über unsere Maßnahmen berichtet. Dies betraf vor allem die Hersteller*innen und Art unserer IT-Geräte.

Bei Produkten, die vom Facility Management eingekauft werden, beim Sortiment des Büromateriallieferanten sowie weiteren Produkten wie Obst oder Kaffee sehen wir keine

schädlichen Umweltauswirkungen bzw. setzen hier bereits seit langem, wo immer möglich, auf umweltfreundliche Varianten.

Berücksichtigung von ökologischen Kriterien bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen

Wir wählen, wenn sinnvoll möglich, ökologisch höherwertige Produkte. Beim Einkauf von Obst und Milch achten wir seit vielen Jahren auf Regionalität und Saisonalität. Der Großteil unserer eingekauften Produkte (Büromaterial, Handtücher für die Küche und Annehmlichkeiten wie z. B. Bio- und Fairtrade-Kaffee sowie Zucker, Gebäck und Tee von GEPA) wird über unseren Büromateriallieferanten bezogen.

Indikator: Einge kaufte Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind

Wie sich der Anteil an eingekauften Produkten/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind, entwickelt hat, wurde bereits im Textabschnitt in Zusammenhang mit den Zertifikaten von zugekauften Produkten und *Tabelle 10* erläutert.

Maßnahmen zur Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette

In der Zusammenarbeit mit uns sind unsere Lieferant*innen angehalten, Umweltauswirkungen zu minimieren.

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

Bei der Befragung in 2017 wurden unsere Lieferant*innen zu ihrer Umweltverantwortung befragt. Hierbei wurden

- ‚Achtsamkeit beim Einkauf auf ökologische Aspekte‘,
- ‚Achtsamkeit bei Anschaffungen hinsichtlich Energieeffizienz‘,
- ‚gekauft e Produkte entsprechen der besten verfügbaren Technologie‘ sowie
- ‚erste Wahl beim Bezug von Waren/Dienstleistungen sind regionale Anbieter‘ von über 80 Prozent der Lieferant*innen bestätigt.

Der Anteil der befragten Unternehmen bzw. derjenigen, die daran teilgenommen haben, machte - wie bereits an anderer Stelle aufgeführt - 51 Prozent der Sachkosten aus. Zwar hat in den Berichtsjahren 2018 - 2020 keine erneute Befragung stattgefunden, aber wir gehen davon aus, dass sich an dem Anteil nichts bzw. wenn, dann sogar eher zum Positiven, verändert hat.

Bei der Beschaffung werden unsere Erwartungen an Lieferant*innen hinsichtlich ökologischer Auswirkungen kommuniziert.

Unterschiede zum Wettbewerb hinsichtlich ökologischem Einkauf

Nach unserer Erfahrung stand die Bewertung der ökologischen Dimension in vielen Unternehmen in den letzten Jahren nicht im Vordergrund. Unser Einkauf hingegen legt bereits seit sehr langer Zeit großen Wert auf ökologische Kriterien, nutzt diese sehr streng und weitet sie kontinuierlich aus. So waren wir zum Beispiel die Ersten, die bei unserem

Büromaterialhersteller nach Bio- und Fairtrade-Produkten gefragt haben und erreichen konnten, dass diese unseretwegen aufgenommen wurden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Durch die Integration weiterer Lieferant*innen in unsere Lieferant*innen-Plattform werden wir die Umweltauswirkungen in der Zulieferkette noch besser einsehen, überwachen und entsprechend reagieren können.
- Hinsichtlich unseres Einkaufs haben wir das Ziel, unseren Anteil an umweltfreundlichen und Fairtrade-Produkten weiter zu steigern, den Plastikverbrauch zu minimieren und durch die fortschreitende Digitalisierung den Papierverbrauch zu senken (*weitere Informationen hierzu auch in Kapitel D*).
- Zudem wurde unser Fuhrpark weiter reduziert: von 17 Fahrzeugen in 2017 auf 15 Fahrzeuge in 2019 und 13 in 2020. Hier bestehen weitere Ambitionen zur Reduzierung.

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

Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette mit besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen

Wir beziehen keine Produkte mit Relevanz für unser Geschäftsmodell, die besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen haben.

Maßnahmen zur Reduktion von diesen Auswirkungen

Derzeit kein Handlungsbedarf.

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

Derzeit nicht relevant.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Derzeit kein Handlungsbedarf.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Art und Umfang der Informationen, die Lieferant*innen zur Verfügung gestellt werden

Generell pflegen wir sowohl intern als auch extern eine transparente und proaktive Kommunikationspolitik, die sich auch im Umgang mit unseren Lieferant*innen widerspiegelt. Darüber hinaus stehen auf unserer Webseite weitere relevante Informationen zur Verfügung, wie z. B. unsere Gemeinwohl-Bilanz und unsere weiteren Nachhaltigkeitsberichte.

Art und Weise sowie Umfang der Mitentscheidung, die Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen ermöglicht wird

In Ausschreibungsprozessen stehen wir unseren Lieferant*innen für Rückfragen zur Verfügung und pflegen bei Auftragserteilung - wo möglich - langjährige Geschäftsbeziehungen, in denen auch die Bedürfnisse der Lieferant*innen erfragt und berücksichtigt werden.

Zufriedenheit der Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens

83 Prozent der befragten Lieferant*innen gaben in unserer letzten Stakeholder*innen-Befragung an, die Sparda-Bank München eG als transparentes Unternehmen wahrzunehmen. In den Freifeldern zu Verbesserungsvorschlägen fand sich kein Hinweis darauf, dass mehr Mitentscheidung gewünscht wird.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Für die Zukunft planen wir, die Gespräche mit unseren Lieferant*innen - auch außerhalb des Stakeholder*innen-Dialogs - inhaltlich auszuweiten.

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

Strategie zur Gewährleistung eines transparenten und partizipativen Umgangs aller Beteiligten miteinander entlang der Zulieferkette

Durch die zum großen Teil langjährigen Partnerschaften haben wir ein gutes, offenes und vertrauensvolles Verhältnis zu vielen unserer Lieferant*innen. Daher sehen wir uns auch in einer guten Position, Denkanstöße hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung im Kontakt zu ihren eigenen Zuliefer*innen zu geben.

Maßnahmen zur Forderung und Förderung eines transparenten und partizipativen Umgangs aller Beteiligten miteinander entlang der Zulieferkette

Diese Strategie verfolgen wir durch folgende konkrete Maßnahmen: Wir setzen - zum Austausch vor allem auf die Stakeholder*innen-Dialoge - so auch zur Sicherstellung von Transparenz und Partizipation. Außerdem führen wir weitere formale Gespräche mit unseren Lieferant*innen sowie informelle Gespräche auf dem kurzen Dienstweg zwischendurch. Sobald es von unserer Seite aus Themen gibt, zu denen ein Austausch benötigt wird, sprechen wir diese an.

Prüfung und Sanktionierung von eventuell vorhandenen Risiken und Missständen

Für die Prüfung und Sanktionierung von eventuell vorhandenen Risiken und Missständen hinsichtlich Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette wird mithilfe unserer Lieferant*innen-Plattform an einem standardisierten Vorgehen gearbeitet (mehr dazu *in Kapitel A1.1*).

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

In Hinblick auf Transparenz kann das ‚Fairtrade-Siegel‘ erwähnt werden, das wir bereits unter *Kapitel A1.1* aufgeführt haben. Ein Label, das Mitentscheidung berücksichtigt, ist uns derzeit nicht bekannt.

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

Transparenz und ein partizipativer Umgang entlang der Zulieferkette ist genauso ein Thema bei Gesprächen mit Lieferant*innen wie unter *Kapitel A2.2*. Aufgrund dessen führen wir hier den gleichen Anteil an wie an jener Stelle: 42 Lieferant*innen (ca. 7,8 Prozent aller unserer Lieferant*innen), die gemessen an den Sachkosten 51 Prozent ausmachen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Nicht vorhanden.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Sicherung einer ausreichenden Risikodeckung durch Eigenmittel

Als Finanzinstitut sind wir von diversen gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Regelungen betroffen. Dazu gehören u. a. das Kreditwesengesetz (KWG), die Kreditinstituts-Rechnungslegungsverordnung (RechKredV) und die Mindestanforderungen an das Risikomanagement (MaRisk). Durch die Veröffentlichung des Basel III-Regelwerkes und dessen Umsetzung in der Europäischen Union mittels der Kapitaladäquanzverordnung (CRR) wurden Banken dazu verpflichtet, ihr Eigenkapital quantitativ und qualitativ zu stärken und eine höhere Transparenz zu gewährleisten. Darüber hinaus wurden neue Liquiditätskennziffern eingeführt sowie eine neue Verschuldungsobergrenze festgelegt. Somit ist die ausreichende Risikodeckung für Kreditinstitute bereits aufsichtsrechtlich vorgegeben.

Die Sicherung unseres Zentralbankguthabens und somit unserer Liquidität gewährleisten wir weiterhin über eine hohe Anzahl an Einlagen unserer Kund*innen. Im Zeitraum 2018 bis 2020 konnten wir den Bestand an Kund*inneneinlagen kontinuierlich steigern (2018: plus 8,0 Prozent, 2019: plus 8,7 Prozent, 2020: plus 4,0 Prozent). So erfüllten wir die Mindestreservepflicht und schafften eine wichtige Voraussetzung zur Sicherung unseres Unternehmens. Die entstehende Liquidität nutzen wir weitestgehend für unsere Refinanzierung und vermeiden so eine Refinanzierung über die Kapitalmärkte. Durch Gewinnthesaurierungen und den Ausbau der Geschäftsguthaben unserer Mitglieder konnten wir unsere Eigenkapitalbasis im gesamten Berichtszeitraum 2018 bis 2020 stärken. Der Anteil der bilanziellen Eigenmittel an der Bilanzsumme betrug im Jahr 2020 5,8 Prozent und war somit minimal höher als im Vorjahr (5,6 Prozent in 2018 und 2019). Unsere überdurchschnittliche Kernkapitalquote im Branchenvergleich (*weitere Informationen in Tabelle 12 und unter den Indikatoren*) belegt die wirtschaftliche Stabilität unserer Bank und bestätigt eine angemessene Risikoabsicherung.

Insgesamt verfügten wir somit im gesamten Berichtszeitraum 2018 bis 2020 über eine angemessene Ausstattung an Eigenkapital, die sowohl den aufsichtsrechtlichen Anforderungen entsprach als auch eine finanzielle Unabhängigkeit für uns darstellte sowie weiteres Wachstum zur Förderung unserer Mitglieder erlaubte.

Die zur Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebs erforderliche Liquidität unterhalten wir ausschließlich bei der Deutschen Bundesbank und unserer Zentralbank, der DZ BANK AG.

Sämtliche Kund*inneneinlagen sind durch die Mitgliedschaften in der amtlich anerkannten BVR Institutssicherung GmbH und der freiwilligen Sicherungseinrichtung des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. geschützt.

Unterschiedliche Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln

Durch unsere Rechtsform als Genossenschaft werden Eigenmittel vorrangig über die Zeichnung von Genossenschaftsanteilen durch unsere Mitglieder generiert. Darüber hinaus

versuchen wir, wie im vorherigen Abschnitt bereits erläutert, unsere Eigenmittelbasis über Gewinnthesaurierungen auszubauen.

Indikator: Eigenkapitalanteil

Zu den regulatorischen Eigenmitteln der Bank gehören neben dem gezeichneten Kapital, den Kapital- und Gewinnrücklagen sowie dem Bilanzgewinn auch Vorsorgereserven sowie zusätzliche Kernkapital- und Ergänzungskapitalbestandteile. Die Eigenkapitalquote bei Banken wird als Verhältnis des ‚bereinigten Eigenkapitals‘ zu den Risikopositionen definiert. Die abhängig von ihrem Risikogehalt gewichteten Risikopositionen (insbesondere aus begebenen Krediten) werden hierbei den regulatorischen Eigenmitteln gegenüber gestellt.

Unsere Gesamtkapitalquote ist von 18,8 Prozent im Jahr 2018 über 18,3 Prozent im Jahr 2019 auf 17,8 Prozent im Jahr 2020 zurückgegangen. Dies war auf eine steigende Risikoposition aufgrund steigender Kreditvergaben an unsere Mitglieder sowie auf regulatorisch vorgegebene Abschmelzungseffekte von Kapitalbestandteilen (insbesondere Haftsummenzuschläge) seit Einführung der CRR zurückzuführen. Bilanziell gesehen kam es demgegenüber zu einer Steigerung des Eigenkapitalanteils (siehe *Kapitel B1.2*).

Indikator: Durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche

Die CRR legt die vorgeschriebene Mindestkapitalanforderung von Banken fest. Eigenmittel gelten als angemessen, wenn die definierten Kernkapital- und Gesamtkapitalquoten unter Berücksichtigung von Kapitalpuffern und SREP-Zuschlägen nicht unterschritten werden. Die vorgegebene Gesamtkapitalquote ist institutsindividuell; systemisch relevante Banken haben bspw. ergänzend noch einen systemischen Puffer zu berücksichtigen. Für die Sparda-Bank München eG gilt hier derzeit eine Quote von 12,75 Prozent.

Im Vergleich zum Branchendurchschnitt wiesen wir in beiden Berichtsjahren 2018/2019 mit Kernkapitalquoten von zuletzt 17,2 Prozent in 2019 eine über dem Branchendurchschnitt (16,3 Prozent¹⁶) liegende Eigenkapitalbasis auf. Dies zeugt von der wirtschaftlichen Stabilität unserer Bank sowie einer angemessenen Risikoabsicherung. Der leichte Rückgang von 2018 auf 2019 ist darauf zurückzuführen, dass die Kreditvergabe an unsere Kund*innen im Vergleich zum Kernkapital stärker gestiegen ist.

Tabelle 12: Kernkapitalquote im Vergleich zum Branchendurchschnitt

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
Kernkapitalquote Sparda-Bank München eG	17,5 %	17,2 %	17,0 %
Kernkapitalquote Branchendurchschnitt¹⁷	16,7 %	16,3 %	n. a.

¹⁶ Die konsolidierten Zahlen per 31.12.2020 wurden nicht im Finanzstabilitätsbericht 2020 veröffentlicht und lagen nicht vor, sodass an dieser Stelle auf die Zahlen per Ende 2019 zurückgegriffen wird.

¹⁷ Quellen: Finanzstabilitätsbericht 2018 der Deutschen Bundesbank, S. 74; Finanzstabilitätsbericht 2019 der Deutschen Bundesbank.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Es ist auch weiterhin Ziel, unsere Kernkapitalquote über der erforderlichen Mindestquote zu halten. Dies passiert durch eine vorausschauende Planung unseres Kapitals im Rahmen eines Kapitalplanungsprozesses, sodass wir bei gegenläufigen Entwicklungen steuernd eingreifen können.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken

Mit unserem Geschäftsmodell richten wir uns vorrangig an Privatkund*innen. Daher werden keine Finanzierungen von Berührungsgruppen und/oder Ethikbanken umgesetzt. Dank der hohen Ausstattung an Kund*inneneinlagen sowie dem ausreichenden Bestand an liquiden Mitteln mussten im Berichtszeitraum 2018 bis 2020 keine weiteren Refinanzierungsmöglichkeiten in Anspruch genommen werden.

Ablösung konventioneller Kredite und Verringerung von Finanzrisiken

In ihrer Funktion als genossenschaftliches Kreditinstitut erfüllt die Sparda-Bank München eG als Finanzintermediär gemeinsam mit den anderen Instituten eine wesentliche Funktion in der Volkswirtschaft: wir verwalten Sparguthaben und stellen Kredite zur Verfügung. Aufgrund unserer angebotenen Dienstleistungen sind wir verschiedenen Risiken ausgesetzt: dazu gehören unter anderem Markpreisisiken, Immobilienrisiken, Adressausfallrisiken, Liquiditätsrisiken oder operationelle Risiken. Unsere Gesamtbankstrategie und unsere Risikostrategie legen hierbei den Rahmen für unser Risikomanagement fest.

Infolge der oben beschriebenen Funktionen als Finanzintermediär widerspricht die Ablösung konventioneller Kredite unserem Geschäftsmodell. Um eingegangene Risiken zu minimieren, werden diese sinnvoll begrenzt oder durch Absicherungsgeschäfte geschützt. In der jährlich stattfindenden Risikoinventur werden Risiken identifiziert, quantifiziert, beurteilt und dokumentiert, um Entwicklungen für bis zu fünf Jahre im Voraus planen und steuern zu können. Diese Entwicklungsszenarien erarbeiten wir anhand von Eckwertplanungen, Kennzahlen und Limitsystemen. Ergänzend werden Risiken mittels des Risikotragfähigkeitskonzepts quantifiziert. Zudem steuern wir unsere risikobehafteten Prozesse durch unterschiedliche Verfahren und Kontrollen. Unser internes Kontrollsystem, welches sich an dem ‚Three Lines of Defense-Modell‘ (3LoD)¹⁸ orientiert, hilft uns dabei, Schäden abzuwehren. Unsere interne Revision übernimmt dabei eine zentrale Aufgabe und prüft regelmäßig die Funktionsfähigkeit und Angemessenheit aller Aktivitäten.

Indikator: Fremdkapitalanteil

Tabelle 13: Fremdkapitalanteil

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
Fremdkapital	94,44 %	94,42 %	94,17 %

¹⁸ Modell der drei Verteidigungslinien, d. h. Modell zur systematischen Herangehensweise an Risiken, die in Unternehmen und Organisationen auftreten können. Diese müssen frühzeitig erfasst, identifiziert, analysiert und bewertet, sowie innerhalb der Unternehmung kommuniziert werden.

Weitere Informationen bezüglich unseres Eigen- und Fremdkapitalanteils finden sich in unseren Geschäftsberichten, die auf unserer Homepage zur Verfügung stehen (<https://www.sparda-m.de/presse-geschaeftsberichte/>).

Indikator: Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

Dieser Indikator ist nicht relevant für uns.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Da eine Reduktion des Fremdkapitals dem Geschäftsmodell von Banken widerspricht, sehen wir an dieser Stelle keine Verbesserungspotenziale.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Finanzpartner*innen des Unternehmens

Bei der Zusammenarbeit mit Finanzpartner*innen beschränken wir uns auf eine kleine Anzahl ausgewählter Institute, mit denen meist langjährige und vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen bestehen. Daneben fokussieren wir uns, wo möglich, auf Partner*innen in der genossenschaftlichen Finanzgruppe, mit welchen eine gemeinsame Wertebasis besteht. Durch die sorgfältige Auswahl von Investitionsobjekten und Handelspartner*innen sichern wir das Weiterbestehen der Bank zusätzlich ab. Wir distanzieren uns von Investitionsobjekten und Partner*innen, mit denen ein Interessenkonflikt vorliegt und achten bei der Auswahl auf die Erfüllung der für uns wichtigen Werte und festgelegten Anforderungen. Eine ausführliche Darstellung des Auswahlprozesses findet sich in *Kapitel B3.2*.

Indikator: Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partner*inneninstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen)

Auflistung unser drei wesentlichen Finanzpartner*innen:

Tabelle 14: Finanzpartner*innen

Partner*inneninstitut	Finanzprodukt (in Mio. Euro)	2018	2019	2020
DZ BANK AG	Kontokorrentkonto	757	489	749
	Geldanlage (SSD)	1.480	1.960	1.560
	Geldanlage (Termingelder)	100	50	230
	Derivate (nominal)	373	403	423
Deutsche Bundesbank	Kontokorrentkonto	109	527	634
	Dotationskonto	29	31	24
Bayrische Landesbank	Geldanlage (SSD)	40	70	70
	Derivate (nominal)	30	20	20

Unsere wesentliche Finanzpartnerin ist die DZ BANK AG, die eine zentrale Rolle bei der Abwicklung unserer Geschäfte übernimmt. Insbesondere ist ein Großteil unserer Eigenanlagen dort angelegt. Unseren eigenen Zahlungsverkehr wickeln wir über die Deutsche

Bundesbank sowie über die DZ BANK AG ab. Absicherungsgeschäfte bestehen insbesondere mit der DZ BANK AG sowie der Bayerischen Landesbank.

Bewertung der Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung

Die ethisch-nachhaltige Ausrichtung spielt bei der Auswahl unserer Finanzpartner*innen eine wichtige Rolle. Wir folgen dem Grundsatz, uns auf wenige enge Geschäftspartner*innen zu beschränken, die unsere qualitativ hohen Anforderungen erfüllen. Dazu zählen z. B. die Betrachtung der Unternehmenswerte sowie erhaltene Ratings und Auszeichnungen¹⁹. Im Zusammenhang mit Auslagerungen von Dienstleistungen an Finanzpartner*innen haben wir aber auch soziale Faktoren, wie bspw. die Zahlung von Mindestlöhnen im Blick, welche wir in regelmäßigen Risikoanalysen auch während der bestehenden Geschäftsbeziehung beurteilen.

DZ BANK AG: ISS ESG zeichnete die DZ BANK AG im Dezember 2019 erneut mit C+ ‚Prime Status‘ aus und bestätigte ein überdurchschnittliches Engagement in Sachen ‚Umwelt und Soziales‘. Im Rating von Sustainalytics erhielt die DZ BANK AG im Berichtszeitraum 2018 - 2020 77 Punkte und wurde zur Outperformerin im Bereich ‚Sozial‘ und Leaderin im Bereich ‚Governance‘ ernannt. MSCI vergab die Note AA, womit sie eine hervorragende Bewertung erzielte und als „deutlich über dem Branchendurchschnitt“ beurteilt wurde. Die Beratungsgesellschaft imug vergab in ihrem Rating die Bewertung ‚Positive B‘. Alle Informationen sowie die im Jahr 2021 erhaltenen Auszeichnungen können unter <https://www.dzbank.de/content/dzbank/de/home/die-dz-bank/investor-relations/nachhaltigkeit/nh-ratings.html> eingesehen werden.

Deutsche Bundesbank: Ein vergleichbares Rating besteht für die Deutsche Bundesbank nicht – stattdessen dient ein Länderrating zur Orientierung: zum Zeitpunkt der Berichterstellung liegt Deutschland beim aktuellen RobecoSAM Country Sustainability Ranking, das das ESG-Profil von 150 Ländern misst, auf Platz 13. Mehr Details finden sich unter: <https://www.robeco.com/de/unsere-expertise/sustainable-investing/country-ranking/>. Weitere Informationen zu dem Nachhaltigkeitsengagement der Deutschen Bundesbank können den Umweltleitlinien (<https://www.bundesbank.de/de/bundesbank/organisation/leitbild-und-strategie/umweltleitlinie-der-bundesbank-604162>) und dem Umweltbericht 2019²⁰ (<https://www.bundesbank.de/resource/blob/846000/dce64ceebd91e53c25d4837de6a274ac/mL/2019-umweltbericht-data.pdf>) entnommen werden.

Bayerische Landesbank: Die Bayerische Landesbank wurde von ISS ESG ebenfalls mit dem ‚Prime Status‘ ausgezeichnet und erzielte eine Top-10 Platzierung unter den 95 bewerteten internationalen Banken. 68 Punkte konnte sie im Rating von Sustainalytics erzielen und lag acht Punkte über dem Branchendurchschnitt. MSCI vergab die Note AA. Von der Beratungsgesellschaft imug erhielt die Bayerische Landesbank 48,69 Prozent.

¹⁹ Im Verlauf der Berichterstellung wurden einige der Auszeichnungen unserer Finanzpartner*innen aktualisiert. Die in diesem Bericht aufgeführten Ratings haben den Stand Februar 2021 und waren für den Berichtszeitraum 2018 - 2020 gültig.

²⁰ Zum Zeitpunkt der Berichterstellung war der Umweltbericht 2020 noch nicht veröffentlicht.

Detaillierte Auskunft über die erhaltenen Ratings kann der folgenden Internetseite entnommen werden:

https://www.bayernlb.de/internet/de/blb/resp/verantwortung/publikationen_1/nachhaltigkeitsratings/nachhaltigkeitsratings_1.jsp.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Perspektivisch sollen bei der Wahl neuer Finanzpartner*innen bzw. deren Produkten gezielte Beurteilungen anhand von ESG-Kriterien erfolgen.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Notwendige Zukunftsausgaben sowie Möglichkeiten der Deckung und zusätzliche Risikovorsorge

Um den Fortbestand der Sparda-Bank München eG zu sichern, ist uns bewusst, dass Ausschüttungen an die Eigentümer*innen erst vorgenommen werden können, wenn die grundlegenden Risiken abgesichert sind. Wir nutzen den betrieblichen Überschuss erstrangig für die Tötigung notwendiger Investitionen sowie die Stärkung unserer Eigenkapitalbasis, um damit weiterhin Geschäftswachstum zu generieren.

Die Verwendung des Jahresüberschusses erfolgt unter risikoorientierten Gesichtspunkten - insbesondere wird auf eine angemessene Rücklagenzuweisung geachtet. Eine Aufschlüsselung der Verwendung des Jahresüberschusses in den Jahren 2018 bis 2020 findet sich in *Tabelle 15*:

Tabelle 15: Verwendung unseres Jahresüberschusses

Verwendung Jahresüberschuss (in Euro)	2018	2019	2020
Jahresüberschuss gesamt	13.930.488	13.262.090	12.121.423
davon Einstellung in die Rücklagen	5.500.000	5.500.000	5.500.000
davon Zuweisung an andere Ergebnisrücklagen	6.305.338	7.762.090	3.555.116
davon Dividende auf Geschäftsguthaben	(1,5 Prozent Dividende) 2.125.150	(0 Prozent Dividende ²¹) 0,00	(1,75 Prozent Dividende) 3.066.306

In den Berichtsjahren 2018 - 2020 wurde ein Großteil der Investitionen in Sanierungs- und Umbaumaßnahmen sowie in die Erweiterung der Betriebs- und Geschäftsausstattung getätigt. Die Ausgaben für Sanierungen und Umbauten beliefen sich 2020 auf 0,7 Millionen Euro (2019: 0,6 Millionen Euro und 2018: 0,5 Millionen Euro); die für die Betriebs- und Geschäftsausstattung auf 0,8 Millionen Euro (2019: 0,8 Millionen Euro und 2018: 1,0 Millionen Euro). Auf die konkreten Investitionen in Hinblick auf Sanierungs- und Umbaumaßnahmen wird im Rahmen des *Kapitels B3.1* eingegangen.

In Zeiten der Digitalisierung ist es für uns als Finanzdienstleisterin elementar, uns mit einer zukunftsfähigen Informationstechnologie sowie dem Ausbau unserer digitalen Serviceangebote auseinanderzusetzen, um den veränderten Kund*innenanforderungen nachzukommen. Zukunftsweisende Entscheidungen wurden gemeinsam mit sechs weiteren Sparda-Banken im Bereich der Informationstechnologie getroffen. Die bereits im Jahr 2018 begonnenen strategischen Veränderungen und die Transformation des bisherigen IT-Dienstleisters, SDV-IT eG in Nürnberg, gemeinsam mit Sopra Steria wurde im Jahr 2019

²¹ Erläuternde Hinweise zur Null-Dividende finden sich unter *Ansprüche der Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge*.

vertraglich fixiert und umgesetzt. Die langfristige Partnerschaft bis 2032 umfasst hierbei insbesondere den Austausch des Kernbankensystems durch den Einsatz des Produkts ‚Sopra Banking Platform‘ sowie die Implementierung neuer innovativer Services. Die Kosten für die Transformation, welche ab dem Jahr 2020 forciert wurde, beliefen sich im Jahr 2020 auf 2,3 Millionen Euro.

Zudem wurde auch das Angebot im Bereich des digitalen Bankings erweitert. 2019 stand unter anderem die Neuentwicklung unserer Banking App im Fokus, die im Jahr 2020 als ‚TEO App‘ eingeführt und final bis Ende September 2021 die vorherigen Angebote im Bereich Online-Banking abgelöst hat (*nähere Informationen werden in Kapitel D2.1 aufgeführt*).

Daneben fassen wir Investitionen in unsere Mitarbeitenden in Form von Weiterbildungen und Schulungen als Zukunftsausgabe auf. Neben motivierten und engagierten Mitarbeitenden erlangen wir hierdurch hochqualifiziertes Personal. Details zum Aus- und Weiterbildungsangebot können den Ausführungen in *Kapitel C1.1* entnommen werden.

Für die Schulungen und Weiterbildung der Mitarbeitenden wurden in den Berichtsjahren folgenden Summen investiert:

2018:	753.027,19 Euro
2019:	807.241,21 Euro
2020:	764.124,98 Euro.

Notwendige Investitionen und veränderte Marktbedingungen führen zwangsläufig zu erhöhten und möglicherweise neuen Risiken. Aufgrund regulatorischer Vorgaben müssen wir über ein angemessenes Risikomanagementsystem verfügen, um unsere Risiken adäquat zu steuern. Wie wir in *Kapitel B1.2* detailliert aufgeschlüsselt haben, haben wir in den letzten Jahren ausreichende Absicherungs- bzw. Steuerungsmechanismen etabliert. Durch unser bewährtes Risikomanagementsystem sowie die solide Finanz- und Vermögenslage konnten wir in den Berichtsjahren 2018 bis 2020 die Risiken tragen und gehen davon aus, dass wir auch in der Zukunft über ausreichendes Risikodeckungspotential verfügen.

Ansprüche der Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge

Die Ansprüche unserer Eigentümer*innen basieren überwiegend auf § 1 des Genossenschaftsgesetzes, aus welchem sich die Förderung unserer Mitglieder durch entsprechende Leistungen, vor allem hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Belange, als zentrales Element ergibt. Dabei liegt weiterhin die Förderung der Interessen unserer Mitglieder und Mitarbeitenden im Fokus unser Bestrebungen und nicht das kurzfristige Erzielen von Gewinnen oder Renditen.

Im vierten Gemeinwohl-Bericht sind wir ausführlich auf den Umgang mit unseren Mitgliedern und unsere Philosophie eingegangen und beschränken uns im weiteren Verlauf lediglich auf die sich ergebenden Ansprüche der Eigentümer*innen von Kapitalanlagen.

Den Mitgliedern steht ein Anteil an den Kapitalerträgen in Form einer ausgeschütteten Dividende zu. Wie bereits erläutert, findet eine Ausschüttung erst nach Deckung notwendiger Investitionen und Risiken statt. Der Vorstand und der Aufsichtsrat können eine entsprechende Empfehlung abgeben; die letztendliche Entscheidung, ob und in welcher Höhe eine

Dividendenauszahlung erfolgt, obliegt der Vertreterversammlung. Eine Gewinnausschüttung findet nur an Mitglieder statt und schließt eine solche an Dritte, die keine Bindung an die Sparda-Bank München eG haben, aus. Harte Kriterien bzgl. der Ausschüttung liegen hierbei nicht zugrunde. Ein wesentlicher Faktor ist die Sicherung der zukünftigen Geschäftstätigkeit. Die Empfehlung des Vorstands und des Aufsichtsrats erfolgt hierbei unter Berücksichtigung der Planung für die Folgejahre.

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der Dividende und der Inflationsrate²² in den Jahren 2009 bis 2020:

Tabelle 16: Außenausschüttung

Jahr	Dividenden-Ausschüttung	Inflationsrate
2009	5,5 Prozent	0,3 Prozent
2010	5,5 Prozent	1,1 Prozent
2011	4,5 Prozent	2,1 Prozent
2012	4,5 Prozent	2,0 Prozent
2013	3,0 Prozent	1,5 Prozent
2014	3,0 Prozent	0,9 Prozent
2015	3,0 Prozent	0,3 Prozent
2016	3,0 Prozent	0,5 Prozent
2017	1,5 Prozent	1,8 Prozent
2018	1,5 Prozent	1,8 Prozent
2019	0,0 Prozent	1,4 Prozent
2020	1,75 Prozent	0,5 Prozent
Durchschnitt	3,06 Prozent	1,18 Prozent

Die sinkenden Dividenden im Zeitraum 2018/2019 sind auf das Niedrigzinsumfeld und das damit verbundene rückläufige Ergebnis aus der normalen Geschäftstätigkeit (insbesondere dem rückläufigen Zinsergebnis) zurückzuführen. Für das Berichtsjahr 2019 wurde keine Dividendenauszahlung vorgenommen. Die Vertreter*innenversammlung folgte damit der Empfehlung des Vorstands und des Aufsichtsrats für das Geschäftsjahr 2019, auf die Auszahlung einer Dividende zu verzichten. Die Empfehlung basierte auf der von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) geäußerten Erwartung, keine Dividenden auszuzahlen, um auf die Corona-Krise zu reagieren und die Kapitalbasis zu stärken. Nachdem sich aus der Corona-Krise keine wesentlichen Einflüsse auf das Geschäftsmodell der Sparda-Bank München eG ergaben, wurde für das Jahr 2020 eine Dividende in Höhe von 1,75 Prozent ausgeschüttet.

Indikator: Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)

Der Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit für 2018 belief sich auf 31.089.588 Euro, für 2019 auf 33.058.137 Euro und für 2020 auf 33.007.101 Euro.

Indikator: Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)

Im Kapitel B 1.1 haben wir dargestellt, dass wir als Bank gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen Vorgaben unterliegen. Durch Basel III und der Kapitaladäquanzverordnung (CRR) sind wir als Bank verpflichtet, unser Eigenkapital quantitativ und qualitativ zu stärken. Im gesamten Berichtszeitraum 2018 bis 2020 haben wir aus den Jahresüberschüssen 34,1 Mio. EUR den Rücklagen zugeführt. Hierdurch verfügen wir über eine angemessene Ausstattung an Eigenkapital, die sowohl den aufsichtsrechtlichen Anforderungen entspricht als auch eine

²² Quelle: Statistisches Bundesamt.

finanzielle Unabhängigkeit für uns darstellte. Unsere Eigenkapitalbasis deckt die Zukunftsausgaben, um das geplante Wachstum zur Förderung unserer Mitglieder zu erlauben.

Indikator: Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR)

Wir als Bank arbeiten schon seit Jahren nach einer Geschäftsstrategie. Im Jahr 2020 haben wir unsere Strategie grundlegend überarbeitet.

Unsere Strategie 2021 bis 2025 beinhaltet die Dimensionen Kund*in, Mitarbeiter*in, Finanzen und Prozesse sowie unsere Positionierung als Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank, die wir weiter ausbauen wollen. Unsere Aufwendungen – sowohl personell als auch finanziell – dienen fast ausschließlich der Erreichung unsere Ziele aus der Geschäftsstrategie. Wir überprüfen bei Entscheidungen, ob diese auf unsere Geschäftsstrategie einzahlen und treffen nur selten Entscheidungen gegen diese Ausrichtung. Insofern zahlen unsere getätigten Aufwendungen nahezu ausschließlich auf die Strategie ein.

Indikator: Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)

Die folgende Tabelle zeigt jeweils das Anlagevermögen der Sparda-Bank München eG zum Bilanzstichtag der Berichtsjahre 2018 bis 2020 sowie den Anlagenzugang²³ im Vergleich zum Vorjahr.

Tabelle 17: Entwicklung des Anlagevermögens

Jahr	Zugang im Berichtsjahr (in Euro)	Buchwert Anlagevermögen am Bilanzstichtag (31.12.) (in Euro)
2018	1.533.226	59.415.378
2019	2.519.962	34.786.429
2020	1.040.540	33.495.411

Der deutliche Rückgang der Buchwerte von 2018 auf 2020 resultiert aus der Übertragung der eigengenutzten Immobilie in der Arnulfstraße 15 in München auf eine Tochtergesellschaft der Sparda-Bank München eG gegen die Gewährung von Gesellschaftsmitteln, die sich in den ‚Anteilen von verbundenen Unternehmen‘ niederschlagen.

Indikator: Zuführung zur Rücklage

In den Berichtsjahren 2018 bis 2020 wurden jeweils 5.500.000 Euro als Vorwegzuweisung in die Rücklagen eingestellt. Darüber hinaus erfolgte eine Zuführung zu dem Fonds für allgemeine Bankrisiken sowie eine Rücklagenzuweisung aus dem Bilanzgewinn. Details können der *Tabelle 15* entnommen werden.

Indikator: Auszuschüttende Kapitalerträge (in Prozent vom Stamm- oder Grundkapital)

Im Jahr 2018 erfolgte eine Ausschüttung in Höhe von 2.125.149 Euro. Das entspricht 1,45 Prozent des gezeichneten Kapitals (gezeichnetes Kapital zum 31.12.2018: 146.526.000 Euro). 2019 erfolgte, wie beschrieben, keine Ausschüttung (gezeichnetes Kapital zum

²³ Zugänge bei den immateriellen Anlagewerten sowie den Sachanlagen.

31.12.2019: 163.348.000 Euro). Im Jahr 2020 fand eine Ausschüttung in Höhe von 1,59 Prozent des gezeichneten Kapitals statt (Dividende: 3.066.306 Euro, gezeichnetes Kapital zum 31.12.2020: 193.321.076 Euro).

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir derzeit keinen Handlungsbedarf.

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Grund für die Verlagerung oder Schließung eines Standorts trotz Gewinnlage

Die letzten Jahre waren von einigen grundlegenden Marktveränderungen geprägt, die die Banken insgesamt vor neue Herausforderungen stellten. Hier sind vor allem die Digitalisierung und damit einhergehende veränderte Kund*innenerwartungen sowie die Negativzinspolitik der EZB zu nennen, die Kosteneinsparungsprogramme und die Veränderungen im Filialnetz notwendig machten. Insgesamt reduzierte sich die Anzahl unserer Filialen von 46 Anfang des Jahres 2018 auf 40 Ende des Jahres 2019 und 34 zum Ende des Jahres 2020.

Alle Mitarbeitenden, die in den betroffenen Filialen tätig waren, wurden persönlich von Betriebsrat und Personalabteilung über die Veränderungen informiert und erhielten Weiterbeschäftigungsangebote an umliegenden Standorten.

Uns ist bewusst, dass die Schließung einer Filiale für einen Teil unserer Kund*innen eine große Umstellung bedeuten kann. Bei unseren Entscheidungen haben wir nach Möglichkeit darauf geachtet, dass die nächstliegende Filiale innerhalb eines angemessenen Umkreises bleibt und wir die Kund*innen von dort aus nach unserem gewohnten Standard und mit den bisherigen Angeboten betreuen können.

Grund für den Abbau von Arbeitsplätzen trotz stabiler Gewinne

Die Auslagerung einer Abteilung Ende 2019 führte zu Entlassungen und zu einem Abbau von zwei Stellen.

Durch die natürliche Fluktuation und einer zeitversetzten Wiederbesetzung der Positionen kam es im Jahr 2020 zu einer Reduzierung des Personalbestandes um 25 Mitarbeitende im Vergleich zu 2019.

Parallel prüfen wir jedes Nachbesetzungserfordernis in Folge von natürlicher Fluktuation wie Renteneintritt oder Kündigung und organisieren damit auch Aufgabengebiete und Verantwortlichkeiten neu.

Grund für die Auszahlung zweistelliger Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen

Eine solche Auszahlung findet bei uns im Unternehmen nicht statt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir derzeit keinen Handlungsbedarf.

B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage mit ökologischem Verbesserungspotenzial

Zum 31.12.2020 führten wir 34 Filialen und 31 SB-Center. Zehn Standorte gehören zu unserem Immobilienvermögen, bei den verbleibenden Standorten sind wir Mieterin.

Die Zentrale in der Arnulfstraße wurde im Jahr 2019 auf unsere Tochtergesellschaft Sparda München Arnulf II GmbH & Co.KG übertragen und mittels eines langfristigen Mietvertrages („Sale and Lease Back“) gemietet.

In den zehn Objekten, die im Eigenbestand der Sparda-Bank München eG sind, ist ein kompletter ökologischer Umbau in der Regel nicht möglich oder nur schwer realisierbar, da er in die Bausubstanz eingreifen würde. Innerhalb von Prüfprozessen (im Zuge von jährlichen Begehungen werden die Objekte einer Prüfung unterzogen mit anschließender Festlegung der einzelnen Maßnahmen) konnten wir Potenziale für kleinere ökologische Sanierungen identifizieren: z. B. Böden, die Außenanlage etc. - diese werden unter den Ausführungen zu Sanierungen weiter unten im Text aufgeführt. Auch auf diese Weise arbeiten wir an unserem Ziel, unseren ökologischen Fußabdruck kontinuierlich zu minimieren.

Der Großteil unserer SB-Center und Filialen befindet sich in angemieteten Gebäuden. Hier bestehen langjährige Mietverträge, sodass wir an diesen Standorten nur bedingt Einfluss auf die Sanierungsmaßnahmen haben.

Bei dem Neubau oder der Neuanmietung von Eigenobjekten werden wir künftig verstärkt ökologische Aspekte in den Planungs- und Entscheidungsprozess einbinden und die Realisierung in Abstimmung mit dem zuständigen Architekturbüro erarbeiten.

Benötigte Mittel für die Realisierung und mögliche Förderprogramme

In unserer vorausschauenden 5-Jahres-Planung werden Umbaumaßnahmen und entsprechende Mittel für die Realisierung berücksichtigt. Bisher waren Förderprogramme für uns nicht relevant.

Sicherung der Berücksichtigung ökologischer und sozialer Aspekte bei Investitionsentscheidungen

Wenn Investitionsentscheidungen getroffen werden, achten wir darauf, dass ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt werden. Entsprechende Entscheidungen werden jeweils unter Berücksichtigung eines ‚Business Cases‘ getroffen, in welchem nicht nur Zahlen, Daten und Fakten zugrunde gelegt werden, sondern Kosten-Nutzen-Aspekte gegeneinander abgewogen werden. Dabei ist der Fokus im Sinne der Geschäftsstrategie auch auf eine gemeinwohlorientierte Ausrichtung und Beschaffung zu legen.

Vorgenommene Sanierungen

Der Aufwand für Sanierungs- und Umbaumaßnahmen belief sich im Jahr 2018 auf 0,5 Millionen Euro, im Jahr 2019 auf 0,6 Millionen Euro und im Jahr 2020 auf 0,7 Millionen Euro.

Die getätigten Maßnahmen betrafen die Filialen Freising (Servicebereich), Giesing (Umzug in neues Objekt und daher Arbeiten wie Verbauung einer Klimaanlage, Ausstattung Büros etc.), Bayerstraße (Servicebereich und diverse andere Arbeiten wie Decken), Moosach (neuer Anbau), Traunstein (Sanierung im ersten Obergeschoss) und Wasserburg (generelle Sanierung).

In der Zentrale fanden Umbaumaßnahmen (z. B. Verkleinerung oder Vergrößerung von Büros) statt, jedoch keine Sanierungen. Beim Umbau der sechsten Etage unserer Zentrale im Jahr 2020 wurde ein nachhaltiger Biobodenbelag verwendet. Die Basis bildet ‚ecuran‘, ein Hochleistungsverbundwerkstoff, der zu einem überwiegenden Teil aus Pflanzenölen wie Raps- oder Rizinusöl und natürlich vorkommenden mineralischen Komponenten wie Kreide hergestellt wird. Der Bodenbelag hat die Zertifizierung des ‚Blauen Engel‘.

Darüber hinaus haben wir im Jahr 2019 bereits zum zweiten Mal ein Energieaudit durchgeführt, das einige Potenziale im Bereich Energieeinsparung aufgezeigt hat.

