

Der Nachhaltigkeitsbericht der Bank Coop 2010



Ergänzungsbericht zum Geschäftsbericht 2010

fair banking
bank coop

Nachhaltigkeitskennzahlen auf einen Blick

Ökonomisch

	2010	2009	2008
Nachhaltige Produkte	in CHF	in CHF	in CHF
Anlagevolumen nachhaltiger Vermögensverwaltung	129,0 Mio.	209,4 Mio.	k.A.
Volumen nachhaltiger Fonds	332,0 Mio.	308,0 Mio.	190,0 Mio.
Volumen Nachhaltigkeitshypotheken (bis 2010 Öko- und Minergiehypotheken)	99,0 Mio.	74,6 Mio.	53,3 Mio.
Volumen Hypothekarausleihungen an Wohnbaugenossenschaften	1,34 Mia.	1,28 Mia.	1,24 Mia.
Volumen Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung	11,7 Mia.	11,03 Mia.	10,5 Mia.
Anzahl Kundinnen und Kunden mit Nachhaltigkeitsprodukten	10948	9821	k.A.

Gesamtbank

Bilanzsumme	14,3 Mia.	13,5 Mia.	13,3 Mia.
Bruttogewinn (bereinigt ohne IT-Migration)	88,6 Mio.	93,8 Mio.	112,9 Mio.
Jahresgewinn	72,6 Mio.	71,4 Mio.	64,9 Mio.
Kundenausleihungen	12,2 Mia.	11,5 Mia.	11,0 Mia.
Kundengelder	9,7 Mia.	9,0 Mia.	8,7 Mia.
Publikumsgelder	12,5 Mia.	11,5 Mia.	11,0 Mia.
Betriebsertrag	232,8 Mio.	233,9 Mio.	262,2 Mio.
Steuern	15,1 Mio.	12,1 Mio.	19,6 Mio.
Sachaufwand	81,7 Mio.	89,5 Mio.	61,0 Mio.
Personalaufwand	84,6 Mio.	84,1 Mio.	88,3 Mio.
Erfolg aus Zinsgeschäft	148,8 Mio.	149,2 Mio.	178,4 Mio.
Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft	68,5 Mio.	65,9 Mio.	68,0 Mio.
Erfolg aus dem Handelsgeschäft	13,0 Mio.	15,6 Mio.	12,9 Mio.
Betriebliche Eigenkapitalrendite	8,8%	8,1%	10,1%
Cost-Income Ratio	61,9%	59,9%	56,9%
Eigenkapitalquote	6,0%	6,3%	6,3%
Börsenkapitalisierung	1,1 Mia.	1,2 Mia.	1,3 Mia.
Jahresgewinn je Inhaberaktie (Earnings per Share)	4,30	4,23	3,84

Sozial

Mitarbeitende			
Anzahl gesamt (teilzeitbereinigt, 100%-Stellen)	600,3	624,6	651,6
Anteil Frauen	44,7%	41,4%	43,0%
Anteil Frauen in Kader und Direktion	23,6%	21,1%	25,2%
Fluktuationsrate (netto)	6,3%	5,0%	6,3%
Vollzeitstellen	507	465	544
Teilzeitstellen	222	285	243
Teilzeitquote Frauen	41,1%	40,4%	41,7%
Teilzeitquote Männer	10,0%	9,1%	7,3%
Anzahl Lernende und Praktikanten/-innen	57	59	64
Ausbildungstage pro Mitarbeitenden [Avalog-Ausbildungstage]	1,35 [4,21]	2,15	2,43
Ausbildungskosten total in 1000 CHF (ohne IT-Migration)	856	892	1096
Krankheitsquote (Absenz in % der geleisteten Sollarbeitszeit)	1,7%	2,0%	1,5%

Ökologisch¹ Energie und Ressourcen (Hauptsitz und Regionensitze)	2009/10	2008/09	2007/08
Energieverbrauch gesamt (in kWh)	3 448 072	3 812 344	3 590 457
Strom (MJ/MA)	16 037	15 958	16 479
Heizenergie (MJ/MA)	14 424	16 703	14 623
Treibhausgasemissionen (in kg/MA)	544	814	823
Treibhausgasemissionen (in t CO _{2-e})	222	342	342
Papierverbrauch (in Tonnen) (Gesamtbank)	157	160	144
Anteil Recyclingpapier	94%	91%	86%
Abfallaufkommen (in Tonnen)	89	113	118
Wasserverbrauch (in m ³)	5050	5311	5490

¹ Diese Kennzahlen beziehen sich auf die Perioden 1.7. bis 30.6. der bezeichneten Spalte. Vgl. S. 47 f.

Geschätzte Leserin, geschätzter Leser



Verantwortliches unternehmerisches Handeln steht im Spannungsfeld verschiedener Ansprüche und Wertehaltungen. Einerseits gilt es, den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden, und andererseits, die Erwartungen bezüglich der gesamtgesellschaftlichen Verantwortung zu erfüllen. Die Bank Coop stellt sich dieser Herausforderung und will als faire und nachhaltige Bank eine vorbildliche Rolle einnehmen. Glaubwürdig ist unser Engagement jedoch nur, wenn dieses von einer unabhängigen Seite bestätigt und von unseren Anspruchsgruppen, allen voran von unseren Kundinnen und Kunden im täglichen Umgang mit der Bank Coop, wahrgenommen wird.

Wir freuen uns daher und sind stolz, dass renommierte Ratingagenturen der Bank Coop stets ein hervorragendes Zeugnis für ihre nachhaltige Geschäftspolitik ausstellen. So hat beispielsweise oekom research die Bank Coop 2010 mit dem Status Prime eingestuft. Damit ausgezeichnet werden nur diejenigen

Unternehmen, die über einen überdurchschnittlichen Leistungsausweis in Sachen Umwelt und Soziales verfügen. Darüber hinaus erreichte die Bank Coop in einer von oekom research durchgeführten europaweiten Analyse des ökologischen und sozialen Engagements von 36 Geschäftsbanken den zweiten Platz.

Auch unsere Kundinnen und Kunden bestätigen unsere Bestrebungen für eine verlässliche und faire Partnerschaft. So lag auch in diesem Jahr die Gesamtzufriedenheit der befragten Neukunden bei 9 von maximal zu erreichenden 10 Punkten. Wir betrachten dies als Wertschätzung dafür, dass wir unseren Kundinnen und Kunden mit Respekt begegnen und sie mit ihren individuellen Bedürfnissen ernst nehmen. Prämissen sind dabei eine kompetente Beratung, die Transparenz der Dienstleistungen und eine hohe Servicequalität.

Wir sind uns bewusst, dass wir unseren wirtschaftlichen Erfolg nur in einem stabilen sozialen und wirtschaftlichen Umfeld sowie in einer intakten Umwelt erzielen können. Deshalb wägen wir in unserer Geschäftstätigkeit ökonomische, soziale und ökologische Aspekte sorgfältig ab und berücksichtigen diese angemessen. Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht legen wir wiederum ausführlich dar, auf welche Weise wir der unternehmerischen Verantwortung gegenüber unseren Anspruchsgruppen, also auch gegenüber der Umwelt und Gesellschaft, nachkommen. Der Bericht ergänzt den Geschäftsbericht 2010, der umfassend über die ökonomischen Leistungen der Bank Coop Rechenschaft ablegt.

Nachhaltigkeit zielt nicht auf den schnellen Erfolg und auf Imagepflege. Nachhaltigkeit erfordert eine langfristige und umfassende Sichtweise. Unseren Fokus richten wir deshalb auf eine kontinuierliche Weiterentwicklung unserer nachhaltigen Geschäftspolitik auf allen Unternehmensebenen. Wir haben bereits viel erreicht, werden uns nun aber nicht auf den Lorbeeren ausruhen, sondern den eingeschlagenen Weg konsequent weiterverfolgen. Wenn wir unsere Ziele auch nicht alle auf Anhieb erreichen können, lassen wir uns nicht entmutigen. Im Gegenteil. Dies spornt uns an, unser Handeln selbstkritisch zu hinterfragen und aus Erfahrungen zu lernen.

Mit freundlichen Grüßen

Andreas Waespi
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	3
Über diesen Bericht	5
Die Bank Coop	8
Verantwortlich handeln - Strategie und Management	9
Strategie	9
Management	10
Prozessmanagement	11
Nachhaltigkeitsmanagement	11
Der Beirat Nachhaltigkeit	12
Verantwortlich handeln - Corporate Governance	13
Compliance	13
Risikomanagement	19
Kreditvergabe	20
Verantwortlich handeln - Richtlinien zur Verantwortung in der Beschaffung und in der Werbung	21
Verantwortlich handeln - Nachhaltiger Geschäftserfolg	22
Verantwortlich handeln - Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen	25
Unsere nachhaltige Produktpalette - Anlageprodukte	25
Nachhaltige Hypotheken	27
Kennzahlen Produkte und Dienstleistungen mit ökologischem und sozialem Nutzen	27
Verantwortlich handeln - Faire Partnerschaften	30
Unsere Anspruchsgruppen	30
Partnerschaften	32
Mitgliedschaften	33
Verantwortlich handeln - Engagement für Kundinnen und Kunden	34
Verantwortlich handeln - Fairness gegenüber Mitarbeitenden	36
Soziale Leistungskennzahlen	44
Verantwortlich handeln - Engagement für die Umwelt	45
Betriebliches Umweltmanagement	45
Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung	46
Gebäudemanagement und Betriebsökologie	48
Klimapolitik	56
Verantwortlich handeln - Engagement für die Gesellschaft	58
Weihnachtsspenden	59
Beurteilung durch Dritte	60
Global Reporting Initiative	61
Impressum/Kontakt	63

Über diesen Bericht

Der Geschäftsbericht und der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht geben ein umfassendes Bild über die ökonomischen und die nichtfinanziellen Leistungen und Aspekte der Geschäftstätigkeit der Bank Coop wieder. Dabei ergänzt der Nachhaltigkeitsbericht den Geschäftsbericht und legt einen Schwerpunkt auf die ausführliche Darstellung der sozialen und ökologischen Gesichtspunkte. Der Nachhaltigkeitsbericht ist als Online-Bericht konzipiert. Die Links bei den jeweiligen Abschnitten in diesem Bericht ermöglichen den direkten Zugang zu den Informationen im Geschäftsbericht. Dies lässt eine interaktive und selektive Lektüre der beiden Berichte zu und erleichtert die Informationsbeschaffung per Internet auf der Website der Bank Coop. Wir verweisen ausdrücklich auf die Berichterstattung im Geschäftsbericht 2010 der Bank Coop.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung im Geschäftsbericht und in diesem ergänzenden Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (G3 Guidelines) unter besonderer Berücksichtigung des Zusatzes für Finanzdienstleister (Financial Services Sector Supplement, Version 3.0/FSSS Endversion 2008). Die GRI ist eine internationale Übereinkunft, die vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) unterstützt wird und zum Ziel hat, allgemein anerkannte Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erstellen. Die GRI-Richtlinien sind der weltweit führende Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Zusätzlich publizieren wir die betriebsökologischen Leistungskennzahlen gemäss VfU-Indikatoren. (Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. [VfU]).

Global Reporting Initiative (GRI)

 www.globalreporting.org

Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V.

 www.vfu.de

GRI-Anwendungsebene A+

Die Berichterstattung wurde von der GRI überprüft und entspricht der höchstmöglichen Anwendungsebene A+. Weitere Informationen und GRI-Prüfungszertifikat siehe Seite 61 und Seite 62. Über die Vollständigkeit der Berichterstattung gibt der GRI-Content-Index zusätzlich Auskunft, der elektronisch zum Download zur Verfügung steht.

 www.bankcoop.ch/gri-content-index-2010.pdf

Berichtsparameter

Der Bericht umfasst die Berichtsperiode 1. Januar bis 31. Dezember 2010. Die Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung werden für die Periode vom 1.7.2009 bis 30.6.2010 ausgewiesen.

