

Präambel

Nachhaltigkeit hat für uns eine hohe Marktrelevanz. Sie prägt seit jeher unser Handeln (ökonomisch, ökologisch und sozial) und ist für uns Chance und Verpflichtung zugleich.

Auf dieser Basis intensivieren wir unsere Kundenbeziehungen und erobern neue Zielgruppen. Wir modernisieren unser Kerngeschäft, erschließen neue Geschäftsfelder und bieten Angebote über Finanzdienstleistungen hinaus. Wir erschließen Potenziale auch durch Kooperationen.

Wir gestalten unsere Zukunft mit hoher Änderungsbereitschaft und Anpassungsfähigkeit. Dabei leben wir eine Innovationskultur auf allen Ebenen. Wir sind Bestandteil der GFG, die ihre dezentralen Kräfte zu einem leistungsstarken Ökosystem mit regionaler Prägung verknüpft.

Wir nehmen daher unsere Rolle in diesem System an, das eine Werte- und Risikogemeinschaft und ein Wertschöpfungsnetzwerk darstellt. Wie jedes einzelne Unternehmen leisten wir unseren Beitrag für das erstklassige Rating der GFG und ihrer Zukunftsfähigkeit.

Übergeordnete Ziele

Wir fördern im Rahmen unserer Möglichkeiten den Wandel zu einer nachhaltigen Wirtschaft und handeln zusammen mit unseren Kunden, Mitgliedern und Mitarbeitenden in Verantwortung für eine nachhaltige Zukunft: Für Menschen, die Umwelt und die Region.

Im eigenen Geschäftsbetrieb ergreifen wir zahlreiche Maßnahmen zur Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und zur Vermeidung von Treibhausgasemissionen, wie etwa die Digitalisierung von Geschäftsprozessen. Auch im Facility Management berücksichtigen wir die Nachhaltigkeit schon seit Jahren. Ziel ist es unseren ökologischen Fußabdruck laufend zu reduzieren.

Auch beim Management unserer Eigenanlagen und in der Gesamtbanksteuerung berücksichtigen wir alle wesentlichen Nachhaltigkeitskriterien.

Insbesondere im Geldanlagebereich werden wir entsprechende nachhaltige Produkte einem breiten Kundenkreis im Rahmen der genossenschaftlichen Beratung anbieten. Es ist unser Bestreben, dass Bewusstsein unserer Kunden für Nachhaltigkeitsaspekte in der Geldanlage und anderen Finanzgeschäften zu erhöhen.

Wir fördern schon seit Jahren das lokale Leben in unserem Geschäftsgebiet.

Nachhaltigkeit ist ein Entwicklungsfeld, das wir partnerschaftlich mit unseren Kunden, Mitgliedern und Mitarbeitenden beschreiten und weiter vorantreiben wollen.

Als eines der Instrumente nutzen wir das in der GFG entwickelte Nachhaltigkeits-Cockpit, was für uns als grundlegendes Steuerungsinstrument gilt.

Im Rahmen eines Pilotprojektes haben wir gemeinsam mit zwei anderen Banken und der Unterstützung durch den BWGV einen Maßnahmenkatalog erarbeitet, welchen wir ab dem Jahre 2022 abarbeiten werden.

Im Rahmen des Projektes haben wir zuerst unseren „gefühlten“ NK-Status Quo ermittelt. Dieser liegt bei einem Niveau von 0,52, die Benchmark bei 0,94. Nach Umsetzung der identifizierten in der Regel kurzfristigen Maßnahmen, werden wir ein Niveau von 1,61 erreichen. Das gewünschte Ambitionsniveau beträgt für uns 2,0. Dies entspricht dem Best-Practice in der GFG. Dabei ist zu berücksichtigen, dass wir aufgrund der Betriebsgröße in vielen Maßnahmen beschränkt werden bzw. Umsetzungspotenziale (z. B. Fuhrpark, ...) nicht existieren.

Umsetzungsmaßnahmen

Wir haben in verschiedenen Bereichen Umsetzungsmaßnahmen festgelegt, deren Operationalisierung im Protokoll des Maßnahmenworkshops mit dem BWGV vorgenommen wurde. Auf diesen wird verwiesen.

Bereiche mit Umsetzungsmaßnahmen:

- Strategie
- Grundsätzliche NK-Positionierung
- NK-Positionierung, Ziel-Controlling und -Reporting
- Organisation und Expertise des NH-Managements
- Eigengeschäft (Ziel: 60 %)
- Planung
- Risikoinventur (Aufnahme NH-Risiken)
- Gleichstellung und Diversity
- Gesundheitsförderung
- Aus- und Weiterbildung
- Erfassung Verbräuche und Auswertung VfU-Tool
- Geschäftsbetrieb: DMS (optische Archivierung)
- Einkauf
- Produktangebot über Verbundpartner
- Ausschlusskriterien für Neukreditgeschäft in Kreditrisikostrategie
- Umsetzung MIFID II
- Unternehmens- und Führungskultur

Darüber hinaus wurden diverse Maßnahmen zur Überprüfung identifiziert:

- ZV: NH-Kontomodell, NH-Kreditkarten
- Externe Kommunikation (Kundennewsletter)
- Interne Kommunikation
- Mitgliederdialog (Generalversammlung)
- Gesellschaftliches Engagement