Diese werden laufend umgesetzt, z.B. die sukzessive Erneuerung der Beleuchtung (generell) in den Filialen und in unserer Zentrale mit Energiesparlampen sowie die Erneuerung der Beleuchtung von Arbeitsplätzen. Ob die Beleuchtung den Vorschriften entspricht, wird durch die technische Prüfung externer Firmen und interner Begehungen festgestellt. Dies ist ein fortlaufender Prozess. Bei Modernisierungen/Neubauten wird zudem darauf geachtet, dass die Verbrauchswerte der Klimaanlagen reduziert werden.

Indikator: Investitionsplan inkl. ökologischem Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR)

Wie bereits beschrieben, wurden in den Berichtsjahren 2018 - 2020 insgesamt nur wenige Sanierungsmaßnahmen vorgenommen. Jährliche Investitionspläne, in welchen die genehmigten Investitionssummen für Sanierungsmaßnahmen enthalten sind, führen bisher keine separate Betrachtung von ökologischen Sanierungsmaßnahmen auf.

Indikator: Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und in Prozent-Angaben)

Welcher Anteil vom Aufwand für Sanierungs- und Umbaumaßnahmen (0,7 Millionen Euro in 2020) konkret auf ökologische Sanierungsmaßnahmen fiel, wurde bislang nicht ermittelt und kann in Folge dessen nicht ausgewiesen werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Bei Umbauten wägen wir ab, ob der Bestand erhalten werden kann (z. B. Fußboden) oder erneuert werden muss. Die Wände sollten i. d. R. mit ökologischer Farbe gestrichen werden. Wie bereits erwähnt, versuchen wir bei Umbauten zunehmend mehr auf nachhaltigere und energieschonendere Materialien zu setzen.
- Neben der konkreten Umsetzung von ökologischen Sanierungen sehen wir ein entsprechendes Reporting als lohnenswertes Ziel an.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Ausmaß der Beteiligung an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte

Bei unseren Eigenanlagen verfolgen wir eine klare Strategie, die unsere Werte widerspiegelt und die mithilfe transparenter Kommunikation Vertrauen schafft. Unsere Eigenanlagenstrategie versucht das Spannungsverhältnis aus ‚Ertragserfordernis‘ und ‚vertretbarem Risikoprofil‘ bestmöglich auszusteuern. Um dem Verbundgedanken der genossenschaftlichen Finanzgruppe Rechnung zu tragen, ist der überwiegende Anteil der Eigenanlagen (über 80 Prozent) bei der genossenschaftlichen Zentralbank, der DZ BANK AG, sowie weiteren Unternehmen der genossenschaftlichen Finanzgruppe angelegt.

In den Berichtsjahren 2018 bis 2020 haben wir unseren Fokus vor allem auf die liquiditäts- und ertragsorientierte Anlage der liquiden Mittel und die Steuerung der Gesamtbankvermögenspositionen gelegt. Unsere im Jahr 2020 grundlegend überarbeitete Eigenanlagenstrategie legt hierbei den Rahmen fest, in dem wir uns im Bereich der Eigenanlagen und Eigeninvestments bewegen wollen und beschreibt die Möglichkeiten und Handlungsoptionen in der (Risiko-) Steuerung der Sparda-Bank München eG. Sie beinhaltet darüber hinaus die strategische Asset-Allokation.

Wir orientieren uns hierbei an der Vision und Mission unseres Hauses und berücksichtigen eine gemeinwohlorientierte und nachhaltige Form des Wirtschaftens. Einen Einblick dazu erhält man auf unserer Homepage: <https://www.sparda-m.de/gemeinwohl-transparente-eigenanlagen/>.

Im Grundsatz dienen die im Eigenhandel getätigten Geschäfte unterstützend zum Kund*innengeschäft. Wir nutzen das Eigenhandelsgeschäft insbesondere

- zur Anlage freier Mittel (Überschüsse aus Kund*inneneinlagen),
- zur Aussteuerung von (Fristigkeits-)Inkongruenzen aus dem Kund*innengeschäft (Optimierung Gesamtbank-Cashflow),
- zur Generierung von Laufzeit- und Risiko-/Bonitätsprämien sowie zur Risikostreuung und Nutzung von Diversifikationseffekten,
- zum risiko- und ertragsoptimiertem Einsatz des internen und externen Risikokapitals,
- zur Einhaltung aufsichtsrechtlicher Normen (v. a. hinsichtlich Kapital und Liquidität),
- zur Verbreiterung der Vermögensallokation,
- zur Stabilisierung der künftigen Jahresergebnisse und der Stabilisierung und Verbesserung der Ertrags- und Risikolage durch Partizipation an den Wertentwicklungen der Geld- und Kapitalmärkte,
- zur Dotierung unseres Eigenkapitals, welches zur Unterlegung unserer kund*inneninduzierten Wachstumsstrategie benötigt wird,
- zur Reduzierung der Abhängigkeit von der Zinsstrukturkurve und
- zur Befähigung der Reaktion auf aufsichtsrechtliche Entwicklungen / Anforderungen.

Die Auswahl unserer Eigenanlagen wird auf Basis klar definierter Regeln getroffen. Aufgrund der Orientierung an den UN PRI und die Berücksichtigung der MESG-Kriterien sind die Eigenanlagen der Sparda-Bank München eG grundsätzlich nach gemeinwohlorientierten Regeln angelegt. Alle Eigenanlagen durchlaufen einen regelmäßigen Prüfprozess, der die Erfüllung unserer Anforderungen für nachhaltiges Investieren sicherstellt sowie die

ausgehenden Risiken identifiziert. Die Transparenz und Nachvollziehbarkeit ist zum heutigen Zeitpunkt jedoch noch nicht vollumfänglich gegeben.

In folgenden Fällen vermeiden wir Investitionen und entwickeln unsere Prozesse entsprechend weiter:

- Kriminelles und gesetzwidriges Verhalten
- Zerstörung von Umweltressourcen zu Lasten der Menschen, einschließlich kommender Generationen, insbesondere aus Gewinnstreben (unter anderem Kyoto-Protokoll). Dieser Passus begründet für uns das Verbot jedweder Geldanlage in Rohstoffinvestments, insbesondere in Lebensmittelrohstoffe
- Herstellung und Handel von/mit Waffen
- Menschenhandel
- Missachtung von Arbeitsstandards nach ILO (Internationale Arbeitsorganisation, eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen mit Hauptsitz in Genf)
- Nichtratifizierung des Kyoto-Protokolls beziehungsweise entsprechender Folgedokumente
- Nichtratifizierung der Biodiversitätskonvention der UNEP
- Spekulationen, die in direktem Zusammenhang mit menschlichem Leid stehen
- Offensichtlich anrühige Handlungsweisen unter Ausnutzung rechtlicher Grauzonen beziehungsweise Regelungslücken. Beispiele: Steuerflucht in jeder Form, wie Dividendenstripping oder Auslagerung von Gewinnen in Steueroasen.

Unsere Finanzanlagen sind überwiegend ESG-konform. Das heißt, sie entsprechen unseren Anforderungen für nachhaltiges Investieren. Hierzu durchlaufen sie vor der Investition einen Prüfprozess, der dies sicherstellt. Wir berücksichtigen bei unseren Investitionen Unternehmen und Organisationen, die eine nachhaltige Entwicklung vorantreiben, umwelt- und sozialverträglich wirtschaften und ihren ökonomischen Erfolg unter Einbeziehung sozialer und ökologischer Aspekte in der gesamten Wertschöpfungskette erreichen. So investieren wir vorrangig in zukunftsweisende sozial-ökologische Geschäftsfelder und Unternehmen mit einer nachhaltigen Unternehmensführung (Positivkriterien). Über Sparpläne investieren wir schon heute in nachhaltige Fonds (aktueller Bestand per 30.06.2021: ca. 50 Millionen Euro). In Bezug auf unsere Eigenanlagen (Investitionen in Wertpapiere und Fonds) ergibt sich somit ein Prozentsatz in Höhe von 16,7 Prozent.

Um das Fortbestehen und auch die gemeinwohlorientierte Ausrichtung unserer Eigenanlagen zu gewährleisten, wurde eine Eigenanlagenstrategie erarbeitet. Ratingagenturen und Beobachtungen von Spreadentwicklungen der Emittent*innen werden für die Identifizierung, die Beurteilung und die Überwachung möglicher Risiken herangezogen. Mittels eines Simulationsmodells messen wir die Adressenausfallrisiken.

Zusätzlich sichern wir unsere Eigenanlagen dadurch ab, dass wir diese überwiegend bei der genossenschaftlichen Finanzgruppe halten und prinzipiell im Direktbestand keine Wertpapiere von Emittent*innen oder aus Emissionen halten, deren Rating von einer anerkannten Ratingagentur mit schlechter als ‚Investment Grade‘ beurteilt wurde. Das Ausfallrisiko wird durch ein System interner Strukturlimite eingedämmt, welches eine angemessene Streuung

unserer Eigenanlagen garantiert. Mittels der so vorgenommenen Risikobegrenzung schützen wir das Genossenschaftsvermögen, welches wiederum unseren Mitgliedern zugutekommt.

Bezug/Quelle von Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds

Die Auswahl unserer Eigenanlagen erfolgt auf Basis detaillierter Recherchen. Dafür werden öffentlich zugängliche Quellen (z. B. Bundesanzeiger oder Homepage), Research-Berichte (u. a. von der DZ Bank oder der BayernLB) sowie Informationen der Ratingagenturen genutzt. Diese ermöglichen uns detaillierte Einblicke in die Struktur bereits bestehender sowie potenzieller Investitionen. Zusätzlich handeln wir im Bereich der Eigenanlagen vorrangig mit Partner*innen, die ihre ESG-Kriterien offenlegen. So versuchen wir die Erfüllung unserer Mindestanforderungen hinsichtlich der Nachhaltigkeit und Menschenwürde unserer Anlagen- und Finanzpartner*innen zu gewährleisten. Potenzielle Eigenanlagen oder Handelspartner*innen durchlaufen zunächst einen ausgiebigen Prüfungsprozess, der unsere Anforderungen für nachhaltiges Investieren sicherstellen soll. Bestehende Anlagen und Geschäftsbeziehungen werden in regelmäßigen Abständen überprüft. Sollten wir dabei mögliche Grundsatzkonflikte identifizieren, distanzieren wir uns von diesen Partner*innen. Wir halten im Direktbestand keine Aktien, Anleihen, Derivate oder andere Kapitalmarktprodukte von solchen Emittent*innen oder Kontrahent*innen und gehen auch keine Handelsgeschäfte mit ihnen ein.

Indikator: Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; Prozent v. Veranlagung)

Wir nehmen keine Projektfinanzierungen vor.

Indikator: Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; Prozent v. Veranlagung)

Das investierte Fondsvermögen betrug jeweils 80.000.047 Euro zum Ende der Jahre 2018 und 2019 und 120.000.047 Euro zum Ende des Jahres 2020.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir arbeiten in der Zukunft weiter an der nachhaltigen Optimierung unserer Kapitalanlagen und haben dazu in 2020 unsere Eigenanlagenstrategie grundlegend überarbeitet. Hierfür wurde eine Asset-Allokation-Studie zur Ermittlung eines stabilen und kapitalmarktorientierten Portfolios durchgeführt.

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Einsatz ökologisch bedenklicher Ressourcen

Auch wenn wir kein produzierendes Unternehmen sind, so ist uns bewusst, dass unsere Geschäftstätigkeit Auswirkungen auf Umwelt und Ressourcen hat. Der achtsame Umgang mit der Umwelt und ein damit einhergehendes Bewusstsein bei der Nutzung von Ressourcen sind in unserem Unternehmensleitbild und unseren Umweltleitlinien verankert.

In unserem Geschäftsmodell besteht keine Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen. Unabhängig davon sind wir uns bewusst, dass teilweise noch Ressourcen zum

Einsatz kommen, die aus ökologischer Sicht verbesserungswürdig sind, wie z. B. die fossilen Treibstoffe in unserem Fuhrpark oder das Heizen mit Erdgas.

Geplante oder umgesetzte Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit

Da es keine Abhängigkeit in unserem Geschäftsmodell von ökologisch bedenklichen Ressourcen gibt, sind hier aktuell keine Maßnahmen aufzuführen.

Bedeutung eines Ausstiegs aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen

Seit 2015 beziehen wir zu 100 Prozent Ökostrom von unserem Wertepartner Polarstern. Diese Umstellung führte zu einer starken Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks. Aktuell heizen wir noch mit Erdgas und Fernwärme - sowohl in unseren Eigenobjekten, als auch in den angemieteten Gebäuden.

Einen Wechsel in unseren Eigenobjekten zu dem sehr viel teureren Biogas, das ebenfalls von unserem Stromanbieter Polarstern angeboten wird, haben wir bereits geprüft, aber bisher nicht realisiert. Hintergrund ist das Spannungsfeld, in dem wir uns hier ggf. bewegen - zwischen unserem Engagement in der Gemeinwohl-Orientierung und der Mitgliederförderung, die sich aus dem Genossenschaftsgesetz heraus ergibt. Uns ist bewusst, dass ein gesamter Ausstieg aus fossilen Energieträgern eine positive Wirkung auf die CO₂-Bilanz des Unternehmens hätte und einen Beitrag dazu leisten würde, unser Ziel einer kontinuierlichen und konsequenten CO₂-Reduzierung zu erreichen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Es gibt aktuell noch keine konkreten Pläne für den Ausstieg aus fossilen Energieträgern. Bei Neu- und Umbauten werden ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Eigentümer*innen und ihre Anteile, Rechte, Pflichten und Haftungen

Die Sparda-Bank München eG ist in der Rechtsform der Genossenschaft organisiert und gehört somit zu 100 Prozent ihren Mitgliedern. Alle natürlichen Personen (und damit auch die Mitarbeiter*innen der Sparda-Bank München eG) und betrieblichen Sozialeinrichtungen der DB AG, des BEV und des EBA (soweit es sich um rechtsfähige Vereinigungen handelt) sowie andere juristische Personen des privaten oder öffentlichen Rechts und Personengesellschaften können Mitgliedsanteile der Bank erwerben und somit zu Eigentümer*innen werden. Demnach haben alle Beteiligten ein Interesse am Fortbestehen der Bank und an den in der Strategie festgeschriebenen ökonomischen, ökologischen und sozialen Zielsetzungen.

Seit 2021 kann jedes Mitglied bis zu 100 Genossenschaftsanteile à 52 Euro zeichnen (im Jahr 2021 erfolgte eine Neuerung hinsichtlich der maximal zu zeichnenden Anteile, *mehr dazu unter Verbesserungspotenziale/Ziele*).

Die Haftung der Mitglieder ist grundsätzlich auf ihre Geschäftsanteile beschränkt.

Während des Berichtszeitraums 2018 - 2020 war die Nachschusspflicht in § 40 der Satzung geregelt. Damit waren die Mitglieder verpflichtet, unter gewissen Voraussetzungen eine Nachzahlung an die Bank zu leisten. Die Nachschusspflicht diente dem Ausgleich von Verlusten oder der Erhöhung des Gesellschaftskapitals. In den Jahren 2018 bis 2020 belief sich die Höhe der Nachschusspflicht auf die Haftsumme. Diese betrug für jeden Geschäftsanteil 52 Euro, maximal 2.600 Euro je Mitglied.

Mit Beschluss der Vertreter*innenversammlung im Dezember 2020 wurde die Satzung geändert und die Nachschusspflicht ausgesetzt. Dies ist auf eine aufsichtsrechtliche Änderung zurückzuführen, nachdem die Anerkennung von Haftsummenzuschlägen als Ergänzungskapital beim bankaufsichtlichen Eigenkapital von Kreditgenossenschaften ab dem 1. Januar 2022 vollständig wegfällt.

Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung

Im vierten Gemeinwohl-Bericht haben wir eine ausführliche Darstellung unserer genossenschaftlichen Struktur gegeben. Aus diesem Grund wird hier nur auf die zentralen Aspekte eingegangen, die die Form der Mitentscheidung und der Eigentumsbeteiligung aufzeigen.

Durch die Zeichnung von Geschäftsanteilen erlangt ein Mitglied Eigentum an der Bank und wird somit Miteigentümer*in. Diese Eigentumsbeteiligung ermächtigt generell ein Mitglied zur Partizipation an künftigen Entwicklungen sowie zur Teilhabe am Gewinn der Bank in Form einer Dividendenauszahlung.

Die Vertreter*innenversammlung ist das oberste Organ der Genossenschaft.

Die gewählten Vertreter*innen üben die Rechte der Mitglieder in den Angelegenheiten der Genossenschaft in der Vertreter*innenversammlung aus. Die Vertreter*innenversammlung beschließt über die in der Satzung bezeichneten Angelegenheiten.

Alle fünf Jahre findet gemäß § 26c (1) der Satzung die Wahl der Vertreter*innenversammlung statt. Die letzte Vertreter*innenwahl hat in 2016 stattgefunden. Von der Vertreter*innenversammlung wurde im Juni 2021 die nächste Vertreter*innenwahl eingeleitet. Die Vertreter*innen werden aus den Reihen der Mitglieder geheim gewählt. Details dazu sind in der Satzung, in der Wahlordnung sowie in der Wahlbekanntmachung und -ausschreibung geregelt.

Insgesamt stammten während der Berichtsjahre 2018/2019 28 der 231 Mitglieder aus den Reihen der Mitarbeitenden; 2020 waren es 25 der 231 Mitglieder.

Sicherung transparenter Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen und Vorbereitung neuer Eigentümer*innen auf diese Aufgaben

Getreu den genossenschaftlichen Prinzipien handeln und kommunizieren wir stets ehrlich und transparent. Unsere Mitglieder können alle für sie wichtigen generellen Informationen zur Bank auf unserer Internetseite sowie in den verschiedenen veröffentlichten Berichten finden. Alle Rechte und Pflichten unserer Eigentümer*innen sowie alle mit einer Mitgliedschaft verbundenen relevanten Informationen sind in der Satzung aufgeführt, die über unsere Homepage einsehbar ist

(<https://www.sparda-m.de/internetauftritt/downloads/pdf/satzung.pdf>).

Der Vertreter*innenversammlung, als Repräsentantin der Mitglieder, kommt eine besondere Aufgabe zu. Die Basis einer jeden Genossenschaft bildet ihre Mitglieder. Diese wählen – in geheimer Briefwahl – ihre Vertreter*innen für die Vertreter*innenversammlung aus den Reihen der Genossenschaftsmitglieder. Die Vertreter*innenversammlung ist das wichtigste Organ einer jeden Genossenschaft und kann als „Parlament der Genossenschaft“ bezeichnet werden. Im Rahmen der jährlich stattfindenden Vertreter*innenversammlung werden die gewählten Vertreter*innen im Vorfeld ausführlich über die anstehenden Entscheidungen informiert.

Förderung des Erweiterns und Verbreitens der Eigentümer*innenstruktur

Der Zweck unserer Genossenschaft ist die wirtschaftliche Förderung und Betreuung der Mitglieder unter Berücksichtigung einer gemeinwohlorientierten Ökonomie im Sinne von Mensch und Umwelt. Folglich stehen das Wohl und die wirtschaftliche Förderung unserer Mitglieder im Mittelpunkt unseres Handelns.

Durch die Erweiterung der Mitgliedsanzahl schaffen wir eine zusätzliche Sicherheit für den Fortbestand der Bank und ermöglichen weiteres Wachstum (im Sinne von Kreditausreichung). So können wir gewährleisten, den beschriebenen Ansprüchen nachzukommen.

Die Aspekte der Mitgliedschaft werden auf unserer Homepage unter <https://www.sparda-m.de/genossenschaft-erfolgsmodell-genossenschaft/> und <https://www.sparda-m.de/genossenschaftsbank-vorteile-einer-mitgliedschaft/#innernav> vorgestellt.

Der Anreiz der Zeichnung von Geschäftsanteilen besteht für Mitglieder überwiegend in der Stärkung des Fundaments der Bank, der Sicherung des Fortbestands und der Möglichkeit, aktiv an der Entwicklung der Sparda-Bank München eG partizipieren zu können. Bei dem Großteil unserer Mitglieder und Miteigentümer*innen handelt es sich um treue Kund*innen, deren Verbundenheit zur Bank durch eine langjährige Geschäftsbeziehung geprägt ist.

Entwicklung der Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren und Absicherung der Veränderung

Die Anzahl unserer Mitglieder unterlag im Berichtszeitraum einigen Schwankungen.

Während in den Jahren 2018 und 2019 ein Zuwachs von kumuliert 4,8 Prozent auf insgesamt 314.221 Mitglieder verzeichnet werden konnte, ergab sich im Jahr 2020 ein Rückgang auf 301.358 Mitglieder (Rückgang von 4,1 Prozent), welches dem Niveau zu Beginn des Jahres 2018 entsprach. Ursächlich hierfür war insbesondere die Einführung von Kontoführungsgebühren im Jahr 2020. Diese Maßnahme war vor dem Hintergrund der anhaltenden Negativzinsphase der EZB leider notwendig, um die zukünftige Entwicklung der Sparda-Bank München eG zu sichern.

Aufgrund unserer Rechtsform ist es keiner Gruppe möglich, eine alleinige Beherrschung oder Entscheidungsmacht auszuüben. Demokratische Prozesse und die verschiedenen Instanzen und Kontrollorgane der Bank sichern eine solche Machtausübung darüber hinaus zusätzlich ab.

Indikator: Verteilung des Eigenkapitals

Aufgrund unserer Rechtsform einer Genossenschaft verteilt sich das Eigenkapital zu 100 Prozent auf unsere Mitglieder.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Die Zeichnung von Mitgliedschaftsanteilen ist für uns ein wichtiges Instrument, um unsere Eigenkapitalbasis zu stärken, das Fortbestehen der Bank zu sichern und so unserem Förderauftrag nachzukommen. Vor diesem Hintergrund wurde die maximal mögliche Anzahl der zu zeichnenden Geschäftsanteile per 01.06.2021 von bisher 50 auf 100 Anteile angehoben.

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Begründung für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme

In der Vergangenheit ist kein feindlicher Übernahmeversuch erfolgt; auch für die Zukunft rechnen wir nicht mit einem solchen bzw. ist dieser strukturell ausgeschlossen. Durch unsere Organisationsform als Genossenschaft wäre eine solche Übernahme auch nur mit der Zustimmung der Vertreter*innenversammlung mit einer Dreiviertel-Mehrheit möglich. Eine feindliche Übernahme wäre lediglich durch eine Änderung der Rechtsform umsetzbar, diese bedürfte aber wiederum der Zustimmung der Vertreter*innenversammlung mit Dreiviertel-Mehrheit. Die Machtwirkung einzelner Mitglieder bzw. Vertreter*innen ist begrenzt.

Schutz des Unternehmens vor feindlichen Übernahmen

Aufgrund des Genossenschaftsmodells ist keine feindliche Übernahme ohne Mitwirkung der der Vertreter*innenversammlung möglich.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Da dieser Aspekt aufgrund der vorhandenen Rechtsform nicht von Relevanz ist, sehen wir keine Notwendigkeit, konkrete Maßnahmen und Ziele zu formulieren.

C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

Tabelle 18: Kennzahlen Mitarbeitende

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
Beschäftigte gesamt	748	763	738
• Frauen gesamt	545	545	524
• Männer gesamt	203	218	214
Altersstruktur			
• Über 60 Jahre	15	28	40
• 51 – 60 Jahre	201	205	201
• 41 – 50 Jahre	215	212	197
• 31 – 40 Jahre	180	179	162
• 25 – 30 Jahre	72	77	81
• Unter 25 Jahre	65	62	57
• Durchschnittsalter (in Jahren)	42,2	42,6	43,1
Beschäftigungsverhältnis			
• Beschäftigte Vollzeit	430	435	420
• Beschäftigte Teilzeit	318	328	318
• Davon Männer in Teilzeit	14	25	26
• Davon Frauen in Teilzeit	304	303	292
• Anzahl befristeter Beschäftigter (Jahressumme)	21	12	15
• Anzahl befristeter Beschäftigter (Stichtag 31.12.)	14	9	8
Weitere Kennzahlen			
• Anzahl Beschäftigter mit Behinderung/Gleichgestellte	40	41	35
• Schwerbehindertenquote	5,6 %	5,8 %	5,4 %
• Anzahl Auszubildende	20	23	25
• Ausbildungsquote	2,7 %	3,0 %	3,4 %

C1.1 Mitarbeitendenorientierte Unternehmenskultur

Maßnahmen und Prozesse unserer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur

Die Pflege und zukunftsorientierte Weiterentwicklung einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur ist bereits seit vielen Jahren in der Sparda-Bank München eG verankert. In unserem vierten Gemeinwohl-Bericht wurden die Säulen, auf denen unsere Unternehmenskultur basiert, detailliert vorgestellt:

- Stärkenorientierung
- Kultur der Achtsamkeit
- Vielfältiges Aus- und Weiterbildungsangebot
- Vielseitiges Angebot für Work-Life Balance und attraktive Sozialleistungen (*siehe Kapitel C2.3 und Kapitel C2.1*)

- Maßnahmen zur Vernetzung und zum Austausch (siehe *Kapitel C4.1*)
- Beteiligung an unternehmensweiten Projekten (siehe *Kapitel C4.3*)

Die nachfolgenden Inhalte konzentrieren sich auf die Entwicklungen innerhalb der ersten drei Säulen; die letzten drei Säulen werden in den *Kapiteln C2* und *C4* aufgeführt.

Stärkenorientierung

Den seit 2007 verfolgten Ansatz der Stärkenorientierung, dessen Ziel es ist, sich auf die Talente und Stärken von Menschen zu konzentrieren und diese entsprechend einzusetzen, haben wir auch in den Berichtsjahren 2018 - 2020 weiter fokussiert.

Im Rahmen des Stärkenkonzepts wurden insgesamt 22 Stärkenworkshops (2020: 7, 2019: 10, 2018: 5), acht Energiebilanzen (2020: 1, 2019: 4, 2018: 3) sowie acht Stärkenseminare für Führungskräfte (‘Führen mit den eigenen Stärken’, 2020: 3, 2019: 4, 2018: 1) durchgeführt. Zudem gab es im Corona-Jahr 2020 ein zusätzliches Webinarangebot mit dem Titel ‘Meine Stärken in und nach der Krise’.

Weiterhin erhalten alle neuen Mitarbeitenden am ersten Arbeitstag das Buch ‘Entdecke deine Stärken jetzt’ ausgehändigt und haben mit dem darin enthaltenen Code die Möglichkeit, ihre Top-5-Stärken mithilfe des GallupStrengthsFinder-Assessments zu ermitteln und diese in einem offenen Stärkenworkshop näher kennenzulernen.

Um die Stärkenorientierung weiter auszubauen, wurden die Zielgruppen für Seminare mit Stärkenbezug im Jahr 2020 erweitert. So wird das Seminar ‘Kommunizieren mit den eigenen Stärken’ auch für den Bereich SpardaService Telefon (SST), das Seminar ‘Verkaufen mit den eigenen Stärken’ für Filialmitarbeitende angeboten.

Kultur der Achtsamkeit

Als Ergänzung zu dem im vierten Gemeinwohl-Bericht vorgestellten Seminarangebot zur Förderung unserer Achtsamkeitskultur sind in den Jahren 2018 - 2020 folgende Aktivitäten hinzugekommen:

- Der **Kulturzirkel**: Seit Anfang 2019 beschäftigt sich dieses interdisziplinär besetzte Gremium mit der Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur. Der Kulturzirkel versteht sich als Gremium des normativen Managements der Sparda-Bank München eG, mit dem das strategische und operative Management mitgestaltet wird. Ziel ist es, Prozesse zur Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur anzustoßen, diese zu begleiten sowie auf eine nachhaltige Umsetzung hinzuwirken.
- Die **Achtsamkeitsforen**: Die Forschung zeigt immer wieder, dass Achtsamkeitspraxis zu vielfachen positiven Effekten auf die psychische und körperliche Gesundheit führen kann. Um die neuesten Erkenntnisse aus der Achtsamkeitsforschung zu vermitteln, das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und dabei konkrete Impulse für den eigenen Arbeitsalltag zu geben, organisiert der Kulturzirkel seit 2019 regelmäßig die Veranstaltungsreihe ‘Achtsamkeitsforen’. Hierbei referiert pro Veranstaltung ein externer Referent/eine externe Referentin über einen Zeitraum von 90 Minuten. Jeder Mitarbeitende, der Lust hat, teilzunehmen, kann dies während seiner Arbeitszeit tun. Während bis zum ersten Quartal 2020 die Achtsamkeitsforen noch in Präsenz stattfanden, wurde im Verlauf des Jahres 2020 zu einem digitalen

Format gewechselt. So konnten Mitarbeitende aus dem gesamten Geschäftsgebiet teilnehmen (ohne Reisezeit & -kosten) und die Zahl der Teilnehmenden musste nicht aufgrund der Raumgröße begrenzt werden. Die Achtsamkeitsforen wurden sehr gut angenommen (50-60 Teilnehmende pro Veranstaltung) und die guten Evaluationsergebnisse haben uns darin bestärkt, das Format fest zu verankern und jedes Winterhalbjahr anzubieten.

- Die **Lernlandschaft ‚Achtsames Verkaufen‘**: Um unsere Kultur der Achtsamkeit auch konsequent im Vertrieb zu leben und achtsam gegenüber uns selbst, unseren Kund*innen und der Bank zu sein, wurden 2020 im Rahmen vielfältiger Lernangebote acht Prinzipien und acht Techniken des ‚Achtsamen Verkaufens‘ eingeführt und die Anwendung durch diverse Maßnahmen (z. B. digitale Lernmodule zur Wiederholung oder Booklets) unterstützt. Als Ziel steht dabei im Vordergrund, den Mitarbeitenden Kompetenzen zu vermitteln, um das Potenzial unserer Kund*innen aktiv und lösungsorientiert zu entfalten.

Vielfältiges Aus- und Weiterbildungsangebot

Wir bieten unseren Mitarbeitenden viele Möglichkeiten und Unterstützung zur fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung an. Bei der *fachlichen Weiterbildung* unterscheiden wir weiterhin die Aufstiegsfortbildung (z. B. Juniorberater*in bzw. Ausbildung zum zertifizierten Baufinanzierungsberater/zur zertifizierten Baufinanzierungsberaterin oder das genossenschaftliche Bankführungsseminar) und die Anpassungsfortbildung (Auswahl aus ‚Katalog an Standardseminaren‘, z. B. zu regulatorischen oder vertrieblichen Themen); ebenso werden weiterhin eine Vielzahl von bedarfsorientierten Maßnahmen individuell zwischen Mitarbeitenden und Führungskräften vereinbart. Bei der *persönlichen Weiterbildung* spielen die Themen ‚Achtsamkeit‘ und ‚Stärkenorientierung‘ eine große Rolle.

Indikator: Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene

Erläuterungen zu unseren angebotenen Schulungsmaßnahmen (Seminare, Webinare, Workshops, digitale Lernmodule etc.) können im vierten Gemeinwohl-Bericht nachgelesen werden. Bedingt durch die Corona-Pandemie mussten auch wir in 2020 vermehrt auf digitale Formate und Angebote umstellen. Dies hat schnell und pragmatisch funktioniert.

Unsere Seminartypen erfassen wir seit 2018 auch getrennt nach Geschlecht:

Tabelle 19: Personalentwicklungsmaßnahmen - nach Seminartyp

	Mitarbeitenden- Seminartage 2018	Anteilig in Prozent	Mitarbeitenden- Seminartage 2019	Anteilig in Prozent	Mitarbeitenden- Seminartage 2020	Anteilig in Prozent
Fachliche Schulung/ Weiterbildung	1.673²⁴	40,1 %	2.515¹⁰	51,0 %	1.569¹⁰	37,0 %
• Davon Frauen	1.011	60,4 %	1.475	58,6 %	818	52,1 %

²⁴ Die Mitarbeitenden der Sparda-Bank München eG besuchen pro Jahr meist mehr als nur ein Schulungs- oder Seminarangebot.

• Davon Männer	662	39,6 %	1.040	41,4 %	751	47,9 %
Schulungen für den Verkauf	826¹⁰	19,8 %	1.635¹⁰	33,0 %	2.187¹⁰	51,0 %
• Davon Frauen	571	69,1 %	1.092	66,8 %	1.451	66,3 %
• Davon Männer	255	30,9 %	542	33,2 %	736	33,7 %
Teamveranstaltung	540	13 %	368	7 %	168	4,0 %
• Davon Frauen	281	52 %	191	52 %	82	48,8 %
• Davon Männer	259	48 %	177	48 %	86	51,2 %
Schulungen für Organe und Gremien der Bank	267	6,4 %	108	2,0 %	94	2,0 %
• Davon Frauen	90	33,7 %	49	45,4 %	32	34,0 %
• Davon Männer	177	66,0 %	59	54,6 %	62	66,0 %
Angebote zur Persönlichkeits-Entwicklung	232	5,6 %	329	7,0 %	195	5,0 %
• Davon Frauen	143	61,6 %	179	54,4 %	104	53,3 %
• Davon Männer	89	38,4 %	150	45,9 %	91	46,6 %
Maßnahmen zur Stärkung der Unternehmenskultur und Integration in den Visions- und Strategieprozess der Bank	631	15,1 %	15	< 1 %	79	2,0 %
• Davon Frauen	451	71,5 %	7	46,7 %	50	63,3 %
• Davon Männer	180	28,5 %	8	53,3 %	29	36,7 %
Gesamt	4.170	100 %	4.970	100 %	4.292	100 %
• Davon Frauen	2.547	61,1 %	2.993	60,2 %	2.537	59,1 %
• Davon Männer	1.623	38,9 %	1.976	39,8 %	1.755	40,9 %

Wie in *Tabelle 19 und 20* aufgeführt, ist in 2019 die Gesamtanzahl an Seminartagen und damit auch die durchschnittliche Anzahl an Stunden eines jeden Mitarbeitenden gestiegen. Im Berichtsjahr 2020 ist die durchschnittliche Anzahl an Stunden im Vergleich zu 2019 gesunken, was auf die corona-bedingten Einschränkungen zurückzuführen ist, die zum Ausfall einiger Präsenzseminare geführt haben. Aufgrund unseres schnellen Umstiegs auf Online-Formate waren 2020 jedoch insgesamt mehr Seminartage möglich als in 2018.

Tabelle 20: Personalentwicklungsmaßnahmen - pro Mitarbeitendem

	2018	2019	2020
Mitarbeitende produktiv (Jahresdurchschnitt)	585	586	566
Tage insgesamt	4.170	4.970	4.292
Stunden insgesamt	31.482	37.516	32.405
Durchschnittliche Stunden pro Mitarbeitendem	54	64	57
Anzahl Seminartage pro Mitarbeitendem	7,1	8,5	8

Die Verteilung der fachlichen und persönlichen Personalentwicklungsmaßnahmen auf die verschiedenen Führungsebenen stellte sich folgendermaßen dar:

Tabelle 21: Personalentwicklungsmaßnahmen - pro Führungsebene

	2018 (in Stunden)	2019 (in Stunden)	2020 (in Stunden)
In Anspruch genommene fachliche Personalentwicklungsmaßnahmen			
• Pro Mitarbeitendem	25	43	39
• Pro obere Führungsebene	49	9	18
• Pro mittlere Führungsebene	71	58	40
• Pro untere Führungsebene	42	71	69
In Anspruch genommene persönliche Personalentwicklungsmaßnahmen			
• Pro Mitarbeitendem	12	5	4
• Pro obere Führungsebene	3	6	6
• Pro mittlere Führungsebene	31	18	14
• Pro untere Führungsebene	38	30	14

Highlights zu unseren Schulungsmaßnahmen aus 2018 – 2020:

- **Fachliche Schulung/Weiterbildung:**
 - Die im vierten Gemeinwohl-Bericht angekündigte ‚Spezialistenausbildung‘ für Berater*innen zu bestimmten Themengebieten wurde 2018 durchgeführt. Ziel war die Gewährleistung einer noch besseren Beratungs- und Servicequalität für Mitglieder und Kund*innen.
 - Ein Highlight im Jahr 2019 war die Durchführung des ‚Digitalen Führerscheins‘ zur Erhöhung der digitalen Kompetenz der Mitarbeitenden: ein app-basierter digitaler Führerschein (Absolvierungsquote – bezogen auf alle Mitarbeitenden: 70 Prozent).
- **Schulungen für den Verkauf:**
 - Ein Highlight im Jahr 2020 bildete die Lernlandschaft ‚Achtsames Verkaufen‘. Wir laden dabei die Vertriebsmitarbeitenden auf eine Reise des ‚Achtsamen Verkaufens‘ ein: mit einem umfangreichen Mix aus Lernevents, Seminaren, Mikrotrainings vor Ort in der Filiale, Webinaren, eLearnings und Quizformaten auf dem Smartphone/Tablet, Training-on-the-job-Maßnahmen sowie regionsübergreifenden Tipps, Tricks und Best Practices sorgen wir dafür, dass für jede Zielgruppe und für jeden Lerntyp ein geeignetes Angebot dabei ist. Dabei gibt es in der Lernlandschaft neben Pflichtmodulen für alle auch individuell wählbare Angebote nach Interesse und Bedarf. Mit der Lernlandschaft verfolgen wir das Ziel, unseren Mitarbeitenden geeignete Kompetenzen zu vermitteln, um durch Achtsames Verkaufen die Vertriebserfolge zu steigern. **Die Lernlandschaft Achtsames Verkaufen wurde für den Deutschen Personalwirtschaftspreis in der Kategorie**

„Talent Management“ nominiert und 2021 mit dem zweiten Platz ausgezeichnet.

- Des Weiteren trägt das Angebot eines TOJs (Training-on-the-job) zur Weiterentwicklung der vertrieblichen Kompetenz bei. Hier erhalten Mitarbeitende im Verkauf von einem TOJ-Trainer individuelles Feedback zu ihrem Vorgehen im Gespräch mit Kund*innen.
- **Teamveranstaltung:**
 - Abteilungen sowie Filialen können nach wie vor bei Bedarf einen Team- oder Strukturworkshop wahrnehmen, der vom internen Organisationsentwickler begleitet wird. Dies bietet sich insbesondere dann an, wenn sich die Teamkonstellation ändert oder strukturelle Maßnahmen eine Neuaufstellung nötig machen.
 - Auch Stärkenworkshops finden im Team statt und werden i. d. R. von einer/m externen Stärkentrainer*in durchgeführt.
- **Schulungen für Organe und Gremien der Bank:**
 - Die Mitglieder des Vorstands, Aufsichts- und Betriebsrats bilden sich in regelmäßigen Seminaren zu aktuellen Themen fort.
- **Angebote zur Persönlichkeitsentwicklung:**
 - Eine der vielen Maßnahmen aus diesem Bereich umfasst die PE-Foren (Personalentwicklungs-Foren), die in regelmäßigen Abständen den Mitarbeitenden in Form von Impulsvorträgen, Übungen und Schulungen kostenlos und außerhalb der Arbeitszeit angeboten werden. Schwerpunkte in 2018: ‚Mythen und praktische Tipps rund um den Schlaf‘, ‚Fit und ausgeschlafen in die digitale Zukunft‘ sowie ‚Wirtschaftsfaktor Glück‘ mit Anleitungen, um das Wohlbefinden zu steigern und möglicher Depressivität vorzubeugen. 2019 und 2020 standen folgende Themen im Fokus: ‚Resilienz‘, ‚Veränderungskompetenz in stürmischen Zeiten‘, ‚moving‘ sowie Achtsamkeitsforen mit dem Ziel der Stärkung der psychischen Widerstandskraft sowie dem Ausbau der Veränderungskompetenz.
 - Ein Highlight war die zweimodulige Webinarreihe für Gesundheitsbotschafter*innen ‚Trotz stürmischer Zeiten gesund und stabil bleiben‘ sowie das Webinar für alle Mitarbeitenden ‚Leben und Arbeiten in stürmischen Zeiten‘. Mit Übungsanleitungen, Checklisten und Schritt für Schritt-Leitfäden wurden nach den Webinaren über mehrere Wochen hinweg hilfreiche Tools zur Verfügung gestellt, um trotz stürmischer Zeiten nachhaltig gesund und leistungsstark den Alltag meistern zu können.
 - Neu hinzu kam im Jahr 2019 die Lernmethode ‚Working Out Loud‘, mit der wir abteilungsübergreifende Zusammenarbeit stärken und die Mitarbeitenden dazu befähigen wollen, selbst gesetzte Lernziele zu erreichen. Über einen

längeren Zeitraum finden sich Mitarbeitende in Kleingruppen zusammen und tauschen sich regelmäßig über Themen aus, an denen sie persönlich arbeiten möchten.

Im Jahr 2020 wurde zudem die Gesamtbankstrategie sowie die Teilstrategien unter Beteiligung diverser Mitarbeitender überarbeitet und zukunftsorientiert weiterentwickelt.

Umgang mit Fehlern und Konflikten

Wir begegnen Fehlern und Konflikten grundsätzlich offen und sehen sie als Möglichkeit, bestehende Themen, Strukturen und Prozesse zu reflektieren und ggf. zu überarbeiten. In den letzten Jahren haben wir an dem Auf- und Ausbau einer ‚Fehlerkultur‘ gearbeitet, bei der die Mitarbeitenden zur Übernahme von Eigenverantwortung ermutigt werden sollen. Ziel ist es, einen konstruktiven Umgang mit Fehlern zu führen.

Die Führungskräfte wurden im Berichtszeitraum 2018 - 2020 mit verschiedenen Angeboten, wie z. B. dem Werkzeug ‚Retroperspektive‘ einsetzen, konstruktiv Feedback geben und Mitarbeitergespräche wirksam führen, unterstützt.

Förderung von Selbstorganisation und Eigenverantwortung

Voraussetzung einer mitarbeitendenorientierten Unternehmenskultur ist es, dass Mitarbeitende und Führungskräfte eigenverantwortlich, leistungs- und lösungsorientiert handeln können. Dies zu ermöglichen, ist uns sehr wichtig. Die dafür benötigten Gestaltungsspielräume werden innerhalb der einzelnen Rollen ermöglicht.

Für die Mitarbeitenden bedeutet dies zum Beispiel, dass jede/r eigenverantwortlich ein Mitarbeiter*innengespräch bei seiner/ihrer Führungskraft einfordern, seine/ihre persönliche Aus- und Weiterbildung selbst in Absprache mit der Führungskraft gestalten oder an Workshops innerhalb des Unternehmens teilnehmen kann.

Für die Führungskräfte impliziert dies ebenfalls Freiheiten bei der Gestaltung der eigenen Rolle und Weiterbildung. Außerdem gelten auch hier die gleichen Rahmenbedingungen für unser Mitarbeiter*innengespräch. Durch den Gestaltungsspielraum sollen Potenziale erkannt und zur Entfaltung gebracht werden.

Indikator: Fluktuationsrate

Unsere Fluktuationsrate betrug 8,6 Prozent in 2019 (2018: 6,3 Prozent) und sank leicht auf 8,1 Prozent in 2020.

Durch die geführten Austrittsinterviews wurde deutlich, dass nur ein geringer Teil innerhalb der Finanzdienstleistungsbranche wechselte, vielmehr standen hier neue Berufsfelder wie die IT-Branche oder auch klassische Jobs in der öffentlichen Verwaltung im Fokus. Unser transparentes Vergütungssystem sieht keine individuellen Leistungsanreize vor, daher kann die Attraktivität von Stellen z. B. im Vertrieb leiden und Angebote anderer Arbeitgeber*innen interessanter wirken lassen. Aufgrund von Umstrukturierungen und Anpassungen im Filialvertrieb konnte nicht jedes Weiterbeschäftigungsangebot das Interesse der betroffenen Mitarbeitenden wecken.