Dieser ergänzende Nachhaltigkeitsbericht der Bank Coop wird jährlich erstellt und im Internet publiziert. Dies gewährleistet den öffentlichen Zugang zu den Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung der Bank. Der Bericht erscheint nur in deutscher Sprache und ist als Download verfügbar. Der nächste Bericht erscheint 2012.

Bei der Auswahl der Inhalte und Indikatoren folgt die Bank Coop dem Grundsatz der Wesentlichkeit und berichtet insbesondere über Aspekte, die für die Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung von Bedeutung sind.

Sofern nichts anderes erwähnt wird, beziehen sich die Angaben in diesem Bericht auf die gesamte Bank Coop (Hauptsitz, Regionensitze und Geschäftsstellen).

Gegenüber der Berichtsperiode 2009 wurden keine wesentlichen Veränderungen der Berichtsgrenzen oder Messmethoden vorgenommen.

Kontakt

Bank Coop AG
Postfach
Aeschenplatz 3
CH-4002 Basel

Fachstelle Nachhaltigkeit

Hansjörg Ruf
hansjoerg.ruf@bankcoop.ch

Medienstelle und Generalsekretariat

Natalie Waltmann
natalie.waltmann@bankcoop.ch



Solarstrom vom Dach für die Bank Coop

Die Fotovoltaik-Anlage auf dem Dach des Geschäftssitzes der Bank Coop ist ein Bekenntnis zur zukunftsweisenden Solartechnologie. Die Bank Coop wird den auf ihrem Gebäude produzierten Solarstrom vollumfänglich selbst nutzen. Sie speist den Strom ins öffentliche Netz ein und kauft ihn als IWB'Solarstrom wieder zurück. (www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit)



«Die fossilen Energien neigen sich dem Ende zu und die Welt braucht neue Energiequellen. Zudem zwingt uns die Klimaproblematik zur Energiewende hin zu erneuerbaren Energien.»

Andreas Waespi, Vorsitzender der Geschäftsleitung Bank Coop

rdie

Die Bank Coop will zu einer nachhaltigen Entwicklung in der Schweiz beitragen und dabei eine Vorreiterrolle einnehmen. Deshalb setzt die Bank Coop auf erneuerbare Energien und kauft ab 2010 für den Bankbetrieb ökologische Energieprodukte, die mit dem Label «naturemade star» ausgezeichnet sind.

Das Engagement der Bank Coop für erneuerbare Energien geht jedoch weit über den eigenen Bankbetrieb hinaus. So unterstützen wir unsere Kundinnen und Kunden seit Jahren im nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen und fördern mit unserer Nachhaltigkeitshypothek energieeffizientes Bauen und Sanieren. Zudem bietet die Bank Coop attraktive nachhaltige Anlagemöglichkeiten mit Investments in Wasserkraft, Wind- und Sonnenenergie.

Die Bank Coop

Die Bank Coop AG ist eine gesamtschweizerisch tätige Bank. Sie offeriert alle wesentlichen Bankprodukte und Dienstleistungen für Privatkunden und KMU. Im Zentrum stehen die Kundinnen und Kunden mit ihren Bedürfnissen. Als kundennahe Bank legt die Bank Coop Wert auf faire Konditionen. Sie differenziert sich durch ein umfassendes Angebot an nachhaltigen Bankprodukten und Engagements zum sensiblen Ressourcenumgang zugunsten späterer Generationen. Mit der Dienstleistung «eva» bietet die Bank Coop zudem ein spezielles Angebot für Frauen.

Seit 2000 hält die Basler Kantonalbank eine Mehrheitsbeteiligung an der Bank Coop. Die Bank Coop wurde am 30. Oktober 1927 vom Verband Schweizerischer Konsumvereine (heute Coop) zusammen mit dem Schweizerischen Gewerkschaftsbund als «Genossenschaftliche Zentralbank» gegründet und firmierte von 1995 bis 2000 unter dem Namen «Coop Bank».

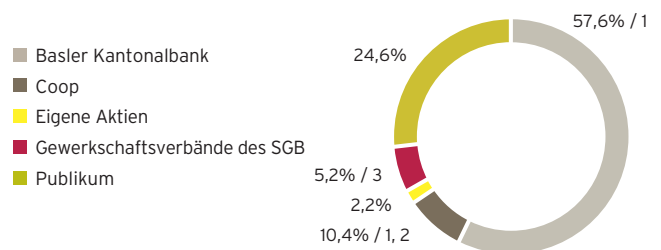
Die Bank Coop AG positioniert sich als Retailbank mit Präsenz in allen Landesteilen. Sie konzentriert ihre Tätigkeit auf Städte und Agglomerationen und verfügt im Wirtschaftsraum Schweiz über insgesamt 33 Geschäftsstellen.

Als Aktiengesellschaft ist die Bank Coop an der SIX Swiss Exchange kotiert.

Weitere Informationen zur Bank Coop
 www.bankcoop.ch/wir-ueber-uns

Besitz- und Eigentumsverhältnisse per 31.12.2010

Das Aktienkapital beträgt per 31.12.2010 CHF 337,5 Mio



Stimmrechtsgebundene Gruppe: Basler Kantonalbank / Coop mit insgesamt 68,0% Stimmen.

- 1) Qualifizierte Beteiligung und bedeutender Aktionär (im Sinne von Art. 3 Abs. 2 Bst. C^{bis} BankG).
- 2) Konsolidiert, exkl. Coop Personalversicherung.
- 3) Kein Gewerkschaftsverband hält eine Beteiligung von 3% oder mehr. Die Gewerkschaftsverbände des SGB sind untereinander nicht stimmrechtsgebunden.

Weitere Informationen zu den Besitz- und Eigentumsverhältnissen, s. GB 2010, S. 74 u. S. 113
 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

Verantwortlich handeln – Strategie und Management

Strategie

Die Bank Coop ist eine gesamtschweizerisch tätige Vertriebsbank und konzentriert sich hauptsächlich auf die Bedürfnisse von Privatkunden und von kleinen und mittleren Unternehmen. Sie berücksichtigt in ihren Geschäftstätigkeiten im Sinne der Nachhaltigkeit neben wirtschaftlichen Zielen auch soziale, ethische und ökologische Grundwerte und untermauert dies mit entsprechenden Angeboten und Massnahmen. Dies im Bewusstsein, dass eine ausgewogene Berücksichtigung dieser Aspekte dazu beiträgt, den Unternehmenswert zu steigern.

Nachhaltiges Handeln ist in der Strategie fest verankert. Es wird angestrebt, Nachhaltigkeitsaspekte in alle Prozesse und Tätigkeitsgebiete zu integrieren. Auf die Formulierung einer separaten Nachhaltigkeitsstrategie wird bewusst verzichtet. Die Verfolgung von nachhaltigen Zielen ist Teil der Gesamtstrategie der Bank. Dabei bilden das nachhaltige Wachstum der Bank, die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden sowie die Fairness und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt die Grundlage der strategischen Ausrichtung. Die Gruppenzugehörigkeit zur Basler Kantonalbank bringt die Bank Coop mit dem gemeinsamen Markenclaim «fair banking» zum Ausdruck. Mit dem Claim «fair banking» wird die strategisch festgelegte Werterhaltung der Bank nach innen und aussen dokumentiert.

Zuverlässige Bankdienstleistungen zu fairen Konditionen heisst:

Proportionen wahren: hohe Risiken bei Dienstleistungen und Produkten vermeiden – im Interesse der Kundschaft und der Bank.

Nutzen für beide Seiten: massvolle Gebühren und Spesen für Dienstleistungen und Produkte erheben. Angestrebt werden vernünftige Margen für die Bank und anständige Preise für die Kundschaft.

Faire Partnerschaft mit den Kundinnen und Kunden heisst:

Respekt: die Kundinnen und Kunden mit ihren Anliegen und Bedürfnissen ernst nehmen.

Offenheit: den Kundinnen und Kunden Dienstleistungen und Produkte so erklären, dass sie sie verstehen und selbstverantwortlich entscheiden können.

Berechenbarkeit: stets so zu handeln, dass die Kundinnen und Kunden wissen, was sie erwarten können und was nicht.

Fairer Umgang mit Gesellschaft und Umwelt heisst:

Volkswirtschaftliche Verantwortung: attraktive Arbeits- und Ausbildungsplätze anbieten und die unternehmerische Verantwortung in der Gesellschaft wahrnehmen.

Betriebliche Ressourceneffizienz: als permanente Aufgabe den Ressourcenverbrauch und damit die Umweltbelastung reduzieren.

Kultureller und sozialer Beitrag: im Rahmen des Sponsorings und der Vergabungen einen Beitrag zum kulturellen und sozialen Leben leisten.



www.bankcoop.ch/fairbanking

Mit Fairness an die Spitze - das Leitbild der Bank Coop

Das Leitbild der Bank Coop bildet die Grundlage für die Zusammenarbeit der Mitarbeitenden und für den Umgang mit unseren wichtigsten Anspruchsgruppen.

Vision

Mit Fairness an die Spitze.

Mission

Die Sicherung der langfristigen Existenz der Bank durch nachhaltiges Ertragswachstum ist oberste Führungsmaxime.

Werte

Fairness, Glaubwürdigkeit, Disziplin.

Fair banking

Das Bekenntnis zu Fairness in der Geschäftspolitik und für das Handeln der Bank Coop ist Zeichen einer verantwortungsvollen Unternehmensgebarens, das in der Beziehung zu den verschiedenen Anspruchsgruppen zum Ausdruck kommt.

Wir pflegen mit unseren Kundinnen und Kunden eine faire Partnerschaft.

Unsere Kundinnen und Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Denkens und Handelns. Wir orientieren uns an ihren Zielen und Wünschen. Sie erleben bei uns exzellenten Service und eine hohe Qualität in der Beratung, den Produkten und Dienstleistungen.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden faire Arbeitsbedingungen.

Unsere Mitarbeitenden sind der Schlüssel zu unserem Erfolg. Wir bieten ihnen ein Arbeitsumfeld, das die persönliche Entfaltung in einer Atmosphäre der Wertschätzung ermöglicht. Dazu gehören die Aus- und Weiterbildung wie auch die Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Es gilt der Grundsatz der Gleichberechtigung und der Gleichbehandlung.

Wir bieten unseren Aktionärinnen und Aktionären nachhaltige Erträge.

Unser Ziel ist ein kontinuierliches Ertragswachstum. Dabei optimieren wir die Gewinne im Sinne der Nachhaltigkeit langfristig. Auf dieser Grundlage streben wir nach einer stabilen Kursentwicklung und einer attraktiven Dividende.

Wir pflegen faire Beziehungen zu unseren Lieferanten.

Das Verhältnis zu unseren Lieferanten zeichnet sich aus

durch eine gleichberechtigte und langfristige Beziehung. Dabei stellen wir an unsere Geschäftspartner gleich hohe Anforderungen wie an uns selbst. Wir pflegen geschäftliche Beziehungen bevorzugt mit Unternehmen, die sich ebenfalls an den Prinzipien des nachhaltigen Wirtschaftens orientieren.

Wir übernehmen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt.

Unser Handeln steht im Einklang mit der Gesetzgebung und den Standesregeln. Wir betrachten uns als Teil der Gesellschaft und achten die Interessen der Gemeinschaft. Wir sind ein Teil der Umwelt. Deshalb gehen wir schonend mit den Ressourcen um. Durch unser Umweltmanagementsystem verknüpfen wir Umweltverantwortung mit Kostenbewusstsein. Unser Ziel ist eine Verbesserung der Ökoeffizienz.

Leitbild der Bank Coop

 www.bankcoop.ch/leitbild.pdf

Management

Dem Verwaltungsrat stehen die Oberleitung der Bank Coop sowie die Aufsicht und Kontrolle über die Geschäftsführung zu. In die Kompetenz des Verwaltungsrates fällt unter anderem auch die Festlegung der Unternehmensstrategie und die Beschlussfassung über grundlegende Fragen der Geschäftspolitik. Demgegenüber ist die Geschäftsleitung das geschäftsführende Organ und leitet die Geschäfte in eigener Verantwortung, soweit ihr diese übertragen sind.