Indikator: durchschnittliche Betriebszugehörigkeit

Der Großteil unserer Mitarbeitenden ist über viele Jahre hinweg bei uns tätig. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit ist von 14,1 Jahren in 2018 auf 14,2 Jahren in 2019 und auf 14,8 Jahren in 2020 gestiegen.

Indikator: Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen

In 2019 konnten wir eine steigende Anzahl an Bewerbungen verzeichnen, 2020 war der Bewerbungseingang wieder etwas geringer. Dies liegt aus unserer Sicht an der höheren Anzahl an Stellenausschreibungen in 2019 im Vergleich zu 2020.

Tabelle 22: Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen

	2018	2019	2020
Stellenausschreibungen	156	171	143
Absolute Anzahl an Bewerbungen	1.580	1.953	1.616
Anzahl an Bewerbungen im Verhältnis zu Stellenausschreibungen	9,9 %	8,8 %	8,6 %
Initiativbewerbungen	211	176	141

Indikator: Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur

Dass die von uns als Arbeitgeberin durchgeführten Maßnahmen positiv auf- und angenommen werden, zeigen die guten Ergebnisse der folgenden Great Place to Work®- und Gesundheitsbefragungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz sowie zum Erleben der Unternehmenskultur. Die aus den Ergebnissen abgeleiteten Maßnahmen sowie deren Status werden im Intranet mithilfe des Dashboards ‚Maßnahmen für mehr Mitarbeiterzufriedenheit‘ transparent gemacht.

Extern:

- **Great Place to Work®:** Zwischen 2007 und 2019 haben wir jährlich am Wettbewerb ‚Deutschlands Beste Arbeitgeber‘ des Great Place to Work® Instituts Deutschland teilgenommen und wurden zum zwölften Mal in Folge im Wettbewerb 2018 (Durchführung der Befragung im Herbst 2017) mit dem Gütesiegel ‚Deutschlands Beste Arbeitgeber‘ ausgezeichnet. In der Größenklasse der Unternehmen mit 501 bis 2.000 Mitarbeitenden erreichten wir den zwölften Rang und sind damit zum elften Mal in Folge die beste Finanzdienstleisterin in dieser Kategorie. 2019 konnten wir diese Auszeichnung erneut für uns sichern. Ebenfalls erhielten wir in beiden Berichtsjahren die Auszeichnung ‚Bayerns Beste Arbeitgeber‘ und belegten dort Rang 5 bzw. Rang 8.
- Im Jahr 2020 haben wir entschieden, die allgemeine Mitarbeiter*innenzufriedenheitsbefragung mit Great Place to Work vorerst nicht fortzuführen, um die bereits anhand der vorhergehenden Befragungen identifizierten Themen bearbeiten und wirksam umsetzen zu können. Im Oktober 2022 werden wir erneut an der Mitarbeiter*innenzufriedenheitsbefragung von Great Place to Work teilnehmen.

Intern:

- 2017 haben wir erstmalig drei Fokusgruppenworkshops für Mitarbeitende Ü50/U25 durchgeführt. Daran haben insgesamt 40 Mitarbeitende teilgenommen. Im Jahr 2018 fand der Ergebnisworkshop statt, in dem die Ergebnisse dem Vorstand präsentiert wurden. Ziel war es, den durch die Befragung der Mitarbeitenden identifizierten Unzufriedenheiten innerhalb der Fokusgruppen auf den Grund zu gehen, Ursachen zu erkennen und diese nach Möglichkeit zu beseitigen. Insgesamt wurden fünf Handlungsfelder identifiziert: Information, Führung, Entwicklung, Strukturen und Ressourcen. Der Handlungsbedarf wurde im SpardaNet aufgezeigt und es wurden bereits bestehende Angebote zum jeweiligen Handlungsfeld an alle Mitarbeitenden kommuniziert, wie z. B. die professionelle Unterstützungsmöglichkeit im Bereich Führung durch einen Coach. Ziel war es zudem, die erarbeiteten Handlungsfelder in unsere wertorientierte Unternehmenskultur zu integrieren und kontinuierlich weiter daran zu arbeiten.
- In 2018 wurde wieder eine anonyme Gesundheitsbefragung inklusive der psychischen Gefährdungsbeurteilung vorgenommen, die seit 2013 gesetzlich vorgeschrieben und bereits 2015 bei uns durchgeführt wurde. Als wichtiger Baustein des betrieblichen Gesundheitsmanagements der Bank konnte hierbei herausgestellt werden, dass das Aktivitätsverhalten der Mitarbeitenden der Sparda-Bank München eG gut ist, es aber noch Verbesserungspotenzial gibt. Auffällig war, dass Müdigkeit/Zerschlagenheit sowie Schlafstörungen im Vergleich zur letzten Befragung eher zugenommen haben. Über ein Drittel der Belegschaft gab an, nicht oder nur schwer abschalten zu können bzw. zeigten Stresssymptome wie innere Unruhe und Nervosität. Erfreulich war, dass die psychische Gefährdungsbeurteilung keine besorgniserregenden Ergebnisse aufzeigte. Daraus resultierende Maßnahmen waren, dass wir - neben der kontinuierlichen Sensibilisierung für mehr Bewegung - das Thema ‚gesunder Schlaf und Erholung‘ als Jahresmotto aufgegriffen haben (*siehe hierzu auch die nachfolgend beschriebenen Maßnahmen bei Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz*).
- Darüber hinaus finden anlassbezogen kleinere Mitarbeiter*innenbefragungen z. B im Rahmen der Strategie statt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Sensibilisierung der Mitarbeitenden für die Bedeutung regelmäßiger Entspannung und eines gesunden Schlafverhaltens mit entsprechenden Maßnahmen und Aktionen.
- Sensibilisierung und Information der Mitarbeitenden über die Themen Veränderungskompetenz und Resilienz sowie Stärkung der psychischen Widerstandsfähigkeit der Mitarbeitenden.
- Die Stärkenorientierung soll noch stärker im Gesamtunternehmen verankert werden, da wir uns Mehrwerte für das Individuum, für die Zusammenarbeit im Team sowie für die Produktivität erhoffen, wenn jede/r die eigenen Stärken im Alltag lebt und Verständnis für die Stärken anderer zeigen kann.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Maßnahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung und des Arbeitsschutzes sowie deren Evaluierung

Durch eine Vielzahl an Angeboten und Seminaren zur Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz arbeiten wir präventiv daran, möglichen Gesundheitsrisiken vorzubeugen sowie die Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu erhalten und stetig zu verbessern.

Bausteine des Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BGM):

- Gesundheits- und Arbeitsschutz
- Gesundheitsförderung
- Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM)
- Fehlzeitenmanagement
- Führung und Gesundheit
- Konfliktmanagement
- Sucht/Prävention
- Krisenmanagement

Zusätzlich zu den bereits zum Zeitpunkt des vierten Gemeinwohl-Berichts bestehenden Maßnahmen innerhalb dieser Bausteine, sind für 2018 - 2020 folgende Neuerungen bzw. Entwicklungen zu erwähnen, die in 2020 vor allem durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen Herausforderungen beeinflusst waren:

- **Gesundheits- und Arbeitsschutz:**
 - 2018 fand die regelmäßig durchgeführte Gesundheitsbefragung und gesetzlich vorgeschriebene psychische Gefährdungsbeurteilung statt. Das Ergebnis: ein überwiegend positives Bild mit zum Großteil guten bis sehr guten Ergebnissen. Als überdurchschnittlich hoch wurden das Gemeinschaftsgefühl und die soziale Unterstützung im Vergleich zur Gesamtbevölkerung bewertet. Die nächste - turnusgemäß alle drei Jahre stattfindende - Gesundheitsbefragung ist im Frühjahr 2021 durchgeführt worden.
 - Ergebnisse, die lediglich ‚zufriedenstellend‘ waren, wurden vom ‚provital‘-Team aufgegriffen, um gemeinsam mit den Gesundheitsbotschafter*innen geeignete Maßnahmen abzuleiten. Unter anderem wurde im Rahmen des Jahresmottos ‚Fit und ausgeschlafen in die digitale Zukunft‘ der Fokus auf gesunden Schlaf gelegt, da die Gesundheitsbefragung, wie bereits unter *Kapitel C1.1* erwähnt, ergab, dass unsere Mitarbeitenden zunehmend Schlafprobleme aufwiesen.
 - Zusätzlich wurde eine Bedarfsanalyse durchgeführt, auf deren Basis das Gesundheitsteam ‚provital‘ zentrale Themen für die jeweiligen Jahre herausgearbeitet hat. Im Jahr 2019 wurden verschiedene Maßnahmen rund um das Thema ‚psychische Gesundheit bzw. Resilienz und Veränderungskompetenz‘ umgesetzt.

- Neben der Gesundheitsbefragung sowie der Gefährdungsbeurteilung diente auch die Befragung der Mitarbeitenden im Rahmen der Great Place to Work®-Befragungsergebnisse zu gesunder Arbeitsplatzgestaltung als Basis für unsere Beurteilung und Entscheidungen:

Tabelle 23: Great Place to Work®-Befragungsergebnisse - gesunde Arbeitsplatzgestaltung

Darstellung: Top-Box-Werte = Prozentanteil der positiven Antworten (,Trifft fast völlig zu'+ ,Trifft überwiegend zu')

Befragung der Mitarbeitenden	2018	2019
Die körperliche Sicherheit am Arbeitsplatz ist gewährleistet.	92 %	94 %
Die psychische und emotionale Gesundheit ist an diesem Arbeitsplatz gewährleistet.	78 %	59 %
Die Mitarbeitenden erhalten hilfreiche Maßnahmen zur Förderung der Gesundheit.	90 %	85 %

- **Gesundheitsförderung:**

- Anfang 2018 wurden die neuen Gesundheitsseiten für alle Mitarbeitenden im Intranet eingeführt. Neben den vielseitigen Präventionsangeboten, über die auf den Gesundheitsseiten gebündelt informiert wird, sind dort viele Informationen rund um die Themen Ernährung, Bewegung, Entspannung und Gesundheit allgemein zu finden.
- Unsere Betriebssportgemeinschaft betreute Ende 2020 299 Mitglieder.
- Im Frühjahr 2019 wurde für alle Mitarbeitenden eine kostenlose und anonyme Darmkrebsvorsorgemaßnahme durchgeführt. Die Beteiligungsquote entsprach 40,8 Prozent bei einer Rücklaufquote von 75,2 Prozent. Die Präventionsmaßnahme wird in regelmäßigen Abständen wiederholt. Die nächste Vorsorgeaktion ist für das Frühjahr 2022 geplant.
- 2019 beinhaltete das Jahresmotto des ‚provital‘-Teams die Themen ‚Veränderungskompetenz und Resilienz‘. Es wurden u.a. eine Multiplikator*innenschulung für alle Gesundheitsbotschafter*innen sowie ein Gesundheitstag für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte durchgeführt. Außerdem wurde auf den Gesundheitsseiten ein ‚Baukasten Resilienz‘ entwickelt mit vielen Impulsübungen und Reflexionsfragen zum Jahresmotto. 2020 wurde dieses Thema aufgrund der hohen Relevanz fortgeführt.
- Im Rahmen von regelmäßigen Beiträgen wurde immer wieder das Thema ‚gesunde Ernährung‘ aufgegriffen (u.a. Vortrag über ‚bedarfsgerechte Ernährung‘ der Betriebssportgemeinschaft).
- Um den Mitarbeitenden ein möglichst vielseitiges Bewegungs- und Präventionsangebot zu machen wurde im Dezember 2018 das Gesundheits- und Wellnessnetzwerk ‚Gympass‘ eingeführt, über das die Mitarbeitenden vielseitige Angebote mit nur einer Mitgliedschaft nutzen können.
- Aufgrund der Corona-Pandemie wurden die Mitarbeitenden noch einmal verstärkt über Themen wie psychische Gesundheit informiert und ihnen praktische Tipps, wie z. B. ein Homeoffice-Leitfaden, an die Hand gegeben.

- **Betriebliches Eingliederungsmanagement (BEM):**
 - Mit 58 verschiedenen Angeboten in 2018, 59 in 2019 und 53 in 2020 wurde langzeiterkrankten Mitarbeitenden die Wiedereingliederung ermöglicht.
- **Fehlzeitenmanagement:**
 - Das Fehlzeitenmanagement ist eng mit dem Betrieblichen Eingliederungsmanagement verzahnt. Dabei geht es darum, langzeiterkrankte Mitarbeitende im Blick zu behalten, sie bestmöglich wieder in den Arbeitsprozess zu integrieren und bereits im Vorfeld präventive Maßnahmen zu ergreifen, wie z.B. Unterstützung der Führungskräfte durch die Empfehlung eines Fürsorgegespräches. Ziel ist es zudem, möglichst langanhaltende Mehrbelastungen bei den gesunden Mitarbeitenden zu vermeiden. Im Berichtszeitraum 2018 - 2020 gab es keine weiteren nennenswerten Entwicklungen dazu.
- **Führung und Gesundheit:**
 - Die Führungskräfte werden durch die Einbindung in Gesundheitsaktionen laufend für das Thema ‚Gesunde Führung‘ sensibilisiert. 2018 wurden z. B. sieben Seminare zu ‚Think positive‘ durchgeführt. Ein Seminar, das die Mitarbeitenden und Führungskräfte dafür sensibilisiert, dass ihre Gedanken die Gefühle und das Handeln beeinflussen können und ihnen praktische Übungen zur Gedankenveränderung lehrt und Ansätze zeigt, um diese in ihren Alltag zu integrieren und so vor allem mit negativen Gedanken umzugehen.
 - Zum Thema ‚Gesunde Führung‘ gibt es zudem seit 2020 regelmäßige Impulse über die Intranet-Community, z. B. zum Thema ‚Gesund führen im Homeoffice‘ oder einen Selbsttest ‚Wie gesund führe ich?‘.
- **Konfliktmanagement:**
 - In 2018 wurde im Rahmen von Workshops das Thema Konfliktmanagement behandelt. Insgesamt 174 Mitarbeitende haben dieses Angebot angenommen.
- **Sucht/Prävention:**
 - Wie bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht erwähnt, beinhaltet die Betriebsvereinbarung zum Thema ‚Sucht‘ einen klaren Handlungsleitfaden und Stufenplan für den Verdacht bzw. das Aufkommen eines Suchtfalls und unterstützt damit auch die Führungskräfte beim Umgang mit betroffenen Mitarbeitenden.
 - Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, jederzeit über eine anonyme Hotline professionelle Beratung und Unterstützung in Anspruch zu nehmen (*siehe hierzu auch Krisenmanagement*). Im Berichtszeitraum 2018 - 2020 gab es keine weiteren nennenswerten Entwicklungen dazu.
- **Krisenmanagement:**
 - Wir bieten nach wie vor allen Mitarbeitenden über eine anonyme Hotline eines externen Dienstleisters die Möglichkeit einer zielgerichteten und kostenfreien Fachberatung und Unterstützung in allen Lebenslagen. Der Dienstleister ist direkter und diskreter Ansprechpartner und bietet den Mitarbeitenden an 365

Tagen rund um die Uhr professionelle Beratung und Unterstützung bei vielfältigen Themen, insbesondere in Krisenzeiten. Im Berichtszeitraum 2018 - 2020 gab es keine weiteren nennenswerten Entwicklungen dazu.

Die Evaluierung der Maßnahmen findet seit 2016 auf Basis des BGM-Kennzahlensystems statt, das bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht ausführlich erläutert wurde.

Potenzielle gesundheitliche Herausforderungen bzw. Schädigungen und Maßnahmen zum Schutz

Durch die generell am Arbeitsmarkt zunehmende Arbeitsverdichtung sowie der verstärkten Veränderungen des Arbeitsumfeldes (z. B. durch Digitalisierung) sind die Mitarbeitenden dem möglichen Risiko eines erhöhten psychischen Drucks und damit einhergehender Beanspruchung ausgesetzt. Auf Basis einer zuvor durchgeführten Bedarfsanalyse wurden in den Berichtsjahren 2018 - 2020 vom Gesundheitsteam ‚provital‘ verschiedene Maßnahmen implementiert.

Indikator: Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demografischen Verteilung), Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen

Der Erfolg der bereits beschriebenen Maßnahmen wird durch die hohe und steigende Gesundheitsquote belegt, die von 93,1 Prozent zum Jahresende 2018 auf 93,6 Prozent zum Jahresende 2019 anstieg und zum Jahresende 2020 96,3 Prozent erreichte.

Die Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende ggf. trotz Krankheit in den Betrieb kommen, wird nicht erfasst. Durch unser BGM soll Präsentismus entgegengewirkt werden und wir appellieren an unsere Mitarbeitenden, sich selbst, aber auch ihre Kolleg*innen zu schützen, in dem auf Anwesenheit bei Krankheit verzichtet wird.

Eine Betrachtung der demografischen Verteilung ist uns derzeit nicht möglich.

Indikator: Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle

Die meisten Unfälle, die im Berichtszeitraum 2018 - 2020 aufgetreten sind, hatten geringe oder gar keine Ausfallzeiten zur Folge.

Tabelle 24: Betriebsunfälle

	2018	2019	2020
Anzahl der Betriebsunfälle:			
• Leichte Wege- bzw. Arbeitsunfälle	17	21	18
• Arbeitsbedingte Todesfälle	0	0	0
• Berufskrankheiten	0	0	0

- 2018: Sieben Mitarbeitende mit Arbeits- bzw. Wegeunfall, bei dem sie länger als drei Tage arbeitsunfähig waren.
- 2019: Drei Mitarbeitende mit Wegeunfall, bei dem sie länger als drei Tage arbeitsunfähig waren.

- 2020: Sechs Mitarbeitende mit Arbeits- bzw. Wegeunfall, bei dem sie länger als drei Tage arbeitsunfähig waren.

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

Der durchschnittliche Zeitumfang der in Anspruch genommenen Angebote zur freiwilligen betrieblichen physischen und psychischen Gesundheitsvorsorge pro Mitarbeitendem und Jahr kann nach wie vor nicht definiert werden, da die Gesundheitsförderung der Mitarbeitenden und gesundheitsförderliche Rahmenbedingungen in alle Abläufe integriert und in den Strukturen des Unternehmens verankert sind.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Im Jahr 2021 wurde die nächste Gesundheitsbefragung in Kombination mit der psychischen Gefährdungsbeurteilung durchgeführt. Wir arbeiten laufend an der Optimierung der Themen bzw. passen diese bedarfsorientiert an. Neue Handlungsfelder und Maßnahmen wurden nach der Ergebnisanalyse der Gesundheitsbefragung 2021 abgeleitet. Da der vorliegende Bericht den Zeitraum 2018 bis 2020 im Fokus hat, werden wir dazu in der sechsten Gemeinwohl-Bilanz berichten.

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Die Rolle von Diversität bei der Aufnahme sowie im Umgang mit Mitarbeitenden; bestehende Betriebsvereinbarungen und Maßnahmen

Im vierten Gemeinwohl-Bericht haben wir unsere Sicht auf Diversität und Chancengleichheit sowie unser grundlegendes Vorgehen hinsichtlich der Förderung von Anders- und Einzigartigkeit bei allen Mitarbeitenden dargestellt.

Vakante Stellen werden nach fachlichen und sachlichen Gesichtspunkten sowie der Persönlichkeit ausgewählt - Alter, Geschlecht, Religion, ethnische Herkunft oder sexuelle Orientierung etc. spielen keine Rolle. Frauen und Männer erhalten die gleichen Entwicklungsmöglichkeiten, Aufstiegschancen und Möglichkeiten zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Diese Fairness am Arbeitsplatz wird auch von unseren Mitarbeitenden so gesehen - das zeigen die Ergebnisse der letzten Befragung der Mitarbeitenden. Zwar weisen die Ergebnisse aus 2019 leichte Rückgänge im Vergleich zu 2018 auf, jedoch sind sie weiterhin sehr positiv und zeigen, dass sich unsere Mitarbeitenden unabhängig verschiedenster Merkmale fair behandelt fühlen.

Tabelle 25: Great Place to Work®-Befragungsergebnisse - Fairness am Arbeitsplatz

Befragung der Mitarbeitenden	2018	2019
Die Mitarbeitenden werden unabhängig von ihrem Alter fair behandelt.	86 %	81 %
Die Mitarbeitenden werden unabhängig von Nationalität oder ethnischer Herkunft fair behandelt.	98 %	98 %
Die Mitarbeitenden werden unabhängig von ihrem Geschlecht fair behandelt.	94 %	91 %

Die Mitarbeitenden werden unabhängig von ihrer sexuellen Orientierung fair behandelt.	100 %	97 %
Die Mitarbeitenden werden unabhängig von geistiger oder körperlicher Behinderung fair behandelt.	96 %	95 %

Menschen mit Behinderung

Wir beschäftigten Ende 2020 35 Menschen mit Behinderung und erfüllten damit die gesetzliche Quote. Die Anzahl der Beschäftigten mit Behinderung/Gleichgestellte ist gesunken, da die Schwerbehinderten entweder ausgeschieden oder genesen sind.

Tabelle 26: Beschäftigte mit Behinderung/Gleichgestellte

	31.12.2018	31.12.2019	31.12.2020
Anzahl Beschäftigte*r mit Behinderung/Gleichgestellte	40	41	35
Schwerbehindertenquote ²⁵	5,6 %	5,8 %	5,4 %

Eine Betriebsvereinbarung oder weitere Maßnahmen zum Umgang und der Förderung von Diversität existieren bisher nicht.

Bereiche, in denen sich Mitarbeitende benachteiligt fühlen können

Wir versuchen stets unsere Mitarbeitenden in möglichst viele Entscheidungen einzubinden und ihre Anregungen und Meinungen aktiv zu berücksichtigen.

Bei personalpolitischen Entscheidungen kann es vorkommen, dass sich Mitarbeitende potenziell benachteiligt fühlen. Um eine solche Benachteiligung zu vermeiden, haben Mitarbeitende die Möglichkeit, sich an verschiedene Anlaufstellen zu wenden, um ihre Eindrücke dort offen anzusprechen. Zu diesen Anlaufstellen gehören der Betriebsrat, die Führungskräfte sowie das Personalmanagement. Die Eindrücke der Mitarbeitenden werden von den jeweiligen Anlaufstellen offen aufgenommen und - sofern erforderlich - unter Einbeziehung von weiteren Beteiligten auf Augenhöhe geklärt.

Maßnahmen, die ergriffen wurden, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern

Die entsprechenden Maßnahmen setzen bei folgenden Themen an:

- **Frauenförderung:** Zum 31.12.2020 stellte sich der Frauenanteil in Führungspositionen wie folgt dar:
 - Anteil Frauen im Aufsichtsrat: 33 Prozent
 - Anteil Frauen im Vorstand: 50 Prozent
 - Anteil Frauen in der ersten Führungsebene unter dem Vorstand: 21 Prozent
 - Anteil Frauen in der zweiten Führungsebene unter dem Vorstand: 20 Prozent
- **Austausch in Gremien:** Neben der abteilungs- und filialübergreifenden Arbeitsgruppe ‚Beruf und Familie‘, gibt es eine Jugendarbeitnehmervertretung und einen Schwerbehindertenbeauftragten.

²⁵ Laut Meldung der Schwerbehindertenabgabe an die Agentur für Arbeit.

- **Schulungen und Projekte:** Seminare werden rollenübergreifend für Führungskräfte und Mitarbeitende gemeinsam angeboten. Beispiele dafür sind u. a. fachliche Schulungsangebote sowie Achtsamkeitsforen. Ebenso arbeiten sie in Projekten und unabhängig von ihrer Hierarchie zusammen.
- **Junge Talente:** 2020 bildeten wir 25 (2018: 20, 2019: 23) junge Menschen für das Berufsbild ‚Bankkaufmann/Bankkauffrau‘ aus. Generell bilden wir bedarfsorientiert aus, um unsere Auszubildenden nach Möglichkeit zu übernehmen und weiter zu qualifizieren.

Indikator: Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität

Aktuell betrachten wir bei den meisten unserer Auswertungen vorrangig die folgenden Dimensionen der Diversität: Geschlecht und Alter. Ebenso können wir Aussagen zu Mitarbeitenden mit körperlichen/psychischen Einschränkungen treffen. Alle genannten Punkte lassen sich zum Großteil für Mitarbeitende und Führungskräfte ausweisen. Die Verteilung findet sich in der *Tabelle 18* – Kennzahlen Mitarbeitende.

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

- Im Bereich Gesundheit: hierunter fallen die gesamten Maßnahmen aus dem BGM.
- Im Bereich Diversität: hier sehen wir alles rund um das Thema Allgemeines Gleichbehandlungsgesetz (AGG) sowie unseren Stärkenansatz.

Alle Auswertungen, die uns in diesem Rahmen aktuell möglich sind, finden sich in den Tabellen unter *Kapitel C.1*.

Indikator: gesellschaftliche Diversität des Umfelds (nach Kerndimensionen von Diversität)

Unsere Filialen verteilen sich in Oberbayern sowohl auf kleinere Gemeinden, mittelgroße Städte bis hin zur Großstadt München. Da wir die gesellschaftliche Diversität in der international aufgestellten Metropole München deutlich höher einschätzen als außerhalb der Stadt in einer eher kleineren Gemeinde auf dem Land, zeigt sich kein einheitliches Bild des Umfelds.

Indikator: Anzahl von Vätern- bzw. Mütterkarenz in Monaten

Die Karenzzeit bei den Müttern und Vätern ist in *Tabelle 27* aufgeführt. Die Zahlen sind Schätzungen, da uns keine genaue Angabe vorliegt.

Tabelle 27: Karenzzeit

Anzahl von Vätern- bzw. Mütterkarenz in Monaten	2018	2019	2020
Mütter	24	26	28
Väter	2	2	2

Indikator: nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

- Aufteilung Geschlecht: Zum Zeitpunkt der Berichterstellung wurde diese Auswertung noch nicht vorgenommen.
- Aufteilung Alter: Zum Zeitpunkt der Berichterstellung wurde diese Auswertung noch nicht vorgenommen.
- Aufteilung körperliche/psychische Einschränkungen: ein Austritt in 2018; keine Ein- und Austritte in 2019 und 2020.
- **Aufteilung Hierarchieebene:**

Tabelle 28: Neueinstellungen

	2018	2019	2020
Führungskräfte	1	2	5
Mitarbeitende	40	64	43

Tabelle 29: Austritte

	2018	2019	2020
Führungskräfte	1	4	6
Mitarbeitende	49	65	58

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Bei der Berücksichtigung von qualifizierten Frauen für Führungspositionen gemäß § 9 GenG setzen wir uns eine feste Quote von mindestens 33 Prozent per 31.12.2025. Der Anteil an Frauen im Vorstand liegt zum Zeitpunkt der Berichterstellung bei 50 Prozent.
- Jedes Auswahlverfahren von Führungspositionen wird aufgrund der strategischen Fixierung unter dem Ziel der Erhöhung der Frauenquote betrachtet. Die Sensibilität wird gesteigert, jedoch fokussieren wir uns am Ende darauf, den besten Kandidaten/die beste Kandidatin für eine Stellenbesetzung zu finden. Weitere konkrete Maßnahmen ergeben sich daraus nicht.
- Eine detailliertere Auswertung nach Geschlecht und Alter, z. B. bei Neueinstellungen/Fluktuationen, werden wir in unserem neuen HR-System voraussichtlich ab dem Jahr 2022 berücksichtigen.

Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen**Bereiche, in denen es (potenzielle) menschenwürdige Arbeitsbedingungen gibt**

Uns sind keine Bereiche mit menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen in der Bank bekannt.

Rückmeldungen dazu beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung

Bei Betriebsrat und Personalabteilungen liegen dazu keine Rückmeldungen vor.

Aufmerksam machen von möglichem Fehlverhalten im Unternehmen

Sollte es an einer Stelle im Unternehmen zu Fehlverhalten kommen, weist das Team direkt darauf hin oder informiert die Führungskraft, die den Hinweis weiter verfolgt. Diese prüft zunächst den Sachverhalt, bevor sie entscheidet, ob gezielte Schulungen oder sonstige Maßnahmen notwendig sind. Bei beharrlichem Fehlverhalten werden disziplinarische Maßnahmen eingeleitet.

Indikator: Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen

Bei beharrlichem Fehlverhalten wird - je nach Pflichtverstoß - beispielsweise eine Ermahnung oder Abmahnung bzw. weitere Maßnahmen bis hin zur Kündigung ausgesprochen.

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

- 2018: Ein Gerichtsprozess
- 2019: Zwei Gerichtsprozesse
- 2020: Vier Gerichtsprozesse

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

- 2018: Keine Beschwerden.
- 2019: Beschwerde zweier Mitarbeiterinnen aus einem Bereich wegen angeblicher Diskriminierung aufgrund von Teilzeit und Alter. Es wurde eine Klärung zwischen den jeweiligen Mitarbeiterinnen, Betriebsrat, Führungskraft und Personalmanagement herbeigeführt und ein für alle Seiten akzeptabler Konsens gefunden.
- 2020: Keine Beschwerden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir derzeit keinen weiteren Verbesserungsbedarf.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Abgeltung erbrachter Leistung und Transparenz über zugrunde liegende Konditionen

Ende 2020 wurden 90,5 Prozent unserer Mitarbeitenden nach dem Tarifvertrag der Sparda-Banken vergütet. Hinsichtlich der stellenbezogenen tariflichen Eingruppierungen, die sich nach dem Manteltarifvertrag richten, hat sich im Berichtszeitraum 2018 - 2020 nichts geändert.

In unserem vierten Gemeinwohl-Bericht haben wir dazu sowie zum generellen Vorgehen bei der Neuschaffung von Stellen, dem generellen Ausschluss von Leistungsanreizen in der Vergütung sowie der transparenten Einsicht der Tariftabellen, der Inhalte des Manteltarifvertrages und den Stellenausschreibungen für Mitarbeitende im Intranet bereits ausführlich berichtet.

Die Vorstandsmitglieder werden entsprechend ihrer Verantwortung bezahlt, die Bezüge bewegen sich im Durchschnitt der Geschäftsführer vergleichbarer Unternehmen. Entsprechend den Verantwortungsbereichen ist die Bezahlung der einzelnen Vorstandsmitglieder unterschiedlich. Die Vorstände erhalten zusätzlich zu ihrer Grundvergütung eine Tantieme in Höhe von max. 20 Prozent der Grundvergütung. Die Höhe wird vom Aufsichtsrat jährlich neu festgelegt. Dazu werden folgende Zielfelder berücksichtigt: operativer Erfolg, nachhaltige Entwicklung der Bank im Markt, Gesamterfolg der Bank.

Sicherstellung eines an regionale Lebenshaltungskosten angepassten ‚lebenswürdigen‘ Verdienstes

Die Tarifpartner*innen stellen sicher, dass sich die Tarifentgelte der Mitarbeitenden an den regionalen Lebenshaltungskosten orientieren. Für Mitarbeitende bestehen unterschiedliche Tariftabellen mit Eintritt vor bzw. nach dem 01. Dezember 2014:

Abbildung 3: Tariftabelle gültig ab 01.02.2018 (Eintritt vor 01.12.2014)

Tarifgruppe	TG 1	TG 2	TG 3	TG 4	TG 5	TG 6	TG 7	TG 8	TG 9
Berufsjahr									
im 1. - 2.	2.228	2.305	2.420	2.527	2.627				
im 3. - 4.	2.353	2.451	2.541	2.655	2.770	2.920			
im 5. - 6.	2.474	2.588	2.659	2.780	2.912	3.097	3.307		
im 7. - 8.	2.627	2.756	2.775	2.907	3.057	3.277	3.529	3.815	
im 9.	2.627	2.756	2.925	3.035	3.202	3.458	3.744	4.060	4.371
im 10.	2.627	2.756	2.925	3.161	3.343	3.645	3.966	4.302	4.645
im 11.	2.627	2.756	2.925	3.161	3.498	3.832	4.185	4.549	4.919

Abbildung 4: Tariftabelle gültig ab 01.02.2018 (Eintritt nach 01.12.2014)

Tarifgruppe	TG 1	TG 2	TG 3	TG 4	TG 5	TG 6	TG 7	TG 8	TG 9
Berufsjahr									
im 1.	2.420	2.420	2.420	2.527	2.627	2.735	2.951	3.276	3.708
im 2.	2.420	2.420	2.420	2.527	2.627	2.735	2.951	3.276	3.708
im 3.	2.420	2.420	2.420	2.537	2.638	2.735	2.951	3.276	3.708
im 4.	2.541	2.541	2.541	2.665	2.780	2.931	3.307	3.492	3.997
im 5.	2.541	2.541	2.541	2.665	2.780	2.931	3.307	3.492	3.997
im 6.	2.541	2.541	2.541	2.665	2.780	2.931	3.307	3.492	3.997
im 7.	2.659	2.659	2.659	2.780	2.923	3.107	3.529	3.815	4.371
im 8.	2.659	2.659	2.659	2.780	2.923	3.107	3.529	3.815	4.371
im 9.	2.659	2.659	2.659	2.780	3.057	3.277	3.744	4.060	4.371
im 10.	2.775	2.775	2.775	2.907	3.202	3.458	3.744	4.060	4.645
im 11.	2.775	2.775	2.775	3.035	3.343	3.645	3.966	4.302	4.645
im 12.	2.925	2.925	2.925	3.161	3.498	3.832	4.185	4.549	4.919

Abbildung 5: Tariftabelle für Mitarbeitende, die vor dem 01.12.2014 eingetreten sind und keinen zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell in Anspruch nehmen

Tarifgruppe	TG 1	TG 2	TG 3	TG 4	TG 5	TG 6	TG 7	TG 8	TG 9
Berufsjahr									
im 1. - 2.	2.286	2.365	2.483	2.593	2.696				
im 3. - 4.	2.415	2.515	2.608	2.725	2.843	2.996			
im 5. - 6.	2.539	2.656	2.729	2.853	2.988	3.178	3.393		
im 7. - 8.	2.696	2.828	2.848	2.983	3.137	3.363	3.621	3.915	
im 9.	2.696	2.828	3.002	3.114	3.286	3.548	3.842	4.166	4.485
im 10.	2.696	2.828	3.002	3.244	3.430	3.740	4.070	4.414	4.766
im 11.	2.696	2.828	3.002	3.244	3.589	3.932	4.294	4.668	5.047

Abbildung 6: Tariftabelle für Mitarbeitende, die vor dem 01.12.2014 eingetreten sind und sich anstatt der Tarifierhöhung ab 01.01.2020 um 2,6 % für zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell entschieden haben

Tarifgruppe	TG 1	TG 2	TG 3	TG 4	TG 5	TG 6	TG 7	TG 8	TG 9
Berufsjahr									
im 1. - 2.	2.228	2.305	2.420	2.527	2.627				
im 3. - 4.	2.353	2.451	2.541	2.655	2.770	2.920			
im 5. - 6.	2.474	2.588	2.659	2.780	2.912	3.097	3.307		
im 7. - 8.	2.627	2.756	2.775	2.907	3.057	3.277	3.529	3.815	
im 9.	2.627	2.756	2.925	3.035	3.202	3.458	3.744	4.060	4.371
im 10.	2.627	2.756	2.925	3.161	3.343	3.645	3.966	4.302	4.645
im 11.	2.627	2.756	2.925	3.161	3.498	3.832	4.185	4.549	4.919

Abbildung 7: Tariftabelle für Mitarbeitende, die am oder nach dem 01.12.2014 eingetreten sind und keinen zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell in Anspruch nehmen

Tarifgruppe	TG 1	TG 2	TG 3	TG 4	TG 5	TG 6	TG 7	TG 8	TG 9
Berufsjahr									
im 1.	2.483	2.483	2.483	2.593	2.696	2.807	3.028	3.362	3.805
im 2.	2.483	2.483	2.483	2.593	2.696	2.807	3.028	3.362	3.805
im 3.	2.483	2.483	2.483	2.603	2.707	2.807	3.028	3.362	3.805
im 4.	2.608	2.608	2.608	2.735	2.853	3.008	3.393	3.583	4.101
im 5.	2.608	2.608	2.608	2.735	2.853	3.008	3.393	3.583	4.101
im 6.	2.608	2.608	2.608	2.735	2.853	3.008	3.393	3.583	4.101
im 7.	2.729	2.729	2.729	2.853	2.999	3.188	3.621	3.915	4.485
im 8.	2.729	2.729	2.729	2.853	2.999	3.188	3.621	3.915	4.485
im 9.	2.729	2.729	2.729	2.853	3.137	3.363	3.842	4.166	4.485
im 10.	2.848	2.848	2.848	2.983	3.286	3.548	3.842	4.166	4.766
im 11.	2.848	2.848	2.848	3.114	3.430	3.740	4.070	4.414	4.766
im 12.	3.002	3.002	3.002	3.244	3.589	3.932	4.294	4.668	5.047

Abbildung 8: Tariftabelle für Mitarbeitende, die am oder nach dem 01.12.2014 eingetreten sind und sich anstatt der Tarifierhöhung ab 01.01.2020 um 2,6 % für zusätzlichen Urlaub nach dem Sparda-Wahlmodell entschieden haben

Tarifgruppe	TG 1	TG 2	TG 3	TG 4	TG 5	TG 6	TG 7	TG 8	TG 9
Berufsjahr									
im 1.	2.420	2.420	2.420	2.527	2.627	2.735	2.951	3.276	3.708
im 2.	2.420	2.420	2.420	2.527	2.627	2.735	2.951	3.276	3.708
im 3.	2.420	2.420	2.420	2.537	2.638	2.735	2.951	3.276	3.708
im 4.	2.541	2.541	2.541	2.665	2.780	2.931	3.307	3.492	3.997
im 5.	2.541	2.541	2.541	2.665	2.780	2.931	3.307	3.492	3.997
im 6.	2.541	2.541	2.541	2.665	2.780	2.931	3.307	3.492	3.997
im 7.	2.659	2.659	2.659	2.780	2.923	3.107	3.529	3.815	4.371
im 8.	2.659	2.659	2.659	2.780	2.923	3.107	3.529	3.815	4.371
im 9.	2.659	2.659	2.659	2.780	3.057	3.277	3.744	4.060	4.371
im 10.	2.775	2.775	2.775	2.907	3.202	3.458	3.744	4.060	4.645
im 11.	2.775	2.775	2.775	3.035	3.343	3.645	3.966	4.302	4.645
im 12.	2.925	2.925	2.925	3.161	3.498	3.832	4.185	4.549	4.919

Der Verdienst für Auszubildende beträgt:

Abbildung 9: Vergütungstabelle Auszubildende gültig ab 01.02.2017

Vergütung für Auszubildende	
im 1. Ausbildungsjahr	1.000
im 2. Ausbildungsjahr	1.050
im 3. Ausbildungsjahr	1.110

Abbildung 10: Vergütungstabelle Auszubildende gültig ab 01.01.2020

Vergütung für Auszubildende	
im 1. Ausbildungsjahr	1.060
im 2. Ausbildungsjahr	1.110
im 3. Ausbildungsjahr	1.170

Die Vergütung im außertariflichen Bereich ist folgendermaßen aufgeteilt:

Abbildung 11: Tabelle der außertariflichen Vergütungen ab 01.02.2018

Position	Leiter*in/Abteilungsleiter*in zentr. Markt-/Marktfolgeabteilungen					Leiter*in Stab/ Bereichs- leiter*in	Direktor*in	Prokurist*in
	TG 9	AT 10	AT 10A	AT 11	AT 11A	AT 12A	AT 13	AT 14
Vergütungsgruppe								
Monatsgehalt	4.919	5.497	6.105	6.662	7.218	7.823	8.364	8.905
Firmenwagen						825	925	1.025

Abbildung 12: Tabelle der außertariflichen Vergütungen ab 01.01.2020

Position	Leiter*in/Abteilungsleiter*in zentr. Markt-/Marktfolgeabteilungen					Leiter*in Stab/ Bereichs- leiter*in	Direktor*in	Prokurist*in
	TG 9	AT 10	AT 10A	AT 11	AT 11A	AT 12A	AT 13	AT 14
Vergütungsgruppe								
Monatsgehalt	5.047	5.640	6.263	6.835	7.406	8.026	8.582	9.137
Firmenwagen						825	925	1.025

Zusätzlich zum Tarifgehalt erhalten die Mitarbeitenden umfangreiche Sozialleistungen.

Tabelle 30: Leistungen im Rahmen des Sozialleistungskatalogs

Sozialleistung	Anspruchsberechtigte	Investitionen gesamt 2018 (in Euro)	Investitionen gesamt 2019 (in Euro)	Investitionen gesamt 2020 (in Euro)
Serviceorientierte variable Arbeitszeit (Wochenarbeitszeit 37,75 statt 39 Stunden)	Alle Mitarbeitenden der Sparda-Bank, mit Ausnahme außertariflich Beschäftigte*r und geringfügig Beschäftigte*r	725.000	755.000	752.127
Sparda-Sonderurlaubstag	Alle Mitarbeitenden	88.400	92.950	87.362
Restaurantschecks	Alle Mitarbeitenden	239.440	238.800	238.800
Zinsvorteile und Sonderkonditionen für Mitarbeitende	Alle Mitarbeitenden	130.560	135.000	0 ²⁶
Geburtstagsgutschein	Alle Mitarbeitenden	17.350	17.575	16.875
Jubiläumsgelder	Alle Mitarbeitenden der Sparda-Bank ab einer Betriebszugehörigkeit von 10 Jahren	231.975	139.383	169.383
Kranken-Zusatzversicherung	Alle Mitarbeitenden der Sparda-Bank ab einer Betriebszugehörigkeit von 6	114.877	106.285	98.113

²⁶ Zinsvorteile für Mitarbeitende wurden ab 2020 eingestellt.

	Monaten			
Sparda-Elterngeld	Mütter und Väter (Geburten bis 2016)	76.800	25.950	0
Bildschirmbrille	Alle Mitarbeitenden	1.925	3.966	3.300
Familienzeit (Kontoführungsgebühr)	Alle Mitarbeitenden	10.897	10.990	9.170
Sonderzahlung übertariflich	Alle Mitarbeitenden der Bank, mit Ausnahme befristeter Mitarbeitender unter 6 Monaten Beschäftigungszeitraum	2.391.752	2.413.551	1.588.792
Fahrtkostenzuschuss	Alle Mitarbeitenden	34.067	40.835	268.632
Jobticket	Alle Mitarbeitenden	293.950	295.779	0 ²⁷
BV Direktversicherung	Alle Mitarbeitenden der Bank, die der Bank länger als zwei Jahre angehören und für die eine Direktversicherung besteht oder abgeschlossen wird	48.580	46.280	43.725
Maßnahmen Betriebliches Gesundheitsmanagement	Alle Mitarbeitenden	95.430	91.493	63.678
Gesundheitschecks für Führungskräfte	Alle Führungskräfte über 40 Jahre, alle 3 Jahre	20.000	30.000	13.750
BSG-Betriebsportangebot	Alle Mitarbeitenden	4.730	2.314	1.370
Gesamt		<u>4.525.733</u>	<u>4.446.151</u>	<u>3.355.077</u>

Alle Mitarbeitenden, die bis zum 31.03.1998 ihren Arbeitsvertrag unterzeichnet haben, haben eine Direktzusage der Bank über Leistungen aus der betrieblichen Altersversorgung.

Tabelle 31: Leistungen im Rahmen der betrieblichen Altersversorgung

	2018	2019	2020
Laufende Leistungen	74	86	91
Unverfallbare Anwartschaften tätiger Versorgungsanwärter	231	215	205
Unverfallbare Anwartschaften ausgeschiedener Versorgungsanwärter	61	66	70
Gesamt	<u>366</u>	<u>367</u>	<u>366</u>

Dafür wurden 2020 Rückstellungen in Höhe von 18.143.812 Euro (2018: 17.429.159 Euro, 2019: 18.070.135 Euro) gebildet. Seit 2014 haben neu eintretende Mitarbeitende einen tariflichen Anspruch auf eine betriebliche Altersversorgung in Form eines Zuschusses zu einer Direktversicherung. Wir leisten einen Beitrag in Höhe von 3,33 Prozent der monatlichen Bruttobezüge.

²⁷ Im Berichtsjahr 2020 fand eine Umstrukturierung bei der Erfassung der Fahrtkosten statt. Seither werden die Kosten für das Jobticket nicht mehr separat betrachtet, sondern in den Kosten des Fahrtkostenzuschusses aufgeführt.

Möglichkeiten der selbstorientierten Bestimmung des Verdiensts

Durch die Tarifbindung haben die Mitarbeitenden keine Möglichkeiten zur selbstorientierten Bestimmung des Verdiensts.

Indikator: Höchst- und Mindestverdienst (innerbetriebliche Spreizung)

Der Unterschied zwischen dem niedrigsten Gehalt (Mitarbeitende Tarifgruppe (TG) 4, 1. Berufsjahr zuzüglich vermögenswirksamer Leistungen) und dem höchsten Gehalt (Vorstand) lag 2018 und 2019 bei 1:13,6²⁸; 2020 bei 1:14,2²⁸.

Indikator: Medianverdienst

Der Medianverdienst der Mitarbeitenden betrug im Jahr 2018 46.773 Euro, 2019 47.106 Euro und 2020 47.614 Euro²⁹.

Indikator: standortabhängiger ‚lebenswürdiger Verdienst‘ (für alle Betriebsstandorte)

Der standortabhängige lebenswürdige Verdienst³ betrug 2.527 Euro in 2018 und jeweils 2.593 Euro in 2019 und 2020.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir werden unseren Sozialleistungskatalog kontinuierlich an neue Gegebenheiten anpassen und zeitgemäße Angebote einführen.

Im Bereich der Vergütung sind uns durch die Tarifbindung und durch rechtliche Anforderungen an die Vergütung in Instituten Grenzen gesetzt.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Erfassung der Arbeitszeiten und Verteilung von Arbeitslasten

Die Erfassung der Arbeitszeiten erfolgt bei allen Tarifmitarbeitenden über das zentrale Zeiterfassungssystem. Es gibt Ampelkonten, die die Rückführung von Stunden in den „grünen Bereich“ (bis zu 12 Plusstunden) sicherstellen sollen.

Der Betriebsrat erhält ein regelmäßiges Reporting zur Mehrarbeit, die mit ihm erörtert und auch vorab über ihn beantragt wird.

Unsere außertariflich Beschäftigten (70 Mitarbeitende) haben Vertrauensarbeitszeit. Auch sie können ein Arbeitszeitkonto führen und haben die Möglichkeit des Freizeitausgleichs für zusätzlich geleistete Arbeit.

Die Verteilung von Arbeitslasten wird über die Führungskräfte bzw. für Mitarbeiter*innen in Projekten in Abstimmung mit den Projektleiter*innen gesteuert.

Die Rolle von Überstunden für den Erfolg

Dort, wo nötig, werden Überstunden im Rahmen flexibler Arbeitszeitmodelle gemacht, aber auch wieder (meistens) in Form von Freizeit abgegolten. Der Anteil der Überstunden an den gesamten Arbeitsstunden im Unternehmen ist gering und nicht erfolgsentscheidend.

²⁸ Vergleich Jahreseinkünfte brutto inklusive Sonderzahlungen.

²⁹ Vergleich Jahreseinkünfte brutto inklusive Sonderzahlungen.

Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe

Die Sparda-Bank München eG unterstützt grundsätzlich das gesellschaftliche Engagement der Mitarbeitenden nachdrücklich, sofern es nicht im Widerspruch zu den Interessen der Bank steht. Dies kann je nach Anliegen des Mitarbeitenden z. B. durch Freistellung, etwa für Einsätze bei der freiwilligen Feuerwehr, oder durch finanzielle Unterstützung eines Vereines durch eine Spende erfolgen. Strukturierte Erhebungen dazu führen wir bis dato nicht durch.

Möglichkeiten der selbstorganisierten Bestimmung von Arbeitszeiten

Nach der Betriebsvereinbarung ‚Serviceorientierte variable Arbeitszeit‘ ist den Mitarbeitenden eine eigenverantwortliche und flexible Einteilung ihrer Aufgaben, Arbeits- und Pausenzeit - in Absprache mit dem Team und der Führungskraft sowie der Einhaltung betrieblicher Funktionszeiten und Mindestbesetzungen - möglich.

Indikator: unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit

Die wöchentliche Arbeitszeit betrug im Berichtszeitraum 2018 - 2020 37,75 Stunden. Damit unterschritten wir seit 1985 die tarifliche Arbeitszeit von 39 Stunden um 1,25 Stunden.

Indikator: tatsächlich geleistete Überstunden

Die tatsächlich geleisteten Überstunden lagen 2020 bei insgesamt 12.153 (2018: insgesamt 790, 2019: insgesamt 2.265). Das entsprach 1,73 Prozent der jährlichen Netto-Arbeitszeit aller Mitarbeitenden (teilzeitbereinigt) (2018: 0,11 Prozent, 2019: 0,31 Prozent).

2019 und 2020 erhöhte sich die Anzahl der geleisteten Mehrarbeit bedingt durch eine Strukturänderung im Kreditbereich und die Umstellung des Baufinanzierungsprogramms auf neue Programme.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Zum Zeitpunkt der Berichterstellung war - vor allem aufgrund der Corona-Pandemie - der Bedarf und die Nutzung von Homeoffice/alternierender Heimarbeit stark gestiegen. Unser Ziel ist, unseren Mitarbeitenden auch nach der Rückkehr zur Normalität diesbezüglich weiterhin große Flexibilität bieten zu können. Genaue Regelungen dazu werden erarbeitet.

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

Angebotene Arbeitsmodelle

Wir bieten unseren Mitarbeitenden durch Gleitzeit, Arbeitszeitkonten, Vertrauensarbeitszeit, Homeoffice/alternierende Heimarbeit sowie diverse Teilzeitmodelle und Jobsharing maximale Flexibilität. Ende 2020 hatten wir insgesamt 193 verschiedene Arbeitsmodelle.

Durch das Angebot, die Arbeitszeit zu verändern (2020 gab es 64 Arbeitszeitveränderungen in Form von Erhöhung/Verminderung der Wochenarbeitszeit oder Veränderung der Lage der vertraglichen Wochenarbeitszeit) versuchen wir, auf die Wünsche der Mitarbeitenden einzugehen.

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird bei der Sparda-Bank München eG seit vielen Jahren sehr großgeschrieben. Das belegten die erneuten Zertifizierungen im ‚audit berufundfamilie‘ in 2018 und 2021 – ein Verfahren, bei dem wir uns bereits seit 2006 regelmäßig hinsichtlich unserer familienorientierten Personalpolitik auf den Prüfstand stellen lassen.

Maßnahmen zur Gewährleistung der Work-Life-Balance

Unsere Maßnahmen zur Gewährleistung der Work-Life-Balance sind in der Betriebsvereinbarung ‚Serviceorientierte variable Arbeitszeiten mit Ampelkonten‘ festgehalten und umfassen folgende Punkte, die bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht ausführlich beschrieben wurden - daher erfolgt hier nur ein Überblick zum aktuellen Stand:

- Familienzeitkonto
- Betriebliches Gesundheitsmanagement (*wurde bereits in Kapitel C1.2 aufgeführt*)
- Homeoffice/alternierende Heimarbeit

Familienzeitkonto

Ende 2020 nahmen 190 Mitarbeitende das Angebot wahr, Arbeitszeit oder Entgeltanteile auf ihr Familienkonto einzuzahlen, die dann wieder z. B. für ein Sabbatical oder eine Arbeitszeitreduzierung entnommen werden können. Die Summe der gesparten und verzinsten Entgelte betrug Ende 2020 4.954.688 Millionen Euro.

Homeoffice/alternierende Heimarbeit

Seit 2017 steigt - dort, wo umsetzbar - die Anzahl unserer mobilen Arbeitsplätze an: Ende 2020 waren es 201.

Tabelle 32: Anzahl mobiler Arbeitsplätze

	2018	2019	2020
Homeoffice (Möglichkeit, bei Bedarf zu Hause zu arbeiten)	128	170	177
Alternierende Heimarbeit (regelmäßiger Wechsel zwischen Bank- und Heimarbeitsplatz)	28	30	24
Anzahl mobiler Arbeitsplätze insgesamt³⁰	<u>156</u>	<u>200</u>	<u>201</u>

Indikator: Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle

Unsere Arbeitszeitmodelle sind sehr vielfältig und auf die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden ausgerichtet. Im Jahr 2020 gab es insgesamt 257 verschiedene Modelle (2018: 215; 2019: 2033). Ca. die Hälfte unserer Mitarbeitenden ist 39 Wochenstunden in Vollzeit tätig.

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

- Führungskräfte in Teilzeit/Jobsharing:
10,6 Prozent in 2018, 11,5 Prozent in 2019, 10,5 Prozent in 2020.

³⁰ Die hier aufgeführte Anzahl mobiler Arbeitsplätze fasst nicht die Anzahl der ‚Mobile Working‘-Plätze ein, die im Rahmen der Corona-Pandemie geschaffen wurden.

- Mitarbeitende in Teilzeit/Jobsharing:
42,5 Prozent in 2018, 43 Prozent in 2019, 43,1 Prozent in 2020.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Obwohl der Anteil an Teilzeitarbeitenden bei uns sehr hoch und kulturell akzeptiert ist, sind auch in den Berichtsjahren 2018 - 2020 unterdurchschnittlich wenige Männer in Teilzeit (2018: 14, 2019: 25, 2020: 26). Wir würden es begrüßen, wenn sich der Anteil der Männer erhöhen würde.

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Sicherstellung eines ‚lebenswürdigen Verdienstes‘

Durch die Tarifbindung und die teilweise übertarifliche Bezahlung wird allen Mitarbeitenden ein ‚lebenswürdiger Verdienst‘ sichergestellt. Auch unsere Aushilfen, d. h. Mitarbeitende, die nur vorübergehend (i. d. R. ein paar Monate) im Unternehmen sind, erhalten den Mindestlohn, werden aber auch häufig mit einer höheren Bezahlung vergütet.

Rolle von ‚investierter‘ Arbeitszeit bei Erreichung von Karriereschritten und Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden

Die ‚investierte‘ Arbeitszeit spielt bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden keine Rolle.

Verdienst für Hilfskräfte und in Ausbildung befindlichen Mitarbeitenden

Wir bezahlen unsere Auszubildenden nach dem bestehenden Tarifvertrag. Praktikant*innen werden bei uns nach dem für Auszubildende bestehenden Tarifvertrag vergütet. Dies bezieht sich auf Praktikant*innen, die ein Pflichtpraktikum absolvieren. Handelt es sich um ein freiwilliges Praktikum, so vergüten wir mindestens mit Mindestlohn. Hilfskräfte erhalten eine Vergütung je nach Aufgabengebiet, die aber garantiert über dem Mindestlohn liegt.

Risiko von Zeitarbeitenden und Konditionen für Risikoausgleich

Der Anteil an Zeitarbeitskräften ist bei uns sehr gering und beläuft sich auf durchschnittlich nicht mehr als zwei Zeitarbeitskräfte im Monat. Es sind keine Risiken für diese Beschäftigtengruppe in der Branche erkennbar.

Befristung von Arbeitsverträgen

Wie bereits erwähnt, arbeiten wir äußerst selten mit befristeten Arbeitsverträgen. Falls doch befristete Arbeitsverträge aufgesetzt werden, ist dies auf einen sachlichen Grund zurückzuführen und sinnvoll für beide Vertragsparteien. Die Laufzeit dieser Verträge beträgt zwischen drei und 18 Monaten.

Indikatoren: Negativaspekte

Tabelle 33: Indikatoren Negativaspekte – ungerechte Ausgestaltung von Arbeitsverträgen

	2018	2019	2020
Standortabhängiger ‚lebenswürdiger Verdienst‘	2.527 €	2.593 €	2.593 €
Gewinn	8,4 Mio. €	7,8 Mio. €	6,6 Mio. €
Anzahl an Mitarbeitenden	748	763	738
Höchstverdienst	Keine Angabe	Keine Angabe	Keine Angabe
Mindestverdienst	1.363 €	1.383 €	1.580 €
Anzahl der Pauschalverträge	73	71	70
Anzahl der Null-Stunden-Verträge	0	0	0
Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden	1-18 Monate	1-18 Monate	1-18 Monate
Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden)	752	769	739
Anzahl der Zeitarbeitenden	4	6	1
Laufzeit der befristeten Arbeitsverträge	3-18 Monate	3-18 Monate	3-18 Monate
Anzahl der befristeten Beschäftigten (Stichtag 31.12.)	14	9	8
Anteil der befristeten Arbeitsverträge	2,1 %	1,4 %	1,1 %
Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen	In der Regel werden befristete Arbeitsverträge auf unbefristet übernommen, außer es stand von vorne herein eine projektbezogene Befristung fest. Dann erfolgt der Austritt. Azubis erhalten einen befristeten Vertrag, der dann in der Regel nach dem ersten Jahr entfristet wird.		

Verbesserungspotenziale/Ziele

Da wir sehr wenige befristete Arbeitsverträge haben, sehen wir keinen weiteren Verbesserungsbedarf.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Wert von ökologisch-regionaler Herkunft von Lebensmitteln am Arbeitsplatz

Unser regionaler Fokus zeigt sich auch bei der Wahl der Lebensmittel am Arbeitsplatz. Hier legen wir großen Wert darauf, dass sie regional bzw. zertifiziert sind. Als Beispiele sind hier folgende zu nennen: Produkte für die Seminarbewirtung beziehen wir aus fairem Handel, beim Obstangebot achten wir auf saisonale und regionale Ware und bei Präsenten zur Danksagung oder zur Begrüßung werden Artikel verwendet, die ‚Fairtrade‘-zertifiziert oder mit dem ‚Bio-Siegel‘ ausgezeichnet sind.

Angebote in der Kantine, Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung

Unsere Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, dank Kühlmöglichkeiten ihr mitgebrachtes Essen aufzubewahren und am Herd oder in der Mikrowelle in den Küchen der Zentrale und den Filialen zuzubereiten. Zusätzlich konnten sie in 2018/2019 im Café ‚Sparda‘ in der Zentrale der Bank (für Kund*innen und Mitarbeitende) einen wechselnden Mittagstisch und vegetarische Gerichte genießen³¹.

Ebenfalls können unsere Mitarbeitenden in umliegenden (u. a. auch Bio- und Vegan-) Restaurants Essen erwerben, das durch die Restaurantschecks bezuschusst wird. Alle Mitarbeitenden haben monatlich elf Restaurantschecks à 6,20 Euro erhalten. (Teilzeitkräfte arbeitszeitanteilig weniger).

Die Bank leistete 2020 einen Zuschuss zum Wert dieser Schecks in Höhe von rund 238.800 Euro (2018: 239.440 Euro; 2019: 238.800 Euro).

Indikatoren: Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Der Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft betrug 42,2 Prozent in 2018, 38,6 Prozent in 2019 und 44 Prozent in 2020. Dies bezieht sich auf die Bewirtung von Kund*innen und das Angebot für Mitarbeitende und umfasst Zucker, Kaffee, Wasser, Milch und Kekse; der Großteil des Wassers ist nicht ökologischer Herkunft. Bei den Lieferant*innen der Filialen kann der Anteil der ökologischen Herkunft nicht ausgewertet werden. Dort sind Wasserspender im Einsatz, die aus ökologischer Sicht einen Vorteil bringen gegenüber eingekauftem Wasser, das mit Transportwegen etc. verbunden ist.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Zukünftig wollen wir unsere Mitarbeitenden noch stärker - generell zu ökologischem Verhalten, aber auch konkret zu Ernährung - sensibilisieren. Kleine Kommunikationsmaßnahmen und Aktionen wie z. B. unser Adventskalender in 2020 mit nachhaltigen Geschenken (wie z. B. nachhaltige Schüsseln, Brotboxen oder Getränkebecher sowie Hinweisen und Aufgaben, die sich u. a. um Lebensmittelverschwendung oder Plastik- bzw. generell Abfallvermeidung drehen) sollen regelmäßig stattfinden.

³¹ Der Betrieb des ‚Café Sparda‘ wurde im März 2020 zunächst eingestellt. Weitere Planungen für die künftige Nutzung der Fläche sind durch die Corona-Pandemie vorerst in den Hintergrund gerückt.

C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Genutzte Verkehrsmittel zur Anfahrt der Mitarbeitenden

Im Jahr 2018 haben wir eine anonyme Befragung der Mitarbeitenden bezüglich der Arbeitswege zum/vom Arbeitsplatz durchgeführt; 483 von 748 Mitarbeitenden beteiligten sich (65 Prozent). Die Ergebnisse werden seither auch für die Folgejahre genutzt und entsprechend der Anzahl der Mitarbeitenden hochgerechnet. Die genutzten Verkehrsmittel sind PKW (als Selbstfahrer*in und Mitfahrer*in), ÖPNV, Fahrrad/Elektrograd, Bahn und einige kommen zu Fuß. Die Wahl des bevorzugten Verkehrsmittels ist dabei stark von der Länge des Arbeitswegs abhängig. Die Befragung ergab, dass bei Strecken bis zu 20 Kilometern PKW und ÖPNV genutzt werden; die Bahn bei Strecken, die mehr als 50 Kilometer betragen. Der durchschnittliche Arbeitsweg unserer Mitarbeitenden beträgt laut Befragung 22,03 Kilometer.

Umweltschonendere Möglichkeiten für die Anfahrt der Mitarbeitenden

Die Anfahrt der Mitarbeitenden machte im Berichtszeitraum 2018 - 2020 den größten Posten (mehr als 35 Prozent) unserer CO₂-Bilanz aus: 2018 verursachte sie Emissionen in Höhe von 625,1 Tonnen CO₂; 2019 waren es 648,9 Tonnen. Die Hochrechnungen für 2020 belaufen sich auf 631,3 Tonnen CO₂.

Generell ist es unser Anliegen, umweltschonendere Möglichkeiten der Anfahrt der Mitarbeitenden zu fördern. Diese sehen wir vor allem bei der Nutzung der öffentlichen Verkehrsmittel sowie - wo möglich - des Fahrrads.

Anreize für umweltbewusstes Mobilitätsverhalten - auch bei Dienstreisen

Deshalb setzen wir mit den Anreizen vor allem bei den eben genannten umweltschonenderen Möglichkeiten an und bieten das Job-Ticket und Fahrradstellplätze an. Darüber hinaus leisten wir auch bei Geschäftsreisen, unserem Fuhrpark und den Ökostrom-Ladesäulen am Standort unserer Zentrale einen Beitrag zur Förderung des Umweltbewusstseins.

Job-Ticket

Wir übernehmen die Ticket-Kosten, die 500 Euro jährlich übersteigen. Das Angebot wurde 2020 von 236 Mitarbeitenden genutzt (2019: 363; 2018: 359).

Durch die corona-bedingten Entwicklungen und die verstärkte Nutzung des Mobile Working-Angebots wurde das Job-Ticket 2020 von einigen Mitarbeitenden gekündigt; die gestiegene Arbeit von zuhause reduzierte die regelmäßige Anfahrt, wodurch das Ticket seltener benötigt wurde.

Angebot von Fahrradstellplätzen

Zusätzlich schaffen wir durch die Bereitstellung von Fahrradstellplätzen an den Filialen und der Zentrale Anreize und versuchen so das Mobilitätsverhalten unserer Mitarbeitenden in Richtung eines erhöhten Umweltbewusstseins zu lenken.

Geschäftsreisen

Die durch Geschäftsreisen der Mitarbeitenden verursachten Emissionen in unserer CO₂-Bilanz machten 2018 einen Anteil von 4,2 Prozent aus; 2019 entsprach der Anteil 5,9 Prozent der Gesamtbilanz. Die Hochrechnungen für 2020 ergeben einen Anteil von 3,0 Prozent.

Tabelle 34: CO₂-Emissionen in t durch Geschäftsreisen

	2018	2019	2020
Taxifahrten/PKW	43,4	56,0	34,6
Zugfahrten/ÖPNV	21,3	34,8	16,4
Flugreisen	7,6	16,4	1,2
Gesamtsumme COe	<u>72,3</u>	<u>107,2</u>	<u>52,2</u>

Nach wie vor setzen wir bei der Deutschen Bahn AG auf das Angebot ‚bahn.business‘ (vorher: ‚bahn.corporate Umwelt-Plus‘) und konnten so bei den dienstlich veranlassten Zugfahrten 2018 - 2020 CO₂-neutral reisen.

Fuhrpark

Unser Fuhrpark bestand Ende 2020 aus acht Dienstfahrzeugen und fünf Pool-Fahrzeugen. Das Elektroauto wurde aufgrund geringer Nutzung im Juni 2020 abgeschafft. Über unsere Dienstwagenrichtlinie, die eine schrittweise Senkung des Durchschnittswerts der Emissionen sowie eine entsprechende Anpassung des Leasingbudgets vorsieht, haben wir bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht informiert. Die Grenzwerte lagen 2015 bei 130 g CO₂/km, 2019 bei 116 g CO₂/km und 2021 bei 95 g CO₂/km. Leider überschritten 2020 noch alle Dienstfahrzeuge den Grenzwert, ebenso vier der fünf Pool-Fahrzeuge.

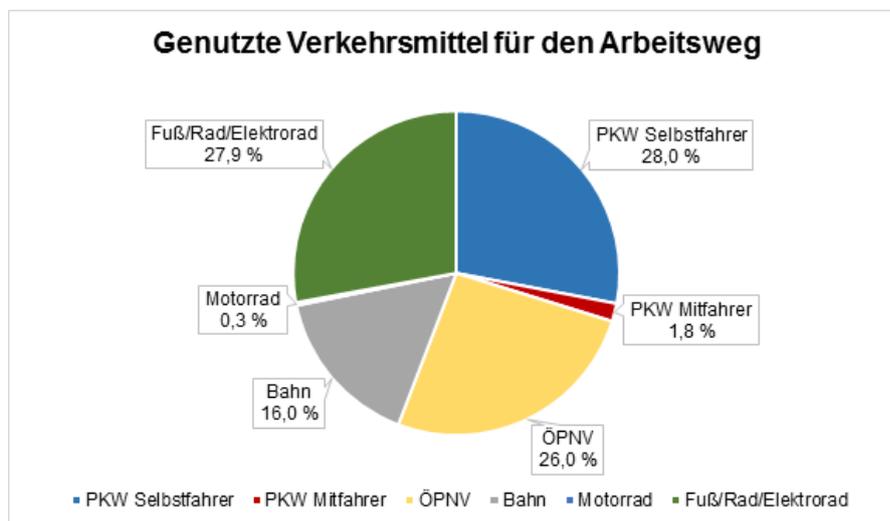
Ökostrom-Ladesäulen und Ladestation

Mit den zwei Ökostrom-Ladesäulen für Elektroautos und der Ökostrom-Ladestation für Elektrofahrräder haben wir im Berichtszeitraum 2018 - 2020 weiterhin einen Beitrag dazu geleistet, das E-Mobilitäts-Netz in München zu erweitern.

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

Die Anreise der Mitarbeitenden (auf Basis der eben erwähnten Befragung der Mitarbeitenden aus 2018; mit Hochrechnung auf die Anzahl der Mitarbeitenden aus 2017) teilt sich folgendermaßen auf:

Abbildung 13: Anteil der Anfahrt der Mitarbeitenden in 2018



Der Anteil, der zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem Elektrorad zurückgelegt wird, ist ein berechneter Durchschnitt, da der Anteil im Sommer signifikant höher ist. Den Angaben zufolge steigen die Mitarbeitenden dieser Gruppe im Winter tendenziell am häufigsten auf den eigenen PKW oder Angebote des ÖPNV um.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Im Jahr 2022 werden wir die nächste Mobilitätsbefragung bei den Mitarbeitenden durchführen.
- Wir prüfen das Angebot des ‚JobRads‘, um ggf. die Anfahrt mit dem Fahrrad für Mitarbeitende attraktiver zu machen.
- Unser Fuhrpark soll umweltfreundlicher werden. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung waren bereits zwei Hybrid-Leasingfahrzeuge neu hinzugekommen. Perspektivisch werden wir persönliche Dienstwagen komplett abschaffen.

C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Beschreibung der Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte

Das bereits seit langer Zeit bestehende hohe Umweltbewusstsein unserer Mitarbeitenden, das fest in der Unternehmenskultur verankert ist, wurde im vierten Gemeinwohl-Bericht bereits beschrieben und auch 2018 - 2020 weiter gefördert.

Im Berichtszeitraum 2018 - 2020 haben wir feststellen können, dass die Mitarbeitenden nicht nur die Informationsangebote hinsichtlich ökologischer Aspekte annahmen und nutzten, sondern diese selbst stärker aktiv einforderten. So kamen vermehrt Ideen von Mitarbeitenden in Richtung der verantwortlichen Abteilungen, die diese prüfen und sofern möglich umsetzen.

Rolle ökologischer Themen in Weiterbildungsangeboten und bei Personalrekrutierung

Die im vierten Gemeinwohl-Bericht aufgeführten Beispiele zur Integration von ökologischen Themen in Weiterbildungsangeboten (u. a. Bewirtung möglichst mit Bio- und regionalen Produkten, Anregung zur Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln) hatten auch in 2018 - 2020 weiterhin Bestand.

Auch bei der Personalrekrutierung spielte die ökologische Einstellung der Bewerber*innen eine wichtige Rolle und wurde - wenn möglich - thematisiert.

Sensibilisierungsmaßnahmen zu ökologischen Themen

Folgende Maßnahmen zu ökologischen Themen wurden im Berichtszeitraum 2018 - 2020 durchgeführt, um die Mitarbeitenden zu sensibilisieren:

- Blogbeiträge zu diversen Themen wie z. B. die Vorstellung von nachhaltigen Apps zur Minimierung von Lebensmittelverschwendung, Empfehlungen zu nachhaltigen Dokumentationen im Fernsehen, Hinweise zu ‚Fridays for Future‘ und Verlinkungen zu der Kampagne sowie damit verbundenen Aktionen oder Tipps für nachhaltige Weihnachtsgeschenke. Ebenso wurden die Mitarbeitenden zur Teilnahme aufgefordert, z. B. bei der Earth Hour oder dem globalen Klimastreik.

- In den Jahren 2018, 2019 und 2020 haben alle Mitarbeitenden Geburtstags-Gutscheine der umweltbewussten deutschen Drogeriemarktkette dm erhalten.

Strategie in Hinblick auf ökologisches Verhalten der Mitarbeitenden (auch mit Blick auf Anwendung im Privaten)

Unsere Strategie im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden beruht vor allem auf der Information über Kommunikationsmaßnahmen (z. B. Intranet). Bei allem, was wir machen, ist es uns wichtig, dass wir ihnen Hintergrundinformationen geben und den Gesamtkontext aufzeigen (z. B. warum ist ein bestimmtes Thema im Kontext von Nachhaltigkeit besonders wichtig). Gleichzeitig geben wir konkrete Anregungen, wie die Mitarbeitenden ihr Verhalten im Beruflichen sowie im Privaten ändern können und zeigen ihnen auf, welchen Mehrwert das mit sich bringt (je nach Thema - auf globaler Ebene, für das Unternehmen bzw. sie selbst). Hierbei versuchen wir auch aufzuzeigen, dass es nicht immer nur die großen Schritte sein müssen, sondern auch kleine Veränderungen bereits eine Wirkung haben.

Indikator: Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %

Wir gehen davon aus, dass nahezu allen Mitarbeitenden unsere Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten bewusst und wichtig ist.

Indikator: Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %

Wir stellen fest, dass die Mitarbeitenden unser ökologisches Betriebsangebot (z. B. die Integration von ökologischen Themen in Weiterbildungsangebote und unsere Sensibilisierungsmaßnahmen) annehmen und verspüren eine zunehmende Eigeninitiative von Mitarbeitenden, indem sie Ideen einbringen, um das Angebot auszuweiten. Daher gehen wir von einer nahezu 100-prozentigen Akzeptanz aus.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir haben zum Zeitpunkt der Berichterstellung bereits weitere Sensibilisierungsmaßnahmen durchgeführt und wollen diese auch zukünftig kontinuierlich ausbauen, bspw. im Rahmen von größeren Schulungsmaßnahmen hinsichtlich unserer Ausrichtung als ‚Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank‘ sowie weiteren kleinen Aktionen, wie z. B. dem erwähnten Adventskalender oder Gewinnspielen. Über das Setzen von kleinen Anreizen sehen wir die Chance, Veränderungen im Denken und Handeln der Mitarbeitenden zu bewirken.

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

Zutreffende Negativ-Aspekte im Unternehmen

- Geschäftsfahrzeuge der sogenannten Oberklasse (> 180g/km CO₂): (Anzahl: sieben – Ende 2019; gesenkt auf fünf – Ende 2020).
- Konsumangebote mit zu hohem Verpackungsanteil (Kaffeekapseln, Essensverpackungen aus PET, Getränkeangebot in Einmalverpackung etc.) trotz möglicher Alternativen: Bezieht sich auf 2,5 Prozent der Bewirtungskosten in 2019,

gesenkt auf 1,4 Prozent in 2020 (Beispiele: Kaffeesahnenäpfchen, Zuckersticks, Kekse einzeln verpackt).

Verbesserungspotenziale/Ziele

Unsere Verbesserungspotenziale hinsichtlich unseres Fuhrparks sind in *Kapitel C3.2* dargestellt.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Zugang zu Daten für Mitarbeitende und physische, intellektuelle und sonstige Hürden

Im vierten Gemeinwohl-Bericht haben wir ausführlich den Zugang zu Daten (Gehalt, Berichte Monitoringsystem MaRisk, wirtschaftliche Situation und Strategiethemen der Bank sowie weitere anlassbezogene Themen) erläutert. Unsere transparente, zeitnahe und umfassende interne Kommunikation mitsamt der verschiedenen Kommunikationswege hat ebenfalls nach wie vor Bestand; physische Mittel wurden verstärkt auf digitale umgestellt. Beispiel hierfür ist die Zeitschrift für Mitarbeitende ‚G’sundheit‘, die zum Berichtszeitpunkt bereits durch eine zeitgemäßere Kommunikationsform mit regelmäßigen Blog-Beiträgen im Intranet der Bank, ersetzt war. Auch die regelmäßigen Dialogrunden und Veranstaltungen wie z. B. der Vorstandsdialog oder die Betriebsversammlung haben weiterhin in 2018/2019 stattgefunden. In 2020 wurden diese Formate corona-bedingt online durchgeführt. So konnte der Zugang allen Mitarbeitenden unabhängig von An- und Abfahrtszeiten ermöglicht werden.

In 2019 wurde ein Gesundheitstag neu ins Leben gerufen, bei dem die Mitarbeitenden einen Tag lang verschiedene Aktionen und Vorträge rund um das Thema ‚Stressbewältigung/Resilienz‘ wahrnehmen konnten (max. zwei Stunden innerhalb ihrer Arbeitszeit) und der zukünftig regelmäßig in dieser Form durchgeführt werden soll.

Physische, intellektuelle oder sonstige Hürden sehen wir nicht.

Kritische oder wesentliche Daten, die Mitarbeitenden nicht zur freien Verfügung stehen

Entgelt- und Personaldaten aller/anderer Mitarbeitenden stehen den Kolleg*innen aus Gründen des Daten- und Persönlichkeitsschutzes nicht zur Verfügung.

Maßnahmen zur Förderung des Verständnisses von finanziellen Daten bei Mitarbeitenden

Zur Förderung des Verständnisses von finanziellen Daten haben wir 2018 - 2020 weiterhin auf die persönliche Information (über Vorstandsdialoge oder Führungskräftebesprechungen und Jahresauftaktveranstaltungen) und die elektronische Form (z. B. Intranet, Email) gesetzt. Darüber hinaus stehen die Abteilungen des Bereichs Steuerung stets als Ansprechpartner bei Fragen zur Verfügung.

Indikator: Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).

100 Prozent Transparenz im gesetzlich festgelegten Umfang.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Aufgrund der Corona-Pandemie haben sich in 2020 verstärkt Digitale Veranstaltungsformate durchgesetzt. Hinzugekommen sind zum Zeitpunkt der Berichterstellung z. B. Webinare zu den Themen Arbeitsrecht, Arbeitszeit und Familienzeit.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Auswahl von Führungskräften

An dem transparenten, standardisierten Auswahlverfahren von Führungskräften hat sich im Vergleich zum vierten Gemeinwohl-Bericht nichts verändert: Bei der Sparda-Bank München eG werden alle zu besetzenden Stellen ausgeschrieben, es findet ein zweistufiges Auswahlverfahren statt und die Abteilung Personalmanagement sowie der/die jeweilige Vorgesetzte führen das Auswahlgespräch durch.

Mitwirkungsmöglichkeiten der Teammitglieder

Unsere Mitarbeitenden haben nach wie vor große Mitwirkungsmöglichkeiten: Sie können ihre potenziellen zukünftigen Führungskräfte im Vorfeld kennenlernen und ein Feedback abgeben. Begründete Bedenken der Mitarbeitenden führen dazu, dass die Einstellung nicht erfolgt.

Maßnahmen, die aus Feedback der Mitarbeitenden zu Führungskräften folgen

Derzeit wird das Team bei kritischer Rückmeldung an die Führungskraft durch das Personalmanagement begleitet. Der Führungskraft wird im Austausch das wahrgenommene Problem gespiegelt. Anschließend werden gemeinsam Maßnahmen zu Verbesserung der Situation entwickelt und nachgehalten.

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

Diese Kennzahl wird derzeit nicht ermittelt. Auf Basis von individuellen Rückmeldungen gehen wir davon aus, dass bei jedem vierten Auswahlverfahren auch die zu führenden Mitarbeitenden involviert werden und somit der Anteil bei 25 Prozent liegt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Zum Zeitpunkt der Berichterstellung ist angedacht, neben der Möglichkeit, im Mitarbeitendengespräch gegenseitiges Feedback zwischen Führungskraft und Mitarbeitenden auszutauschen, ein neuartiges Format für einen strukturierten Feedbackprozesses aufzusetzen, in dem es um eine 360°-Rückmeldung sowie eine Verzahnung mit der Stärkenorientierung geht.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Entscheidungen, bei denen die Mitarbeitenden mitwirken können

Die Entscheidungsgremien der Sparda-Bank München eG wurden im vierten Gemeinwohl-Bericht ausführlich beschrieben.

- Vertreterversammlung: 231 Vertreter*innen, davon 25 Mitarbeitende (Ende 2020)
- Aufsichtsrat: Neun Mitglieder, davon drei Arbeitnehmer*innenvertreter*innen; letzte Wahl: 2020.

Eine Darstellung zu den Organen der Sparda-Bank München eG ist hier zu finden:

<https://www.sparda-m.de/genossenschaft-organe-der-bank/>.

Die Möglichkeit, über alle Hierarchieebenen und aus allen Bereichen gleichberechtigt an Entscheidungen mitwirken zu können, ergibt sich für die Mitarbeitenden nach wie vor über folgende Wege:

- **Betriebsrat:** Der Betriebsrat wird in verschiedene Gremien, Veranstaltungen und Projekten über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus eingebunden, tauscht sich regelmäßig mit dem Vorstand aus und nutzt diverse bankinterne Kommunikationswege. Alle Details dazu finden sich im vierten Gemeinwohl-Bericht.
- **Projektarbeit:** Die seit 2016 durchgeführte verstärkte Einbindung von Mitarbeitenden in Arbeitsgruppen bzw. Initiativen für Mitarbeitende (wie z. B. ‚provital‘ - Gesundheit) und Projekte, vor allem zur Zukunftsgestaltung der Bank, wurde auch 2018 - 2020 weiter durchgeführt und ausgebaut.
- **Weitere Beispiele:**
 - Die Entscheidung des Teams, wie Teamziele erreicht werden (keine Einzelziele vorhanden)
 - Die frühzeitige Einbindung bei Umbaumaßnahmen

Erfahrungen mit der Partizipation der Mitarbeitenden

Mitarbeitende partizipieren zu lassen, ist keine neue Erfahrung, die wir erst im Berichtszeitraum 2018 - 2020 kennenlernen durften. Schon immer haben wir großen Wert auf die Ideen und Mitentscheidung von Mitarbeitenden gelegt.

Ein weiteres Beispiel ist die Gründung der LENA Nachhaltigkeits GmbH (*nähere Informationen siehe Kapitel D2.1*) im Jahr 2020, bei der drei Kolleg*innen eingebunden waren.

Maßnahmen, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können

Die Beschäftigung von eigenverantwortlichen, leistungs- und lösungsorientiert handelnden Mitarbeitenden und Führungskräften ist eines unserer obersten Unternehmensziele und hat Einfluss auf zahlreiche Prozesse innerhalb unseres Alltags. Mitarbeitende werden u. a. durch regelmäßige Befragungen angeregt, sich einzubringen und richtungsweisende Vorstöße vorzuschlagen. Darüber hinaus entstehen viele weitere Maßnahmen im Kulturzirkel.

Zur Steigerung der Verantwortungs- und Entscheidungsübernahme von Mitarbeitenden wurde 2019 folgende Maßnahme auf den Weg gebracht: Mitarbeitende sind seither aufgefordert, ihre Mitarbeiter*innengespräche nun selbst bei ihrer Führungskraft einzufordern.

Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung, Mitwirkung oder Mitentscheidung getroffen wurden

Der Anteil betrug 100 Prozent. Diese Aussage bezieht sich auf die personellen Einzelmaßnahmen, die zu 100 Prozent von der Vertretung der Mitarbeitenden mitbestimmt bzw. besprochen werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Derzeit keine Verbesserungspotentiale erkennbar.

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Vorhandensein eines Betriebsrats

In der Sparda-Bank München eG gibt es seit 1980 einen Betriebsrat. Aktuell besteht das Gremium aus 13 Mitgliedern. Der stellvertretende Betriebsratsvorsitzende ist derzeit auch gewählter Arbeitnehmer*innenvertreter im Aufsichtsrat der Sparda-Bank München eG.

Die Geschäftsleitung und der Betriebsrat arbeiten auf Augenhöhe und wertschätzend zusammen zum Wohle aller Mitarbeitenden.

Alternative Maßnahmen des Unternehmens anstelle der Gründung eines Betriebsrates

Für uns nicht relevant, da Betriebsrat vorhanden.

Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat; Art und Weise der Ermutigung der Mitarbeitenden zu einer Gründung

Für uns nicht relevant, da Betriebsrat vorhanden.

Indikator: Vorhandensein eines Betriebsrats

Siehe Antwort oben.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Derzeit keine Verbesserungspotentiale erkennbar.

D1 Ethische Kund*innenbeziehungen

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kund*innen

Gewinnung von neuen Kund*innen und Betreuung von Stammkund*innen

Im Berichtszeitraum 2018 bis 2020 kam ein Großteil unserer Neukund*innen (ca. 85 Prozent) über Empfehlungen („Kund*innen werben Kund*innen“) zu uns. Darüber hinaus wurde regelmäßig die sogenannte Startguthabenaktion zur Gewinnung neuer Girokonten durchgeführt.

Ansonsten erhalten Neukund*innen und Stammkund*innen die gleichen Konditionen.

Den Kund*innen stehen verschiedene Service- und Beratungsangebote auf diversen Kommunikationskanälen zur Verfügung, die sie immer individuell auswählen können:

- Persönlich - mit einem Mitarbeitenden in einer Filiale während der Öffnungszeiten.
- Telefonisch - mit einem Servicetelefon-Mitarbeitenden an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr.
- Online-Banking via Internet an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr.
- Telefon-Banking via Sprachcomputer an 365 Tagen im Jahr rund um die Uhr.
- WhatsApp-Chat.

Sicherstellung von Kund*innennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben

Unsere Mitglieder und Kund*innen stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir bieten ihnen moderne Service- und Produktangebote, einen bedarfsorientierten Beratungsansatz, hohe Qualität verbunden mit einer fairen Preis- und Konditionsgestaltung.

Durch die seit der Gründung der Bank im Jahr 1930 bestehende kostenlose Führung von Lohn-, Gehalts- und Rentenkonto bis einschließlich 31.03.2020 haben wir eine hohe Förderleistung für unsere Mitglieder erbracht.

Die seit Jahren anhaltende Niedrig- bzw. Negativzinsphase hat jedoch zu grundlegend veränderten Marktbedingungen geführt, so dass wir in 2020 die Preise für die Kontoführung anpassen mussten. Dieser Schritt war notwendig, um weiterhin attraktive Dienstleistungen und Serviceangebote anbieten zu können und die Sparda-Bank München im Sinne der genossenschaftlichen Philosophie sicher in die Zukunft führen zu können.

Ein weiterer Beleg ist der bewusste Verzicht auf leistungsabhängige Variablen beim Gehalt sowie die Zahlung von Provisionen, wie es bereits seit einigen Jahren in der Finanzbranche praktiziert wird. Mitarbeitende haben keine Einzelziele, sondern Teamziele.

Berücksichtigung von ethischen Aspekten bei der Werbung und im Verkaufsprozess

Als verantwortungsvolles, ethisch agierendes Unternehmen gestalten wir unsere Werbung und den Verkaufsprozess sehr bewusst. Generell ist zu erwähnen, dass unsere Angebote grundsätzlich allen Kund*innengruppen zur Verfügung stehen und wir auch in der Werbung und im Verkaufsprozess niemanden ausschließen möchten.

In unserer Werbung legen wir den Schwerpunkt auf unsere Kernkompetenzen des Lohn-, Gehalts- und Rentenkontos, die Baufinanzierung und den Privatkredit. Die Werbung wird vor allem über Prospekt und Plakatwerbung, Anzeigenwerbung in regionalen Tageszeitungen und Hörfunk-, TV- und Internetwerbung geschaltet (*Ausgaben siehe Tabelle 36*). Dabei beschränken wir die Werbung - sollte das Angebot nur eine spezielle Kund*innengruppe betreffen - auch nur auf die relevante Zielgruppe.

Gemäß unserer Umfrage mit Kund*innen, die 2018 stattfand, möchte ein Großteil unserer Kund*innen aktiv von uns über Aktionen oder neue Produkte angesprochen werden. Eine eventuelle Werbesperre von Kund*innen wird selbstverständlich berücksichtigt und diese Kund*innen entsprechend nicht angeschrieben. Bei unserem Werbematerial achten wir darauf, dass wir den Kund*innen alle benötigten Informationen zur Verfügung stellen, klare Formulierungen wählen, maximale Transparenz zeigen und größtenteils auf Sternchentexte verzichten (Verwendung nur dort, wo wir rechtlich dazu verpflichtet sind). Ebenso verfolgen wir keine Werbung, die andere Marktteilnehmer*innen negativ darstellt.