Das zentrale Instrument bei der Überwachung der Strategieumsetzung ist die Balanced Scorecard (BSC). Ergänzend zu den traditionellen finanziellen Kennzahlen, welche eher vergangenheitsorientiert informieren, erlauben Leistungsindikatoren aus den Bereichen Prozesse, Kunden und Mitarbeitende eine frühzeitige Erkennung von Veränderungen. Die strategischen Zielsetzungen der BSC werden von der Geschäftsleitung definiert und jährlich anlässlich der Strategieüberarbeitung überprüft.

Weitere Informationen zur internen Organisation s. GB 2010, S. 75

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

Prozessmanagement

Die Bank Coop arbeitet stetig daran, sich von der funktionalen zur prozessualen Organisation weiterzuentwickeln. Es besteht ein unternehmensweites Prozessmodell. Die Grobstruktur unterteilt die Gruppen Wertschöpfungsprozesse, Managementprozesse sowie Supportprozesse. Als Schlüsselprozesse sind diejenigen Prozesse gekennzeichnet, welche für die Strategieumsetzung der Bank von übergeordneter Bedeutung sind. Die Vertriebsorientierung des Prozessnetzwerkes ist eine Selbstverständlichkeit. Im Fokus stehen konsequent die Bedürfnisse und Erwartungen von Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden, Aktionärinnen und Aktionären, den Partnerinnen und Partnern und der Gesellschaft, welche mit der Wertschöpfung der Bank Coop nachhaltig befriedigt werden.

Ziele und Grundsätze des Prozessmanagements in der Bank Coop

Das Prozessmanagement soll Folgendes ermöglichen:

- die Ergebnisse der wesentlichen Unternehmungsaktivitäten eindeutig zu beschreiben und laufend zu verbessern (Ergebnisorientierung);
- alle für die Unternehmung wesentlichen Abläufe zu ordnen und zu strukturieren (Disziplin);
- den Beitrag einzelner Organisationsabteilungen zur Erreichung wichtiger Ergebnisse verbindlich festzulegen (Zusammenarbeit);
- die für die Strategieerreichung und für die Realisierung von Verbesserungspotenzialen wesentlichen Prozesse zu identifizieren (Konzentration auf das Wesentliche). Prozesse werden in der Bank Coop nach Bedarf (Strategieerreichung, Verbesserungspotenzial) analysiert, dokumentiert und optimiert.

Nachhaltigkeitsmanagement

Das Engagement der Bank Coop im Bereich der Nachhaltigkeit wird zentral von der Fachstelle Nachhaltigkeit koordiniert. Die Fachstelle ist organisatorisch im Rahmen eines Kompetenzzentrums dem Präsidialbereich des Konzerns angegliedert. Die Fachstelle steht im ständigen Dialog mit den Bereichen und den relevanten Fachabteilungen der Bank Coop. Diese Struktur stellt sicher, dass die einzelnen strategischen Vorgaben und unternehmerischen Zielsetzungen verfolgt und im Kontext der unternehmerischen Verantwortung vernetzt werden. Zudem gehört der Leiter der Fachstelle dem Beirat Nachhaltigkeit an. Damit wird die Kommunikation zwischen Geschäftsleitung, Beirat Nachhaltigkeit und den Geschäftsbereichen gewährleistet. Im Weiteren pflegt die Fachstelle Kontakte zu Fachgruppen im Bereich Nachhaltigkeit. Dies umfasst neben privatwirtschaftlichen Gruppen insbesondere auch Behörden, Verbände und Nichtregierungsorganisationen.

Zum Verantwortungsbereich der Fachstelle Nachhaltigkeit gehören die Koordination und die Umsetzung eines dem Unternehmen angemessenen Umweltmanagements. Zur Erreichung der betriebsökologischen Zielsetzungen hat die Bank Coop ein Umweltmanagementsystem implementiert. Dieses lehnt sich an den ISO-Standard 14031, «Umweltmanagement - Umweltleistungsbewertung - Leitlinien», an. Ziel dieses internen Managementsystems ist es, der Unternehmensleitung die nötigen Unterlagen zur Beurteilung und zur Steuerung der betriebsökologischen Leistungen der Bank Coop an die Hand zu geben. Die Festlegung der relevanten Aspekte und die Berichterstattung stützen sich auf anerkannte, branchenspezifische Standards. Die übergeordneten Zielsetzungen des Umweltmanagements sind im Umweltleitbild des Konzerns festgelegt worden.

Umweltleitbild des Konzerns BKB/Bank Coop

 www.bankcoop.ch/umweltleitbild-des-konzerns-bkb-bank-coop.pdf

Der Beirat Nachhaltigkeit

Der Beirat Nachhaltigkeit wirkt als beratendes Gremium aktiv bei der Festlegung der Strategie und der Geschäftspolitik der Bank Coop mit und berät die Geschäftsleitung bei Entscheidungen, die ökologische, soziale oder ethische Belange betreffen. In die Kompetenz des Beirats fällt neben einer aktiven Begleitung des Engagements im Bereich der Nachhaltigkeit die Vergabe des bankeigenen Prädikats «Nachhaltigkeit kontrolliert». Mit diesem Prädikat zeichnet die Bank Produkte aus, die es den Kundinnen und Kunden ermöglichen, einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Der Beirat Nachhaltigkeit besteht aus mindestens sechs und höchstens acht Mitgliedern, wobei mindestens die Hälfte der Mitglieder nicht in einem Arbeitsverhältnis mit der Bank Coop stehen oder Mitglieder des Verwaltungsrates sein dürfen.

Der Beirat Nachhaltigkeit konstituiert und ergänzt sich selbst. Ein ausgeglichenes Verhältnis der Geschlechter unter den Mitgliedern sowie eine ausgeglichene regionale Herkunft soll bei der Wahl berücksichtigt werden. Die definitive Wahl der Mitglieder des Beirats Nachhaltigkeit beziehungsweise deren Abberufung bedarf der Zustimmung der Geschäftsleitung der Bank Coop.

Der Beirat setzte sich 2010 aus vier unabhängigen, externen Persönlichkeiten, die unterschiedliche Kompetenzbereiche abdecken, sowie aus drei Vertretern der Bank Coop zusammen.

Dem Beirat gehörten 2010 folgende Personen an:

Bankexterne Mitglieder

lic. phil. Pascale Bruderer Wyss (bis April 2011)
Nationalrätin SP, Präsidentin des Nationalrates 2009/2010, Geschäftsführerin Krebsliga Argau, selbstständige Unternehmensberaterin

Dr. Barbara E. Ludwig
Leiterin der Dienststelle Militär, Zivilschutz und Justizvollzug des Kantons Luzern

Prof. em. Dr. Heidi Schelbert-Syfrig
Honorarprofessorin Uni Zürich

Dr. Andreas Sturm
Sturm Consulting, Ellipson AG (Teilhaber und VR), phorbis Communications AG (Teilhaber und VRP), claro fair trade AG (VRP), Mitglied der Advisory Group des African Technology Development Forum (ATDF), Mitglied des Bankrats der Basler Kantonalbank

Bankinterne Mitglieder

Sandra Lienhart
Stv. Vorsitzende der Geschäftsleitung
Mitglied der Konzernleitung BKB/Bank Coop

Mathias von Wartburg
Leiter Competence Center Marketing

Hansjörg Ruf
Leiter Fachstelle Nachhaltigkeit

Verantwortlich handeln – Corporate Governance

Verantwortungsvolle Corporate Governance hat bei der Bank Coop einen hohen Stellenwert. Die transparente Offenlegung der Organisations- und Managementstruktur – sowie anderer Aspekte der Corporate Governance – erleichtert den verschiedenen Interessensgruppen, die Qualität der Bank Coop und ihres Managements zu beurteilen, und unterstützt die Investoren bei ihren Anlageentscheidungen. Die Informationen zur Corporate Governance beschränken sich dabei auf die Offenlegung der wesentlichen Sachverhalte.

Die Bank Coop veröffentlicht im Geschäftsbericht ausführliche Angaben über die Führung und Kontrolle auf oberster Unternehmensebene gemäss der Richtlinie betreffend Informationen zur Corporate Governance vom 1.7.2009 der SIX Swiss Exchange AG. Die Berichterstattung informiert umfassend über die Konzernstruktur und das Aktionariat, die Kapitalstruktur, den Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung, über Entschädigungen, Beteiligungen und Darlehen. Im Weiteren wird im Geschäftsbericht über die Mitwirkungsrechte der Aktionäre, über die Kontrollwechsel und Abwehrmassnahmen, über die Revisionsstelle sowie die Informationspolitik Bericht erstattet.

Weitere Informationen zur Corporate Governance
s. GB 2010, S. 74

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

Compliance

Ethisches Verhalten ist eine Grundvoraussetzung für die Schaffung und die Aufrechterhaltung einer anständigen, gerechten und fairen Geschäftspolitik. Zur Sicherstellung dieses Grundsatzes überwacht die Bank Coop die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und weiterer Vorschriften mit besonderer Sorgfalt. In Anbetracht der ständig zunehmenden Regulierungsdichte und der damit einhergehenden neuer gesetzlicher Vorgaben werden die compliance-relevanten Prozesse laufend optimiert.

Als Compliance gelten das Einhalten von gesetzlichen, regulatorischen und internen Vorschriften sowie die Beachtung von marktüblichen Standards und Standesregeln. Dies geht über das eigentliche Bankgeschäft hinaus und betrifft sämtliche Aktivitäten der Bank Coop.

Die Bank Coop betreibt das Bankgeschäft im Rahmen der für sie geltenden Vorschriften. Das schweizerische Recht und entsprechende Standesregeln auferlegen den Banken in der Schweiz strenge Auflagen insbesondere bezüglich der Geldwäscherei und der Einhaltung der Sorgfaltspflichten.

Alle Mitarbeitenden sind bei Ausübung ihrer Geschäftsaktivitäten verpflichtet, die für sie geltenden Vorschriften zu kennen und diese einzuhalten. Bei Verstössen haben die Mitarbeitenden mit gesetzlichen und/oder betrieblichen Sanktionen zu rechnen. Die Compliance-Koordinationsstelle ist primär verantwortlich für die Gesamtübersicht der wahrzunehmenden Compliance-Aufgaben, die jährliche Einschätzung des Compliance-Risikos sowie die Berichterstattung an die Geschäftsleitung und an das Audit-Committee. Die Geschäftsleitung trägt die Verantwortung für die Umsetzung angemessener interner Systeme und Prozesse zur Gewährleistung der Compliance bei der Bank Coop. Sie trifft die entsprechenden betrieblichen Massnahmen und Vorkehrungen, sorgt insbesondere für ein zweckmässiges Weisungswesen und ordnet die stufengerechte Einbindung aller Mitarbeitenden in die Aufrechterhaltung der Compliance an. Die Entschädigung von Compliance-Aufgabenträgern darf keine Anreize setzen, die zu Interessenkonflikten führen. Insbesondere dürfen Löhne, Gratifikationen, Prämien nicht vom Resultat derjenigen Produkte oder Transaktionen abhängen, hinsichtlich welcher die Compliance-Verantwortung des entsprechenden Aufgabenträgers besteht.

Die Compliance-Aufgaben werden bei der Bank Coop hinsichtlich gewisser Vorschriften zentral durch die Abteilung Recht & Compliance, für andere dezentral von verschiedenen anderen Organisationseinheiten wahrgenommen. Die Compliance-Koordinationsstelle hat im Rahmen ihrer Aufgaben ein uneingeschränktes Auskunfts-, Zugangs- und Einsichtsrecht. Sie kann von sämtlichen Stellen Auskünfte und Unterlagen verlangen, die sie zur Erfüllung ihrer Aufgaben benötigt. Im Rahmen des internen Kontrollsystems ist sie befugt, von betroffenen Stellen innerhalb der Bank Berichte über Überwachungsmassnahmen und Kontrollergebnisse anzufordern.