Im Verkaufsprozess sorgt unser Vergütungssystem ohne Provisionen und ohne leistungsabhängige Variablen dafür, dass kein ‚Verkaufsdruck‘ entsteht, der zu unethischem Verhalten führen könnte.

Eingehen auf Kund*innenwünsche und Reklamationen sowie Sicherung eines pragmatischen Vorgehens

Die Zufriedenheit unserer Kund*innen ist uns wichtig. Um sie zu messen, dienen uns sowohl externe Auszeichnungen als auch selbst durchgeführte Umfragen unter Kund*innen als Orientierung. Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) zeichnete die Sparda-Bank München eG 2019 mit dem vierten Platz (von insgesamt 15 Filialbanken), 2020 mit dem ersten Platz (von insgesamt acht Filialbanken) aus

Unsere letzte eigene Umfrage unter Kund*innen fand im Herbst 2018 statt. Die Gesamtzufriedenheit lag bei 87 Prozent; die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungsverhältnis erreichte einen Wert von 86 Prozent, die Weiterempfehlungsquote lag bei 86,9 Prozent. Im Winter 2021 wurde erneut eine Kund*innenbefragung durchgeführt. Zum Zeitpunkt der Berichtsabgabe lagen die Ergebnisse noch nicht vor.

Ein erhöhtes Servicebewusstsein der Bankkund*innen sowie ein ständig wachsendes Informationsangebot und damit eine erhöhte Vergleichbarkeit der angebotenen Produkte und Dienstleistungen bedingen, dass die Qualität der Bankleistung und die Kund*innenzufriedenheit zusehends zu Schlüsselfaktoren für die langfristige Sicherung des Unternehmenserfolges werden. Wo Menschen zusammen arbeiten, kann es aber auch einmal zu Missverständnissen oder Fehlern kommen. Trotz aller Bemühungen lassen sich Beanstandungen (Beschwerden) unserer Kund*innen nicht ganz ausschließen. Um solche Fälle erfolgreich abzuwickeln und die daraus resultierenden Chancen aktiv zur Kund*innenbindung nutzen zu können, ist ein zentrales Beschwerdemanagement installiert, welches einen planvollen und zielgerichteten Umgang mit Kund*innenbeschwerden gewährleistet. Ebenso wurden Maßnahmen zum Beschwerdemanagement vereinbart, die detailliert auf unserer Homepage zu finden sind: <https://www.sparda-m.de/lob-und-kritik-lob-und-kritik/>.

Die Kund*innenanliegen reichen von der persönlichen und telefonischen Erreichbarkeit der Mitarbeitenden, der Ausstattung von Geschäftsstellen, Anfragen für neue Standorte – aber auch der Schließung von bestehenden Geschäftsstellen – bis hin zur Arbeitsausführung von Kund*innenaufträgen und Mitarbeiter*innenverhalten. Mehr im Fokus unserer Kund*innen stand unsere Preis- und Gebührenpolitik, die vermehrte Kund*innenanfragen in 2020 auslöste. Auf Veränderung des Preis- und Leistungsverzeichnisses reagierten die Kund*innen sensibel.

Die Beschwerden wurden im Zeitraum 2018 bis 2020 inhaltlich vielschichtiger und insgesamt anspruchsvoller. Der Trend „Abnahme der klassischen Beschwerden“ bei zeitgleicher Zunahme der Nachfragen an Informationen (Aufklärungsbedarf) von Kund*innen“ setzte sich aus den Vorjahren fort.

Das Reputationsmonitoring (betrachtet u. a. soziale Netzwerke, News-Seiten, Blogs und Internetforen) sah für den Berichtszeitraum 2018 - 2020 folgendermaßen aus:

Tabelle 35: Reputationsmonitoring

	2018	2019	2020
Kommentare gesamt	<u>2.530</u>	<u>2.124</u>	<u>1.935</u>
• davon positiv	1.261	850	805
• davon neutral	1.185	1.209	711
• davon negativ	84	65	419

Der Zuwachs an negativen Kommentaren in 2020 ist auf die gleichen Gründe zurückzuführen wie bei den Beschwerden.

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

Tabelle 36 zeigt unsere Investitionen für Marketing, Verkauf und Werbung im Berichtszeitraum 2018 - 2020, die seit einigen Jahren insgesamt kontinuierlich gesunken sind (2016: 4,4 Mio. Euro; 2017: 3,8 Mio. Euro, 2018: 3,6 Mio. Euro, 2019: 2,6 Mio. Euro, 2020: 2,0 Mio. Euro). Grund hierfür sind Einsparungen in der Gesamtbank, die auch zu einem reduzierten Marketingetat führten.

Tabelle 36: Investitionen für Kommunikationsmaßnahmen

	2018 (in Euro)	2019 (in Euro)	2020 (in Euro)
Prospekte und Plakatwerbung	235.877	195.302	161.334
Anzeigenwerbung	343.150	199.772	97.291
Hörfunk-, TV- und Internetwerbung	903.907	585.330	636.272
Schaufensterwerbung, Dekomaßnahmen	117.887	87.658	50.590
Außenwerbung (Banden etc.)	47.306	31.498	23.176
Kontakt- und Kund*innenpflege (z. B. Zeitung für Kund*innen, Mailings,	690.768	800.584	479.038

PR-Leistungen, Mitgliedertreueaktionen)			
Markenauftritt/Werbegemeinschaft koordiniert über Verband der Sparda-Banken e. V.	128.872	81.665	130.284
Sponsoring	105.777	104.217	69.247
Unterstützung Geschäftsbetrieb NaturTalent Stiftung gGmbH	60.000	60.000	0
Werbemittel	390.717	199.721	142.169
Werbepremien (,Kunden werben Kunden' etc.)	91.440	104.490	51.180
Startguthaben	136.095	91.200	47.720
Sonstiges (z. B. Marktforschung, Veranstaltungen, Geschäftsbericht)	370.646	89.598	106.588
Gesamt	<u>3.622.441</u>	<u>2.631.037</u>	<u>1.994.889</u>

Indikator: Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Wie bereits erwähnt, verzichten wir bei unseren Mitarbeitenden bewusst auf umsatzabhängige Bestandteile.

Indikator: Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens - ja/nein

Auf Gesamtbank-Ebene haben wir Ziele, die sich in Volumenzielen niederschlagen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Neben den für uns weiterhin wichtigen Service- und Beratungsmöglichkeiten in unseren Filialen werden wir auch die digitalen Angebote weiter ausbauen (z. B. die Einführung einer digitalen Beratung)

D1.2 Barrierefreiheit

Hürden beim Kauf und der Nutzung der Produkte und Dienstleistungen

Generell sehen wir beim Kauf und der Nutzung von Finanzprodukten und Dienstleistungen mögliche Hürden sprachlicher oder körperlicher Natur: sprachliche, wenn Kund*innen keinen Zugang zu den für sie benötigten Informationen haben bzw. diese nicht vollständig nachvollziehen können; körperliche, wenn sie nicht die Möglichkeit haben, zu uns in die Filiale zu kommen oder die Produkte und Dienstleistungen nicht zuhause bzw. unterwegs nutzen und in Anspruch nehmen zu können.

Berücksichtigung von benachteiligten Kund*innen-Gruppen als Zielgruppe und Erleichterung des Zugangs und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen für benachteiligte Kund*innen

Wir sind eine ‚Bank von Menschen für Menschen‘. Daher legen wir sowohl bei unseren Mitarbeitenden großen Wert auf Vielfalt und möchten niemanden ausschließen, als auch bei

unseren Kund*innen: benachteiligte Gruppen von Kund*innen werden als Zielgruppe berücksichtigt.

Um die möglichen Hürden zu minimieren, setzen wir auf folgende Erleichterungen des Zugangs und der Nutzung unserer Produkte/Dienstleistungen:

- *Sprachliche Hürden:* Das Geschäftsgebiet der Sparda-Bank München eG liegt in der Region Oberbayern. Ende 2020 sind unsere Kund*innen ca. 87 Prozent deutsche Staatsbürger*innen, rund 13 Prozent besitzen eine andere Staatsbürgerschaft. Unsere Geschäftssprache ist Deutsch, dennoch halten wir Informationen zum Produkt Girokonto auch in Englisch vor. Wir haben einige Mitarbeitende in den Filialen und im Servicecenter, die diverse Sprachen sprechen. Eine Übersicht über die Anzahl der Mitarbeitenden sowie über die von ihnen beherrschten Fremdsprachen liegt uns nicht vor. In der Vergangenheit sind keine unüberwindbaren sprachlichen Hürden aufgetreten – alle Situationen, in denen Herausforderungen auf sprachliche Hürden zurückzuführen waren, konnten gelöst werden.
- *Körperliche Hürden:* Für körperlich benachteiligte Menschen stehen von den in *Kapitel D1.1* aufgeführten möglichen Kontaktmöglichkeiten als Zugangswege vor allem das SpardaService-Telefon, das SpardaTelefon-Banking und das SpardaOnline-Banking zur Verfügung.
 - Inwieweit die Barrierefreiheit online - vor allem bei der Neugestaltung des Internetauftritts 2017/2018 - bereits verbessert wurde, haben wir im vierten Gemeinwohl-Bericht ausführlich erläutert (z. B. Auszeichnung der Inhaltselemente für Screenreader). Im vierten Bericht hatten wir darauf verwiesen, dass noch Handlungsbedarf bei der Hauptnavigation bestand: dies ist im Berichtszeitraum 2018 - 2020 umgesetzt worden. Zu den Neuerungen zählen die erleichterte Bedienbarkeit der Navigation mit TAB- und Enter-Tasten sowie das bessere Erkennen von CTA-Buttons. Die im vierten Gemeinwohl-Bericht angekündigte Zusammenarbeit mit Blindenvereinen zur gemeinsamen Überarbeitung des Internetauftritts für blinde Menschen und Sehbehinderte konnte damals aus gesundheitlichen Gründen nicht stattfinden. Die Tests zu den neu eingeführten Funktionen wurde von Mitarbeitenden der Sopra Financial Technology GmbH durchgeführt, die in diesem Themengebiet spezialisiert sind. Videos, die unsere Produkte und Dienstleistungen vorstellen, und auf der Homepage veröffentlicht sind, sind i. d. R. mit Untertiteln versehen, sodass sie auch für Hörgeschädigte barrierefrei zugänglich sind.
 - Auch bei unseren Online-Banking-Funktionen ist eine barrierefreie Nutzung möglich. Mittels einer zusätzlichen Software hatten die Nutzer*innen der Online-Funktionen (SpardaApp, SpardaSecureApp und SpardaKontostandApp) die Möglichkeit eines barrierefreien Zugangs. Bei der Modernisierung unseres Online-Bankings durch die Einführung von TEO (*mehr dazu in Kapitel D2.1*) und der Weiterentwicklung der Funktionen wird auch die Barrierefreiheit berücksichtigt. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung wurde intern geprüft, wie das weitere Vorgehen gestaltet und auf welche Art die Integration erfolgen soll. Nach Prüfung durch einen Verein für Blinde und

Menschen mit Sehbehinderung wurde entschieden, auch bei TEO eine externe Software einzubinden, um den barrierefreien Zugang zu ermöglichen. Die Kosten, die unseren Kund*innen durch die Installation entstehen, werden ihnen von uns erstattet, wenn sie die von uns empfohlene Software nutzen.

- Die Barrierefreiheit im persönlichen Kontakt in den Filialen ist - wie ebenfalls bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht aufgeführt - weitestgehend sichergestellt: wir haben zwar keine Wegweiser mit Blindenschrift, aber Blinde und sehbehinderte Menschen sowie Personen mit erhöhtem Hilfebedürfnis wie z. B. gehbehinderte Menschen erhalten eine individuelle Betreuung unserer Mitarbeitenden. Des Weiteren haben unsere Geldautomaten barrierefreie Abhebemöglichkeiten (Kopfhörer, Bedienung über Tastaturfeld, um Menüführung über Bildschirm zu überbrücken, Tastaturen mit Brailleschriftzeichen, Zugang zu Kontoauszugsdruckern und Geldautomaten in eingeschränktem Rahmen auch für Rollstuhlfahrer).

Ausschließlich für B2B: Sicherstellung, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten

Die Sparda-Bank München eG betreibt kein Firmenkund*innengeschäft.

Indikator: Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kund*innen-Gruppen gekauft wird

Zu diesem Indikator liegen uns derzeit keine Daten vor.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Auf Basis der Ergebnisse der im Winter 2021 durchgeführten Kund*innenbefragung werden Verbesserungspotenziale und ggf. daraus abzuleitende Maßnahmen geprüft.

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Konkrete Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen, die kritisch oder unethisch sein könnten; Gründe und ethische Alternativen

Wir haben keine Anhaltspunkte oder Hinweise, dass unsere Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen kritisch oder unethisch sind.

Werbemaßnahmen, die über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinausgehen

Neben der informativen Homepage sowie neutralen Produktinformationen, Nutzungshinweisen und Wissensvermittlung setzen wir unter anderem auf folgende weitere Werbemaßnahmen: Bannerwerbung auf Mediennetzwerken bei Aktionen, die Schaltung von Anzeigen, Radiowerbung, Vergleichsportale, E-Mail-Marketing, den Versand von Briefen an Bestandskund*innen sowie den Versand von Mitteilungen über Kontoauszugsdrucker/Postbox.

Indikator: Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen

Aufgrund der eben erwähnten Gründe ist die gesamte Summe für Investitionen für Kommunikationsmaßnahmen, die in *Tabelle 36* dargestellt ist, ethischen Kampagnen zuzuordnen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir derzeit keine Verbesserungspotenziale/Ziele.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Kooperation mit Unternehmen und verfolgte Ziele

Kooperationen mit Mitunternehmen bestehen vor allem auf Ebene der Gruppe der Sparda-Banken, mit Polarstern sowie unseren Kooperationspartner*innen auf Produktebene.

Gruppe der Sparda-Banken

Als Mitglied in der Gruppe der Sparda-Banken finden viele Prozessabstimmungen und Entwicklungen gemeinsam statt. Die konkreten Beispiele der Kooperation auf Ebene der Sparda-Banken haben wir im vierten Gemeinwohl-Bericht aufgeführt (gemeinsamer IT-Provider für IT-Dienstleistungen gemeinsam mit sechs weiteren Sparda-Banken, SUMMACOM GmbH für 24/7 Angebot von Telefonservice und Email-Service bei allen Sparda-Banken, Arbeitskreise und Gremien, gemeinsame Produkt- und Projektentwicklungen, Mitarbeitenden-Hospitanzen).

Darüber hinaus erfolgt ein regelmäßiger Austausch mit den Nachhaltigkeitskoordinator*innen anderer Sparda-Banken, um über wichtige Impulse zur Weiterentwicklung zu sprechen.

Durch die Digitalisierung verändert sich die Bankenwelt immens. Nicht nur kleine Start-Ups erscheinen auf dem Finanzmarkt; auch große Konzerne wie Google oder Facebook strecken ihre Fühler aus. Auch wir sind hier in der Verantwortung, unser Geschäftsmodell weiterzuentwickeln. Als Genossenschaft sind wir der Förderung unserer Mitglieder verpflichtet. Das bedeutet, wirtschaftlich zu arbeiten, um unsere Bank in eine sichere Zukunft zu führen, und auch, unseren Kund*innen moderne digitale Angebote zu machen. TEO wurde von der COMECO GmbH & Co. KG (COMECO) entwickelt. Die COMECO ist ein von der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) zugelassener Zahlungsauslöse- und Kontoinformationsdienst. TEO wurde im Rahmen der Umsetzung der europäischen Zahlungsdiensterichtlinie PSD2 als eine Multibanking-Lösung mit Schnittstellen zu Zahlungsauslösediensten entwickelt. Wir haben gemeinsam mit den Sparda-Banken Augsburg, Baden-Württemberg, Hessen, Nürnberg, Ostbayern und West die COMECO 2018 gegründet.

Mit TEO setzen wir auf ein zukunftsfähiges System, das für alle Endgeräte zeitgleich weiterentwickelt werden kann. Mit der SpardaApp und dem SpardaOnline-Banking war das nicht möglich. 2020 wurde die Migration zu TEO, dem neuen Zugang zum Online-Banking der Sparda-Bank München eG für unsere Kund*innen, begonnen. Über TEO erhalten Kund*innen Zugang zu den Banking-Funktionen der Sparda-Bank München eG sowie zu allen Funktionen und Applikationen, welche wir ihnen selbst oder durch einen Dritten zugänglich machen. Die Multibankenfähigkeit ist ein gewichtiger Vorteil, denn unsere Kund*innen und Nicht-Kund*innen können in TEO auch Konten einbinden, die sie bei anderen Banken unterhalten. Zudem geht TEO deutlich über Banking hinaus und bietet den Kund*innen und Nicht-Kund*innen weitere optional nutzbare Services an (das sogenannte ‚Beyond-Banking‘). Dazu gehören u. a. das Finanzwetter sowie jeweils ein Vertrags- und Versicherungsmanager, der Marktplatz und verschiedene Gutscheineangebote und interessante Ratgeber.

Werte-Kooperation mit Energieversorger Polarstern

Bereits seit 2017 haben wir eine Kooperation mit Polarstern, die auf gemeinsamen Werten basiert. Gleichzeitig ist es die erste Kooperation zwischen zwei gemeinwohlabilanzierenden Unternehmen, die im Berichtszeitraum 2018 - 2020 dazu noch beide GWÖ-Pioniere in ihrer Branche waren.

Unseren Mitgliedern und Kund*innen bieten wir einen Ökostrom-Spezialtarif an und führen verschiedene Aktionen durch, um auf die Kooperation und das Angebot aufmerksam zu machen – im Berichtszeitraum 2018 - 2020 waren das folgende:

Mitarbeitende von Polarstern waren in den Filialen präsent, um Kund*innen persönlich auf die Kooperation aufmerksam zu machen. Zusätzlich wurde die Wertekooperation auf unseren Vertriebskanälen (Homepage, Social-Media und ‚Sparda aktuell‘) beworben. So sind wir bei unserem gemeinsamen Ziel, uns für einen Wandel in Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt einzusetzen, ein gutes Stück vorangekommen und wollen dies auch in Zukunft fortsetzen. Mehr Informationen zu unserer Werte-Kooperation unter <https://www.sparda-m.de/werte-kooperationen-oekostrom-von-polarstern/> und www.polarstern-energie.de.

Kooperationen auf Produktebene

Auf Produktebene arbeiten wir in partnerschaftlicher Kooperation insbesondere mit Union Investment, DEVK, der Bausparkasse Schwäbisch Hall und der TeamBank zusammen.

Im Investmentfondsbereich kooperieren wir schwerpunktmäßig mit der Fondsgesellschaft Union Investment GmbH. Union Investment hat sich in den letzten Jahren zum führenden Anbieter von nachhaltigen Geldanlagen entwickelt. Der Investmentprozess im Bereich Nachhaltigkeit seitens Union Investment umfasst die Bausteine Ausschlusskriterien, ESG, SDGs (Sustainable Development Goals) und CO₂-Intensivität. Aus dem Produktportfolio der Sparda-Bank München eG ist es unseren Kund*innen möglich, im Investmentbereich eine für sie sinnvolle und nachhaltige Geldanlage zu wählen.

Im Bereich Versicherungen und Bausparen existieren Lösungen in Kooperation mit der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG (z. B. Finanzierung von Photovoltaikanlagen) und den DEVK Versicherungen (z. B. Nachlass für Fahrer von Hybrid- oder Elektrofahrzeugen im Rahmen der Autoversicherung).

Seit Dezember 2020 kooperieren wir mit der TeamBank AG und bieten unseren Kund*innen den Konsumentenkredit easyCredit an. Die Kooperation wurde vorab intensiv hinsichtlich unserer Positionierung und im Hinblick auf die Geschäftsstrategie überprüft und bewertet.

Mit dem Angebot des easyCredit bieten wir unsere Kund*innen ein faires, flexibles und maßgeschneidertes Kreditangebot. Zur Fairness gehören auch Sicherheit durch Überschuldungsschutz (Kreditvergabe bis max. 70 Prozent des verfügbaren Einkommens) und partnerschaftliche Begleitung, Schnelligkeit bei der Kreditentscheidung und Auszahlung sowie Transparenz durch verständliche und transparente Preisbestandteile.

Mitgliedschaften

Zusätzlich zu den vorgestellten Kooperationen und Partnerschaften engagieren wir uns im Rahmen von Mitgliedschaften in diversen Vereinen und Initiativen.

In den Berichtsjahren 2018 - 2020 zählten dazu u. a. folgende:

- B.A.U.M. e.V. (Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management)
- Bundesanstalt für Finanzmarktstabilisierung (FMSA)
- Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V. (BVR)
- Genossenschaftsverband Bayern e.V.
- Gesellschaft zur Förderung des Forschungsinstituts für Genossenschaftswesen an der Universität Erlangen-Nürnberg
- Institut für gemeinwohlorientierte Politikberatung (IGP e.V.)
- Schutzgemeinschaft Deutscher Wald e.V.
- UN PRI Association (Principles for Responsible Investment = Prinzipien für verantwortungsvolles Investieren)
- Verband der Sparda-Banken e.V.
- Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten (VfU e.V.)
- Verein Gemeinwohl-Ökonomie Bayern e.V.
- Verein zur Förderung der Akademie Deutscher Genossenschaften e.V. (ADG)
- Verein zur Förderung der Gemeinwohl-Ökonomie
- Zukunftsinstitut GmbH

Darüber hinaus engagieren sich der Vorstand, Führungskräfte und Mitarbeitende aus unterschiedlichen Bereichen (Unternehmenskommunikation, Unternehmensentwicklung, Controlling, Personalmanagement, interne Revision, Vertrieb und Marketing) nach wie vor in verschiedenen, teilweise auch branchenübergreifenden Netzwerken und Initiativen. Dazu gehört z. B. auch das FAW/n (Forschungsinstitut für anwendungsorientierte Wissensverarbeitung/n) in Ulm, über das wir aktiv die aus unserer Sicht notwendige Netzwerkarbeit hinsichtlich Transparenz in Lieferketten vorantreiben.

Angestrebte Kooperationen für die Zukunft

In Zukunft wollen wir uns als ‚Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank‘ noch stärker auf Werte-Kooperationen analog zu Polarstern konzentrieren und mit Unternehmen/Organisationen zusammenarbeiten, die unsere Werte teilen und sich für ein ‚besseres Morgen‘ einsetzen.

Auch im Produktbereich stehen wir neuen Kooperationen offen gegenüber, die im Einklang mit unserer Geschäftsstrategie zu unserer Positionierung als ‚Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank‘ passen.

Zum Zeitpunkt der Berichterstellung wurde eine weitere Wertekooperation bereits mit der LENA Nachhaltigkeits GmbH umgesetzt. Was im Berichtsjahr 2018 als internes Nachhaltigkeitsprojekt begann, wurde im Mai 2020 mit der Gründung der LENA Nachhaltigkeits GmbH durch die Sparda-Bank München eG ausgebaut und professionalisiert.

Die neue Nachhaltigkeitsplattform LENA (‚Lieber Eine Nachhaltige Alternative‘) ist ein Tochterunternehmen der Sparda-Bank München eG und die erste Online-Plattform, die alles zum Thema Nachhaltigkeit vereint – von Produkten und Dienstleistungen bis hin zu

spannenden Artikeln, Jobs und Vorschlägen, um sein eigenes Leben nachhaltiger zu gestalten.

Das Ziel: Menschen nachhaltige Möglichkeiten zu konventionellen Lösungen anbieten.

In den fünf Bereichen ‚Alltag‘, ‚Energie & Wohnen‘, ‚Reisen & Mobilität‘, ‚Engagement‘ und ‚Beruf und Geld‘ können sich Interessierte über nachhaltige Aspekte informieren und ihr Wissen durch fundierte Fakten erweitern. In ‚Meiner LENA-Welt‘ haben sie außerdem die Möglichkeit, einen Score zu sammeln, indem sie nachhaltige Vorschläge umsetzen. Dabei kann jeder Nutzer/jede Nutzerin entscheiden, in welchen Lebensbereichen er/sie sich verbessern möchte.

Seit Anfang 2021 ist die Webseite online. Mehr unter: www.lena.de.

Bereiche, in denen Wissens- und Informationsteilung mit Mitunternehmen bestehen

Im Berichtszeitraum 2018 - 2020 fand eine Wissens- und Informationsteilung mit Mitunternehmen der gleichen Branche vor allem innerhalb der Gruppe der Sparda-Banken statt.

Mit Mitunternehmen anderer Branchen werden Wissen und Informationen vor allem mit unseren Kooperationspartner*innen inkl. Polarstern in Hinblick auf das bestehende Produktangebot und dessen Vermarktung geteilt. Darüber hinaus tauschen wir uns regelmäßig mit Polarstern auch zu GWÖ-Themen aus.

Umsetzung oder Planung von Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards

Wie beteiligen uns im Rahmen unserer Möglichkeiten an verschiedenen Aktivitäten. z. B. beim Verband der Sparda-Banken e.V., beim Senat der Wirtschaft und anderen Wirtschaftsverbänden.

Direkte und systemische Lobbyarbeit zur Beeinflussung von politischen Entscheidungsträgern im engeren Sinn betreiben wir nicht.

Der Vorstand trägt, unterstützt durch die Abteilung Unternehmenskommunikation und weitere Führungskräfte aus anderen Abteilungen, die Verantwortung für die Beziehungen zur Öffentlichkeit.

Da uns der Klimaschutz wichtig ist und wir dazu beitragen wollen, Branchenstandards in diesem Thema zu setzen und zu festigen, haben wir im Berichtszeitraum 2018 – 2020 folgende Erklärungen/Initiativen unterstützt:

- 26.07.2018: Volksbegehren Artenvielfalt:
Die Initiative hat umfangreiche Maßnahmen erarbeitet, die auf eine Verbesserung des Naturschutzgesetzes in Bayern abzielten. Die vorgeschlagenen Gesetzesänderungen wurden 2019 vom Bayerischen Landtag angenommen und werden auf regelmäßiger Basis überprüft (mehr als 200 Bündnispartner*innen, Koordination durch ÖDP Bayern, LBV, Bündnis 90/Die Grünen Bayern und Gregor Louisdorfer Umweltstiftung).
- 12.11.2018: Allianz für Entwicklung und Klima
Gesellschaftliches Bündnis, dessen Unterstützer*innen sich für die Umsetzung der Agenda 2030 und des Pariser Klimavertrags engagieren (mehr als 960 Unterstützer*innen, koordiniert vom Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, dem Forschungsinstitut für anwendungsorientierte

Wissensverarbeitung und der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH).

- 22.05.2019: *Entrepreneurs for Future*
Initiative wirtschaftlicher Akteur*innen, die mittels verschiedener Ansätze den Klimaschutz vorantreiben wollen (mehr als 5.000 unterzeichnende Unternehmen).
- 22.08.2019: *Wirtschaft pro Klima*
Netzwerk von Unternehmen, die sich unter einem gemeinsamen Credo für Klimaschutz und Klimaneutralität einsetzen (29 teilnehmende Unternehmen, Koordination durch B.A.U.M. e.V.).
- 22.04.2020: *Unternehmensappell ‚Klima-Konjunkturprogramm‘*
Appell von 68 deutschen Unternehmen an die Politik, die Maßnahmen der Folgen der Corona-Krise mit einer ambitionierten Klimapolitik zu vereinen (initiiert von der Stiftung 2°).
- 24.04.2020: *Nachhaltig zusammen*
Aufruf von Unternehmer*innen, die mittel- bis langfristigen Konjunkturprogramme in Reaktion auf die Corona-Krise so auszugestalten, dass die notwendige Transformation der Wirtschaft vorangetrieben wird (1.059 Unternehmen haben unterzeichnet; weitere Unterstützung durch Verbände).

Indikator: Investierter Zeit- und/oder Ressourcenaufwand 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 bzw. %-Anteil)

Zu diesem Indikator liegen uns keine konkreten Zahlen vor, insgesamt schätzen wir im Berichtszeitraum 2018 – 2020 den Anteil der Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation entstanden sind, eher gering ein.

Indikator: Prozent von Zeit/Umsatz, die durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt werden:

- Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)
- Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen
- Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe

Auch hier sind keine konkreten Zahlen verfügbar.

Indikator: Engagement in folgenden Bereichen (Anzahl: x/3)

- Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards
- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

- **Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:** Im Rahmen unseres freiwilligen Engagements, auf das wir in *Kapitel E* detailliert eingehen, engagieren wir uns für die Erhöhung ökologischer, sozialer und qualitativer Standards. Beispielhafte Initiativen, mit denen wir kooperieren, sind der Münchner Klimaherbst oder die Umweltakademie.
- **Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying):** Hier wirken wir insbesondere über unsere Mitgliedschaft im Verband der Sparda-Banken e.V. oder anderen Wirtschaftsverbänden mit, die ebenfalls weiter oben aufgeführt wurden.
- **Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards:** Wie wir zu Beginn des *Kapitels D2.1* dargestellt haben, sind wir langjähriges Mitglied in diversen Initiativen. Dazu zählen u. a. die Mitgliedschaften im B.A.U.M. e.V., der Initiative Wirtschaft pro Klima oder der Allianz für Entwicklung und Klima.

Nähere Informationen zu unserem Engagement in den aufgeführten Bereichen lassen sich den Berichtsfragen in *Kapitel D2.1* sowie den Ausführungen in den *Kapitel E1.2* und *E2.2* entnehmen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Die Werte-Kooperation mit Polarstern soll weiter ausgebaut werden: Zum Zeitpunkt der Berichterstellung hatte sich z. B. die Zusammenarbeit, auch hinsichtlich eines angedachten gemeinsamen Webinarangebots für Kund*innen sowie der Austausch zu Themen wie Schulungen für Mitarbeitende zu Gemeinwohl-Themen, intensiviert.
- Unsere Nachhaltigkeitsplattform LENA hat seit ihrem Livegang im Januar 2021 eine sehr positive Entwicklung gemacht. Zukünftig arbeiten die Kolleg*innen daran, weitere Kooperationspartner*innen zu gewinnen und den Nutzer*innen zusätzliche Features anzubieten, die ihren Weg zu einem nachhaltigeren Leben erleichtern. Bei der Auswahl der Kooperationspartner*innen ist es wichtig, dass diese hinter ihrer Unternehmensphilosophie stehen – sie werden auf Basis eines komplexen Algorithmus in Form eines Fragebogens überprüft. So wird sichergestellt, dass sie zum definierten Ziel beitragen und keine unethischen Verhaltensmuster zeigen. Zusätzlich wird intern daran gearbeitet, Synergien zwischen LENA und der Sparda-Bank München eG zu schaffen, von denen unsere Kund*innen und Mitarbeitenden profitieren.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Bereiche, in denen sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen verhält und uneigennützig hilft

Als Genossenschaftsbank zählt Solidarität zu unseren Grundwerten.

Dem Austausch im Verband der Sparda-Banken e.V. (wie unter Kapitel D1.2 aufgeführt) sowie innerhalb der Gemeinwohl-Bewegung kommt dabei eine besondere Bedeutung zu.

Darüber hinaus unterstützen wir im Rahmen unseres gesellschaftlichen Engagements finanziell verschiedene Organisationen und Unternehmen, stellen immer wieder auch Wissen zur Verfügung und nutzen unser Netzwerk, um einzelne Akteure zusammenzubringen. Die Hilfe an sich steht dabei im Vordergrund und fußt nicht auf der Erwartung einer Gegenleistung.

Indikator: Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiter*innenstunden, die an Mitunternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen

Drei Mitarbeitende wurden im Jahr 2018 an zusammen 50 Tagen, im Jahr 2019 an zusammen 75,5 Tagen und im Jahr 2020 an zusammen 7,5 Tagen an die COMECO GmbH & Co. KG, die bereits unter Kapitel D2.1 näher erläutert wurde, ausgeliehen. Dort haben sie kurzfristig unterstützt, um das Marketing/Management von Partner*innen und den Bereich Personalmanagement aufzubauen. Ein Kollege unterstützte zudem bei der Erstellung von sogenannten User Stories³².

Indikator: Aufträge, die an Mitunternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)

Wir haben keine Aufträge an Mitunternehmen anderer Branchen oder der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig Mitunternehmen zu unterstützen.

Indikator: Höhe der Summe an Finanzmitteln, die an Mitunternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

Wir haben keine Finanzmittel an Mitunternehmen anderer Branchen oder der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig Mitunternehmen zu unterstützen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir derzeit keinen Verbesserungsbedarf.

³² User Stories beschreiben die schriftliche Fixierung von Anforderungen der Kund*innen an ein späteres Produkt/einen späteren Prozess. In unserem Fall bezog sich die Arbeit auf das neue Online-Banking.

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmern

Bereiche, in denen das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen könnte

Wie bereits beschrieben, führen wir gute Kooperationen und langjährige Partnerschaften, nicht nur mit unseren Lieferant*innen, sondern auch mit weiteren Unternehmen. Die Zusammenarbeit - unabhängig davon, wie klein oder groß, kurz oder lang sie ist - ist stets von Respekt, Transparenz und Fairness geprägt.

Uns liegen keine Anhaltspunkte vor, die darauf hinweisen, dass wir andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen.

Rolle, Marktanteile zu erobern bzw. Umgang mit Ziel der Marktführerschaft

Für uns als Genossenschafts- und Gemeinwohl-Bank sind es nicht die klassischen Wirtschaftsziele der reinen Gewinnmaximierung sowie das Gewinnen von Marktanteilen und die Marktführerschaft, die wir anstreben. Unsere Aufgabe ist die wirtschaftliche Betreuung und Förderung unserer Mitglieder und die Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Sparda-Bank München eG.

Die Erwirtschaftung von Gewinnen erfolgt mit dem Ziel, die Zukunft der Genossenschaft zu sichern. Bei all unseren Aktivitäten bekennen wir uns zu einem fairen Wettbewerb und zur Einhaltung der deutschen und europäischen wettbewerbsrechtlichen Regeln. Dazu gehört insbesondere, dass keine Absprachen zwischen den Mitgliedsinstituten, mit den Kund*innen und mit den Wettbewerbern über Preise, Markt- und Gebietsaufteilungen erfolgen.

Sensible Informationen werden, soweit dies aus wettbewerbsrechtlichen Gründen unzulässig oder aus anderen Gründen rechtlich zweifelhaft oder unfair ist, nicht weitergegeben.

Indikator: Wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit Leistung und den Angeboten von Mitunternehmern in der Kommunikation

In unserer Kommunikation konzentrieren wir uns auf die Vorteile unserer Leistungen und Angebote für unsere Kund*innen. Dabei ist es uns wichtig, Möglichkeiten aufzuzeigen, transparent zu sein und umfassend zu informieren. Verstärkt wird hier vor allem auch die Ausrichtung als Gemeinwohl-Bank in den Vordergrund gestellt. Eine Wertung im Vergleich mit Produkten/Dienstleistungen anderer Mitunternehmern findet nicht statt.

Indikator: Verfolgung einer Dumpingpreisstrategie bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung

Wir verfolgen keine Dumpingpreisstrategie. In Einzelfällen nehmen wir Quersubventionierungen zwischen einzelnen Produkten vor.

Indikator: Treffen von geheimen/verdeckten Preisabsprachen mit anderen Unternehmen

Solche finden nicht statt.

Indikator: Verankerung der Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kund*innen oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie

Unser Fokus bei der Gewinnung von Neukund*innen liegt auf Privatkund*innen in unserem Geschäftsgebiet. Dies wollen wir erreichen durch ein faires Preis- /Leistungsverhältnis sowie gezielte Vertriebsakquise.

Indikator: Erwirkung von zahlreichen Patenten für eigene Produktideen, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die andere Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen

Nicht relevant für uns.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir derzeit keinen Verbesserungsbedarf.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

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

Wissen über die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen

Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen:

Als genossenschaftliches Finanzinstitut besteht unser Angebot primär aus immateriellen Produkten und Dienstleistungen, wir sind kein produzierendes Unternehmen.

Bei der Eröffnung eines Kontos, beim Vertragsabschluss von Produkten oder dem täglichen Gebrauch der Serviceleistungen werden Ressourcen beansprucht:

- **Kontoeröffnung und Vertragsabschluss von Produkten:** Im Zuge einer Kontoeröffnung in der Filiale erhalten unsere Kund*innen eine ‚Willkommensmappe‘, die alle wichtigen Vertragsinformationen sowie damit verbundene Dokumente und Informationsbroschüren beinhaltet. Für den Druck werden recyceltes Papier sowie weitere Ressourcen wie Druckerfarbe oder Energie verbraucht.
- **Tägliche Serviceleistungen:** Für die Inanspruchnahme unserer Leistungen im Alltag, wie z. B. dem Ausdruck von Kontoauszügen, dem Abheben von Bargeld oder auch der Nutzung der Online-Banking-Funktionen wird vor allem Energie, z. B. in Form von Strom benötigt. Darüber hinaus kommt bei unseren Kontoauszugdruckern Spezialpapier (sog. Thermopapier) zum Einsatz.
- **Sonstige:** Im Falle eines persönlichen Beratungsgesprächs in der Filiale fallen im Rahmen der Anfahrt Emissionen an. Einige unserer Finanzangebote stehen in einem indirekten Zusammenhang mit dem Einsatz natürlicher Ressourcen: Unsere Produkte werden genutzt, um sich Wünsche zu erfüllen (z. B. Neu- oder Umbau von Immobilien oder Autokauf etc.). Dies zieht weitere ökologische Auswirkungen nach sich.

Ein Teil der beschriebenen ökologischen Auswirkungen wird in unserer jährlichen CO₂-Bilanz nachgehalten (*ausführlich in Kapitel E3*), u. a. der Papierverbrauch oder der Energieaufwand für die Serviceleistungen in den Filialen. Über die weiteren Auswirkungen, wie beispielsweise die Anfahrt der Kund*innen zu Beratungsgesprächen oder der Energieverbrauch, der sich für sie durch die Nutzung unserer digitalen Angebote ergibt, gibt es bis dato keine Auswertungen.

Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen:

Dem Prozess der Entsorgung unserer Produkten und Dienstleistungen kommt eine eher untergeordnete Rolle zu. Entsorgt werden können lediglich ‚Nebenprodukte‘, die mit unseren Produkten und Dienstleistungen in Verbindung stehen. Dazu gehören vor allem die erhaltenen Ausdrucke. Das Papier, auf dem Verträge oder Informationen gedruckt werden, lässt sich recyceln und somit wieder in natürliche Kreisläufe zurückführen. Das eingesetzte Spezialpapier (Thermopapier), das wir für die Kontoauszugsdrucke nutzen, kann jedoch derzeit leider nur in der Restmülltonne entsorgt werden.

Der Umstieg auf umweltfreundlichere Alternativen ist bis dato noch nicht gelungen. Zum einen liegt hier ein Vertrag mehrerer Sparda-Banken bei einem Dienstleister zugrunde. Zum anderen müssten bei einem Wechsel zunächst alle Kontoauszugsdrucker in allen Häusern ausgetauscht werden.

Ziel ist es viel mehr, unsere Kund*innen vermehrt zur Nutzung der Postbox oder dem Postversand (hier nutzen wir recyceltes Papier und den klimaneutralen Versand) anzuregen. Erste Maßnahmen konnten bereits umgesetzt werden.

(siehe *Verbesserungspotenziale/Ziele*).

Größe der ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen

Die absolute Größe der ökologischen Auswirkungen unserer Produkte und Dienstleistungen zu belegen, ist analog zu anderen Finanzprodukten kaum möglich - anders als bei einem produzierten Produkt, dessen Fußabdruck sich auf Basis von verbrauchten Ressourcen etc. berechnen lässt. Außerdem gibt es keine Alternativen zu unseren klassischen Finanzprodukten, die über Filialen vertrieben werden - außer in Form von reinen Onlineprodukten. Wie wir auch im weiteren Verlauf weiter beschreiben werden, haben wir lediglich die Möglichkeit, unsere Dienstleistungen, z. B. hinsichtlich Online-Services, anzupassen, interne Prozesse permanent in Hinblick auf ökologische Auswirkungen zu verbessern und ökologische Aspekte bei der Ausgestaltung unserer Produkte und Dienstleistungen zu berücksichtigen.