Unter der Vielzahl von Regelungen, deren Einhaltung von der Compliance-Fachstelle überwacht werden, sind folgende für die Geschäftstätigkeit der Bank Coop von besonderer Bedeutung:

Prävention von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung

Die Abteilung Recht & Compliance ist die Geldwäschereifachstelle im Sinne von Art. 13 der Verordnung der Eidgenössischen Bankenkommission zur Verhinderung von Geldwäscherei (GwVEBK) und ist demnach zuständig für die Unterstützung der Bankmitarbeitenden bei der Abwehr von Geldern krimineller Herkunft oder zur Verhinderung der Terrorismusfinanzierung. In diesen Fällen ist die Abteilung Recht & Compliance das Verbindungsglied der Bank Coop zu den Strafverfolgungs- und Aufsichtsbehörden. In Ergänzung zu den gesetzlichen, regulatorischen Vorschriften sowie Standards und Standesregeln bestehen verbindliche interne Weisungen, die grundlegende, überprüfbare Vorschriften über dauerhafte oder sich wiederholende geschäftliche und betriebliche Angelegenheiten der Bank Coop enthalten. Weisungen gelten bezüglich ihres Regelungsgegenstandes für sämtliche Mitarbeiter der Bank Coop, deren Tätigkeit den entsprechenden Regelungsbereich berührt. Mitarbeitende aller Stufen sowie deren Vorgesetzte sind für die Einhaltung der bestehenden Weisungen verantwortlich.

Die Geldwäschereigesetzgebung verpflichtet die Bank Coop, für eine regelmässige Ausbildung aller betroffenen Mitarbeitenden hinsichtlich der für sie wesentlichen Aspekte zu sorgen. Die Ausbildung besteht aus einer dreistufigen Grundausbildung und Zusatzausbildungen. Die Grundausbildung bezweckt, dass sich alle Mitarbeitenden der Bank Coop das Wissen hinsichtlich Sorgfaltspflichten und Geldwäscherei aneignen und Sicherheit bei der Beachtung der Vorgaben in Bezug auf die Sorgfaltspflichten und Geldwäscherei-Gesetzgebung erhalten. Dabei werden einerseits die allgemeinen Bestimmungen der Sorgfaltspflichten und des Geldwäscherei-Gesetzes vermittelt, andererseits wird durch die Bearbeitung von Fallbeispielen aus verschiedenen Bereichen der Bank die korrekte Bearbeitung in der Praxis thematisiert. Durch gezielte Zusatzausbildung soll dem angesprochenen Teilnehmerkreis durch Recht & Compliance in bestimmten Bereichen ein Ergänzungswissen vermittelt werden, das aufgrund der jeweiligen Tätigkeit erforderlich ist. Solche themen- oder zielgruppenorientierte Schulungen werden entweder auf Seminarbasis durchgeführt oder mittels Aufgabenstellung im E-Learning-Tool den Mitarbeitenden zum Selbststudium auferlegt.

Schweizerische Gesetzgebung zur Bekämpfung der Geldwäscherei

Bundesgesetz vom 10. Oktober 1997 über die Bekämpfung der Geldwäscherei und der Terrorismusfinanzierung im Finanzsektor (Geldwäschereigesetz, GwG)
 www.admin.ch/ch/d/sr/c955_0.html

Verordnung vom 18. November 2009 über die berufsmässige Ausübung der Finanzintermediation (VBF)
 www.admin.ch/ch/d/sr/9/955.071.de.pdf

Verordnung vom 8. Dezember 2010 der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht über die Verhinderung von Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung (Geldwäschereiverordnung-FINMA, GwV-FINMA)
 www.admin.ch/ch/d/sr/c955_033_0.html

Sorgfaltspflichten bei der Aufnahme von Geschäftsbeziehungen

Das hauptsächliche Tätigkeitsfeld der Bank Coop ist die Schweiz und das grenznahe Ausland. Grundsätzlich gibt es jedoch keine Beschränkungen zur Aufnahme von Geschäftsbeziehungen aufgrund von Domizil und Nationalität, es gelten jedoch unterschiedliche Bewilligungsverfahren. Die Bank Coop ist verpflichtet, bei Aufnahme einer Geschäftsbeziehung ihre Vertragspartner zu identifizieren. Dies gilt für die Eröffnung von Konten. Die Eröffnung von Depots, die Vermietung von Schrankfächern oder die Vornahme von Treuhandgeschäften ist bei der Bank Coop nur in Verbindung mit einem Konto zulässig.

Im Weiteren ist eine Identifikationspflicht gegeben bei Kassageschäften über Beträge von mehr als CHF 25 000.- und in weiteren definierten Fällen. Die Aufnahme von Geschäftsbeziehungen mit juristischen oder natürlichen Personen mit einer Nationalität als kritisch oder exponiert bezeichneter Länder oder mit Domizil in einem dieser Länder werden einer besonderen Überprüfung unterzogen. Zur Identifizierung dieser Länder orientiert sich die Bank Coop an einem Index, der von Transparency International erarbeitet wird, der weltweit führenden Organisation, die sich der Bekämpfung der Korruption widmet.

Die Sorgfaltspflicht im Kampf gegen Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung gilt speziell bei politisch exponierten Personen (PEP). Als PEP gelten insbesondere Staats- und Regierungschefs, hohe Politiker/-innen auf nationaler Ebene, hohe Funktionäre in Verwaltung, Jus-

tiz, Militär und Parteien auf nationaler Ebene, die obersten Organe staatlicher Unternehmen von nationaler Bedeutung sowie Unternehmen und Personen, welche den genannten Personen aus familiären, persönlichen oder geschäftlichen Gründen erkennbar nahestehen. Bei Geschäftsbeziehungen mit politisch exponierten Personen, mit Sitzgesellschaften und mit Kunden aus kritischen Ländern handelt es sich um Geschäftsbeziehungen mit erhöhten Risiken. Bei solchen Geschäftsbeziehungen sind besondere Abklärungen und die regelmässige Überwachung der Geschäftsbeziehung notwendig. Der Umgang mit Geschäftsbeziehungen zu PEP ist in verschiedenen internen Weisungen geregelt, die insbesondere den Regelungen der von der Finanzmarktaufsicht (FINMA) erlassenen Verordnung zur Verhinderung von Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung im Banken-, Effektenhändler- und Kollektivanlagenbereich und der Vereinbarung über die Standesregeln zur Sorgfaltspflicht der Banken entsprechen. Die Erkennung der PEP erfolgt über ein elektronisches Sicherheitssystem. Die Abläufe zum Umgang mit PEPs sind klar definiert und in schriftlichen Weisungen festgelegt.

Wahrung des Bankgeheimnisses

Die Bank Coop verpflichtet sich zur Wahrung der Vertraulichkeit gegenüber den Kundinnen und Kunden und zum Schutz der Kundendaten. Eine Offenlegung der Kundendaten ist nur mit deren Ermächtigung möglich oder wenn dies die Einhaltung geltender Gesetze, Vorschriften oder Reglemente erfordert.

Dem Bankgeheimnis unterstellt sind sämtliche Organe der Bank, die gesetzliche Revisionsstelle und deren Personal, alle Mitarbeitenden der Bank, und zwar unabhängig von Funktion und Beschäftigungsgrad, sowie auch Beauftragte der Bank. Das Bankgeheimnis umfasst den Schutz sämtlicher Daten, die sich aus der bankgeschäftlichen Beziehung zwischen Bank und Kundinnen und Kunden ergeben. Als Geheimnisse in diesem Sinne gelten demnach nicht nur Angaben über Kontostände und -bewegungen, Kreditlimiten, Pfandhinterlagen, Bilanzen, Vermögensausweise und dergleichen, sondern auch alle Informationen, aus denen auf eine Beziehung zur Bank überhaupt geschlossen werden kann. Als Verletzung der Schweigepflicht ist auch die Bestätigung (angeblich) bereits bekannter Daten aus einer Bank-/Kundenbeziehung zu betrachten. Verstösse gegen das Bankgeheimnis werden als Officialdelikte von Amtes wegen verfolgt. Die Sanktion trifft die fehlbaren Mitarbeitenden. Sie haben ferner auch disziplinarische Massnahmen der Bank zu gewärtigen. Obwohl das Bankge-

heimnis als äusserst striktes Gebot zu beachten ist, gilt es nicht ohne Ausnahmen. Gemäss Bankengesetz bleiben die eidgenössischen und kantonalen Bestimmungen über die Zeugnispflicht und über die Auskunftspflicht gegenüber einer Behörde vorbehalten. Dabei sind unter Behörden nur schweizerische Behörden gemeint. Ersucht eine ausländische Behörde direkt um Auskunft, wird sie auf den Rechts- bzw. Amtshilfeweg, sofern gesetzlich vorgesehen, verwiesen.

Regulative Grundlagen zur Wahrung des Bankgeheimnisses

Bundesgesetz über die Banken und Sparkassen (Bankengesetz) vom 8. November 1934 (Stand 1. Januar 2011), Art. 47

 www.admin.ch/ch/d/sr/9/952.0.de.pdf

Schweizerisches Zivilgesetzbuch, Schutz der Persönlichkeit, wozu auch der Schutz der wirtschaftlichen Privatsphäre gehört, Art. 28

 www.admin.ch/ch/d/sr/210/a28.html

Schweizerisches Zivilgesetzbuch (Obligationenrecht), Auftragsrechtliche Sorgfalts- und Treuepflicht der Bank, Art. 398

 www.admin.ch/ch/d/sr/2/220.de.pdf

Vereinbarung über die Anstellungsbedingungen der Bankangestellten (VAB) 2010

 www.agv-banken.ch/vab_2010.pdf

Organisations- und Geschäftsreglement der Bank Coop vom 19. Dezember 2001 (nicht öffentlich)



«Die Verwendung von Recyclingpapier und das Recyclieren unserer Abfallstoffe ist ein einfacher Weg, sorgsam mit Rohstoffen und anderen Ressourcen umzugehen.»

Jürgen Christen, Fachspezialist Materialverwaltung Bank Coop

Recyclingpapier

Die Bank Coop legt auch bei der Papierbeschaffung Wert auf ökologische Aspekte: Wir setzen konsequent auf Papier, das aus 100% Altpapier hergestellt wurde. Über die letzten Jahre konnte die Recyclingquote am Gesamtpapierverbrauch der Bank Coop auf 94 Prozent gesteigert werden. Bei der Herstellung von Recyclingpapier werden in Vergleich zur Herstellung von Frischfaserpapier wertvolle Ressourcen wie Wasser und Energie eingespart sowie CO₂-Emissionen vermieden. Zudem schont die Verwendung von Recyclingpapier die Wälder.

Rohs

Abfall ist ein wertvolles Gut. Im Abfall stecken Rohstoffe, deren Wiederverwendung ökologisch und ökonomisch sinnvoll ist. Das separate Sammeln von Papier, Karton, Batterien, PET-Getränkeflaschen, Glas und die fachgerechte Entsorgung von Elektro- und Elektronikschrott sowie weiteren rohstoffhaltenden Konsumgütern lohnt sich und trägt ausserdem zu einem sparsamen Verbrauch der Ressourcen bei.

Das Abfallmanagement der Bank Coop folgt dem Grundsatz: Abfall vermeiden, Abfall verwerten, Abfall sachgerecht entsorgen. Die Abfallmenge der Bank Coop konnte 2010 im Vergleich zur Vorperiode um 19 Prozent auf rund 90 Tonnen gesenkt werden. Davon werden 71 Prozent dem Recycling zugeführt.



toffe

Unabhängigkeit der Finanzanalyse

Die Kundinnen und Kunden, die ihre Anlageentscheide unter anderem aufgrund von Empfehlungen von Finanzanalysen der Bank Coop treffen, sollen sich darauf verlassen können, dass diese Analysen unvoreingenommen und nach bestem Wissen und Können durchgeführt werden. Insbesondere sollen Interessenkonflikte bei der Erstellung und Weitergabe von Finanzanalysen vermieden oder begrenzt und die Gleichbehandlung der Empfängerinnen und Empfänger von Finanzanalysen sichergestellt werden. Die Publikationen des Investment Research der Basler Kantonalbank werden für die BKB und für die Bank Coop ausgegeben. Das Research- und Advisory-Team der Basler Kantonalbank erstellt diese für die beiden Banken im sekundären Research. Nach den Weisungen der «Richtlinien zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Finanzanalyse» der Schweizerischen Bankiervereinigung (SBVg) sind Empfehlungen der Finanzanalysten, insbesondere die Rating-Publikationen und Rating-Änderungen, grundsätzlich allen Empfängern einer Kundenkategorie (Empfängergruppe) inner- und ausserhalb der Bank gleichzeitig mitzuteilen. Dies bedeutet, es dürfen keine ausgewählten Kunden innerhalb einer Empfängergruppe bevorzugt mit Informationen beliefert werden, welche andere Kunden derselben Empfängergruppe nicht zum gleichen Zeitpunkt erhalten, sodass die bevorzugten Adressaten daraus börsenrelevante Vorteile ziehen können.

Dies betrifft auch den Eigenhandel der Banken. Mitarbeiter mit Kundenkontakt, d.h. Kundenberater und Anlageberater dürfen im Rahmen ihrer Anlage- und Beratungstätigkeit und gemäss der Massgabe der vorgesetzten Stellen und der internen Vorgaben der Bank BKB-Researchberichte an ihre Kunden abgeben. Anderen Mitarbeitern der Bank ist die Weitergabe von Researchberichten an Kunden untersagt. Abweichende oder weitergehende Anlageempfehlungen müssen zwingend auf seriösen Grundlagen fremder Bankinstitute und Researchhäuser basieren. Die Abgabe von BKB-Researchberichten hat in jedem Fall unter Offenlegung der Researchmethoden des Investment Research der BKB sowie allfälliger Interessenkonflikte der BKB und/oder der Bank Coop zu erfolgen.

Den im Research- und Advisory-Team der BKB Mitarbeitenden ist aufgrund der vorerwähnten Richtlinie prinzipiell untersagt, Titel des eigenen Sektors zu kaufen. Dies gilt insbesondere für Aktien, bei welchen aufgrund der hohen Liquidität und Marktbreite keine Marktbeeinflussung durch Analysen zu erwarten ist. Hat der Analyst die Aktie im eigenen Depot, die er zum Kauf emp-

fieht bzw. als attraktiv einstuft, so ist in sämtlichen Kommentaren zu diesem Titel auf diesen Tatbestand hinzuweisen. Während der Dauer der Empfehlung darf er die Aktie nur mit Genehmigung des Leiters CC Asset Management als Träger der diesbezüglichen Compliance-Funktion veräussern. Wird eine Empfehlung abgesetzt, so kann der Analyst frühestens einen Monat nach der Absetzung wieder in den entsprechenden Titel investieren. Kommt es in Vermögensverwaltungsmandaten der Bank zu Umschichtungen (Kauf/Verkauf), so müssen die Finanzanalysten mit dem Kauf/Verkauf dieser Wertpapiere für eigene Rechnung warten, bis die Umschichtungen beendet und kommuniziert worden sind. Entsprechendes gilt für den Kauf/Verkauf von Wertrechten und Derivaten. Die Umgehung dieser Bestimmungen durch Einschaltung Dritter ist untersagt.

Regulative Grundlagen zur Wahrung der Unabhängigkeit in der Finanzanalyse

«Richtlinien zur Sicherstellung der Unabhängigkeit der Finanzanalyse» der Schweizerischen Bankiervereinigung  www.swissbanking.org

Aufsichtsregeln zum Marktverhalten (Marktverhaltensregeln) der Eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA)

 www.finma.ch/d/regulierung/Seiten/rundschreiben.aspx

Interne Weisungen und Anordnungen der Basler Kantonalbank und der Bank Coop (nicht öffentlich)

Umgang mit vertraulichen preissensitiven Informationen

Die Mitarbeitenden der Bank Coop sind verpflichtet, mit den ihnen zur Verfügung stehenden Informationen verantwortlich umzugehen, insbesondere dann, wenn es sich um nicht öffentliche Informationen handelt. Der Handel mit Effekten hat aufgrund von allgemein zugänglichen oder veröffentlichten Informationen über Effekten und Emittenten oder daraus abgeleiteten Informationen zu erfolgen. Das Ausnützen der Kenntnis von vertraulichen preissensitiven Informationen für Effektesgeschäfte – seien es Geschäfte der Bank oder für deren Kunden, sei es zu privaten Zwecken – ist nicht zulässig. Ebenso wenig dürfen vertrauliche preissensitive Informationen ungerechtfertigterweise weitergegeben oder gestützt darauf Hinweise oder Empfehlungen gegeben werden, Effektesgeschäfte zu tätigen.

Dabei ist irrelevant, ob die Information von einem «Insider» stammt oder nicht. Informationen sind als preissensitiv zu betrachten, wenn sie geeignet sind, den Börsenpreis oder die Bewertung der betreffenden Effekten erheblich zu beeinflussen.

Regulative Grundlagen zum Umgang mit vertraulichen preissensitiven Informationen

Bundesgesetz über die Börsen und den Effektenhandel (Börsengesetz) vom 24. März 1995 (Stand am 1. Januar 2009)

 www.admin.ch/ch/d/sr/9/954.1.de.pdf

FINMA-RS 2008/38 Marktverhaltensregeln, «Aufsichtsregeln zum Marktverhalten im Effektenhandel»

 www.finma.ch/d/regulierung/Seiten/rundschreiben.aspx

Interne Weisungen und Anordnungen der Bank Coop (nicht öffentlich)

Bekämpfung von Korruption und Betrug

Die Bank Coop verlangt von ihren Mitarbeitenden, dass sie sich gegenüber allen Partnern (Kunden, Banken und Brokern) fair und korrekt verhalten. Die Bank legt keinen Wert auf Prestigepreise und -geschäfte, dafür umso mehr auf einen reibungslosen Ablauf und ein den Usanzen des Marktes entsprechendes Verhalten.

Um Betrug und Korruption zu verhindern, sind verschiedene, dezentral organisierte Kontrollen und Massnahmen eingerichtet. Diese Prozesse und Systeme werden regelmässig auf ihre Aktualität hin überprüft und bei Bedarf angepasst. Bezüglich der Abwicklung von Bankgeschäften gelten die einschlägigen Bestimmungen und Gesetze, deren Befolgung durch die Abteilung Recht & Compliance überwacht werden. Zur Verhinderung von Korruption und Betrug gelten die Bestimmungen gemäss Anstellungsvertrag und Personalhandbuch der Bank Coop. Es versteht sich von selbst, dass Mitarbeitende der Bank nicht um Geschenke oder sonstige persönliche Vorteile irgendeiner Art von aktuellen oder potenziellen Geschäftspartnern nachsuchen dürfen. Den Mitarbeitenden der Bank Coop ist es grundsätzlich untersagt, von aktuellen oder potenziellen Kunden, Lieferanten etc. unaufgefordert Geld oder Sachgeschenke entgegenzunehmen oder sich überhaupt mittelbar oder unmittelbar einen Vorteil von dritter Seite zuwenden zu lassen. Ausnahmen von diesem Grundsatz sind Geschenke nicht geldlicher Art, sofern sie nicht über den

gewohnten Rahmen einer Gefälligkeit und die üblichen geschäftlichen Gepflogenheiten hinausgesehen. Der Wert eines Geschenks darf keine Fragen bezüglich einer Verpflichtung seitens der Empfängerin oder des Empfängers aufwerfen, darf insoweit nicht geeignet sein, diese in ihrem Verhalten zu manipulieren.

Risikomanagement

Das risikobewusste und auf langfristigen Erfolg ausgerichtete Geschäftsmodell der Bank Coop basiert auf einem auf die Geschäftstätigkeit abgestimmten und kontinuierlich weiterentwickelten Risikomanagement.

Die Bank Coop steuert als Teil des Konzerns BKB ihre Risiken autonom. Die Methoden bezüglich der Identifikation, der Messung und der Bewirtschaftung der Risiken der Bank Coop sind jedoch innerhalb des Konzerns abgestimmt. Im Bereich der Risikokontrolle fand sowohl für die Konzepte für das Risikomanagement als auch für die Kreditpolitik eine Harmonisierung statt. Die Dokumente werden jährlich den veränderten Verhältnissen angepasst, von der Geschäftsleitung überprüft und vom Verwaltungsrat genehmigt. Das Risikoreporting an den Verwaltungsrat erfolgt vierteljährlich in standardisierter, transparenter und stufengerechter Form. Die Geschäftsleitung wird monatlich über die aktuelle Risikolage informiert. Für die Bank Coop sind das Kreditrisiko und das Marktrisiko (Zinsänderungsrisiko) die wesentlichsten Risikokategorien. Für diese Risiken finden in der Bank Coop eine Überwachung und eine Risikokontrolle sowie ein Reporting durch Einheiten statt, die unabhängig von allen Stellen sind, die diese Risiken eingehen dürfen. Alle risikorelevanten Grössen werden zudem regelmässig auf Stufe Konzern aggregiert und überwacht. Es sind dies im Einzelnen: erforderliche und anrechenbare Eigenmittel, Liquidität, Zinsrisiken im Bilanzstrukturportfolio, Adressausfallrisiken im Interbankenbereich und Kreditrisiken, insbesondere Klumpen- und Länderrisiken.

Weitere Informationen zum Risikomanagement, s. GB 2010, S. 96 f.

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

 www.bkb.ch/risikomanagement-konzern

Kreditvergabe

Voraussetzung für die Gewährung von Krediten ist eine eingehende Prüfung der Kreditnehmerin, des Kreditnehmers. Die Bank Coop prüft vorab deren Bonität, schliesst zudem bei der Kreditprüfung auch soziale und ökologische Aspekte in die Bonitätsprüfung mit ein. In der Kreditpolitik* der Bank Coop wird im Grundsatz festgelegt, dass jedes Kreditgeschäft den rechtlichen, ethischen und ökologischen Anforderungen entsprechen muss. Von den gewährten Krediten an Kundinnen und Kunden von insgesamt rund CHF 12,2 Mia. betreffen CHF 11,7 Mia. Hypothekarforderungen. Sämtliche Hypothekarkredite werden bezüglich möglicher Altlastenrisiken geprüft. Sozial- und Umweltrisiken sind in diesem Bereich auszuschliessen. Kredite an Industrien oder Bereiche, von denen besondere ökologische und soziale Risiken ausgehen, werden von der Bank Coop nicht gewährt. Für die Bank Coop bestehen demnach als ausschliesslich national tätiges Unternehmen keine Risiken durch Investitionen oder Projektfinanzierungen im Sinne der «Equator Principles» (Richtlinien für Finanzdienstleister in Bezug auf die Bestimmung, die Beurteilung und die Handhabung sozialer und ökologischer Risiken in Nicht-OECD-Ländern oder Ländern, die von der Weltbank nicht als Hochlohnland eingestuft werden). Ausleihungen mit ökologischen oder sozialen Grossrisiken bestehen bei der Bank Coop nicht.

Weitere Informationen zu den Bewertungsgrundsätzen von Kundenausleihungen, s. GB 2010, S. 97

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

 www.equator-principles.com

* Dokumente nicht öffentlich.