Strategien und Maßnahmen zur Reduktion der ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen

Unser Unternehmensleitbild verankert einen schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen und geht mit der Reduktion ökologischer Auswirkungen einher. Unser Bestreben, so zu handeln, dass wir eine lebenswerte Zukunft für künftige Generationen schaffen, treibt uns an, unseren ökologischen Fußabdruck auf allen Ebenen zu minimieren. Betrachtet man den zuvor beschriebenen ökologischen Lebensweg' unserer Produkte und Dienstleistungen, sind hierzu einige Maßnahmen zu nennen, die wir in den letzten Jahren umgesetzt haben:

- **Neukund*innengewinnung und Mitgliedschaft:** Um in diesem Zusammenhang ökologische Auswirkungen zu kompensieren, pflanzen wir für jedes neue Mitglied einen Baum. Bis Ende 2020 waren es insgesamt 81.430 Stück (durch die Aktion ‚Ein Baum für jedes neue Mitglied‘ sowie weitere Aktionen sind weitere Bäume hinzugekommen und so insgesamt sogar über die Jahre 95.780 Bäume in Oberbayern gepflanzt worden).
- **Digitale Serviceangebote:** Auch im Berichtszeitraum 2018 - 2020 haben wir weiter daran gearbeitet, unsere digitalen Angebote auszubauen. Dazu zählen:
 - **Digitaler Vertragsabschluss/digitale Beratung:** Um das Ausdrucken von Unterlagen und die Anfahrt zu persönlichen Beratungsgesprächen zu reduzieren, haben wir unsere Angebote im Bereich der Online-Abschlüsse und Online-Beratungen optimiert. Seit 2019 können unsere Kund*innen bspw. auf den digitalen Anlage-Assistenten MeinInvest sowie die

- Fondsvermögensverwaltung VermögenPlus zurückgreifen, um nicht zwingend vor Ort ein Anlageberatungsgespräch durchführen zu müssen. Die Verwaltung dieser Anlageformen ist für unsere Kund*innen jederzeit selbst online möglich. Depotauszüge etc. werden im elektronischen Postfach hinterlegt, Ein- und Auszahlungen können jederzeit online durchgeführt werden.
- **Online-Banking:** Wir beschäftigen uns kontinuierlich mit der Ausweitung unserer Online-Banking-Leistungen. In den Berichtsjahren 2018 - 2020 nutzten unsere Kund*innen überwiegend noch das im vierten Gemeinwohl-Bericht vorgestellte Angebot, bestehend aus der SpardaApp, der SpardaSecureApp und der SpardaKontostandApp. Um unseren Kund*innen zukünftig einen Mehrwert zu bieten und ihnen moderne digitale Angebote machen zu können, wurde – wie bereits unter *Kapitel D2.1* beschrieben – TEO entwickelt. Die erhöhte Nutzung von digitalen Funktionen wirkt sich insgesamt positiv auf das verbrauchte Volumen des Spezialpapiers für die Kontoauszugsdrucker aus: 2020 konnten wir 15.971.759 Blätter einsparen (2018: 8.483.237 Blätter; 2019: 10.430.654 Blätter).
 - **Digitales Posteingangsmanagement:** Wie im vierten Gemeinwohl-Bericht beschrieben, haben wir 2016 mit dem Ausbau unseres digitalen Posteingangsmanagements begonnen. Dieser wurde 2018 - 2020 weiter vorangetrieben, was sich ebenfalls positiv auf den Papierbedarf ausgewirkt hat.
- **Produkte und Dienstleistungen:** Auch bei der Gestaltung unserer Produkte versuchen wir, dass sie ökologisch höherwertige Alternativen zu den herkömmlichen Angeboten darstellen. Einige der Angebote und die damit verbundenen Konditionen, die wir im Berichtszeitraum 2018 - 2020 für unsere Kund*innen angeboten haben, wurden bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht vorgestellt. Dazu gehörten u.a. folgende Finanzprodukte und -dienstleistungen:
 - **Baufinanzierung:** Wir unterstützen unserer Kund*innen insbesondere bei der energetischen Modernisierung oder Sanierung ihrer Immobilien, bspw. durch die Fördermittel und Zuschüsse der KfW (Kreditanstalt für Wiederaufbau), die wir für sie beantragen, oder durch unseren SpardaWohntraumKredit.
 - **Privatkund*innenkredite:** Mit den von uns angebotenen Privatkrediten erfüllen wir die Konsumwünsche unserer Kund*innen. Innerhalb dieses Angebots bestand für sie die Möglichkeit, eine ökologisch höherwertige Alternative auszuwählen. Dazu zählte im Berichtszeitraum 2018 - 2020 z. B. der SpardaAutoKreditGrün.
 - **Geldanlage/Investmentfonds:** Wir tragen den Interessen unserer Kund*innen ihr Geld sinnstiftend anzulegen Rechnung (*siehe auch Zuwachs der unten aufgeführten Fonds in Tabelle 5*). Aus diesem Grund haben wir gemeinsam mit Union Investment unser Portfolio hinsichtlich nachhaltig ausgerichteten Geldanlagemöglichkeiten weiter ausgebaut. Im Berichtszeitraum 2018 - 2020 konnten unsere Kund*innen aus folgenden (nachhaltigen) Fonds auswählen:
 - Sparda München nachhaltige Vermögensverwaltung (aufgelöst per 01.11.2019)
 - ÖkoWorld ÖkoVision Classic C

- ÖkoWorld Rock'n'Roll Fonds C (2018 neu aufgenommen)
- UniRak Nachhaltig -net- A
- UniNachhaltig Aktien Global (2018 neu aufgenommen)
- UniRakNachhaltigKonservativ -net- A (2018 neu aufgenommen)
- PrivatFonds: Nachhaltig (2019 neu aufgenommen)
- UniNachhaltig Unternehmensanleihen -net- A (2020 neu aufgenommen)
- **Versicherungen und Bausparen:** Auch im Bereich Versicherungen und Bausparen bieten wir attraktive Lösungen in Kooperation mit unseren Partnern Bausparkasse Schwäbisch Hall AG (z. B. Finanzierung von Photovoltaikanlagen) und DEVK Versicherungen (z. B. Nachlass für Fahrer von Hybrid- oder Elektrofahrzeugen im Rahmen der Autoversicherung) an.
- **Weitere Angebote:** Zu Beginn des Berichts haben wir bereits die weiteren Angebote vorgestellt, die wir unseren Kund*innen und Mitgliedern sowie der Gesellschaft zur Verfügung stellen und die über die klassischen Angebote eines Finanzinstituts hinausgehen (siehe Kapitel ‚Wir über uns‘). Einige von ihnen sind so gestaltet, dass ihre Nutzung oder Entsorgung negativen Auswirkungen entgegenwirken. Dazu zählen bspw. die Möglichkeit, Ökostrom zu tanken oder der Zugang zu vergünstigten Konditionen, die unsere Kund*innen und Mitglieder bei Abschluss eines Ökostrom-Vertrags mit Polarstern bekommen.
- **Weitere Maßnahmen:** Unser bestehendes Filialnetz erstreckt sich über das Geschäftsgebiet Oberbayern. Bei dessen Planung und Gestaltung achten wir darauf, dass Filialen möglichst gut für unsere Kund*innen gut zu erreichen sind und dass die Distanz zwischen den einzelnen Filialen angemessen bleibt, um lange Anfahrtswege weitgehend zu vermeiden.

Unsere Reduzierungspotenziale unterliegen technischen und wirtschaftlichen Grenzen. Die Restmenge der verbliebenen bzw. nicht vermeidbaren Emissionen kompensieren wir vollständig durch den Erwerb von Klimazertifikaten gemäß dem Kyoto-Protokoll. Somit sind wir betriebsökologisch klimaneutral (*nähere Informationen führen wir in Kapitel E3.1 auf*).

Berücksichtigung der Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell

„Wir berücksichtigen ökologische Aspekte im Arbeitsalltag und gehen mit den vorhandenen Ressourcen schonend um.“ Der Auszug aus unserem Unternehmensleitbild verdeutlicht die bereits oben aufgeführte Prämisse, nach der wir unser Geschäftsmodell ausrichten. Diese Aspekte leiten unser Handeln; auch im Hinblick auf die Gestaltung und Entsorgung unserer Produkte und Dienstleistungen. Mit dem Wissen, dass wir durch die Art und Weise, wie wir unser Geld einsetzen, Wirkung erzielen können, arbeiten wir kontinuierlich daran, unsere Angebote sinnstiftend und in Richtung ökologischer Auswirkungen zu optimieren.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- In Zusammenarbeit mit unseren Kooperationspartner*innen wollen wir unsere Produkt- und Dienstleistungsangebote, die eine ökologisch nachhaltige Ausrichtung aufweisen, ausbauen. Anfang des Jahres 2021 starteten die nachhaltigen Strategien

der Fondsportfolioverwaltung ‚Vermögen Plus‘³³. Darüber hinaus ist geplant, unser Produktportfolio nicht nur ökologisch nachhaltig auszubauen, sondern auch zu prüfen, welche Ausbaumöglichkeiten mit weiteren gemeinwohlorientierten Kriterien bestehen.

- Im April 2021 wird mit der digitalen Beratung gestartet und bietet dort die Themen Girokontoeröffnung, Baufinanzierung, easycrredit und VermögenPlus an. Das digitale Beratungsangebot wird laufend ausgebaut. Seit Oktober 2021 bieten wir über unsere Homepage das Angebot eines Kund*innenchats, der sehr gut angenommen wird. Wir beantworten auf diesem Weg ca. 70-90 Anfragen von Kund*innen pro Tag.
- Wir tragen dem veränderten Kund*innenverhalten Rechnung; immer mehr Kund*innen nutzen die digitalen Möglichkeiten und schätzen die Möglichkeit ihre Kontoauszüge über die SpardaPostbox digital zu erhalten. Damit einhergeht, dass wir seit 2018 insgesamt 35 Kontoauszugsdrucker abbauen konnten.

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

Verankerung von Suffizienz bzw. einer maßvollen Nutzung im Geschäftsmodell

Suffizientes Verhalten ist unserer Meinung nach generell nur dann möglich, wenn ein Bewusstsein über die (ökologischen) Auswirkungen des eigenen Handels besteht und verantwortungsvoll mit Geld umgegangen wird. In unserer Rolle als Finanzinstitut sehen wir uns daher in der Verpflichtung, unseren Kund*innen relevante Aspekte in diesem Zusammenhang zu vermitteln. Daher ist das Thema Suffizienz in unserem Geschäftsmodell verankert und kommt in unserem eigenen Handeln, in der Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner*innen und in Bezug auf unsere Kund*innen folgendermaßen zum Tragen:

- **Unser Handeln:** Die unter *Kapitel D3.1* beschriebenen Prämissen im Umgang mit natürlichen Ressourcen leiten unser Handeln: Wir setzen Ressourcen maßvoll ein und arbeiten an kontinuierlichen Verbesserungen. Zudem achten wir bei der Gestaltung unserer Produkte und Dienstleistungen darauf, dass diese weder unter den Gesichtspunkten der Öko-Suffizienz negativ aufgebaut sind, noch dass sie eine Art von insuffizienten Konsum begünstigen. Als Finanzinstitut ist die Vergabe von Krediten eine unserer zentralen Aufgaben. Gerade vor diesem Hintergrund ist es uns wichtig, keine falschen Anreize zu setzen und stattdessen ein ‚suffizientes‘ Verhalten vorzuleben: Wir verfolgen nicht die Gewinnmaximierung als primäres Ziel, sondern wollen als Vorbild für eine gemeinwohlorientierte Art des Wirtschaftens dienen – es geht um das ‚richtige‘ Maß, um Bewusstsein und Verantwortung.

³³ Insgesamt können den Kund*innen im Rahmen von VermögenPlus sechs Anlagestrategien angeboten werden, von denen drei eine nachhaltige Ausrichtung haben. Anhand der Antworten auf die gestellten Fragen entscheidet der Navigator, ob dem Kunden/der Kundin eine Anlagestrategie mit nachhaltigen Produkten angeboten wird.

- **Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner*innen:** Bei der Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner*innen ist uns wichtig, dass sie unsere Werte teilen. Produkte und Dienstleistungen, die wir beziehen – ob für uns als Finanzinstitut oder zur Weitergabe an Kund*innen – sollen den Gedanken der Suffizienz unterstützen.
- **Bezug zu unseren Kund*innen:** Von den vermittelten Leistungen sollen keine Anreize ausgehen, die unsere Kund*innen zu einem unbedachten oder übermäßigen Konsum anstiften. Neben der entsprechenden Gestaltung, der Kommunikation sowie der verantwortungsvollen Vergabe der Produkte betreiben wir Aufklärung. Dabei ist es uns wichtig, auch über unseren Geschäftsbereich hinaus in anderen Lebensbereichen Einfluss zu nehmen und wichtige Kenntnisse zu vermitteln.

Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen im Unternehmen

Nach unserer Auffassung stehen die von uns angebotenen oder vermittelten Produkte und Dienstleistungen nicht im Widerspruch zu einem suffizienten Lebensstil.

Produkte und Dienstleistungen, die auf eine maßvolle Nutzung abzielen bzw. diese unterstützen

Unsere Produkte und Dienstleistungen dienen überwiegend der Absicherung oder der Förderung langfristig ausgerichteter Projekte unserer Kund*innen und zielen auf eine maßvolle Nutzung ab:

- **Lohn-, Gehalts-, und Rentenkonto, Tages- und Festgeld und Versicherungen:** Diese Finanzprodukte ermöglichen den Kund*innen eine zuverlässige Bargeldversorgung und sollen dem Zahlungsverkehr und der Absicherung dienen.
- **Baufinanzierung und Bausparen:** Der Bau bzw. die Sanierung/Modernisierung von Immobilien oder damit verbundene Sparverträge sind auf eine jahrelange Nutzung ausgelegt und somit zeitbeständig. Wir fördern insbesondere Bauweisen, die ökologische Verbesserungen bewirken und Ressourcen schonen (bspw. durch das Angebot an KfW-Programmen, wie ‚Energieeffizient Sanieren‘ oder ‚Energieeffizient Bauen‘).
- **Privatkredit:** Wie im vierten Gemeinwohl-Bericht aufgeführt, macht unser Privatkredit lediglich einen kleinen Anteil am gesamten Kreditvolumen aus. Bei der Finanzierung von Konsumanschaffungen haben wir einige Maßnahmen ergriffen, um unbedachtem Konsum oder übermäßiger Nutzung präventiv zu begegnen. Dazu zählt insbesondere die Prüfung der Kreditfähigkeit unserer Kund*innen. Im Rahmen unserer Kooperation mit der TeamBank AG und dem Angebot easyCredit werden die Vergabekriterien auf Basis einer sachlichen Grundlage getroffen und nicht mehr alleine auf Basis der Einschätzung unserer Kund*innenberater*innen, womit zusätzliche und objektive Kriterien herangezogen werden.
- **Investmentfonds:** Investmentfonds stehen ebenfalls in keinem Widerspruch zu einer maßvollen Nutzung, da sie nur im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten von unseren

Kund*innen genutzt werden können. Dieses Angebot dient nicht der Finanzierung kurzfristiger Konsumanschaffungen, sondern dem langfristigen Vermögensaufbau, der zeitgleich als Absicherung für die Zukunft zu sehen ist.

Strategien und Maßnahmen zur Förderung von maßvollem Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen

Da es sich bei unseren Angeboten überwiegend um immaterielle Dienstleistungen handelt, sind Anreize zur suffizienten Nutzung wie Wiederverwendbarkeit, Reparatur oder Rücknahme von Produkten und Dienstleistungen bei uns nicht gegeben. Zwar können durch die von uns angebotenen Leistungen materielle Güter erworben werden, jedoch liegt die Gestaltung der Anreize dazu nur bedingt in unserem Einflussbereich.

Gestaltung unserer Produkte und Dienstleistungen:

Den Beitrag, den unsere Produkte und Dienstleistungen direkt zu einem suffizienten Lebensstil und einem maßvollen Konsum beitragen, haben wir unter der vorangegangenen Berichtsfrage bereits näher erläutert. Die Produkte und Dienstleistungen sind generell auf eine langjährige Nutzung ausgerichtet und dienen dem Schutz unserer Kund*innen.

Kommunikation mit Kund*innen/Informationsverbreitung:

Ein unüberlegter Umgang mit Geld und Konsum steht in enger Verbindung zu einer möglichen Verschuldung von Konsument*innen. Durch eine transparente Kommunikation mit unseren Kund*innen versuchen wir, einem solchen Verhalten und den möglichen Gefahren präventiv entgegenzuwirken und in unserem Einflussbereich zu agieren. Unsere Maßnahmen ergreifen wir dabei sowohl mit Blick auf unsere Werbemaßnahmen als auch im direkten Kund*innenkontakt.

- **Werbemaßnahmen:** Werbemaßnahmen, die mit günstigen Konditionen locken oder mit limitierten Angebotsfristen zu einem baldigen Kauf anregen, können unerwünschte Verhaltensweisen fördern und unter Umständen auch zu einer Verschuldung der Kund*innen führen. Ihr Schutz und die Aufklärung über etwaige Gefahren ist uns ein zentrales Anliegen. Unsere Kommunikationsmaßnahmen werden entsprechend daraufhin abgestimmt.
- **Direkter Kontakt mit Kund*innen:** Wir beraten unsere Kund*innen individuell zu ihrer Situation und erstellen auf dieser Basis individuelle Angebote. Dabei stellt die Betrachtung der individuellen Situation und der finanziellen Voraussetzungen unserer Kund*innen die zentrale Grundlage dar, um ihnen ein passendes Angebot zu machen. Wir beraten unsere Kund*innen dabei basierend auf ihren Wünschen, machen sie aber auch auf ökologisch höherwertige Alternativen aufmerksam, sofern diese bestehen. Durch diverse Angebote - die wir auch über unsere Geschäftspartner*innen vermitteln - können sie ihre Schwerpunkte (bspw. in Hinblick auf die nachhaltige Ausrichtung oder den ökologischen Beitrag der jeweiligen Produkte und Dienstleistungen) setzen und ihre Entscheidungen auf Basis transparenter und vollständiger Information unsererseits treffen.

Abzielen der Kommunikation des Unternehmens mit Kund*innen und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung

Wir sehen unsere Kommunikationsmaßnahmen als zentralen Hebel, um Kund*innen, aber auch Konsument*innen für eine maßvolle Nutzung - sowohl hinsichtlich unserer Produkte und Dienstleistungen, aber auch generell - zu sensibilisieren. Wir beschäftigen uns nicht nur bei der Gestaltung unserer Werbemaßnahmen und im persönlichen Kontakt mit dem Thema, sondern nutzen auch unsere Kommunikationskanäle und die Reichweite, um dem Thema mehr Präsenz zu geben. Unsere einzelnen Maßnahmen sind grundsätzlich darauf ausgerichtet, unsere Kund*innen, Mitglieder und Interessierte zu informieren. Dabei geht es uns nicht nur um die Vorstellung von Kampagnen und Aktionen, sondern auch um die Vermittlung von Hintergrundinformationen und z. B. Tipps zu umweltschonenden Verhaltensweisen. Mit der Bereitstellung dieser Informationen wollen wir Menschen ermutigen, sich kritisch mit Angeboten und deren Nutzen auseinanderzusetzen, diese objektiv zu bewerten und in den eigenen Konsumentscheidungen zu berücksichtigen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Im ‚Beyond-Banking‘-Bereich von TEO haben wir die Möglichkeit, Tipps für einen maßvollen Konsum im Alltag zu teilen und Hintergründe genauer zu beleuchten. In unseren redaktionellen Beiträgen informieren wir unsere Kund*innen u. a. zu Themen wie Geld sparen und vermehren, Wohnen, Sport, Gesundheit und weitere. Bei allen Themen versuchen wir unsere Kund*innen bei einem zukunftsorientierten Lebensstil zu unterstützen. Unser Ziel ist es, dass TEO der Alltagsbegleiter für unsere Kund*innen werden soll: sowohl hinsichtlich ihrer Finanzen, als auch eines gesunden und nachhaltigen Lebensstils. Ergänzt wird dieses Angebot durch LENA.

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

Bereiche, in denen eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen wird

Wie im Verlauf des Berichts geschildert, arbeiten wir an der kontinuierlichen Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks.

Produkte und Dienstleistungen, mit denen mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden können

Die Nutzung unserer Produkte und Dienstleistungen hat keinen solchen Einfluss auf das Überschreiten der globalen Belastungsgrenzen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Da diese Aspekte für uns keine Relevanz haben, gibt es hierzu keine angestrebten Verbesserungspotenziale und Ziele.

D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produkttransparenz

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

Einräumung von konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte für Kund*innen und Kommunikation darüber

Es bestehen verschiedene Formen der Kontaktmöglichkeit zu uns, auf die wir auf unserer Internetseite verweisen (<https://www.sparda-m.de/lob-und-kritik-lob-und-kritik/>). Die dort aufgeführten diversen Kommunikationskanäle sind unter *Kapitel D1.1* zu finden. Sie bieten unseren Kund*innen die Möglichkeit, uns Lob und Kritik zukommen zu lassen und zu jeder Zeit mit uns zu kommunizieren. Auf diesen Wegen können sie uns z. B. Rückmeldung zu ihrer Zufriedenheit in Hinblick auf unsere Abläufe und Prozesse geben oder auch Ideen und Wünsche bzgl. Produktverbesserungen oder –entwicklungen mitteilen.

Da unsere Homepage eine wichtige Plattform in Richtung Kund*innen ist, haben wir beim Relaunch der Webseite in 2018 das Feedback von Kund*innen eingeholt und eingearbeitet, um eine möglichst nutzerfreundliche und informative Webseite zu gestalten.

Wie im vierten Gemeinwohl-Bericht angekündigt, haben wir auch unsere Kund*innen im Rahmen der Stakeholder*innen-Befragung 2018 eingebunden. Im Herbst 2018 wurden insgesamt 24.675 Kund*innen und Mitglieder angesprochen. Mit 3.178 erhaltenen Antworten erzielten wir eine Rücklaufquote von 13 Prozent. Als wichtige Anspruchsgruppe wurden sie explizit auch zu den Themen Produktentwicklung und Nachhaltigkeit befragt. Die in diesem Rahmen erhaltenen Ergebnisse greifen wir weiter unten auf. Ausgewählte Aspekte haben wir für unsere Kund*innen und Mitglieder in unserem Magazin ‚Sparda aktuell‘ veröffentlicht.

Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kund*innen

Die Wünsche und Anregungen unserer Mitglieder und Kund*innen fließen in den Entwicklungsprozess unserer Produkte und Dienstleistungen mit ein.

Im Zuge der Stakeholder*innen-Befragung konnten 2018 folgende Erkenntnisse in Hinblick auf die Relevanz ‚nachhaltiger‘ Produkte gewonnen werden:

- Für 82 Prozent der befragten Kund*innen und Mitglieder waren ethische und/oder klimafreundliche Investitionsprodukte wichtig. Zudem herrschte Einigkeit darüber, dass diese in Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen werden.
- Im Bereich Nachhaltigkeit bewerteten 71 Prozent unserer Kund*innen und Mitglieder unseren Entwicklungsstand als hoch bis sehr hoch. Jedoch wurden unser Produktangebot und unsere Innovationen im Bereich Nachhaltigkeit als ausbaufähig wahrgenommen.

Basierend auf diesen Ergebnissen wurde im Berichtszeitraum 2018 - 2020 an der Ausrichtung der Produkte – auch in Kooperation mit unseren Geschäftspartner*innen – gearbeitet.

Ergänzend zu den bereits bestehenden Angeboten, die eine Nachhaltigkeitswirkung haben, wurden folgende Produkte neu aufgenommen:

- 2018: UniNachhaltig Aktien Global
- 2018: UniRakNachhaltigKonservativ -net- A
- 2018: Ökoworld Rock'n'Roll Fonds
- 2019: PrivatFonds: Nachhaltig
- 2020: UniNachhaltig Unternehmensanleihen -net- A

Das erweiterte Angebot im Bereich der Nachhaltigkeitsfonds wird von unseren Kund*innen sehr positiv aufgenommen. Ende 2020 betrug der Anteil im Bereich der Investmentfonds bei Neuanlagen, die einen Nachhaltigkeitsansatz verfolgen, bereits mehr als 50 Prozent. Zum Vergleich: Der Anteil nachhaltiger Fonds am gesamten Fondsmarkt in Deutschland betrug laut einer Studie³⁴ im gleichen Jahr nur 5,4 Prozent.

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

Dazu stehen uns derzeit keine Erhebungen zur Verfügung.

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

Dazu stehen uns derzeit keine Daten zur Verfügung.

Ziel von Marktforschung

Ziel unserer Marktforschung ist die systematische und methodengestützte Gewinnung, Aufbereitung und Analyse von Informationen über das Marktgeschehen, die in unsere beschaffungs-, absatz- und produktionspolitische Entscheidungen einfließen. Als Grundlage dienen uns sowohl objektive (z. B. demografische Angaben, Einkommensstruktur, Absatzzahlen) als auch subjektive (z. B. Meinungen, Absichten, Bewertung des Images) Informationen und Daten. Wir wollen sicherstellen, dass die Interessen und Wünsche unserer Kund*innen bei der Weiterentwicklung von Produkten berücksichtigt werden und diese ihren Ansprüchen und Bedürfnissen gerecht werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele

In Zukunft wollen wir weiter daran arbeiten, Befragungen von Kund*innen auf regelmäßiger Basis durchzuführen und Kund*innen stärker auch direkt in die Entwicklung von Produkten miteinzubeziehen. Damit haben wir bei der Entwicklung von TEO bereits begonnen: von Anfang an wurden unsere Kund*innen in die Tests der einzelnen Versionen eingebunden und ihr Feedback im weiteren Prozess berücksichtigt.

³⁴ Quelle: Marktbericht „Nachhaltige Geldanlagen 2020“ vom Forum Nachhaltige Geldanlagen: <https://www.forum-ng.org/fileadmin/Dokumente/Publikationen/FNG-Marktbericht-2020.pdf>.

D4.2 Produkttransparenz

Transparenz von Produktinformationen

Die Stakeholder*innen-Befragung 2018 hat gezeigt, dass unsere Kund*innen uns mit einer ehrlichen und offenen Kommunikation in Verbindung bringen (86 Prozent) und uns als vertrauenswürdigen (92 Prozent) und fairen (90 Prozent) Unternehmen wahrnehmen.

Wir stellen die Produkttransparenz durch den Ausweis der Konditionen und Preise im Preisaushang und im Preis- und Leistungsverzeichnis sowie die Veröffentlichung der Produktinformationsblätter und Sonderbedingungen sicher. Diese Informationen sind auf unserer Homepage (<https://www.sparda-m.de/formulare-und-downloads-im-ueberblick/>) frei zugänglich. Der Preisaushang und das Preis- und Leistungsverzeichnis liegen zusätzlich in den Filialen aus. Alle gesetzlich vorgeschriebenen Informationspflichten werden von uns erfüllt.

Auch in unseren Beratungsgesprächen werden die Konditionen der vermittelten Produkte vollständig kommuniziert und unseren Kund*innen transparent vor Geschäftsabschluss zur Verfügung gestellt. Unsere Kund*innen sollen sich über die finanzielle Entscheidung sowie mögliche Chancen und Risiken im Klaren sein. Durch individuelle Beratungen stellen wir sicher, dass nur Produkte vermittelt werden, die zu unseren Kund*innen passen.

Ausweisen von allen Inhaltsstoffen und ökologisch relevanten Informationen

Als Finanzdienstleister ist dieser Indikator für uns nicht von Relevanz.

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

Als Finanzdienstleister ist dieser Indikator für uns nicht von Relevanz.

Ausweisen von Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette

Das Ausweisen erfolgt im Passivbereich nur bei Referenzzinsänderungen, die monatliche Sparverträge betreffen. Die Veröffentlichung findet im Preisaushang statt.

Bei Preis- und Zinspolitik sowie den Offenlegungspflichten werden die gesetzlichen Vorgaben erfüllt.

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

Unsere Produktinformationsblätter enthalten alle Produktmerkmale, inklusive der anfallenden Kosten sowie der Preisbestandteile. 100 Prozent unserer Produkte und Dienstleistungen werden mit ihren Preisbestandteilen aufgeführt.

Bekanntheit von Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind (sog. Externalisierung)

Die Externalisierung von Kosten im Finanzdienstleistungssektor, die durch Produkte und Dienstleistungen entstehen, kann theoretisch durch die Nutzung umweltschädlicher

Technologien, den Einsatz umweltschädlicher Rohstoffe, die Förderung von umwelt- oder sozialschädlichen Projekten oder aber auch durch die entstehenden Emissionen eintreten. Unsere Angebote sind so gestaltet, dass möglichst wenige negative sozioökologische Belastungen in Zusammenhang mit diesen auftreten. Dennoch verursachen wir CO₂-Emissionen (*eine detaillierte Aufschlüsselung ist in Kapitel E3.1 zu finden*). Um unsere sozioökologischen Belastungen nicht an andere weiterzugeben, internalisieren wir sie durch Kompensation (z. B. durch das Pflanzen von Bäumen oder den Erwerb von Klimazertifikaten).

Indikator: Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen

Durch die Kompensation unserer gesamten, entstandenen CO₂-Emissionen, die mit unseren Produkten und Dienstleistungen bzw. der damit verbundenen Geschäftstätigkeit in Verbindung stehen, internalisieren wir die entstehenden Kosten und übernehmen Verantwortung für unser Handeln. Somit werden – im Rahmen unserer Möglichkeiten – keine Kosten an andere gesellschaftliche Gruppen oder die Umwelt übertragen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir derzeit keine Möglichkeiten zur Verbesserung.

Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Produkte mit Schadstoffen für Kund*innen oder die Umwelt

Im Rahmen unserer geschäftlichen Aktivität verwenden wir für die Kontoauszugsdrucke Thermopapier, welches ein Bisphenol enthält. Verschiedene Studien sind zu dem Schluss gekommen, dass dieser Stoff eine potenzielle Belastungsquelle für den Menschen darstellt und bei übermäßigem Kontakt zu gesundheitlichen Folgen führen kann. Der Einsatz dieses Papiers im alltäglichen Geschäftsverkehr ist minimal und wir gehen nach Recherchen davon aus, dass keine gesundheitlichen Konsequenzen alleine durch den Kontakt mit unserem Thermopapier entstehen. Die Nutzung dieses Spezialpapiers ist branchenweit üblich.

Schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte

Unsere Produkte führen bei zweckgemäßer Verwendung zu keinen schädlichen Nebenwirkungen.

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

Da unsere Produkte keine Gefahrenstoffe beinhalten und mit keinerlei Gebrauchsrisiken verbunden sind, ist dieser Aspekt für uns nicht relevant.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Wir planen, den Einsatz von Thermopapier weiter zu reduzieren.
- In den vergangenen Jahren haben wir mit der Reduktion unserer Kontoauszugsdrucker begonnen.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

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

Die nachfolgende Tabelle dient als Grundlage für Kapitel E. Sie zeigt unsere Produkte und Dienstleistungen sowie deren Beitrag zu den einzelnen Indikatoren der folgenden Unterkapitel.

Abbildung 14: Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Produkte/Dienstleistungen	Erfüllte Bedürfnisse									Statussymbol oder Luxus		Beitrag zum persönlichen Wachstum/Gesundheit		SDGs - Lösung bzw. Minderung gesellschaftlicher/ökologischer Probleme		Nutzen	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Statussymbol	Luxus	pers. Wachstum	Gesundheit	gesellschaftlich	ökologisch		
Lohn-, Gehalts-, Rentenkonto		x							x	Grundrecht	Grundrecht	-	-	1	-	Einfachnutzen	
Baufinanzierung für private Immobilien in Oberbayern		x					x		x	-	-	Abhängig vom realisierten Projekt	-	11	11	Mehrfachnutzen	
Kredite für Privatkund*innen		x					x		x	Abhängig vom Verwendungszweck	Abhängig vom Verwendungszweck	Abhängig vom Verwendungszweck	-	12	13	Einfachnutzen	
Tages- und Festgeld, Sparpläne		x							x	-	-	-	-	1	-	Einfachnutzen	
Investmentfonds		x							x	x	-	-	-	-	Abhängig von Ausrichtung		Mehrfachnutzen
Bausparverträge		x					x		x	-	-	Abhängig vom realisierten Projekt	-	11	11	Mehrfachnutzen	
Versicherungen		x							x	-	-	-	-	1	-	Mehrfachnutzen	
Elektrotankstellen									x	-	-	-	-	9, 11, 12	7, 11, 13	Mehrfachnutzen	
(Werte-)Kooperation mit Polarstern									x	-	-	-	-	9, 11, 12, 17	7, 11, 13, 17	Mehrfachnutzen	
GSV		x	x	x	x	x	x	x	x	-	-	x	-	1, 2, 3, 4, 9, 11, 17	11, tw. 13	Mehrfachnutzen	
NaturTalent Stiftung gGmbH		x		x	x		x	x		-	-	x	-	4	-	Mehrfachnutzen	
NaturTalent Beratung		x		x	x		x	x		-	-	x	-	4	-	Mehrfachnutzen	

Erfüllte Grundbedürfnisse

Für uns steht das wirtschaftliche und persönliche Wohl unserer Kund*innen und Mitglieder an oberster Stelle und leitet unsere Handlungen und Entwicklungen.

Die einzelnen Angebote zahlen auf diverse Bedürfnisse ein, wobei sich im Bereich der Finanzdienstleistungen vor allem eine starke Konzentration bei den Bedürfnissen *Schutz/Sicherheit* und *Freiheit/Autonomie* zeigt.

Lohn-, Gehalts-, Rentenkonto: Unsere Kontomodelle bieten unseren Kund*innen *Schutz* im Alltag. Mit der Teilnahmemöglichkeit am Zahlungsverkehr ermöglichen wir die Teilhabe am gesellschaftlichen und sozialen Leben. An über 3.200 Geldautomaten und in über 20.000 Märkten können sie kostenlose Bargeldabhebungen vornehmen und werden so in ihrer *Freiheit* und *Autonomie* gestärkt. Ergänzende Onlinefunktionen ermöglichen ihnen den ortsunabhängigen Zugriff auf wichtige Bankenfunktionen und wirken sich weiter positiv auf das Bedürfnis nach *Freiheit* aus.

Baufinanzierung und Bausparverträge: Der Traum der eigenen vier Wände ist häufig ein lang ersehnter Wunsch und gleichzeitig ein großer Schritt. Wir beraten unsere Kund*innen objektiv und kompetent und bieten ihnen optimale Finanzierungslösungen, um sie ihrem Traum ein Stück näher zu bringen. Damit geben wir ihnen Raum für *kreatives Schaffen* und *Autonomie*. Unsere transparenten und langfristigen Konditionen erhöhen den Planungshorizont und kommen dem Bedürfnis nach *Schutz und Sicherheit* nach. So schaffen wir nicht nur einen Nutzen für unsere Kund*innen, sondern fördern auch den Bau von Immobilien in der Region (*Mehrfachnutzen*).

Privatkund*innenkredite: Mit einer individuellen Kreditgestaltung ermöglichen wir unseren Kund*innen, ihrem Wunsch nach *kreativem Schaffen* nachzugehen. Dabei fördern wir Anschaffungen, die ökologische und soziale Vorteile bringen, besonders (z. B. erhielten Kund*innen im Berichtszeitraum 2018 - 2020 beim SpardaAutoKreditGrün einen Zinsnachlass in Höhe von einem Prozent bei der Finanzierung eines Elektro- oder Hybridautos oder eines Elektrofahrrads). Durch transparente und langfristige Konditionen geben wir ihnen *Sicherheit* bei der Planung der nächsten Jahre, schützen sie vor unsicheren Zeiten und ermöglichen ihnen ein *freies* und *autonomes* Handeln. Die Kredite für Privatkund*innen dienen in erster Linie der Finanzierung von individuellen Wünschen und stellen überwiegend einen *Einfachnutzen* für unsere Kund*innen dar.

Investmentfonds: In Zusammenarbeit mit unserem langjährigen Partner Union Investment bieten wir unsere Kund*innen verschiedene Fondssparpläne und Einmalanlagen an, die ihre individuellen Anliegen berücksichtigen. So tragen wir zu ihrem Gefühl von *Schutz/Sicherheit* bei und verleihen ihnen *Freiheit/Autonomie*. Durch die Wahl der Geldanlage, die wir unseren Kund*innen überlassen, können sie auch ethische Präferenzen mit einfließen lassen. Somit können die Fonds ebenfalls zu dem Bedürfnis nach *Identität/Sinn* beitragen. Der entstehende *Mehrfachnutzen* ergibt sich aus dem Vermögensaufbau der Kund*innen bei gleichzeitiger Unterstützung von Projekten und Unternehmen.

Versicherungen: Unabhängig davon, welchen Schritt unsere Kund*innen anstreben - die richtige Versicherung sorgt für *Schutz und Sicherheit* und schafft *Freiheit*, diesen Weg *autonom* gehen zu können. Zusammen mit unserem langjährigen Partner DEVK Versicherungen unterstützen wir unsere Kund*innen in den verschiedenen Lebensbereichen und sichern sie vor ungeahnten Umständen ab. Durch die greifenden Schutzmechanismen im Falle eines Eintritts entsteht für unsere Kund*innen hier ein *Mehrfachnutzen*.

(Werte-)Kooperation mit Polarstern und Bereitstellung von Ökostrom-Tankstellen: Der Wunsch, einen ökologisch oder sozial sinnstiftenden Beitrag zu leisten, wird in der Gesellschaft immer stärker spürbar. Um unsere Kund*innen bei ihrem Bedürfnis nach *Identität und Sinn* zu unterstützen, fördern wir ihr Verhalten durch vergünstigte Konditionen bei Abschluss eines Vertrags zum Bezug von Ökostrom sowie der Möglichkeit, Ökostrom bei uns auf dem Gelände der Zentrale tanken zu können. Dadurch tragen wir nicht nur zu der Bedürfnisbefriedigung der Menschen bei, sondern leisten auch einen Beitrag zum Ausbau des E-(Mobilitäts-)Netzes in unserer Region und schaffen so einen *Mehrfachnutzen*.

Gewinn-Sparverein der Sparda-Bank München e.V. (GSV): 25 Prozent des Reinertrags des GSV kommt Vereinen und Initiativen in Oberbayern zugute. Mit dem Ziel, das Sparen unserer Kund*innen zu fördern und gemeinnützige Projekte zu unterstützen, schafft das Angebot des GSV einen *Mehrfachnutzen*.

NaturTalent Stiftung gGmbH (NTS): Wir leben unseren stärkenorientierten Ansatz nicht nur intern, sondern wollen ihn auch über die Grenzen der Bank hinweg etablieren. Durch die Angebote der NTS ermutigen wir junge Menschen, sich intensiv mit sich selbst auseinanderzusetzen. Das Kennenlernen der eigenen Stärken und deren gezielter Einsatz stellen einen *kreativen Schaffensprozess* dar, der dazu führt, dass die Teilnehmenden ihre eigene *Identität* auf- bzw. ausbauen und ihrem individuellen Weg einen *Sinn* verleihen. Diese Faktoren wirken sich positiv auf ihr *Wohlbefinden* aus. Der *Mehrfachnutzen* entsteht durch die Auseinandersetzung des Individuums mit sich und seinen Talenten sowie der Stärkung im beruflichen Kontext, von dem sowohl die teilnehmenden Unternehmen als auch die zukünftigen Arbeitgeber*innen der Teilnehmenden profitieren.

NaturTalent Beratung (NTB): Die Auseinandersetzung mit den eigenen Stärken und die damit verbundenen Bedürfnisse, die im vorherigen Absatz dargestellt wurden, gelten ebenfalls für die Dienstleistungen der NTB. Zusätzlich zu der Auseinandersetzung mit den eigenen Stärken fördern die Angebote der NTB auch die Auseinandersetzung mit den Stärken von Teammitgliedern und ermöglichen so, Zusammenhänge und Interdependenzen zu *verstehen* und sich in den jeweils anderen *einfühlen* zu können. Dies ist wichtig für die *Teilhabe* an Gruppen und verleiht insbesondere Teams ein Gefühl der *Geborgenheit*. Dabei entstehen Vorteile für das Individuum und das Team/die Organisation, in dem es agiert und stellt somit einen *Mehrfachnutzen* dar.

Eigene Produkte und Dienstleistungen, die Luxusprodukte darstellen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Alternativen ersetzt werden können

Als ‚Bank von Menschen für Menschen‘ verfolgen wir in erster Linie das Ziel, unseren Kund*innen die finanziellen Dienstleistungen zu erbringen, die sie brauchen, um ihre Bedürfnisse zu erfüllen und sich zu entwickeln.

Als genossenschaftliches Finanzinstitut ist es eine unserer zentralen Aufgaben, Kund*innen Kredite zur Verfügung zu stellen und sie mit Liquidität zu versorgen. So kann es vorkommen, dass wir im Rahmen von vergebenen Krediten Objekte finanzieren, die über die Grundbedürfnisse hinausgehen und eine Art Luxus oder Status darstellen. Der Anteil von vergebenen Privatkrediten (Konsumanschaffungen) macht jedoch lediglich einen kleinen Teil der vergebenen Kredite aus.

Beitrag der Produkte und Dienstleistungen zum persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit

Persönliches Wachstum entsteht durch eine kontinuierliche Weiterentwicklung, die durch den Einsatz der eigenen Stärken, dem Ausprobieren von neuem sowie dem ständigen Erlernen neuer Eigenschaften einhergeht. Unsere Produkte und Dienstleistungen können nach unserer Auffassung in unterschiedlicher Weise das persönliche Wachstum unterstützen:

- Die **Baufinanzierungs- und Bausparverträge** sowie in Teilen die **Kredite für Privatkund*innen** ermöglichen unseren Kund*innen, ihre Träume zu realisieren. In dem Prozess beim Erwerb oder der Modernisierung von Immobilieneigentum oder der Finanzierung persönlicher Projekte beschäftigt sich der Mensch intensiv mit dem angestrebten Ziel und nutzt seine Potenziale, um sich weiterzuentwickeln. Da solche Schritte häufig mit großen Veränderungen verbunden sind, wächst er über sich hinaus und erlernt neue Methoden und Kompetenzen.
- Gemeinnützige Einrichtungen und ihre Projekte bieten den Mitgliedern einen wichtigen Raum, um sich auszuprobieren, den eigenen Interessen nachzugehen und sich auszutauschen. Diese Eigenschaften sind Grundvoraussetzungen, um sich kontinuierlich zu entwickeln und in einem konstanten Lernprozess wegweisende Erkenntnisse für die eigene Persönlichkeit zu gewinnen. Wie bereits erwähnt, leisten wir im Rahmen der **finanziellen Förderung durch den GSV** einen Beitrag, um die Region zu unterstützen.
- Die Angebote der **NaturTalent Stiftung gGmbH** fördern persönliches Wachstum durch die Auseinandersetzung mit fundamentalen Fragen, die mit der Gestaltung der eigenen Zukunft verbunden sind. Das Kennenlernen und Verstehen der eigenen Stärken und Talente sowie dem passenden beruflichen Umfeld sind für Jugendliche von enormer Bedeutung, um sich gestärkt entwickeln zu können und zu wachsen.
- Die **NaturTalent Beratung** unterstützt andere Unternehmen und Organisationen darin, eine Unternehmenskultur zu etablieren, in der die Menschen Erfüllung in ihrer Arbeit erfahren und dieser mit Begeisterung nachgehen. Durch die diversen Dienstleistungsangebote, die wir zu Beginn des Berichts vorgestellt haben, wie Workshops, Coachings und Seminare, beschäftigen sich die Beteiligten intensiv mit ihren Stärken und ihrer Arbeit und wachsen sowohl auf persönlicher Ebene als auch im Team.

Lösung bzw. Minderung von gesellschaftlichen bzw. ökologischen Problemen

Im Berichtszeitraum haben wir damit begonnen, uns intensiver mit den UN-Entwicklungszielen (= Sustainable Development Goals, kurz SDGs) auseinanderzusetzen und unseren Beitrag auf die Erreichung dieser identifiziert. Im Folgenden zeigen wir auf, welchen Beitrag unsere einzelnen Produkte und Dienstleistungen zur Lösung gesellschaftlicher und ökologischer Herausforderungen leisten und somit auf die SDGs einzahlen:

- **Lohn-, Gehalts-, Rentenkonto und Tages- und Festgeld, Sparpläne:** Das eigene Konto schützt unsere Kund*innen primär vor Verschuldung und Armut und leistet somit einen Beitrag zur Erreichung von *SDG 1 (Keine Armut)*.
- **Baufinanzierung und Bausparverträge:** Eine zentrale Herausforderung in Deutschland ist die zunehmende Wohnungsnot. Durch die Unterstützung unserer Kund*innen beim Erwerb neuen Wohnraums oder der Modernisierung von vorhandenem Wohnraum unter Berücksichtigung energieschonender und umweltfreundlicher Baumaßnahmen, leisten wir mit unseren Angeboten im Bereich der Baufinanzierung und Bausparverträge einen Beitrag zu *SDG 11 (Nachhaltige Städte und Gemeinden)*.
- **Privatkund*innenkredite:** Wie bereits aufgeführt, versuchen wir Anreize zu setzen, um Konsumententscheidungen in eine nachhaltige Richtung zu lenken. Dabei geht es insbesondere um die Finanzierung umweltfreundlicher und langlebiger Alternativen. Damit leisten wir einen Beitrag zu den *SDGs 12 (Nachhaltige/r Konsum und Produktion) und 13 (Maßnahmen zum Klimaschutz)*.
- **Investmentfonds:** Im Falle eines Aufbaus von Vermögen trägt er dazu bei, die Kund*innen vor Armut zu bewahren (*SDG 1*). Weitere SDGs können je nach Ausrichtung des Fonds erreicht werden. Durch seine Wirkung kann er auf einige weitere ökologische und gesellschaftliche Ziele einzahlen.
- **Versicherungen:** Der Schutz vor finanziellen Unwägbarkeiten ist die primäre Funktion einer Versicherung. Es gilt, Risiken abzusichern und Betroffene vor einer möglichen Armut zu bewahren (*SDG 1*).
- **(Werte-)Kooperation mit Polarstern und die Bereitstellung von Ökostrom-Tankstellen:** Die Verbesserung der Infrastruktur und der Ausbau nachhaltiger Verkehrsmittel ist ein primäres Ziel in der nachhaltigen Stadtentwicklung (*SDG 11*). Wir bieten Ökostrom-Tankstellen für Elektroautos und E-Bikes und stärken so das E-(Mobilitäts-)Netz in München. So erreichen wir nicht nur ein Umdenken in den Verhaltensweisen der Nutzer*innen durch nachhaltige Alternativen (*SDG 12*), sondern leisten zeitgleich einen direkten Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz (*SDG 13*) sowie zum Ausbau der Infrastruktur (*SDG 9 - Industrie, Innovation und Infrastruktur*).
- **Gewinn-Sparverein der Sparda-Bank München e.V. (GSV):** Unter *Kapitel E2.2* gehen wir näher auf beispielhafte Projekte und Einrichtungen ein, die der GSV mit Spendengeldern unterstützt. Diese haben vielfältige Schwerpunkte und setzen sich für unterschiedliche ökologische und soziale Maßnahmen und Ziele ein. Aus diesem Grund zahlen die Aktivitäten des GSV auf mehrere SDGs ein.
- **NaturTalent Stiftung gGmbH (NTS):** Damit Menschen mit innovativen Lösungen zu den größten Herausforderungen der Welt beitragen können, ist eine hochwertige Bildung unabdingbar. Durch die Identifikation der eigenen Stärken und Talente und die Beschäftigung mit einem möglichen passenden beruflichen Umfeld bringen wir

Menschen an einen Punkt, an dem sie ihr Potenzial gezielt einsetzen können, um zufrieden und erfolgreich den eigenen Weg zu finden und wirken so auf *SDG 4 (Hochwertige Bildung)* ein. Mit der Entwicklungsförderung von Jugendlichen verfolgen wir außerdem das Ziel, Chancenungleichheit zu reduzieren und ihnen einen verbesserten Einstieg in das Berufsleben zu ermöglichen.