Verantwortlich handeln – Richtlinien zur Verantwortung in der Beschaffung und in der Werbung

Die Bank Coop hat ihre Beschaffungspolitik in einer Richtlinie festgehalten. Damit soll sichergestellt werden, dass bei Lieferanten und Zulieferern umweltschonend und unter menschenwürdigen Bedingungen produziert und gearbeitet wird. Neben der Einhaltung von Umweltstandards verlangt die Bank Coop bei Ausschreibungen von verschiedenen Produkten und Dienstleistungen die Einhaltung sozialer bzw. arbeitsrechtlicher Richtlinien. Sie erwartet von ihren Lieferanten die Befolgung der Umweltgesetzgebung und die Einhaltung von sozialen Standards wie branchenüblicher Entlohnung, Arbeitsschutzbestimmungen, dem Verbot von Kinderarbeit und Diskriminierung. Mit der Unterzeichnung einer Nachhaltigkeitsvereinbarung gewährleisten unsere Lieferanten, dass bei der Herstellung, beim Transport und bei der Entsorgung der von ihnen gelieferten Produkte Kriterien und Mindeststandards im Umwelt- und im Sozialbereich eingehalten werden. Bei der Vergabe von Aufträgen im Rahmen des Gebäudemanagements in der Schweiz verlangt die Bank von den Auftragnehmern die Unterzeichnung einer Selbstverpflichtung über die Einhaltung von branchenüblichen Arbeitsbedingungen und Arbeitsschutzbestimmungen. Damit soll ein Beitrag geleistet werden, unerwünschte sozialpolitische Auswirkungen (Lohn- und Sozialdumping) und Wettbewerbsverzerrungen zu verhindern. Die Vertragspartner anerkennen damit, dass ein erheblicher Verstoss gegen die Selbstverpflichtung für die Bank einen wichtigen Grund darstellen kann, der sie zum Widerruf von erteilten Aufträgen oder zur ausserordentlichen Kündigung von Zusammenarbeitsverträgen berechtigt.

Richtlinien zur nachhaltigen Beschaffung:

 www.bankcoop.ch/Richtlinien_zur_nachhaltigen_Beschaffung.pdf

Nachhaltigkeitsvereinbarung für Lieferanten:

 www.bankcoop.ch/Nachhaltigkeitsvereinbarung_fuer_Lieferanten.pdf

Erklärung über die Einhaltung von Arbeitsbedingungen und der Arbeitsschutzbestimmungen:

 www.bankcoop.ch/Erklaerung.pdf

Fairness in Marketing, Werbung und Kommunikation

Die Bank Coop verpflichtet ihre Auftragnehmer in Marketing, Werbung und Kommunikation zur Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und Branchengrundsätze. Dies ist die Grundlage einer fairen und transparenten Kommunikation mit unseren Kundinnen und Kunden. Im Jahr 2010 wurde deshalb eine Richtlinie für die Umsetzung von ethischer und fairer Werbung lanciert. Die Auftragnehmer sind zur Unterzeichnung einer Vereinbarung über die Einhaltung von Standesregeln und Grundsätzen in der Werbung verpflichtet. Damit wird sichergestellt, dass insbesondere die Einhaltung der Grundsätze der Schweizerischen Lauterkeitskommission und der Richtlinien der International Chamber of Commerce (ICC) eingehalten werden. Damit wird ein Beitrag zur Verhinderung von unlauterer Werbung geleistet und die Umsetzung einer ethischen, verantwortungsvollen und wahrheitsgetreuen Werbepaxis sichergestellt. Selbstverständlich gelten die entsprechenden Bestimmungen auch für die Werbe-, Marketing- und Kommunikationsaktivitäten, die die Bank selbst durchführt.

Regulative Grundlagen

- Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
- Markenschutzgesetz (MSchG)
- Datenschutzgesetz (DSG), insbesondere bei der Nutzung von Drittadressen
- Preisbekanntgabeverordnung (PBV) bei der Erstellung von Werbekampagnen und Marketingmassnahmen
- Fernmeldegesetz (FMG) bei Massen-E-Mail-Versänden
- Lotteriegesetz (LG) bei der Durchführung von Werbegewinnspielen
- Urheberrechte (URG) bei der Zusammenarbeit mit Dritten
- Nutzungsgebühren bei Einsatz von Musik und audiovisuellen Werken (SUISA, Suissimage)

 www.lauterkeit.ch/pdf/grundsaeetze.pdf

 www.iccwbo.org/policy/marketing/id8532/index.html

Vereinbarung über die Einhaltung von Standesregeln und Grundsätzen in der Werbung

 www.bankcoop.ch/Werbegrundsaeetze.pdf

Verantwortlich handeln – Nachhaltiger Geschäftserfolg

Der Finanzbereich hat in den vergangenen Jahren grosse Veränderungen erfahren. Die Beziehung zwischen Kunde und Bank hat eine neue Dimension erhalten. Kunden wünschen sich Banken, denen sie vertrauen können, und Berater, die sie offen und transparent informieren. Trotz schwierigem Umfeld hat die Bank Coop ihre Position im schweizerischen Bankenmarkt gefestigt und kann auf eine treue Kundschaft zählen. Loyalität und Vertrauen fallen einem jedoch nicht einfach zu, man muss sie sich verdienen. Seit vielen Jahren verfolgen wir bei der Bank Coop deshalb eine klare Strategie: fair banking bildet die Basis und ist die Richtlinie für unsere Geschäftspolitik und unser Handeln. Dies gilt im Umgang mit unseren Kunden, unseren Mitarbeitenden sowie der Gesellschaft und der Umwelt.

Die Bank Coop hat in den letzten Jahren bewiesen, dass sie ein starkes Fundament aufweist. Die Zahlen blieben 2010 trotz Finanz- und Wirtschaftskrise stabil und sind Ausdruck der soliden und nachhaltigen Geschäftspolitik der Bank Coop. Sie reflektieren jedoch auch die Nachwirkungen der Finanzkrise und die grossen Herausforderungen, denen sich Banken heute stellen müssen. Auswirkung auf die Finanzzahlen hatten auch die Investitionen in die neue IT-Plattform und in die konsequente Absicherung der Risiken im Bankgeschäft. Der Bruttogewinn nahm im Vergleich zum Vorjahr um 5,6% leicht ab und liegt für das Geschäftsjahr 2010 bei 88,6 Mio. CHF.

Massgeblich beeinflusst wurde der Rückgang durch das Zinsengeschäft, das unter der anhaltenden Margenerosion litt. Der Jahresgewinn erhöhte sich hingegen um 1,7% auf 72,6 Mio. CHF. Um eine Vergleichbarkeit mit den Vorjahren zu gewährleisten, wurden die Zahlen um die Kosten der IT-Migration bereinigt.

Besonders positiv ist der weitere Zuwachs bei den Spareinlagen und im Hypothekengeschäft. Die Spareinlagen der Bank Coop stiegen im Vergleich zum Vorjahr um 11,2% auf 6,6 Mia. CHF an. Der überdurchschnittlich attraktive Zins des Sparkontos Plus hat zu zahlreichen Neueinlagen geführt. Bei den Hypothekarforderungen erzielte die Bank Coop per 31.12.2010 mit einem Gesamtvolumen von 11,7 Mia. CHF einen neuen Höchstwert – und dies, ohne zusätzliche Risiken einzugehen. Der Geschäftsaufwand konnte dank eines effizienten Kostenmanagements mit +3,0% bzw. insgesamt 144,2 Mio. CHF auf Vorjahresniveau gehalten werden.

Von der soliden Geschäftsentwicklung im Jahr 2010 sollen die Aktionärinnen und Aktionäre profitieren. Wie in den vergangenen Jahren wird auch für das Jahr 2010 eine Bruttodividende von CHF 1.80 ausbezahlt. Damit partizipieren die Aktionärinnen und Aktionäre am soliden Ergebnis und der nachhaltigen Wachstumsstrategie.

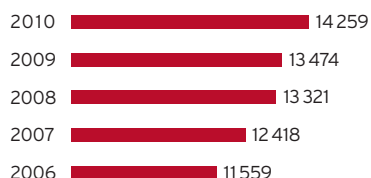
Kennzahlen Bank Coop	2010	2009	2008
Betriebsertrag	CHF 232,8 Mio.	CHF 233,9 Mio.	CHF 262,2 Mio.
Bruttogewinn (bereinigt ohne IT-Migration)	CHF 88,6 Mio.	CHF 93,8 Mio.	CHF 112,9 Mio.
Jahresgewinn (bereinigt ohne IT-Migration)	CHF 72,6 Mio.	CHF 71,4 Mio.	CHF 64,9 Mio.
Bilanzsumme	CHF 14,3 Mia.	CHF 13,5 Mia.	CHF 13,3 Mia.
Kundenausleihungen	CHF 12 192 Mio.	CHF 11 515 Mio.	CHF 11 045 Mio.
Kundengelder	CHF 9 708 Mio.	CHF 11 530 Mio.	CHF 11 450 Mio.
Eigenkapitalrendite	8,8%	8,1%	10,1%
Cost-Income-Ratio	61,9%	59,9%	56,9%
Anzahl Beschäftigte (teilzeitbereinigt, 100%-Stellen)	600	625	652

5-Jahresvergleich wichtiger Kennzahlen

Bilanz

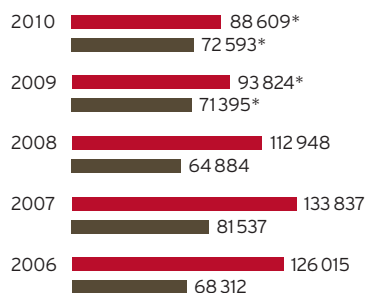
Bilanzsumme

in Mio. CHF



Gewinn

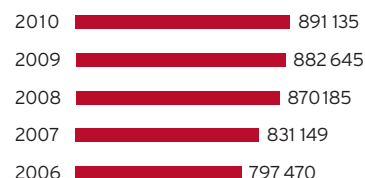
in 1000 CHF



— Bruttogewinn
— Jahresgewinn
*Bereinigt (ohne IT-Migration)

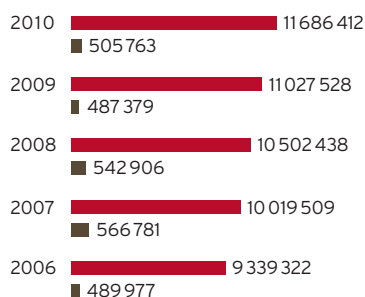
Eigenkapital vor Gewinnverwendung

in 1000 CHF



Kundenausleihungen

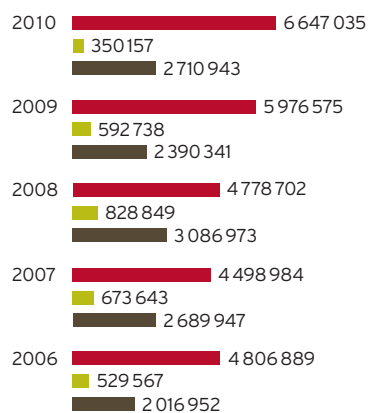
in 1000 CHF



— Hypothekendarforderungen
— Forderungen gegenüber Kunden

Kundengelder

in 1000 CHF

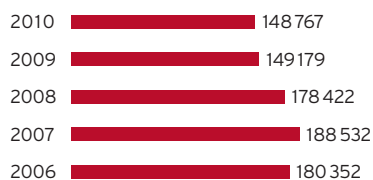


— Spar- und Anlagegelder
— Kassenobligationen
— Übrige Gelder

Erfolgsrechnung

Zinsengeschäft

in 1000 CHF



Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft

in 1000 CHF



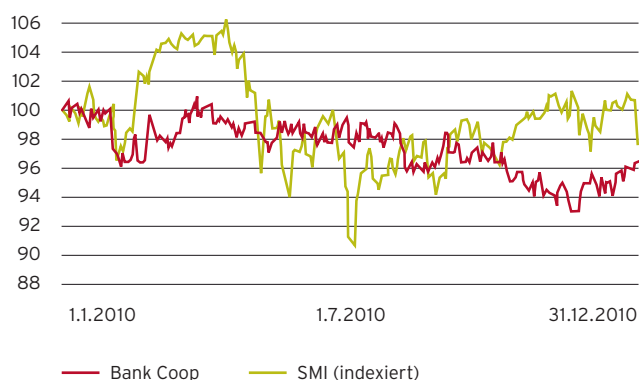
Handelsgeschäft

in 1000 CHF



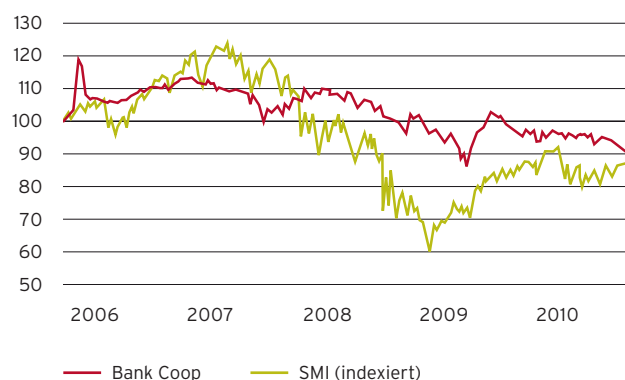
Kursentwicklung 2010 Inhaberaktie Bank Coop AG

in Prozenten (%)



5-Jahres-Entwicklung Inhaberaktie Bank Coop AG

in Prozenten (%)



Aufwand

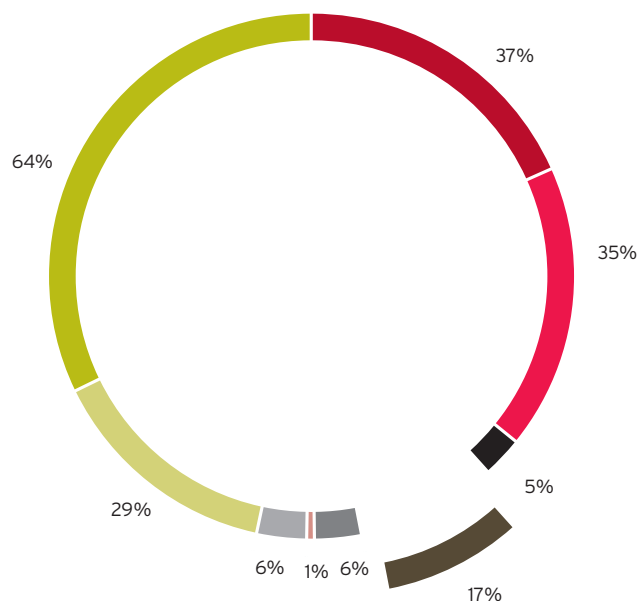
■ Personalaufwand	37%
■ Sachaufwand	35%
■ Abschreibungen / Wertberichtigungen / Rückstellungen / Verluste	5%
■ Ausserordentlicher Erfolg / Steuern	6%

Gewinn

■ Jahresgewinn	17%
----------------	-----

Ertrag

■ Zinserfolg	64%
■ Kommissionserfolg	29%
■ Handelserfolg	6%
■ Übriger ordentlicher Erfolg	1%



Für weitere Angaben über den Geschäftsverlauf 2010 verweisen wir auf den Geschäftsbericht.

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

Verantwortlich handeln – Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen

Die Bank Coop will mit einem breiten Angebot an Produkten und Dienstleistungen den Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden entsprechen. Als Vertriebsbank bietet die Bank Coop mehrheitlich standardisierte Produkte an, welche die Grundbedürfnisse der Kundinnen und Kunden in den Bereichen Zahlen, Sparen, Anlegen, Finanzieren und Vorsorgen abdecken. Ergänzt wird das Angebot mit Produkten, welche die strategische Ausrichtung der Bank unterstreichen.

Übersicht über das Angebot

 www.bankcoop.ch

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen spielen für die Bank Coop angesichts der grossen Herausforderungen im Nachhaltigkeitsbereich eine grosse Rolle. Mit einer Palette spezifisch auf Nachhaltigkeit ausgerichteter Produkte eröffnet die Bank Coop ihren Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, gesellschaftliche, ethische und ökologische Aspekte zu gewichten und ihre Vermögenswerte verantwortungsbewusst einzusetzen. Mit der Zinsvergünstigung bei Hypothekarkrediten werden zudem Anreize geschaffen, energieeffizient zu bauen oder zu sanieren und so ebenfalls einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten.

Die mit dem bankeigenen Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichneten Produkte der Bank Coop werden vom Beirat Nachhaltigkeit periodisch einem Audit unterzogen. Die Kundinnen und Kunden der Bank erhalten somit Gewähr, dass die mit diesem Prädikat versehenen Produkte den Anforderungen an Umweltverträglichkeit, Sozialverantwortung und Wirtschaftlichkeit entsprechen (den ökologischen, sozialen, ethischen und ökonomischen Ansprüchen genügen, welche die Bank Coop als Nachhaltigkeitskriterien verordnet).

Durch Finanzprodukte können ökonomische, ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt werden. Wir möchten unsere Kundinnen und Kunden darin unterstützen, ihre Vermögenswerte verantwortungsbewusst anzulegen und so einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten.

Weitere Informationen zu nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen

 www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit-produkte

Unsere nachhaltige Produktpalette – Anlageprodukte

Laut einer Erhebung von onValues weisen nachhaltige Anlagen in der Schweiz ein hohes Wachstumspotenzial auf. Im Jahr 2010 hat das Volumen von nachhaltigen Anlagen per Ende 2010 einen Höchstwert von 42 Milliarden CHF erreicht. Dies entspricht einem Wachstum von 23% im Vergleich zu 2009, wo das Volumen 34,1 Milliarden CHF betrug (Quelle: www.onValues.ch).

Die seit einigen Jahren starke Tendenz, dass nicht finanzielle Anlagekriterien zunehmend Eingang in den Entscheidungsprozess der Anlegerinnen und Anleger finden, hält weiter an. Experten erwarten für die nächsten Jahre weiterhin hohe Wachstumsraten des nachhaltigen Anlagemarktes.

Der Markt für nachhaltige Anlagen weist im deutschsprachigen Raum hohe Wachstumsraten auf. Laut einer Erhebung des Sustainable Business Institut (SBI) hat das Volumen der nachhaltigen Publikumsfonds 2010 wieder das Niveau vor der Finanzkrise (Niveau aus dem Jahr 2007) erreicht und beläuft sich auf 34 Milliarden Euro im deutschsprachigen Raum. (Quelle: oekom Corporate Responsibility Review 2011)

Mit den nachhaltigen Anlageprodukten eröffnet die Bank Coop ihren Kundinnen und Kunden attraktive Investitionsmöglichkeiten. Institutionelle und private Anlegerinnen und Anleger können mit dem Angebot an nachhaltigen Anlageprodukten der Bank Coop mit ihrem Kapital eine angemessene Rendite erzielen und gleichzeitig zu einer nachhaltigen Entwicklung beitragen.

Nachhaltige Anlagefonds

Die Bank Coop bietet ihren Kundinnen und Kunden eine Auswahl qualitativ hochstehender, nachhaltiger Fonds an. Diese werden gezielt und nach strengen Kriterien aus dem grossen Angebot an nachhaltigen Fonds ausgewählt. Der Auswahl der geeigneten Fonds kommt eine zentrale Bedeutung zu. Berücksichtigt werden dabei folgende Kriterien:

- Risikoprofil des Fonds
- Ökologische, ethische und soziale Ausrichtung
- Reputation, Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit der Fondsgesellschaften
- Risikostruktur und Performance
- Kompatibilität mit der Strategie der Bank Coop

Nur diejenigen Fonds, die der Beirat mit dem Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» auszeichnet, werden in die nachhaltige Basisfondspalette der Bank Coop aufgenommen. Das Prädikat liefert den Kundinnen und Kunden eine transparente Entscheidungsgrundlage. Die Fonds werden vor der Aufnahme in die Fondspalette und anschliessend periodisch im Rhythmus von zwei Jahren mittels eines vom Beirat Nachhaltigkeit definieren Fragenkatalogs einem ausführlichen Audit unterzogen. Über die Aufnahme der Fonds in die nachhaltige Fondspalette oder deren Ausschluss entscheidet abschliessend der Beirat Nachhaltigkeit der Bank Coop.

Der Beirat Nachhaltigkeit prüft in einem differenzierten Verfahren Kriterien wie Transparenz und Qualitätsstandard des Researchs und die Einhaltung internationaler Standards, wie die ILO-Bestimmungen und die UN-Menschenrechtskonvention. Es werden ausserdem eine Reihe kritischer Themen und Branchen ausgeschlossen, wie beispielsweise Rüstung, Tabak und Atomkraft (Negativkriterien). Die ausgewählten Fonds werden mit dem Qualitätsprädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichnet.

Mit einem neuen Auditkonzept erhöht die Bank Coop zudem die Transparenz hinsichtlich des Beitrags zu einer nachhaltigen Entwicklung der Fonds. Dies wird es den Anlegerinnen und Anlegern ermöglichen, noch gezielter als bisher Fondsprodukte zu wählen, die ihrer Werterhaltung und ihren Ansprüchen bezüglich Risikostruktur und Performance entsprechen. Bei Investitionen in kontroversen Branchen überprüft der Beirat Nachhaltigkeit zusätzlich spezielle Kriterien, die sicherstellen, dass die Nachhaltigkeitsanforderungen gewährleistet sind. So müssen Fondsgesellschaften beispielsweise nachweisen, dass bei Investitionen in Energie/Agrotreibstoffe nur Kraftstoffe und Techniken der 2. Generation verwendet werden, welche keine Konkurrenz zur Nahrungsmittelproduktion darstellen.

Die Bank Coop ist bestrebt, ihre Fondspalette unter Beachtung hochstehender Kriterien weiter auszubauen. So kann den steigenden Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden bezüglich Risikostruktur, Performance und Nachhaltigkeit noch besser entsprochen werden.

Das Volumen der von der Bank Coop verkauften nachhaltigen Anlagefonds beträgt per 31.12.2010 332 Mio CHF. Dies ist ein Anstieg von 8% im Vergleich zum Vorjahr. Im Laufe der vergangenen Jahre hat das Volumen der von der Bank Coop verkauften nachhaltigen Fonds ständig

zugenommen und auch der Anteil am Gesamtfondsvolumen ist stetig gewachsen (auf 11% per Ende 2010).

 www.bankcoop.ch/audit_questionnaire.pdf

 www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit

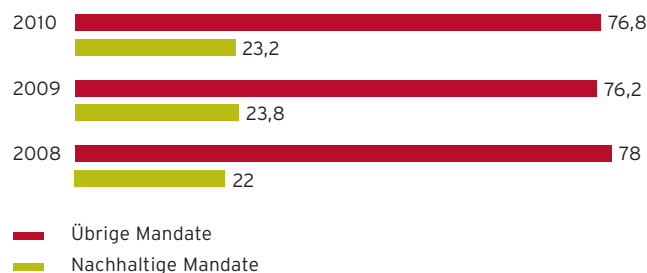
Nachhaltige Vermögensverwaltung

Die nachhaltige Vermögensverwaltung ist eine langfristige Strategie und gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bei der nachhaltigen Vermögensverwaltung berücksichtigt die Bank Coop ethische, ökologische und soziale Kriterien ausdrücklich und konsequent mit.

Bei der Betreuung nachhaltiger Mandate kann die Bank Coop auf langjährige Erfahrung bauen und bietet für die betreuten Portfolios ein optimiertes Rendite-Risiko-Verhältnis. Die operative Umsetzung der im Konzern definierten Anlagepolitik erfolgt seit Januar 2010 im Kompetenzzentrum Asset Management. Damit wird den steigenden Anforderungen an Research und Reporting Rechnung getragen. Vom gebündelten Know-how profitiert auch die Betreuung der nachhaltigen Mandate. Per Ende 2010 wurden von der Bank Coop 263 Mandate mit einem Gesamtvolumen von 129 Mio. CHF verwaltet. Der Anteil der nachhaltigen Mandate beträgt per Ende 2010 23,2%.

Anteil nachhaltiger Mandate in der Vermögensverwaltung

in Prozent (%)



Vorsorgen

Auch im Vorsorgebereich bietet die Bank Coop ihren Kundinnen und Kunden mit der Anlagegruppe Swisscanto BVG 3 Oeko 45 Gelegenheit, Mittel der beruflichen Vorsorge und der privaten Selbstvorsorge (Säule 3a) nach Grundsätzen der ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit anzulegen.