- **NaturTalent Beratung (NTB):** Auch die NTB zahlt mir ihren Angeboten auf *SDG 4* ein. Die einzelnen Dienstleistungen fördern insbesondere das mit dem Entwicklungsziel verbundene lebenslange Lernen für alle. Dies geht damit einher, gemeinsam zu agieren und so von- und miteinander zu lernen.
- **Werte-Kooperation mit LENA:** Die Online-Plattform der LENA Nachhaltigkeits GmbH zahlt mit ihren Themen, Produkten und Dienstleistungen rund um das Thema Nachhaltigkeit vor allem auf die *SDG 3 und 4* ein.

Bei einigen Angeboten arbeiten wir kooperativ mit anderen Akteur*innen zusammen. Partnerschaften sind der Schlüssel, um die von uns angestrebten Ziele zu erreichen. Nur gemeinsam können wir nachhaltig etwas bewirken und einen Beitrag zu den großen Herausforderungen der Welt leisten. Somit ist *SDG 17 (Partnerschaften zur Erreichung der Ziele)* bei vielen unserer Leistungen wiederzufinden und von zentraler Bedeutung.

Indikator: Anteil der Nutzenart in Prozent des Gesamtumsatzes

Die detaillierte Aufschlüsselung der einzelnen Produkte in *Abbildung 14* zeigt, dass alle angebotenen Produkte und Dienstleistungen zu einzelnen Grundbedürfnissen beitragen. Die Angebote, die durch den GSV und die NaturTalent-Töchter geschaffen werden, dienen in hohem Maß der (persönlichen) Entwicklung der Menschen. Der prozentuale Anteil, zu dem die weiteren Produkte und Dienstleistungen zur Entwicklung der Menschen und der Erde/Biosphäre beitragen, lässt sich nicht genau ermitteln. Dies ist situationsbedingt und von unterschiedlichen Faktoren abhängig. Alle unsere Produkte leisten einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher oder ökologischer Probleme gemäß der SDGs und stellen einen Mehrfach- oder Einfachnutzen dar.

Tabelle 37: Anteil der Nutzenart in Prozent des Gesamtumsatzes

Erfüllt Grundbedürfnisse	100 %
Erfüllt das Bedürfnis nach Statussymbolen bzw. Luxus	< 5 %
Dient der Entwicklung der Menschen	25 %
Dient der Entwicklung der Erde/Biosphäre	Keine Auswertung möglich
Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme laut UN-Entwicklungszielen	100 %
Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen	100 %
Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen	0 %
Negativ-Nutzen	0 %

Verbesserungspotenziale/Ziele

Ein zentrales Anliegen ist für uns der Ausbau unseres Produktportfolios. Für die Zukunft wollen wir unser Produktangebot auf Basis gemeinwohlorientierter Kriterien erweitern und so eine noch stärkere Wirkung für die Gesellschaft erzielen.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Beitrag der Produkte und Dienstleistungen zur Stärkung der Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben

Die Stärkung der Gemeinschaft ist tief in unseren genossenschaftlichen Wurzeln verankert. Durch unsere Produkte und Dienstleistungen stärken wir unsere Mitglieder und Kund*innen und die darüber hinaus erreichten Menschen im Privat- und Berufsleben.

Unsere Finanzangebote richten sich ausschließlich an Privatkund*innen. Sie sichern unsere Kund*innen ab und ermöglichen es ihnen, Vermögen aufzubauen, zu sparen oder geplante Projekte zu finanzieren und umzusetzen. Durch individuelle Angebote und faire und transparente Konditionen schaffen wir zusätzliche Sicherheiten und stärken zeitgleich die heimische Wirtschaft.

Eine direkte Stärkung der Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben erreichen wir insbesondere durch die Angebote der NaturTalent Stiftung und Dienstleistungen der NaturTalent Beratung.

Im Kern geht es bei der NaturTalent Stiftung gGmbH um die talent- und stärkenorientierte Berufsorientierung: Vor dem Hintergrund der intensiven Auseinandersetzung mit der eigenen Einzigartigkeit, den eigenen Bedürfnissen, der eigenen Ausstrahlung, den eigenen Werten, den eigenen „naturmäßig“ gegebenen Begabungen und Interessen, werden die Menschen bei der Beantwortung der Frage begleitet, welcher Beruf und welches berufliche Umfeld möglichst exakt zu ihrer Einzigartigkeit passt. Die Zielgruppen sind Schüler*innen und Student*innen und kommen vor allem aus dem schulischen Kontext (Realschule, Wirtschaftsschule, Fachoberschule, Hochschulen).

Die Angebote der NaturTalent Beratung GmbH befähigen Menschen, ein grundlegendes Verständnis über die eigenen Stärken und über die Stärken der Mitglieder des Teams/der Organisation zu erlangen. Dieses Verständnis hilft dabei, Handlungen und Reaktionen von ihnen nachvollziehen zu können und langfristig harmonischer miteinander arbeiten zu können. Die Etablierung einer stärkenorientierten Unternehmenskultur hat positive Auswirkungen auf die Zusammenarbeit im Team und verstärkt Eigenschaften wie Engagement, Motivation oder Loyalität. Die Zielgruppe der NaturTalent Beratung GmbH sind Unternehmen und Organisationen aller Art.

Indikatoren: Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr und Anzahl der erreichten Menschen

Die nachfolgende Tabelle zeigt einzelne Maßnahmen sowie deren Wirkung und erreichte Interessensgruppen. Nicht an allen Stellen ist es uns möglich, konkrete Aussagen zu der Anzahl erreichter Menschen zu treffen. In diesen Fällen haben wir alternative Kennzahlen ausgewiesen, die einen Eindruck von der Reichweite geben.

Tabelle 38: Aktivitäten/Maßnahmen

Maßnahme	Wirkung	Erreichte Interessens-Gruppe	2018		2019		2020	
			Anzahl der Aktivitäten/ Publikationen	Anzahl der erreichten Menschen	Anzahl der Aktivitäten/ Publikationen	Anzahl der erreichten Menschen	Anzahl der Aktivitäten/ Publikationen	Anzahl der erreichten Menschen
Kommunikationsmittel:								
Sparda aktuell (Magazin für Kund*innen)	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung für ausgewählte Themen Informationen über aktuelle Geschehnisse, Aktionen, Projekte und Kooperationen 	Kund*innen, Gesellschaft	12 (pro Jahr)	Ø 35.912 Exemplare pro Auflage	12 (pro Jahr)	Ø 33.585 Exemplare pro Auflage	12 (pro Jahr)	Ø 31.758 Exemplare pro Auflage
Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung für ausgewählte Themen 	Abonent*innen der Newsletter	12 (pro Jahr)	8.100	12 (pro Jahr)	8.500	12 (pro Jahr)	8.800
Social-Media	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung für ausgewählte Themen Aufklärung zu unterschiedlichen Themengebieten (u. a. Umwelt- und Klimaschutz, Armutsbekämpfung...) 	Abonent*innen unserer Social-Media-Kanäle ³⁵	Facebook: ca. 4 Beiträge/ Woche Instagram: ca. 2 Beiträge/ Woche Twitter: ca. 2 Beiträge/ Woche WhatsApp/ Messenger: ca. 3-4 Beiträge/ Monat	Facebook: 8.500 Instagram: 950 Twitter: 700 WhatsApp/ Messenger: 2.500	Facebook: ca. 4 Beiträge/ Woche Instagram: ca. 2 Beiträge/ Woche Twitter: ca. 2 Beiträge/ Woche WhatsApp/ Messenger: ca. 3-4 Beiträge/ Monat	Facebook: 8.900 Instagram: 1.300 Twitter: 750 WhatsApp/ Messenger: 2.600	Facebook: ca. 4 Beiträge/ Woche Instagram: ca. 2 Beiträge/ Woche Twitter: ca. 2 Beiträge/ Woche WhatsApp/ Messenger: ca. 3-4 Beiträge/ Monat	Facebook: 8.900 Instagram: 1.400 Twitter: 800 WhatsApp/ Messenger: 4.300

³⁵ Bei der Anzahl der erreichten Menschen handelt es sich um die Gesamtzahl der Abonent*innen des jeweiligen Social-Media-Kanals. Diese Zahl zeigt die Größe der potenziellen Zielgruppe, die ein Beitrag/Video/etc. erreichen kann.

			YouTube: ca. 6 Videos/Jahr	YouTube: 200	YouTube: ca. 6 Videos/Jahr	YouTube: 250	YouTube: ca. 6 Videos/Jahr	YouTube: 300
Regelmäßige Aktionen/Angebote:								
„Ein Baum für jedes neue Mitglied“	<ul style="list-style-type: none"> Förderung des Umweltschutzes Aufforstung in der Region 	Neukund*innen, Gesellschaft	1	15.700	1	14.700	1	8.000
Talentschmiede-Seminare der NTS (NaturTalent Stiftung)	<ul style="list-style-type: none"> Persönlichkeitsentwicklung durch Stärkenidentifikation Schaffung von Sicherheit durch Begleitung bei der Berufswahl 	Schüler*innen	146	1.646	168	1.875	114 ³⁶	1.194
Bestellungen Polarstern	<ul style="list-style-type: none"> Förderung alternativer Energiequellen Ausbau eines umweltschonenden Stromnetzes 	Kund*innen	-	196 Bestellungen	-	244 Bestellungen	-	149 Bestellungen
Ökostrom-Tankstellen	<ul style="list-style-type: none"> Förderung des E-(Mobilitäts-) Netzes in München Anreiz zur Nutzung alternativer Verkehrsmittel 	Jede/r	847 kW	663 ³⁷	1.276 kW	1.067 ³³	ca. 17.000 kW ³⁸	3.003 ³³

³⁶ Durch die Corona-Pandemie konnten in 2020 nicht alle Seminare in Präsenzform durchgeführt werden. Die Seminare werden in 2021 nachgeholt.

³⁷ Als Indikator für die Anzahl der erreichten Menschen wurden die Anzahl der ausgeführten Tankladungen genutzt. Es besteht somit die Möglichkeit, dass einzelne Nutzer*innen mehrfach berücksichtigt wurden.

³⁸ Lange wurde ein falscher, viel zu niedriger Wert an den Messstellenbetreiber (DB Netze) übermittelt. In 2020 erfolgte eine Nachrüstung der Anlage (Zähler), sodass in der Zukunft von korrekten Angaben ausgegangen werden kann.

Werte-Botschafter³⁹	<ul style="list-style-type: none"> • Unterstützung des Vereinslebens in der Region • Finanzierung spezieller Projekte oder Vereinsaktivitäten 	Gemeinnützige Vereine in der Region Oberbayern	-	-	40	45 geförderte Vereine	41	-
AKM Vorlesetag⁴²	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffen eines Alltagsausgleichs • Gestaltung von Freizeit und Momenten der Erholung (Gesundheitsförderung) 	Familien der betroffenen Einrichtung	1	ca. 20	1	ca. 20	-	-
Informationsveranstaltung ,Tatort www – Sicherheit im Internet‘	<ul style="list-style-type: none"> • Schutz der Privatsphäre im Internet • Korrektes Verhalten in sozialen Netzwerken und beim Online-Banking • Datenschutz 	Jede/r	1	80	1	73	-	-
Webinar ,Vorsicht Trickbetrug‘⁴³	<ul style="list-style-type: none"> • Aufklärung über das Thema ,Trickbetrug‘ sowie Vorgehensweise im Verdachtsfall • Prävention durch Vermittlung von hilfreichen Tipps zum Schutz möglicher Betroffener 	Jede/r	-	-	-	-	4	212

³⁹ Zeitlich begrenzte Aktion in 2018, bei der sich gemeinnützige Vereine um Spendengelder aus dem GSV bewerben konnten. Aktion wird regelmäßig durchgeführt.

⁴⁰ Die Aktion wurde über vielfältige Wege kommuniziert (u. a. Pressemitteilungen, Flyer etc.) und hat somit viele Kund*innen und Nicht-Kund*innen erreicht. Eine genaue Anzahl lässt sich nicht schätzen.

⁴¹ Im Jahr 2020 fand die Corona-Spendenaktion ,Ein Herz für Helfer‘ statt, weswegen die Aktion ,Werte-Botschafter‘ nicht durchgeführt wurde. Diese wird weiter unten aufgeführt.

⁴² Veranstaltung in Zusammenarbeit mit der Stiftung Ambulantes Kinderhospiz München (AKM), an der betroffene Familien zu einem freien Nachmittag eingeladen wurden.

⁴³ In Kooperation mit dem Polizeipräsidium München wurden die Teilnehmenden über die Tricks der Betrüger*innen informiert. Das Format soll auch in Zukunft regelmäßig durchgeführt werden.

Weitere Veranstaltungen, die im Berichtszeitraum 2018 - 2020 <u>einmalig</u> stattgefunden haben:								
Baumpflanzaktion ‚Mein Lieblingsbaum‘⁴⁴	<ul style="list-style-type: none"> Förderung des Umweltschutzes Aufforstung in der Region 	Gesellschaft	1	6.000	-	-	-	-
Vortrag ‚Sterben für Anfänger‘	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilisierung für einen angstfreien Umgang mit dem Thema Aufklärung zu wichtigen Vorsorgemaßnahmen 	Jede/r	1	86	-	-	-	-
Bezirksentscheid – Vorlesewettbewerb des Börsenvereins⁴⁵	<ul style="list-style-type: none"> Stärkung des gemeinschaftlichen Lese-Erlebnisses mit dem Ziel, Familien und Kindern die Faszination der Bücher näherzubringen Bildungsförderung 	Jede/r	1	70	-	-	-	-
Informationsveranstaltung ‚digital danach‘⁴⁶	<ul style="list-style-type: none"> Aufklärung zum Umgang mit den digitalen Spuren im Rahmen des Nachlasses 	Jede/r	1	46	-	-	-	-
Corona-Spendenaktion ‚Ein	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung von Vereinen, die in Zeiten der Corona-Pandemie besonders gefordert waren 	Gemeinnützige Organisationen in der Region Oberbayern	-	-	-	-	1	45 gemeinnützige Organisationen

⁴⁴ Im Rahmen der Socia-Media-Aktion ‚Mein Lieblingsbaum‘ haben 2017 rund 10.000 Menschen in unterschiedlichen sozialen Netzwerken ihren persönlichen Lieblingsbaum genannt; 4.000 Bäume wurden bereits 2017 gepflanzt; die restlichen 6.000 Stück in 2018.

⁴⁵ Der Vorlesewettbewerb wird ausgerichtet vom Deutschen Bundeshandel und steht unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten. Schüler*innen der Jahrgangsstufe sechs lesen aus ihren Lieblingsbüchern vor.

⁴⁶ Die Veranstaltung wurde von einem ‚Profi-Hacker‘ geleitet und zeigte anhand von Live-Hacking Demonstrationen, wie schnell Sicherheitssysteme umgangen werden können.

Herz für Helfer ⁴⁷								
Externe Aktionen, die wir unterstützt haben oder in deren Rahmen wir Veranstaltungen durchgeführt haben:								
Münchner Klimaherbst⁴⁸	<ul style="list-style-type: none"> • Verankerung des Themas Klimawandel im regionalen Bezug Münchens • Aufklärung und Vermittlung von Tipps zur Umsetzung im Alltag • Ermöglichung des Austauschs und der Vernetzung 	Jede/r	1	202	1	106	1 ⁴⁹	68
Umwelt-akademie⁵⁰	<ul style="list-style-type: none"> • Bildungsförderung in Umweltthemen • Aufklärung zu umweltbezogenen Themen • Vermittlung möglicher Maßnahmen zur Umsetzung im Alltag • Aufklärung zu gesunder Ernährung 	Jede/r	2	ca. 40	1	106 ⁵¹	0	0

⁴⁷ Mit einem Sonderbudget in Höhe von 100.000 Euro wurden gemeinnützige Organisationen aus den Bereichen Senioren- und Obdachlosenhilfe, Depressionsprävention und Prävention im Bereich ‚Gewalt gegen Frauen‘ sowie lokale Tafeln unterstützt. Sie konnten sich um eine Spende bewerben.

⁴⁸ Einmal jährlich stattfindende Aktion mit insgesamt ca. 100 Veranstaltungen rund um die Themen Klimaschutz, Klimawandel und Klimawandelfolgen, die der Vernetzung von Akteur*innen und dem Schaffen einer Plattform dient. In diesem Rahmen hat die Sparda-Bank München eG in den Berichtsjahren 2018/2019 jeweils eine Veranstaltung organisiert: 2018 war es ein Kabarettabend mit Severin Gröbner unter dem Titel: ‚Der Abendgang des Unterlands‘, 2019 wurde in Kooperation mit der Umweltakademie ein Ideen-Slam für Jugendliche zu der Frage ‚Wie bewegt sich München in (die) Zukunft?‘ organisiert.

⁴⁹ Im Rahmen des Klimaherbsts 2020 fand ein digitaler Quizabend statt, der gemeinsam mit der Quizkantine organisiert wurde. In mehreren Runden traten die Teams gegeneinander an und maßen sich in verschiedenen Kategorien wie ‚Umwelt‘ oder ‚München‘. Aufgrund von Corona musste der Quizabend auf Anfang 2021 verschoben werden.

⁵⁰ Plattform für Informationen und Diskussionen; Bildungsinstitution zu Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz: Themen im Berichtszeitraum 2018 - 2020: ‚Gesunde Ernährung – Der Blockbuster für ein langes Leben‘ und ‚Nano-Partikel: Nicht nur im Essen, nicht nur im Meer‘.

⁵¹ Die Zahl ist identisch mit der Zahl der Teilnehmenden an der Klimaherbst-Veranstaltung in 2019, da diese in Kooperation mit der Umweltakademie durchgeführt wurde und an beiden Stellen aufgeführt ist.

Erreichen von Interessensgruppen außerhalb des Unternehmens

Im Kern erreichen wir durch die von uns angebotenen Leistungen Privatpersonen, aber auch Unternehmen, Kommunen, Schulen und gemeinnützige Organisationen und die dort jeweils eingebundenen Menschen. Dazu zählen die lokale Bevölkerung, Mitarbeitende sowie Schüler*innen. Bei der Umsetzung unserer diversen Maßnahmen ist es für uns wichtig, verschiedene Zielgruppen anzusprechen. Aus diesem Grund sind die von uns organisierten oder unterstützten Aktivitäten überwiegend für jede/n zugänglich und richten sich nur in Ausnahmen an definierte Zielgruppen.

Wirkung der Maßnahmen

Bei den vorgestellten Maßnahmen handelt es sich überwiegend um bewusstseins-schaffende Aktivitäten. Wir möchten Menschen dazu anregen, ihr Verhalten zu reflektieren und so zu ändern, dass es zum Wohl der Gemeinschaft ist. Bildung und Wissen stellen dabei zentrale Säulen dar, um ein entsprechendes Bewusstsein zu erlangen und Menschen zu befähigen, die Auswirkungen ihres Handelns und die von ihnen getroffenen Entscheidungen im Vorfeld abschätzen und bewerten zu können. Nur dadurch können Einstellungs- und Verhaltensänderungen erzielt werden.

Im Rahmen der (Bildungs-)Veranstaltungen und Kommunikationsmaßnahmen thematisieren wir unterschiedliche Bereiche, die über Finanzaspekte hinausgehen und gesellschaftsrelevante Aspekte oder aktuelle Herausforderungen aufgreifen. Neben der Vermittlung von Fakten geben wir den Teilnehmenden/Leser*innen konkrete Handlungsempfehlungen mit an die Hand. Schwerpunkte waren in den Berichtsjahren 2018 - 2020 insbesondere der Umwelt- und Klimaschutz sowie die Digitalisierung.

Durch weitere Aktivitäten (Baumpflanzaktion, (Werte-)Kooperation mit Polarstern, Ökostrom-Tankstellen) wollen wir das erwünschte Verhalten vorleben und Anreize zu Verhaltensänderungen schaffen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Wir sehen Potenzial im Ausbau unseres nachhaltigen, gemeinwohlorientierten Produktportfolios sowie der Sensibilisierung unserer Kund*innen für dieses Thema. Damit wollen wir uns in den nächsten Jahren noch stärker auseinandersetzen.
- Mit LENA (ausführliche Informationen sind dem *Kapitel D2.1* zu entnehmen) verfügen wir über eine weitere Möglichkeit, um Menschen zu sensibilisieren und Anreize zu schaffen, den eigenen Lebensstil nachhaltiger zu gestalten. Die von LENA angebotenen Funktionen erreichen Menschen über unseren Kund*innenstamm hinaus. Ziel für die Zukunft ist es, die Reichweite der Plattform auszubauen und den Nutzer*innen Orientierungshilfen zu einem nachhaltigeren Verhalten zu geben.

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Direkte und indirekte negative Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen

Bei allen Aktivitäten und Handlungen berücksichtigen wir unsere genossenschaftlichen Wurzeln und die damit einhergehenden Werte. Das Angebot unethischer oder menschenunwürdiger Produkte und Dienstleistungen widerspricht den genossenschaftlichen Grundsätzen und findet somit bei uns keine Anwendung.

Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten

Wir achten darauf, notwendige Ressourcen achtsam einzusetzen und unsere Auswirkungen auf die Umwelt so minimal wie möglich zu halten. Aufgrund unserer Geschäftstätigkeit, die sich auf Deutschland beschränkt, gehen wir davon aus, nicht an der Verletzung von Menschenrechten und menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen zu partizipieren.

Indikator: Umsatzanteil der unethischen Produkte und Dienstleistungen

Der Umsatzanteil unethischer Produkte und Dienstleistungen beträgt null Prozent.

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

Dazu liegen uns keine Erhebungen vor.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Direkter materieller Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens

Als ein in Deutschland ansässiges Unternehmen unterliegen wir den hier geltenden steuerlichen und sozialversicherungsrechtlichen Vorgaben. Die Umsetzung dieser und die Abführung der daraus resultierenden Steuern und Abgaben gehören für uns zu einer Selbstverständlichkeit. Diese leisten einen direkten Beitrag zur Sicherung des Gemeinwesens.

Erhalt direkter materieller Unterstützungen vom Gemeinwesen

Wir haben in den Berichtsjahren 2018 - 2020 keine unternehmensbezogenen Subventionen oder Förderungen erhalten.

Indirekter materieller Beitrag durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und damit verbundenen Steuern und Abgaben

In unserer Funktion als regional ansässige Bank übernehmen wir nicht nur Verantwortung im Rahmen unserer Haupttätigkeit als Finanzintermediärin, sondern leisten gleichzeitig einen Beitrag zur Gesellschaft in unserer Rolle als Arbeitgeberin. In dieser Rolle kommen wir auch den damit verbundenen Zahlungen von Steuern und Abgaben nach.

Indikatoren: Umsatz und Nettoabgabenquote

Als eingetragene Genossenschaft sind wir körperschaftssteuerpflichtig. Neben den gezahlten Ertragssteuern (Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer) zahlen wir ebenfalls die Lohnsteuer sowie die Sozialversicherungsbeiträge.

Die folgende Auflistung zeigt unseren Umsatz sowie die zur Nettoabgabenquote gehörenden Beiträge, die wir im Berichtszeitraum 2018 - 2020 geleistet haben. Abschließend weisen wir unsere Wertschöpfung aus, die in unserem Fall das Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit ist:

Tabelle 39: Umsatz und Nettoabgabenquote 2018 - 2020

	2018 (in Euro)	2019 (in Euro)	2020 (in Euro)
Umsatz ⁵²	133.883.322	134.718.632	145.434.911
Nettoabgabenquote:			
• Effektiv gezahlte Ertragssteuern	12.066.594	7.905.354	8.237.598
• Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge	6.362.274	6.540.438	6.427.173
• Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme	14.151.381	13.838.683	13.575.426
Ergebnis der normalen Geschäftstätigkeit	31.089.588	33.058.137	33.007.101

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Aufwendungen für freiwilliges gesellschaftliches Engagement

Als Unternehmen möchten wir der Gesellschaft, die uns trägt und unser Bestehen möglich macht, etwas zurückgeben. Wir erhalten von ihr wichtige Ressourcen z. B. in Form von Infrastruktur oder Humankapital. Im Gegenzug geben wir ihr etwas in Form von freiwilligen Beiträgen zurück. Seit vielen Jahren fördern wir die Region mittels verschiedener Spenden-

⁵² Wir definieren den Umsatz aus dem Ergebnis von Zinserträgen, Zinsaufwendungen, laufenden Erträgen aus Aktien etc., Provisionserträgen, Provisionsaufwendungen und sonstigen betrieblichen Erträgen.

und Sponsoringaktivitäten. Ein besonderer Fokus liegt auf der Unterstützung regional ansässiger gemeinnütziger Organisationen in den Bereichen Bildung, Soziales, Kultur und Umwelt.

Indikator: Geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen

2018 haben wir mit mehr als 3,3 Millionen Euro einen Beitrag zum Gemeinwesen geleistet; 2019 waren es rund 2,9 Millionen Euro. Im Berichtsjahr 2020 wurden rund 2,8 Millionen Euro an freiwilligen Leistungen für das Gemeinwesen zur Verfügung gestellt.

Ein Großteil der Unterstützung stammt aus Spenden aus dem Reinertrag des 1952 gegründeten Gewinn-Sparverein der Sparda-Bank München e.V. (GSV). Die Wahl der geförderten Maßnahmen wird grundsätzlich in Bezug auf die Sinnstiftung und den Nutzen für das Gemeinwohl getroffen. Der GSV berichtet transparent über die geförderten Projekte und kommuniziert offen über seine Spenden- und Geschäftsaktivitäten auf der Webseite (<https://www.sparda-m.de/gewinn-sparverein-ueber-den-gewinn-sparverein/>) und in den Jahresberichten (<https://www.sparda-m.de/presse-geschaeftsberichte/>).

Dank der Treue und Unterstützung der Mitglieder des GSV können wir jedes Jahr gemeinnützige Organisationen, Vereine und Initiativen in unserer Region bei der Umsetzung ihrer Projekte unterstützen. 2018 leistete der GSV einen Beitrag zum Gemeinwesen in Höhe von rund 3,0 Millionen Euro in 815 Einzelspenden; 2019 belief sich der Betrag auf rund 2,8 Millionen Euro und kam 701 Projekten zu. Im Jahr 2020 wurden ebenfalls rund 2,8 Millionen Euro für 610 Einzelspenden bereitgestellt.

Tabelle 40: Spendenübersicht GSV

Spendenkategorie	2018 (in Euro)	2019 (in Euro)	2020 (in Euro)
Soziales	1.149.619	1.125.205	1.209.100
Bildung	752.799	761.398	780.200
Sport	361.480	323.960	271.910
Kultur	353.968	280.370	201.400
Umwelt	269.550	194.840	136.950
Gesundheit	111.100	113.770	162.500
Tierschutz	56.000	41.000	40.500

In den Jahren 2018 - 2020 konnten wir mit den Fördersummen viele gemeinnützige Projekte unterstützen. Es gibt einige Organisationen und Projekte, mit denen wir eine langjährige Zusammenarbeit pflegen und die wir regelmäßig finanziell unterstützen. Diese wurden im vierten Gemeinwohl-Bericht ausführlich vorgestellt und erhielten auch im Berichtszeitraum 2018 - 2020 Förderleistungen.

Dazu zählen:

- **LichtBlick Seniorenhilfe e.V.:**

Die Sparda-Bank München eG bzw. der Gewinn-Sparverein der Sparda-Bank München e.V. unterstützen den Verein LichtBlick Seniorenhilfe e. V. seit 2007. Der Verein setzt sich für notleidende Senior*innen ein, die gerade in Metropolregionen wie München häufig von Altersarmut und damit verbunden auch von Einsamkeit betroffen

sind. Rückzug und Vereinsamung führen für viele Betroffene zu einer Abspaltung von der Gesellschaft, der Verein möchte den Kreislauf der Isolation durchbrechen und die finanzielle und seelische Not der Senior*innen lindern. Die Sparda-Bank München eG und der Zeitungsverlag Münchner Merkur unterstützen in einer gemeinsamen Kooperation den Verein LichtBlick Seniorenhilfe e. V. mit einer jährlichen Spenden- und Patenschaftsaktion.

- **NaturTalent Stiftung gGmbH:**

Die Sparda-Bank München eG ist alleinige Gesellschafterin der NaturTalent Stiftung gemeinnützige GmbH (NTS). Die NaturTalent Stiftung unterstützt insbesondere Jugendliche in der Phase der Berufswahl. Zu viele Möglichkeiten führen zu Unsicherheit und Frustration bei der Studien- und Berufsorientierung. In eintägigen Talenteschmiede-Intensivseminaren lernen die Schüler*innen, ihre Talente zu verstehen, und erarbeiten fünf konkrete Berufsvorschläge. Die Seminare werden in der Regel an der Schule durchgeführt. Durch die Förderung aus dem GSV – exklusiv für Oberbayern – ist die Teilnahme für die Schüler*innen weitgehend kostenlos (Eigenbeitrag 25 Euro pro Schüler).

- **Münchner Familienpass:**

Der Münchner Familienpass ist im Jahr 2008 auf Initiative der Sparda-Bank München eG entstanden. Der Familienpass ermöglicht Familien aus München und dem nahen Umland, Freizeitaktivitäten kostengünstig zu nutzen (z.B. Workshopangebote, Gutscheine und viele attraktive Ermäßigungen).

- **Münchner Klimaherbst:**

Seit 2007 führt der gemeinnützige Verein Klimaherbst jährlich die Veranstaltungsreihe Münchner Klimaherbst durch. Zusammen mit verschiedenen Partner*innen aus Zivilgesellschaft und Wissenschaft werden in diesem Rahmen mehr als 100 verschiedene Veranstaltungen - passend zum jeweiligen Jahresmotto - organisiert, bei denen Teilnehmer*innen über Nachhaltigkeitsthemen informiert und zu aktivem Klima- und Umweltschutz motiviert werden.

Daneben gibt es viele Einzelprojekte von gemeinnützigen Organisationen, über deren Förderung im Rahmen eines Spendenantrags entschieden wurde. Da die Vorstellung aller Projekte den Rahmen sprengen würde, stellen wir nachfolgend ausgewählte Beispiele aus jeder Spendenkategorie vor:

Soziales: Hummelkind-Visite e.V.

Im Mittelpunkt der Arbeit von Hummelkind-Visite e.V. steht die Schaffung einer angenehmen und fröhlichen Atmosphäre auf Kinderstationen, um so den Krankenhausaufenthalt der jungen Patient*innen zu verschönern. Gemeinsam mit der Plüschhummel ‚Simon‘ gibt es neben kleinen Geschenken auch eine kindgerechte Aufklärung rund um die Krankheit und die Behandlung. 2018 und 2020 erhielt der Verein jeweils 25.000 Euro aus dem Spendentopf des GSV. Alles rund um den Verein ist detailliert auf der Homepage einsehbar: <https://hummelkindvisite.de/>.

Bildung: Lesefüchse e.V.

Das Ziel des Vereins Lesefüchse e.V. ist es, Kinder zu ermutigen, Bücher zu lesen und so die Lesekompetenz zu fördern, die durch den zunehmenden Einfluss digitaler Angebote häufig in den Hintergrund rückt. In wöchentlich stattfindenden Vorleseaktivitäten geht der Verein diesem Ziel nach und leistet durch die Sprachförderung und die Konzentrationsfähigkeit einen Beitrag zur Chancengleichheit. Der GSV unterstützte dieses Engagement 2018 mit einer Fördersumme von 4.000 Euro; 2020 erhielt der Verein insgesamt 3.000 Euro. Weitere Informationen finden sich unter: <https://lesefuechse.org>.

Sport: VfL Waldkraiburg e.V.

Die Förderung von sozialem Miteinander, sportlicher Leidenschaft und Leistung – mit dem Fokus auf Spaß. Dieses Ziel verfolgt der VfL Waldkraiburg e.V. durch ein breites Angebot unterschiedlicher Sportarten. 50 Prozent der Mitglieder sind Kinder und Jugendliche. In den Berichtsjahren 2018 - 2020 unterstützte der GSV u. a. den Kauf neuer Trainingsgeräte, ein Trainingslager und die Durchführung von Jugendturnieren mit einer Spende von jeweils 5.000 Euro. Mehr zur Vereinsarbeit und den diversen Angeboten sind auf der Homepage nachzulesen: <https://www.vfl-waldkraiburg.de/index.php/leitbild>.

Kultur: Bürger für Weilheim e.V.

Die Stärkung des sozialen und kulturellen Stadtlebens und des gesellschaftlichen Zusammenhalts mittels gemeinsamer kultureller Veranstaltungen hat sich der Verein Bürger für Weilheim e.V. zum Auftrag gemacht. Durch die Förderung von jeweils 2.500 Euro konnte der Verein 2018 und 2019 einen Teil der Kosten für die jährliche Veranstaltung ‚Serenade an der Au‘ abdecken. Alle weiteren Auskünfte über den Verein und sein Engagement finden sich auf der Homepage: <https://www.buerger-fuer-weilheim.de/>.

Umwelt: KinderLeicht e.V.

‚Das Klima isst mit! – KlimaKochWerkstätten‘ – unter diesem Motto wurde ein Projekt ins Leben gerufen, in welchem Schüler*innen im Rahmen von Kochveranstaltungen mehr über die Auswirkungen der Ernährung auf das Klima erfahren. Die Workshops behandeln in einem ersten Teil die konkreten Auswirkungen der Lebensmittelproduktion und vermitteln Informationen, was für ein klimafreundliches Essverhalten wichtig ist. Im zweiten, praktischen Teil, kochen die Teilnehmenden gemeinsam ein vegetarisches Vier-Gänge-Menü. Durch die Förderung in Höhe von 5.000 Euro konnten 2019 bereits Workshops an fünf Schulen durchgeführt werden. 2020 wurde das Projekt mit 20.000 Euro vom GSV unterstützt. Mehr zu der Arbeit des Vereins findet man unter: <https://kinderleicht-ev.de/>.

Gesundheit: Förderverein der Deutschen Kinderkrebsnachsorge e.V. Nachsorgeklinik Tannheim

Seit 1997 unterstützt der Verein erkrankte Kinder und ihre Familien durch eine ganzheitliche Betreuung. Diese folgt dem Ansatz der familienorientierten Nachsorge und umfasst neben der medizinischen Versorgung auch die psychosoziale Vorsorge. Das Behandlungsangebot beinhaltet ein breites Spektrum von Kunst- und Reittherapie bis hin zu Kindergruppen und einer hauseigenen Schule. Pro Jahr betreut der Verein mehr als 800 Patient*innen, die auch aus Oberbayern kommen. Im Jahr 2018 unterstützte der GSV den Verein mit einer Spende in Höhe von 13.000 Euro, welche den Bau neuer Weidehütten im Therapiestall und die

Ausweitung des Behandlungsangebots finanzierte; im Jahr 2020 erhielt der Verein 7.500 Euro. Mehr erfahren Sie unter: <https://www.tannheim.de/>.

Tierschutz: Tierschutzverein Dachau e.V.

Die Überpopulation von verwilderten Katzen in ländlichen Gegenden stellt ein großes Problem dar, welches durch den Klimawandel noch weiter verschärft wird. Durch die steigenden Temperaturen bekommen Katzen drei Mal Jungen im Jahr; früher geschah dies lediglich zwei Mal jährlich. Um diesem Problem zu begegnen, setzt sich der Verein Tierschutzverein Dachau e.V. seit vielen Jahren ein. 2018 - 2020 hat der GSV die Arbeit der Helfer*innen mit jeweils 5.000 Euro unterstützt. Mehr zu dem Verein und aktuellen Projekten finden sich auf der Webseite <https://tierschutz.dachau.net/>.

Neben den Spendentätigkeiten des GSV unterstützten wir im Berichtszeitraum 2018 - 2020 Projekte, Einrichtungen und Organisationen in den Themenfeldern Bildung, Kultur und Soziales und Umwelt durch weitere Sponsorings und Spenden⁵³:

Tabelle 41: Spenden und Sponsorings der Sparda-Bank München eG

	2018 (in Euro)	2019 (in Euro)	2020 (in Euro)
Sponsorings	105.777	104.217	69.247
Spenden	98.372	83.522	28.502

Aufgrund unserer wirtschaftlichen Aktivität zeigen wir unseren geleisteten Beitrag nicht in Relation zu unserem Umsatz auf, sondern zu den bei uns üblichen Kennzahlen.

Tabelle 42: Beitrag zum Gemeinwesen der Sparda-Bank München eG I

	Summe 2018 (in Euro)	Summe 2019 (in Euro)	Summe 2020 (in Euro)
Erlöse			
Zinsertrag	134.221.080	127.254.282	118.799.889
+ Laufender Ertrag	3.034.202	4.381.094	12.438.923
+ Provisionsertrag	19.719.634	21.437.136	30.383.669
+ Sonstiger betrieblicher Ertrag	3.315.698	8.459.695	9.427.184
= unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert	160.290.614	161.532.207	171.049.665
Betriebskosten	58.595.555	66.735.101	74.235.227
+ Personalaufwand	48.388.023	47.088.525	45.693.810
+ Zahlungen an Kapitalgeber	21.883.093	20.706.135	17.390.298
+ Zahlungen an die Regierung	12.159.100	7.997.352	8.330.830
+ Investitionen in die Gemeinschaft	309.927	187.739	97.748
+/- bilanzielle Wertkorrekturen	24.427	-4.444.736	3.180.329
= ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	141.360.125	138.270.116	148.928.242

⁵³ Spenden der Sparda-Bank München eG (nicht des Gewinn-Sparvereins der Sparda-Bank München e.V.)

unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert	160.290.614	161.532.207	171.049.665
- ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	141.360.125	138.270.116	148.928.242
= zurückbehaltener wirtschaftlicher Wert	<u>18.930.489</u>	<u>23.262.091</u>	<u>22.121.423</u>

Der ausgeschüttete wirtschaftliche Wert entspricht dem von der Sparda-Bank München eG geleisteten Beitrag zum Gemeinwesen. Setzt man diese Summe in Relation zum unmittelbar erzeugten wirtschaftlichen Wert ergibt sich für den Berichtszeitraum 2018 - 2020 folgendes Bild:

Tabelle 43: Beitrag zum Gemeinwesen der Sparda-Bank München eG II

	2018	2019	2020
Unmittelbar erzeugter wirtschaftlicher Wert	160.290.614	161.532.207	171.049.665
Ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	141.360.125	138.270.116	148.928.242
Geldwerte freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen (in % des unmittelbar erzeugten wirtschaftlichen Werts)	<u>88,2 %</u>	<u>85,6 %</u>	<u>87,1 %</u>

Bewertung des Eigennutzens in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen

Wie unter *Kapitel D2.3* aufgeführt, ist die wirtschaftliche Betreuung und Förderung unserer Mitglieder unsere zentrale Aufgabe. Unsere Geschäftsaktivitäten dienen in erster Linie der Sicherstellung unseres Fortbestehens. Die finanzielle Grundsicherung ist fundamental, um unserem Anspruch - einen Sinn in der Gesellschaft zu stiften und die Förderung des Gemeinwohls und unserer Mitglieder zu fokussieren - nachgehen zu können. Der entstehende Zusatznutzen kommt durch unser Engagement den Mitgliedern und unserer Region zugute.

Wirkung nachhaltiger Veränderungen der freiwilligen Aktivitäten

Die beispielhafte Wirkung einzelner Maßnahmen wurde in den *Kapiteln E1.2 und E2.2* vorgestellt. Über die weiteren Projekte, die wir durch finanzielle Beiträge regelmäßig unterstützen (z. B. Zusammenarbeit mit Lichtblick Seniorenhilfe e.V. oder Münchner Familienpass), haben wir bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht detailliert berichtet und deren Wirkung aufgezeigt.

Durch die Förderung der Projekte und Vereine im Rahmen unserer freiwilligen Aktivitäten leisten wir einen Beitrag, um nachhaltige Veränderungen zu bewirken. Wir wollen die Lebensgrundlage für unsere Zukunft und die späteren Generationen durch bewusstes und reflektiertes Verhalten sichern. Es ist uns ein zentrales Anliegen, hierbei eine möglichst breite Masse der Gesellschaft zu erreichen und auf verschiedenen Ebenen zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen. Dabei stehen insbesondere die kulturelle Vielfalt und die Verankerung sozialer und ökologischer Themen in der Region im Vordergrund. Durch die Auswahl der Projekte und Veranstaltungen auf Basis ihres Nutzenstiftens stellen wir sicher, dass dieser Nutzen langfristig einen Mehrwert bringt und nicht nur auf kurzfristige Vorteile ausgerichtet ist.

Verankerung der Themen und Erfahrungen damit sowie Stabilität des Engagements

Die Stärkung des Gemeinwesens ist fest in unserer genossenschaftlichen Unternehmensform verankert.

Die bisherigen Erfahrungen, die wir durch die Verankerung der gemeinwohlorientierten Themen und unseren Beiträgen zum Gemeinwesen gemacht haben, bestärken uns bei unserem Weg. Unsere Kund*innen nehmen unsere Gemeinwohl-Orientierung und unser regionales Engagement sehr positiv wahr: viele wissen über unser Engagement im sozialen und Umweltbereich Bescheid, empfehlen uns weiter bzw. haben sich auf Basis dieser Faktoren selbst für eine Kontoeröffnung oder Mitgliedschaft bei uns entschieden. Auch die langfristigen Partnerschaften mit einigen Organisationen bestätigen das positive Bild.

Unser Engagement ist von Konstanz und Stabilität geprägt. Neben einigen langjährigen Partnerschaften, die wir mit regelmäßigen Spendenbeiträgen unterstützen, kommt insbesondere dem Auftrag des GSV eine wichtige Bedeutung zu. Es ist unser Ziel, Projekte zu fördern, die langfristig positive Auswirkungen haben.

Gesamtstrategie und Vision des ehrenamtlichen Engagements

„Geld ist indes nicht Zweck, sondern Mittel zum Zweck“

(Friedrich Wilhelm Raiffeisen)

Der Geldwert ist bei unserem freiwilligen Engagement nicht das Hauptaugenmerk, aber wir wissen, dass wir mit seinem Einsatz viel bewegen können. Als Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank wollen wir mit diesem Engagement den Einzelnen/die Einzelne und die Gemeinschaft fördern, sie zu einem ökonomisch und ökologisch sinnstiftenden Handeln ermutigen und sie dabei unterstützen.

Dabei richten wir uns an Akteur*innen und gemeinnützige Organisationen in unserem Geschäftsgebiet. Generell konzentrieren wir uns auf die Bereiche Bildung, Soziales, Umwelt und Sport. Im Bereich Sport beschränkt sich unser Engagement ausschließlich auf Vereine aus dem Breiten- und Amateursport.

Um die Menschen im Sinne des Gemeinwohls zu vernetzen und dafür zu sorgen, dass sie und ihre Themen von einer breiten Öffentlichkeit wahrgenommen werden, informieren wir unsere Kund*innen, Mitglieder und Interessenten regelmäßig über unser Engagement. Dies stellt einen wichtigen Hebel unserer Strategie dar. Durch unsere Präsenz in Oberbayern und die mediale Aufmerksamkeit können wir auf die Arbeit der Akteur*innen vor Ort aufmerksam machen und ihnen so mehr Präsenz verschaffen.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Aufgrund des starken und stabilen Engagements und der Unterstützung sehen wir aktuell keinen Bedarf konkreter Verbesserungen. Wir verfolgen weiterhin das Ziel, nachhaltigen Einfluss auf die Entwicklung in unserer Heimat zu nehmen und die regionale Bevölkerung zu unterstützen.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Risiken bezüglich illegitimer Steuervermeidung

Um steuerliche Sachverhalte und insbesondere auch damit einhergehende illegitime Steuervermeidung zu verhindern bzw. frühzeitig aufzudecken, setzen wir ein steuerliches Internes Kontrollsystem (Steuer-IKS) ein.

Aufgrund der nationalen Geschäftstätigkeit ist eine Verschiebung von Gewinnen zwischen unterschiedlichen Ländern nicht von Relevanz. Zinsen, Lizenzgebühren und sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen werden grundsätzlich nur an inländische Unternehmen gezahlt.

Es bestehen keine bekannten Geschäftsbeziehungen zu Geschäftspartner*innen in Steueroasen. Das Risiko, dass Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird, reduzieren wir durch sorgfältige Auswahl der Geschäftspartner*innen weitestgehend. Des Weiteren haben wir einen Geldwäschebeauftragten implementiert und berichten über die Arbeiten unserer Compliance-Abteilung. Alle Mitarbeitenden werden regelmäßig in Bezug auf das Erkennen, Aufdecken und den Umgang mit potenziellen strafbaren Handlungen und geldwäscherechtlichen Sachverhalten sensibilisiert.

Indikator: Unternehmen ist Teil eines internationalen Konzerns oder nimmt an der digitalen Ökonomie teil

Wir sind weder Teil eines internationalen Konzerns, noch nehmen wir an der digitalen Ökonomie teil.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Aufgrund der oben beschriebenen Maßnahmen sehen wir derzeit keinen Handlungsbedarf.

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Bestehende Korruptionsrisiken

Mögliche Korruptionsrisiken können im Geschäftsverkehr durch Geschenke, Einladungen oder Vergünstigungen entstehen. Das Korruptionsrisiko im Verkehr mit Kund*innen- und Lieferant*innen ist als minimal einzustufen. Da wir nahezu ausschließlich im Privatkund*innengeschäft mit Standardkonditionen tätig sind, ist die Sonderkonditionskompetenz für Mitarbeitende eingeschränkt.

Maßnahmen in den Bereichen Einkauf und Verkauf zur effektiven Verhinderung von Korruption

Der Abteilung Verwaltung kommt eine wichtige Kontrollfunktion im Bereich des Wertschöpfungsnetzes und des Managements unserer Lieferant*innen zu. Durch unseren Verhaltenskodex werden Maßnahmen eingesetzt, um Korruption oder regelverstoßendes Verhalten zu verhindern. Diese beinhalten die intern geltenden Grundsätze sowie konkrete Vorgaben für regelkonformes Verhalten, die u. a. Vorschriften zur Verhinderung von Korruption mit Blick auf unsere Lieferant*innen berücksichtigt. Durch die umsichtige Auswahl

geeigneter Geschäftspartner*innen werden solche ausgeschlossen, bei denen potenzielle Risiken bestehen (*weitere Informationen dazu sind in Kapitel A aufgeführt*).

Der Bereich Verkauf bezieht sich in unserem Geschäftsalltag auf den Kontakt mit Kund*innen und Geschäftspartner*innen. Unsere Compliance-Richtlinie beinhaltet klare Regelungen, damit Korruption in diesem Kontext verhindert wird.

Sorgfältiger Umgang mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen

Auf die Sensibilität im Umgang mit Amts- und politischen Entscheidungsträger*innen wird sowohl in der Zuwendungsstrategie als auch in der Interessenkonflikt-Management-Richtlinie hingewiesen. Zuwendungen an diesen Personenkreis sind nur im Rahmen der gesetzlichen Regelungen zulässig.

Lobbying-Aktivitäten

Wie bereits im vierten Gemeinwohl-Bericht aufgeführt, betreiben wir keine eigenständigen Lobbying-Aktivitäten. Die Interessenvertretung wird insbesondere über den Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) und den Verband der Sparda-Banken e.V. wahrgenommen.

Getätigte Spenden an politische Parteien

Mit unserem Anspruch auf Unabhängigkeit verfolgen wir keine intensive Vernetzung und Einflussnahme auf politischer Ebene, sondern streben in Einklang mit dem Werteverständnis nach politischer Neutralität und Transparenz. Die Gewährung von Zuwendungen in Form von Sponsoring, Spenden sowie Geschenken an politische Parteien und deren Vorfeldorganisationen ist ausgeschlossen.

Bewusstseinsbildung bei Mitarbeitenden

Alle neuen Mitarbeitenden werden bei Beschäftigungsbeginn über mögliche, in ihrem Arbeitsbereich auftretende, Straftaten per Web-Based-Training geschult. Das Thema Korruption ist in dieser Maßnahme enthalten. Unser Verhaltenskodex, in dem die Ablehnung jeder Form korrupten Verhaltens festgelegt ist, wird allen Mitarbeitenden zur Kenntnis gebracht und steht in Form einer Arbeitsanweisung zur Verfügung. Darüber hinaus erhalten sie regelmäßige Schulungen, in denen sie über mögliche Risiken informiert werden. Dazu zählen Themen wie Geldwäsche, Betrugsprävention, Wertpapier-Compliance, Datenschutz und Datensicherheit.

Vorkehrungen gegen Korruption in Entscheidungsprozessen

Die Arbeitsanweisung zum Beschaffungswesen enthält Regelungen zur Verhinderung von Korruption. Bei Korruptionsverdacht sind der jeweilige Vorgesetzte sowie der Compliance-Beauftragte zu informieren. Zusätzlich gibt es einen anonymen Whistleblowing-Kanal.

Offenlegung von Interessenkonflikten und entsprechende Verhaltensregeln

Der Umgang mit Interessenkonflikten ist übergeordnet im Verhaltenskodex festgelegt und detailliert in der Interessenkonflikt-Management-Richtlinie geregelt. Alle potenziellen Interessenkonflikte sind transparent zu machen, zu bewerten und im Eintrittsfall aufzulösen.

Indikator: Offenlegung von Parteispenden

Im gesamten Berichtszeitraum 2018 - 2020 wurden von uns keine Zahlungen an politische Parteien geleistet.

Indikator: Offenlegung aller Lobbying-Aktivitäten und Lobbying-Aufwendungen

Es wurden weder Lobbying-Aktivitäten durchgeführt noch Lobbying-Aufwendungen aufgebracht.

Indikator: Aufforderung der Mitarbeitenden zum Anzeigen von Korruption und gewährter Schutz

Unsere Mitarbeitenden sind dazu angehalten, jegliches Fehlverhalten anzuzeigen. Unser Whistleblowing-Kanal dient als Instanz, um unter Wahrung der vollständigen Anonymität einen möglichen Korruptionsverdacht anzuzeigen.

Indikator: Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke

Bei vorhandenem Budget für soziale und gesellschaftliche Zwecke behalten wir uns eine hohe Flexibilität vor und legen im Vorfeld keine Spendensummen oder andere Indikatoren, wie die Anzahl der erreichten Projekte oder Personen, fest. Im Mittelpunkt unserer Entscheidungen liegen stets die Sinnstiftung und der Nutzen für das Gemeinwohl.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Auf Basis der beschriebenen Präventionsmechanismen sehen wir keinen konkreten Anlass dafür, über die etablierten Sicherungsmaßnahmen hinausgehende Prüfungen unserer Standorte auf Korruptionsrisiken durchzuführen.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen/Management & Strategie

Negative Umweltwirkungen der betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse

Nachhaltig zu agieren bedeutet für uns, gerecht und lebenswert zu handeln. Dazu zählen die Berücksichtigung ökologischer Aspekte im Alltag und der schonende Umgang mit Ressourcen. Seit 2012 erstellen wir jährlich eine CO₂-Bilanz. Wir arbeiten daran unseren ökologischen Fußabdruck weiter zu minimieren.

Die effiziente und effektive Energienutzung ist für uns besonders wichtig. Aus diesem Grund beziehen wir bereits seit 2015 zu 100 Prozent Ökostrom.

Auch wenn wir kein produzierendes Unternehmen sind, so ist uns durchaus bewusst, dass unsere Geschäftstätigkeit Einfluss auf die Umwelt und das Klima hat und wir natürliche Ressourcen beanspruchen. Ganzheitlicher Klimaschutz bedeutet für uns, unnötige Emissionen zu vermeiden, bestehende Emissionen zu reduzieren und unvermeidbare Emissionen auszugleichen.

Wir sind noch nicht am Ende des Weges, sondern befinden uns in einem Prozess, bei dem ein wichtiger Schritt die regelmäßige Analyse unseres aktuellen ‚Fußabdruckes‘ ist. Auf Basis der daraus gewonnenen Erkenntnisse erarbeiten wir Maßnahmen und Vorgehensweisen, um unseren Verbrauch langfristig weiter senken zu können. Der folgende Indikator zeigt die von uns emittierten Verbrauchswerte:

Indikator: Umweltkonto

Tabelle 44: Umweltkonto der Sparda-Bank München eG

Emissionsquelle	2018			2019			2020		
	Inputmenge	t CO ₂	Veränd. ggü. Vorjahr (in Prozent)	Inputmenge	t CO ₂	Veränd. ggü. Vorjahr (in Prozent)	Inputmenge	t CO ₂	Veränd. ggü. Vorjahr (in Prozent)
Scope 1									
Wärme	Erdgas: 775.946 kWh Heizöl, leicht: 10.849 l	185,1	-33,1	Erdgas: 775.739 kWh Heizöl, leicht: 7.603 l	176,4	-4,7	Erdgas: 760.000 kWh ⁵⁴ Heizöl, leicht: 8.000 l ⁵⁵	174,3	-1,2
Fuhrpark	Diesel: 9.657 l Benzin: 3.205 l Strom: 383 kWh	32,7	-16,2	Diesel: 8.363 l Benzin: 3.017 l Strom: 384 kWh	28,8	-11,9	Diesel: 9.867 l Benzin: 2.263 l Strom: 24 kWh ⁵⁶	31,1	+8,0
Kältemittelleckagen	355 kg	-	-	352 kg	-	-	340 kg	-	-
<u>Zwischensumme Scope 1</u>		<u>217,8</u>	<u>-31,0</u>		<u>205,2</u>	<u>-5,8</u>		<u>205,4</u>	<u>+0,1</u>
Scope 2									
(Öko-)Strom	2.169.706 kWh	-	-	2.097.769 kWh	-	-	2.075.000 kWh ⁵⁵	-	-
Fernwärme	1.020.068 kWh	195,4	-16,3	1.186.815 kWh	227,3	+16,3	1.170.000 kWh ⁵⁵	224,1	-1,4
<u>Zwischensumme Scope 2</u>		<u>195,4</u>	<u>-16,3</u>		<u>227,3</u>	<u>+16,3</u>		<u>224,1</u>	<u>-1,4</u>
Scope 3									
Anfahrt der Mitarbeitenden	5.173.758 km	625,1	-0,2	5.277.509 km	648,9	+3,8	5.083.839 km	631,3	-2,7

⁵⁴ Bei dem angegebenen Wert handelt es sich um eine Schätzung, basierend auf den Hochrechnungen der tatsächlichen Verbräuche aus 2019. Aufgrund eines vergleichsweise milden Winters wird von einem Rückgang des Bedarfs an Erd-/Biogas ausgegangen.

⁵⁵ Bei diesem Wert handelt es sich um eine Schätzung, basierend auf den Hochrechnungen der tatsächlichen Verbräuche aus 2019.

⁵⁶ Der deutlich geringere Verbrauch ist auf die Abschaffung des Elektroautos im Juni 2020 zurückzuführen.

Externe Dienstleister ⁵⁷	333.400 kg CO ₂	333,4	+31,0	333.400 kg CO ₂	333,4	0,0	333.400 kg CO ₂	333,4 ⁵⁸	0,0
Vorkette Wärme	Erdgas: 775.946 kWh Heizöl: 10.849 l Fernwärme: 1.020.068 kWh	132,6	-22,5	Erdgas: 775.739 kWh Heizöl: 7.603 l Fernwärme: 1.186.815 kWh	146,6	+10,6	Erdgas: 760.000 kWh Heizöl leicht: 8.000 l Fernwärme: 1.170.000 kWh	144,5	-1,4
Vorkette Ökostrom	2.169.706 kWh	97,5	-0,9	2.097.769 kWh	94,3	-3,3	2.075.000 kWh	93,3	-1,1
Papier	56.995 kg	46,8	-6,4	60.326 kg	48,1	+2,8	47.670 kg	38,2	-20,6
Geschäftsreisen	438.108 km	72,3	-30,1	681.459 km	107,2	+48,3	323.425 km	52,2	-51,3
Vorkette Kraftstoffe	12.862 l	5,5	-15,4	11.380 l	4,9	-10,9	12.150 l	5,1	+4,1
Wasser	5.900 l	4,0	0,0	6.195 l	4,2	+5,0	5.900 l	4,0	-4,8
Entsorgung	30 t 292 m ³	2,2	-4,3	40 t 362 m ³	3,0	+36,4	37 t 287 m ³	3,0	0,0
<u>Zwischensumme Scope 3</u>		<u>1.319,5</u>	<u>+0,2</u>		<u>1.390,7</u>	<u>+5,4</u>		<u>1.305,2</u>	<u>-6,2</u>
Gesamt		<u>1.732,7</u>	<u>-7,1</u>		<u>1.823,3</u>	<u>+5,2</u>		<u>1.734,7</u>	<u>-4,9</u>

⁵⁷ Die Daten des IT-Providers werden nicht veröffentlicht, nur die Gesamtzahl der CO₂-Äquivalente.

⁵⁸ Aufgrund der Migration unseres IT-Providers ist eine Angabe zu dieser Position in 2020 nicht möglich. Daher wurde der Wert aus dem Vorjahr übernommen.

Wie auch in den Vorjahren und wie in Kapitel C bereits aufgeführt, stehen die Arbeitswege der Mitarbeitenden in den Berichtsjahren 2018 - 2020 anteilig an der Gesamtbilanz an erster Stelle der Emissionsquellen, gefolgt von Emissionen der externen Dienstleistern und solchen aus dem Wärme- und Fernwärmebezug.

Nach vorheriger Reduktion von 2017 auf 2018 haben wir im Jahr 2019 einen leichten Anstieg unserer Emissionen verzeichnet. Dieser ist auf eine erhöhte Anzahl unserer Mitarbeitenden, ein stärkeres Aufkommen von Dienstreisen sowie einen kälteren Winter zurückzuführen. Die Hochrechnungen⁵⁹ für das Jahr 2020 ergeben eine Reduktion unserer Gesamtemissionen um 4,9 Prozent. Der erwartete Rückgang basiert insbesondere auf einer geringeren Anzahl an Dienstreisen und einem niedrigeren Verbrauch an Papier- und Druckerzeugnissen. Die pandemiebedingten Einschränkungen führten zu einer verstärkten Nutzung des Mobile Working-Angebots zuhause und wurden über das Berichtsjahr 2020 stetig ausgebaut. Gleichzeitig hat sich auch eine Veränderung bei der Wahl des Verkehrsmittels gezeigt, mit dem die Mitarbeitenden zur Arbeitsstelle gekommen sind: verstärkte Nutzung des eigenen PKW anstelle des ÖPNV. Diese Entwicklungen werden nicht in den Hochrechnungen berücksichtigt (Ergebnisse basieren auf Mobilitätsbefragung aus 2018). Wir gehen jedoch aufgrund der beschriebenen Indikatoren insgesamt von einem leichten Rückgang der Emissionen aus, die im Rahmen der Anfahrt zur Arbeitsstelle angefallen sind.

Betrachtet man den Verlauf unserer Gesamtemissionen seit der Erstellung unserer ersten CO₂-Bilanz für das Jahr 2012, so zeigt sich eine positive Gesamtentwicklung mit einer kontinuierlichen Reduktion unserer Emissionen. Kleinere Anstiege sind meist auf Faktoren wie z. B. eine erhöhte Anzahl an Mitarbeitenden zurückzuführen. Die Umrechnung auf betrieblich relevante Kenngrößen bestätigt das Bild dieser Entwicklung:

Tabelle 45: Umrechnung der Messwerte auf betrieblich relevante Kenngrößen

	2012	2016	2018	2019	2020	Veränderung seit Beginn (in Prozent)
Gesamtemissionen	3.046,3	1.567,8	1.732,7	1.823,3	1.734,7	-43,1
Anzahl der Mitarbeitenden	705	742	748	763	738	+4,7
t CO ₂ pro Mitarbeitenden	4,32	2,11	2,32	2,39	2,35	-45,6

Erhobene und veröffentlichte Daten zu den relevanten Umweltauswirkungen

Seit 2012 erstellen wir jährlich unsere CO₂-Bilanz nach den Vorgaben des GHG Protocols. Mittels dieses Berichts verfügen wir über ein Werkzeug, um signifikante Vermeidungs- und Reduktionspotenziale zu identifizieren und die Effektivität von implementierten Maßnahmen im Zeitverlauf zu verfolgen. Sie beinhaltet zusätzlich zu Angaben direkter Emissionen, die durch unsere unmittelbaren Aktivitäten entstehen, auch Angaben zu indirekten Emissionen, die innerhalb unseres Wertschöpfungsnetzes entstehen. Die erhobenen Daten, die unter dem vorgestellten Indikator aufgelistet sind, ermöglichen einen Überblick über alle vom Unternehmen innerhalb eines Jahres beanspruchten Ressourcen und weisen die entsprechenden Emissionsäquivalente aus. Neben CO₂ werden sechs weitere im Kyoto-

⁵⁹ CO₂-Bilanz 2020 ist noch nicht erstellt; Werte wurden aber für DNK-Bericht 2020 bereits hochgerechnet und hier verwendet.

Protokoll reglementierte Treibhausgase berücksichtigt und in das Treibhauspotenzial von CO₂ umgerechnet: Methan (CH₄), Lachgas (N₂O), Schwefelhexafluorid (SF₆), Fluorkohlenwasserstoffe (FKW und H-FKW), Stickstofftrifluorid (NF₃) und Perfluorcarbone (PFC). Die aktuelle CO₂-Bilanz der Sparda-Bank München eG steht online auf der Homepage (<https://www.sparda-m.de/gemeinwohl-oekonomie-nachhaltigkeitsberichte/>) zur Verfügung.

Das Streben nach stetiger Verbesserung geht mit der Integration verschiedener Maßnahmen einher. Beispielhafte Maßnahmen, die von uns umgesetzt werden, um einen Beitrag zum Klima- und Umweltschutz zu leisten, sind die Folgenden:

- Klimaneutrale Druckaufträge
- Einsatz von Recyclingpapier
- Sensibilisierung unserer Mitarbeitenden zu umweltschonendem Verhalten
- Förderung von Projekten und Initiativen, die sich für den Schutz und den Erhalt der Umwelt einsetzen durch Spenden des GSV (*siehe Kapitel E2.2 für ein beispielhaftes Projekt*)
- Nutzung von Ökostrom
- Einsatz eines Elektroautos für Fahrten innerhalb Münchens (bis Juni 2020)
- Klimaneutraler Postversand durch GoGreen
- Förderung des JobTickets
- Nutzung des Angebots ‚bahn.business‘ der Deutsche Bahn AG
- Reparatur- und Recyclingprozesse für Büroausstattung und technische Anlagen (im Bedarfsfall fachgerechte Entsorgung)

An Stellen, an denen wir (bisher) keine Maßnahmen umsetzen (können), kompensieren wir die verbliebenen bzw. nicht vermeidbaren Emissionen durch den Erwerb von Klimazertifikaten. Somit sind wir seit 2014 betriebsökologisch klimaneutral.

In den Jahren 2017 bis 2019 kamen die erworbenen Klimazertifikate einem Projekt in Mali zugute. Das ‚Félou Regional Hydropower Project‘ verfolgt das Ziel, emissionsfreie Wasserkraft aus einer Wasserkraftanlage zu erzeugen und liefert so saubere Energie an das Verbundnetz. Nachdem die beschriebenen Klimazertifikate 2020 aufgebraucht waren, haben wir neue Klimazertifikate erworben. Bei der Auswahl waren neben der Vertrauenswürdigkeit und Transparenz des Anbieters, vor allem die Erfüllung des höchsten Standards (Gold-Standard) sowie der Beitrag zu möglichst vielen SDGs wesentlich für die Entscheidung. Letztendlich fiel die Entscheidung auf zwei Projekte: den Bau von Solaranlagen in Indien und die Aufbereitung von sauberem Trinkwasser in Malawi.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir wollen in der Zukunft Zielgrößen definieren, um unsere ökologische Entwicklung nachzuhalten und den ökologischen Fußabdruck weiter zu reduzieren.

E3.2 Relative Auswirkungen

Ökologische Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich

Dazu liegen uns derzeit keine Daten vor.

Es gibt weitere Banken, die ebenfalls eine CO₂-Bilanz erstellen, jedoch ist eine detaillierte Offenlegung und Berichterstattung über die ökologischen Auswirkungen in unserer Branche noch nicht weit verbreitet.

Indikator: Relevante Vergleichswerte

Hierzu liegen uns derzeit keine Vergleichswerte vor.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Zum Zeitpunkt der Berichterstellung und unter dem Einfluss der Corona-Pandemie wurden die Mobile Working-Möglichkeiten stark ausgebaut. Wenn wir dies zukünftig als festes Angebot ermöglichen, können wir entstehende Emissionen im Rahmen der Anfahrt der Mitarbeitenden langfristig weiter reduzieren.
- Zwar sind wir bereits vergleichsweise weit, was das Nachhalten unserer CO₂-Emissionen und die konstante Reduktion betrifft. Für die Zukunft nehmen wir uns vor, konkrete Ziele und Maßnahmen zu entwickeln, um unsere Emissionen weiter zu senken und langfristig an dem Ziel zu arbeiten, klimapositiv zu werden.

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Betriebsgenehmigungen und Einhaltung zugehörnder Betreiberauflagen

Als regional tätige Bank unterliegen wir keinen spezifischen Umwelt- oder Betreiberauflagen. In den Geschäftsfeldern, in denen wir agieren, sind uns keine unangemessenen Umweltverstöße bzw. Verstöße gegen Umweltauflagen bekannt.

Überwachung der Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen

Wir nehmen regelmäßig interne Prüfprozesse, wie beispielsweise im Rahmen des regelmäßig stattfindenden Energieaudits, vor, um gesetzliche Vorgaben zu erfüllen.

Beschwerden oder Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen

In den Berichtsjahren 2018 - 2020 lagen weder Beschwerden mit Anrainer*innen vor, noch kam es zu Kontroversen mit dieser Berührungsgruppe bzgl. ökologischer Belastungen.

Kontroversen mit anderen Stakeholder*innen

Auch mit weiteren Stakeholder*innen gab es keine Kontroversen.

Bewertung des technischen und gesetzlichen Standards vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens

Alle Standorte befinden sich in der Region Oberbayern. Der technische und gesetzliche Standard wird eingehalten.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Keine

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

E4.1 Transparenz

Erfassung wichtiger oder kritischer Informationen für gesellschaftliche Berührungsgruppen

Wir wollen freundlich und fair mit unseren Berührungsgruppen umgehen. Das bedeutet für uns, ehrlich in der Kommunikation zu sein, klare Antworten zu geben, vertrauliche Informationen diskret zu behandeln und unser eigenes Handeln stets selbstkritisch zu betrachten. Wir publizieren relevante Informationen transparent auf verschiedenen Kanälen in Online- und Printformaten sowie auf unserer Homepage und in unseren Unternehmens- und Nachhaltigkeitsberichten. Dazu zählen u. a. aktuelle Geschehnisse und Entwicklungen in der Bank, ökologische Auswirkungen sowie gesellschaftliche Entwicklungen, Alltagstipps und geförderte Projekte.

Berichtete Form der wichtigen oder kritischen Informationen für gesellschaftliche Berührungsgruppen

Ein zentrales Mittel zur Erreichung von Transparenz stellt die Berichterstellung dar. Durch die freiwillige Veröffentlichung zusätzlicher Berichtsformate schaffen wir eine Transparenz, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgeht.

Zu den von uns regelmäßig erstellten Berichten zählen:

- **Geschäftsbericht:** berichtet über das jeweils vergangene Geschäftsjahr und informiert ausführlich über die Geschäftsentwicklung und die Vermögens-, Finanz- und Ertragslage der Sparda-Bank München eG; Veröffentlichung auf unserer Internetseite und als Printversion
- **Jahresabschluss und Lagebericht:** werden im elektronischen Bundesanzeiger publiziert und als Bestandteil des Geschäftsberichts auf unserer Internetseite und als Printversion veröffentlicht
- **Offenlegungsbericht:** nach Artikel 435 bis 455 CRR (Capital Requirements Regulation); Transparenzanforderungen des Basel III-Regelwerks; Auskunft über bestehende Risiken, unser Risikomanagementsystem und Ausstattung an Eigenmitteln
- **Offenlegungsbericht über Vergütungen:** Zusammensetzung der Vergütungen, die gewährten Vorteile sowie die variable Vergütung der Vorstandsmitglieder
- **DNK-Bericht:** seit 2017; nach den Vorgaben des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt; erfüllt unsere Pflicht im Rahmen des CSR-Richtlinien-Umsetzungsgesetzes; Veröffentlichung auf unserer Homepage, im DNK-Portal und im elektronischen Bundesanzeiger
- **CO₂-Bericht:** seit 2012; Auskunft über den Ausstoß an Treibhausgasemissionen und Entwicklungen zum Vorjahreszeitraum
- **Gemeinwohl-Bilanz:** seit 2011; ganzheitliche Darstellung aller Geschäftstätigkeiten; Veröffentlichung des Berichts und des Testats auf unserer Internetseite

- **UN PRI-Reporting:** seit 2012; Auskunft über unsere Investitionsentscheidungen; Veröffentlichung der Ergebnisse auf der Homepage⁶⁰

Zusätzlich zu den erstellten Berichten nutzen wir weitere Formate, um wichtige Informationen offen zu kommunizieren. Dazu gehören:

- **Internetauftritt:** Vermittlung aktueller Informationen und Veranstaltungen; Vorstellung von Produkten, Dienstleistungen, Partnerschaften und sozialem Engagement; Vorstellung der herangezogenen Kriterien bei Investitionsentscheidungen in die Eigenanlagen; Unternehmensleitbild; Werte; Verhaltenskodex etc.
- **Social-Media-Kanäle** (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube und eigener Blog): aktuelle Aktionen, Kooperationen sowie weitere wichtige Themen für die Kund*innen
- **Kund*innenzeitschrift Sparda aktuell** (Printausgabe und Online-Magazin): Themen aus der Bank; Produkte, Dienstleistungen (auch die unserer Kooperationspartner*innen), Aktionen und Kampagnen; gesellschaftliches Engagement; wissenswerte Themen und Alltagstipps
- **Newsletter**
- **Weitere**, wie z.B. Plakate, Flyer und Aushänge in den Filialen und SB-Centern; Informationen auf den Kontoauszugsdruckerpapieren

Kritische Überprüfung durch eine unabhängige Stelle

Als Finanzinstitut mit öffentlicher Wirkung unterliegt die Veröffentlichung von Informationen strengen Prüfprozessen. Unsere Nachhaltigkeitsberichte sowie der Lagebericht durchlaufen vor Veröffentlichung alle erforderlichen Prüfprozesse.

Folgende Instanzen nehmen eine externe Prüfung vor:

- **Jahresabschluss und Lagebericht:** Prüfung durch den Verband der Sparda-Banken e.V.
- **DNK-Bericht:** formelle Prüfung durch das DNK-Büro (Büro Deutscher Nachhaltigkeitskodex)
- **Gemeinwohl-Bilanz:** unabhängige und ganzheitliche Prüfung im Rahmen des Gemeinwohl-Audits durch Gemeinwohl-Auditor*innen
- **UN PRI-Bericht:** formelle Prüfung durch PRI-Organisation

Zugang des Berichts für die Öffentlichkeit

Wie bereits beschrieben, sind alle Berichte transparent auf der Homepage veröffentlicht und sind somit frei zugänglich. Sie finden sich unter <https://www.sparda-m.de/presse-geschaeftsberichte/>. Darüber hinaus werden unser Lagebericht und der DNK-Bericht im Bundesanzeiger veröffentlicht.

Generell kommunizieren wir die Veröffentlichung der jeweiligen Berichte sowie die Arbeitsergebnisse über alle Print- und Onlinekanäle sowie bei diversen

⁶⁰ Die Ergebnisse wurden bis zum Jahr 2021 dort veröffentlicht. Im Jahr 2021 erfolgte unser Austritt aus UNPRI - aufgrund des enormen und stetig ansteigenden Aufwands für die hiermit einhergehende Berichterstellung. Seither konzentrieren wir uns auf die Umsetzung und Weiterentwicklung unserer eigenen Strategie hinsichtlich unserer Eigenanlagen. Diese orientiert sich an UN PRI und berücksichtigt ESG-Kriterien.

öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen. Intern informieren wir unsere Mitarbeitenden regelmäßig über den aktuellen Arbeitsprozess und die daraus resultierenden Ergebnisse.

Indikator: Veröffentlichung eines Gemeinwohl-Berichts oder gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Im Herbst 2011 haben wir zum ersten Mal eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt und veröffentlicht. Seitdem haben wir drei weitere Gemeinwohl-Bilanzen erarbeitet und berichten nun zum fünften Mal über unsere Aktivitäten. Unser fünfter Gemeinwohl-Bericht wird dabei zum ersten Mal nach der Matrix 5.0 erstellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Hier sehen wir aktuell keinen konkreten Verbesserungsansatz.

E4.2 Gesellschaftliche Mitentscheidung

Beteiligung von Bürger*innen in einem offenen, macht- und sanktionsfreien Austausch

Im Rahmen der Stakeholder*innen-Befragungen 2017/2018 haben wir unsere relevanten Stakeholder*innen-Gruppen identifiziert. Diese haben wir bereits im vierten Bericht vorgestellt. Zu den Bürger*innen, die durch unsere unternehmerischen Tätigkeiten berührt werden, zählen insbesondere unsere Mitglieder und Kund*innen. Über ihre Mitwirkungsmöglichkeiten wird detailliert in *Kapitel B4.1* und *Kapitel D* berichtet. Weitere Gruppen innerhalb der Gesellschaft sind für uns weniger relevant, da sie durch unsere Aktivitäten nicht beeinflusst werden.

Über die in den Kapiteln vorgestellten Optionen haben unsere Mitglieder und Kund*innen die Möglichkeit, mit uns in den Dialog zu treten. Da sie im Mittelpunkt unseres Handels stehen, werden ihre Anliegen und Anregungen von uns sehr ernst genommen und bei der Weiterentwicklung interner Prozesse berücksichtigt.

Legitime Interessensvertretung der gesellschaftlichen Berührungsgruppen

Wie bereits angeführt, umfassen unsere gesellschaftlichen Berührungsgruppen insbesondere unsere Mitglieder, die sich für die Wahl in die Vertreter*innenversammlung aufstellen lassen können und so bei Aufnahme in diese aktiv die Interessen der Mitglieder mit vertreten können.

Dokumentation und Einfluss von Ergebnissen des Dialogs

Als genossenschaftliche Organisation liegt unser Unternehmenszweck darin, zum Wohl unserer Mitglieder tätig zu sein. Um diesem Zweck nachzugehen, ist die Berücksichtigung der gewonnenen Erkenntnisse in der Entwicklung der Bank unabdingbar. Diverse Instrumente wurden eingeführt, um die Ergebnisse des Dialogs nachzuhalten und in die Zukunftsentwicklung unserer Bank aufzunehmen. Dazu zählen:

- Die Auswertung der Ergebnisse von Umfragen und die Ableitung zielgerichteter Maßnahmen, die den Wünschen und Bedürfnissen der Anspruchsgruppen gerecht werden.
- Der Ausbau unseres Beschwerdeerfassungssystems, der es uns ermöglicht, die Anregungen noch gezielter nachzuhalten, diese verschiedenen Themen zuzuordnen

und somit Schwerpunktthemen herauszufiltern, die von unseren Kund*innen als relevant eingestuft werden (*nähere Ausführungen unter Kapitel D1.1*).

Im Allgemeinen sind unsere Mitarbeitenden dazu angehalten, erhaltenes Lob und Kritik über die diversen Kanäle weiterzugeben, sich über geäußerte Kritik auszutauschen und über geeignete Maßnahmen zur Verbesserung zu beraten.

Indikator: Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen

Die Ergebnisse aus der letzten Stakeholder*innen-Befragung haben wir ausgewertet und darauf aufbauend einige Maßnahmen entwickelt. Trotzdem sehen wir an dieser Stelle noch Potenzial, um weitere Anregungen aufzugreifen. Den Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen können wir aktuell nicht bemessen.

Indikator: Vorhandensein einer institutionalisierten Infrastruktur des Dialogs

Eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs in Form eines Ethikforums oder Ethikkomitees ist nicht vorhanden, mit den für die Sparda-Bank München eG relevanten Stakeholder*innen-Gruppen besteht ein regelmäßiger Dialog.

Verbesserungspotenziale/Ziele

- Im Herbst 2022 ist die nächste Stakeholder*innen-Befragung geplant. Ziel ist es, neue Erkenntnisse in Bezug auf die Wahrnehmung der Berührungsgruppen sowie deren Ideen für die Zukunftsentwicklung der Bank zu erhalten.
- Darüber hinaus gibt es Überlegungen für die Vertreter*innenversammlung neue zusätzliche Dialog-Formate außerhalb der formellen jährlichen Vertreter*innenversammlung einzurichten.

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Informationen, die nicht der unternehmerischen Realität entsprechen

Wir kommunizieren alle Informationen transparent und ehrlich und nehmen auch zu unangenehmen Themen oder erhaltener Kritik Stellung. Durch die etablierten Instanzen und auch die kritische Prüfung externer Parteien haben wir Sicherungssysteme aufgebaut, damit keine Informationen verbreitet werden, die nicht der unternehmerischen Realität entsprechen.

Beeinflussung der öffentlichen Meinung durch direkte oder indirekte Fehlinformationen

Wir verbreiten keine direkten und indirekten Fehlinformationen, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Dies widerspricht unserem Ansatz transparenter, ehrlicher und vertrauensvoller Kommunikation.

Widerspruch zwischen den Veröffentlichungen des Unternehmens und dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte

Ein solcher Widerspruch ist während des Berichtszeitraums 2018 - 2020 nicht aufgetreten.

Verbesserungspotenziale/Ziele

Wir sehen keinen Bedarf für Verbesserungsmaßnahmen.

Ausblick

- Im Rahmen unserer Geschäftsstrategie 2021 – 2025 soll unsere Ausrichtung als ‚Deutschlands erste Gemeinwohl-Bank‘ noch stärker in den Fokus rücken und mit strategischen Initiativen unterlegt werden. Die damit verbundenen Ziele beinhalteten u. a. die Förderung spezieller Kund*innensegmente, den Ausbau der Beteiligung von Kund*innen, die Implementierung standardisierter, nachhaltiger Beschaffungsprozesse sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung des Personal- und Gesundheitsmanagements. Mithilfe von Schulungen, Informationen und neuen Möglichkeiten zur Mitgestaltung wollen wir unseren Mitarbeitenden die Gemeinwohl-Ökonomie und unser Engagement dazu noch näher bringen und ihnen aufzeigen, wie sie ihren Beitrag dazu leisten bzw. ihn erhöhen können.
- Neben der Ausrichtung auf die Gemeinwohl-Ökonomie haben wir es uns als Ziel gesetzt, unser Handeln zukünftig auch an den Sustainable Development Goals auszurichten und unseren Beitrag - vor allem in Bezug auf unsere Fokus-SDGs - zur Umsetzung zu leisten. Dabei ist es nicht nur unser Anliegen, unsere Mitarbeitenden für die UN-Ziele zu sensibilisieren, sondern sie auch bei unseren Kund*innen und weiteren Stakeholder*innen bekannt zu machen.
- Hierbei konzentrieren wir uns - aus unserem Markenkern heraus - darauf, nicht nur den Einzelnen/die Einzelne, sondern auch die Gemeinschaft beim ökonomisch und ökologisch sinnstiftenden Handeln zu unterstützen und zu ermutigen. Dies gelingt uns z. B. durch das Angebot von Produkten und Dienstleistungen mit sozialer und/oder ökologischer Wirkung zu fairen Preisen (z. B. Werte-Kooperation Polarstern und LENA) oder durch Lösungen für Menschen, um sich ihrer einzigartigen Talente und Potenziale bewusst zu werden und diese wirksam werden zu lassen (NaturTalent Beratung und NaturTalent Stiftung).

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Gesamtprojektleitung und Koordination:

- Christine Miedl, Prokuristin, Direktorin Unternehmenskommunikation und Nachhaltigkeitsmanagement
- Julia Drefahl, Referentin Nachhaltigkeitsmanagement und Kommunikation
Tatkräftig unterstützt durch:
Antonia Mukbel, Praktikantin Nachhaltigkeitsmanagement und Kommunikation
(von 01.10.2020 – 31.07.2021)

Folgende Mitarbeitende haben im Rahmen der Erstellung der fünften Gemeinwohl-Bilanz die folgenden Kapitel koordiniert und gemeinsam mit weiteren Kolleg*innen bearbeitet:

- **Kapitel A – Lieferant*innen**
Katrin Zideck (Referentin Notfallmanagement)
- **Kapitel B – Eigentümer*innen & Finanzpartner*innen**
Melanie Levers (Direktorin Steuerung)
- **Kapitel C – Mitarbeitende**
Christine Büeck (Referentin Arbeitsrecht/Gesundheitsmanagement, Personalmanagement)
- **Kapitel D – Kund*innen und Mitunternehmen**
Uwe Berkner (Direktor, Regionalleiter Nord-West)
- **Kapitel E – Gesellschaftliches Umfeld**
Christine Miedl, Julia Drefahl und Antonia Mukbel (Abteilung Unternehmenskommunikation)

Sie wurden tatkräftig unterstützt von (Nennung in alphabetischer Reihenfolge):

- Carola Axtner Referentin Recruiting, Personalmanagement
- Sabrina Becker IT-Consultant
- Sebastian Bergbauer Direktor, Regionalleiter Süd-Ost
- Caren-Malina Butscher Online Redakteurin
- Brigitte Callsen Referentin Vertriebsmanagement
- Manuel Dachs Bereichsleiter KundenOnlineManagement
- Oliver Edelmann Stellv. Betriebsratsvorsitzender und Arbeitnehmervertreter im Aufsichtsrat
- Rainer Gallitzendorfer Referent Bauprojekte
- Martina Geisberger Sachbearbeiterin Unternehmenskommunikation (bis 30.09.2021)
- Angelika Hellmeier Sachbearbeiterin Personalmanagement
- Silke Herrmann Sachbearbeiterin Recht

- Karen Hildinger Sachbearbeiterin Personalmanagement
- Christine Hirn Abteilungsleiterin Rechnungswesen
- Maria Huber Direktorin, Leiterin Vertriebsmanagement
- Gabriele Igl Sachbearbeiterin Allgemeine Verwaltung
- Katharina Kamhuber Sachbearbeiterin Organisation
- Thomas Lederer Teamleiter Post-Archiv Service Team
- Christoph Lutz Manager Social Media und Online
- Martin Marketsmüller IT-Systemadministrator
- Harald Millisterfer Betriebsratsvorsitzender
- Petra Parker IT-Systemadministratorin
- Thomas Piel Prokurist, Direktor, Leiter Compliance
- Nina Rodriguez Sachbearbeiterin Personalmanagement
- Marco Scheffner Referent Beschaffungs- und Vertragswesen
- Karin Schichl Sachbearbeiterin Personalmanagement
- Marianne Schmid Referentin Unternehmenskommunikation
- Michael Schmidt Spezialist Recht und Beschwerdemanagement
- Lilith Schubert Teamleiterin People & Culture
- Doris Sedlmeier Sekretärin Betriebsrat
- Marcus Seiler Referent Marketing
- Astrid Sollfrank Sachbearbeiterin Personalmanagement
- Sigrid Steubl Referentin Gewinn-Sparverein
- Petra Thanner Datenmanagerin
- Paul Vorsatz Ehem. stellv. Abteilungsleiter Personalmanagement
(bis 30.06.2021)
- Michael Werner Vertriebsmanager zentraler Wertpapiervertrieb
- Daniel Zeder Abteilungsleiter Personalmanagement
- Sebastian Zierhofer Abteilungsleiter zentraler Wertpapiervertrieb

*(Die jeweiligen Stellenbezeichnungen beziehen sich auf den Zeitpunkt der Einreichung des
Gemeinwohl-Berichts im Februar 2022.)*

Ein herzliches Dankeschön geht an dieser Stelle auch an alle hier nicht namentlich genannten Mitarbeitenden sowie an unsere Ansprechpartner*innen bei unseren Geschäftspartner*innen und Lieferant*innen, die uns bei verschiedenen Fragestellungen in Einzelfällen mit weiteren Informationen und Daten sowie Rat und Tat unterstützt haben.

Der fünfte Gemeinwohl-Bericht und die Gemeinwohl-Bilanz für die Jahre 2018 - 2020 wurden mit Unterbrechungen im Zeitraum von Sommer 2020 bis Winter 2021 erstellt.

Der Vorstand der Sparda-Bank München eG

Impressum

Herausgeber: Sparda-Bank München eG
Redaktion: Christine Miedl (V. i. S. d. P.) und Julia Drefahl,
Unternehmenskommunikation
Adresse: Arnulfstraße 15, 80335 München
Kontakt: Tel.: 089 55142-400, Fax: 089 55142-100, Email: presse@sparda-m.de
Internet: www.sparda-m.de und www.wirtschaft-fuer-alle.de

Hinweise: Nachdruck - auch in Auszügen - mit Quellenangabe und nach
Absprache mit der Redaktion gestattet.

Die Haftung für Vollständigkeit und Richtigkeit der hier gemachten
Angaben ist auf grobes Verschulden begrenzt.



Deutschlands erste
GEMEINWOHL-BANK

Sparda-Bank München eG
Sparda-Bank