Weitere Informationen zur Vorsorge

 www.bankcoop.ch/wertschriftensparen

Nachhaltige Hypotheken

Die Bank Coop unterstützt Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer bereits seit mehreren Jahren bei der energetischen Sanierung und beim energieeffizienten Bauen durch eine Zinsreduktion bei der Finanzierung. 2010 wurde mit der Nachhaltigkeitshypothek ein neues Hypothekarmodell eingeführt, das die Angebotspalette an nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen der Bank Coop erweitert. Die Nachhaltigkeitshypothek verbindet die bestehenden Modelle Minergie- und Ökohypothek in einem Modell zu nachhaltigem Bauen und energieeffizienten Renovationen. Neu werden neben Minergiehäusern und Energie einsparenden Renovationen auch Bauvorhaben zinsvergünstigt finanziert, die den Einsatz von erneuerbaren Energien vorsehen. Dadurch soll ein Anreiz geschaffen werden, thermische Solaranlagen für die Warmwasseraufbereitung einzusetzen oder Strom mittels Fotovoltaikanlagen zu erzeugen. Darüber hinaus können Gebäude, die über einen Gebäudeausweis der Kantone (GEAK) verfügen und der Energieeffizienzklasse A (bzw. B für Gebäude mit Baujahr vor 2000) zugerechnet werden, mit einer Zinsreduktion finanziert werden.

Die Einführung des neuen Hypothekarmodells wurde von einem Wettbewerb begleitet, bei dem der Gewinner eine Solaranlage im Wert von 15 000 CHF erhielt. Zudem informiert die Bank Coop auf der eigens konzipierten Website www.hypothekenschweiz.ch ausführlich über nachhaltiges Wohnen und die Finanzierung von Wohneigentum.

Anzahl und Volumina der gewährten Nachhaltigkeitshypotheken sind 2010 weiter stark angestiegen (Zunahme Volumen Nachhaltigkeitshypotheken ca. 32% gegenüber 2009). Dies belegt, dass der Stellenwert des energieeffizienten Bauens und der Einsatz erneuerbarer Energien bei Gebäuden weiterhin an Bedeutung gewinnen. Sowohl institutionelle Immobilieneigentümer wie auch private Hauseigentümerinnen und -eigentümer haben Nachhaltigkeit und Energieeffizienz ins Zentrum ihres Investitionsentscheides gerückt. Das Anfang 2010 in Kraft tretende Gebäudeprogramm der Kantone und weitere Förderprogramme zur Steigerung der Energieeffizienz im Gebäudebereich werden diesen Trend weiter fördern.

Kennzahlen Produkte und Dienstleistungen mit ökologischem und sozialem Nutzen

	2010	2009	2008
Anteil nachhaltige Mandate an Vermögensverwaltungsmandaten in %	23,2	23,8	22
Anlagevolumen nachhaltige Vermögensverwaltung (in CHF)	129,0 Mio	209,4 Mio	k.A.
Anteil nachhaltige Fonds am gesamten Fondsvolumen in %	11,0	9,9	7,0
Volumen nachhaltige Fonds (in CHF)	332,0 Mio	308,0 Mio	190,0 Mio
Anteil Nachhaltigkeitshypotheken an gesamten Hypothekarforderungen in %	0,85	0,67*	0,5*
Volumen Nachhaltigkeitshypotheken (in CHF)	99,0 Mio	74,6 Mio*	53,3 Mio*
Anteil Hypotheken an Wohnbaugenossenschaften an gesamten Hypothekarforderungen in %	11,5	11,3	12,0
Volumen Hypotheken an Wohnbaugenossenschaften (in CHF)	1,34 Mia	1,28 Mia	1,24 Mia
Anteil Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung in %	100	100	100
Volumen Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung (in CHF)	11,7 Mia	11,03 Mia	10,5 Mia
Anzahl Kundinnen und Kunden mit Nachhaltigkeitsprodukten	10 948	9821	k.A.

Alle Angaben per 31.12.2010

* Bis zum Jahr 2010 Öko- und Minergiehypotheken

Solida



arität

Die Bank Coop ist Finanzpartnerin der Krebsliga Schweiz und trägt mit einer finanziellen Leistung dazu bei, deren Engagement sicherzustellen.

Die Krebsliga Schweiz ist eine nationale Organisation, die in der Forschung und der Krebsprävention aktiv ist sowie krebserkrankte Menschen auf vielfältige Weise unterstützt.



krebsliga schweiz

Cancer Charity Support Fund

«Damit weniger Menschen an Krebs erkranken und mehr Menschen Krebs überleben», dies ist das Credo des Cancer Charity Support Fund, der Anlegerinnen und Anlegern die Möglichkeit bietet, mit einer einzigen Transaktion zu spenden und anzulegen. Als offizieller Finanzpartner der Krebsliga Schweiz unterstützt die Bank Coop die Herausgabe dieses Fonds. Die Verwaltungsgebühren fliessen als Spende vollumfänglich der Krebsliga Schweiz sowie der Krebsforschung Schweiz zu.

«Der Cancer Charity Support Fund ermöglicht jedermann, einfach und ohne grossen administrativen Aufwand den Kampf gegen den Krebs zu unterstützen. Über eine Investition erhält der Anleger Zugang zu einem einzigartigen Anlageinstrument zu fairen Konditionen und profitiert gleichzeitig von steuerlichen Vorteilen.»

Thomas Reiser, Fachspezialist Produktemanagement Bank Coop



Verantwortlich handeln – Faire Partnerschaften

Die Bank Coop steht bei ihrer Geschäftstätigkeit im Austausch mit verschiedenen Anspruchsgruppen (Stakeholder). Wie für jedes andere Unternehmen auch, ist es für die Bank Coop eine besondere Herausforderung, die Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen in Einklang zu bringen. Die Bank ist sich jedoch bewusst, dass ihr wirtschaftlicher Erfolg unmittelbar davon abhängt, wie sie das Anspruchsgleichgewicht zwischen den verschiedenen Akteuren und der Bank Coop ausgewogen halten kann. Deshalb ist die Bank Coop bestrebt, ihre Geschäfte so zu führen, dass für alle Beteiligten ein angemessener Nutzen entsteht. Als Bank haben wir eine besonders grosse Verantwortung gegenüber unseren Kundinnen und Kunden, die uns in Finanzangelegenheiten ihr Vertrauen schenken. Bedeutend ist auch die Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden der Bank. Sie sind der Schlüssel zum nachhaltigen Erfolg und haben Anspruch auf faire und leistungsgerechte Arbeitsbedingungen. Darüber hinaus erwarten unsere Aktionärinnen und Aktionäre und unsere Geschäftspartner zu Recht, dass ihren Ansprüchen an die Bank Genüge getan wird. Letztlich gilt es auch, sich als Bank der gesellschaftlichen Verantwortung bewusst zu sein und entsprechend zu handeln.



Unsere Anspruchsgruppen

Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt sind untrennbar miteinander verbunden. Die Bank Coop versteht sich als Teil dieses Ganzen. Wir handeln im Bewusstsein, dass zwischen uns als Bank und unseren Anspruchsgruppen vielfältige Wechselwirkungen bestehen und verpflichten uns zu einem fairen und partnerschaftlichen Verhältnis. Wir sind der Überzeugung, dass wirtschaftlicher Erfolg die Voraussetzung darstellt, dass gesellschaftliche und ökologische Verantwortung wahrgenommen werden kann. Ebenso überzeugt sind wir allerdings, dass ohne eine ethische Geschäftspolitik, die gesellschaftliche und ökologische Anliegen angemessen berücksichtigt, auf die Dauer kein wirtschaftlicher Erfolg möglich ist. Im Umgang mit unseren Kernanspruchsgruppen verfolgen wir nachfolgende Grundsätze.

Kundinnen und Kunden

Die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden steht für uns im Mittelpunkt. Wir nehmen unsere Kundinnen und Kunden mit ihren individuellen Bedürfnissen und Anliegen ernst und begegnen ihnen mit Respekt. Wir handeln fair und zuverlässig. Unser Angebot richten wir konsequent an den Bedürfnissen unserer Kundschaft aus und erklären ihnen unsere Dienstleistungen und Produkte so, dass sie diese verstehen und selbstverantwortlich und selbstbestimmt entscheiden können. Ihre Anliegen behandeln wir mit höchster Professionalität im Sinne unseres Leistungsversprechens. Die Zugehörigkeit zum Konzern Basler Kantonalbank und die komfortable Eigenkapitalbasis untermauern die Solidität der Partnerschaft der Bank Coop mit ihren Kundinnen und Kunden.

Mitarbeitende

Der faire und respektvolle Umgang mit unseren Mitarbeitenden ist für uns ein zentrales Anliegen. Eine leistungsgerechte Entlohnung und gute Sozialleistungen sind eine Selbstverständlichkeit. Unter dem Begriff «Diversity» bekennt sich die Bank Coop zu einem vorurteilsfreien Arbeitsumfeld sowie zur Vielfalt aller Beschäftigten und beugt somit jedem Ausdruck von Diskriminierung vor. Eine faire Partnerschaft zwischen der Bank Coop und ihren Mitarbeitenden bildet die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg der Bank. Nur mit motivierten, loyalen und leistungsbereiten Mitarbeitenden können die anspruchsvollen Ziele, die sich die Bank gesetzt hat, erreicht und kann den Kundinnen und Kunden eine hohe Beratungs- und Servicequalität geboten werden. Die Bank Coop unterstützt ihre engagierten

Mitarbeitenden in ihrer beruflichen Weiterentwicklung und sorgt für ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeitsanforderungen und Privatleben.

Geschäftspartner

Wir stellen hohe Anforderungen an unsere Leistungsbe-reitschaft, Zuverlässigkeit und Professionalität. Dieselben Anforderungen stellt die Bank Coop auch an ihre Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartner. Im Dia-log suchen wir gemeinsam nach Lösungen, die eine langfristig tragfähige Partnerschaft festigen. Wir gehen davon aus, dass unsere Geschäftspartnerinnen und -partner sich ebenfalls einer ethischen Geschäftspolitik verpflichten und ihrer Verantwortung nachkommen.

Aktionariat

Die Bank Coop setzt konsequent auf eine nachhaltige Geschäftsstrategie. Ziel ist nicht die kurzfristige Ge-winntmaximierung, sondern die Schaffung von dauer-haftem Mehrwert für alle Anspruchsgruppen, insbeson-dere auch für die Eigentümer der Bank. Im Fokus liegt ein kontinuierliches Ertragswachstum. Dabei optimie-ren wir die Gewinne im Sinne der Nachhaltigkeit lang-fristig. Auf dieser Grundlage streben wir nach einer sta-bilen Kursentwicklung und einer attraktiven Dividende. Gemeinsam mit der Hauptaktionärin, der Basler Kanto-nalbank, bildet die Bank Coop einen Konzern. Auf dieser Konzernbasis beruht eine enge Zusammenarbeit, die zur Nutzung von Synergien führt und damit eine konti-nuierliche Geschäftsentwicklung fördert. Die bedeuten-den Aktionärsgruppen sind im Verwaltungsrat der Bank vertreten. Mit den Aktionärinnen und Aktionären der Bank wird ein regelmässiger Dialog gepflegt, an der jährlich stattfindenden Generalversammlung werden sie transparent über den Geschäftsverlauf und die Um-setzung der strategischen Ziele informiert.

Lieferanten

Die Bank Coop unterhält Geschäftsbeziehungen zu einer Vielzahl von Lieferanten und Auftragnehmern. Wir haben im Beschaffungswesen Richtlinien erlassen, um den Ein-bezug von ökologischen, arbeits- und menschenrechtli-chen Aspekten bei der Beschaffung und der Auftragsver-gabe sicherzustellen. Um die diesbezüglichen Ziele zu erreichen, sind wir stark auf die Unterstützung unserer Lieferanten und Auftragnehmer angewiesen. Deshalb sind wir bestrebt, geschäftliche Beziehungen bevorzugt mit Unternehmen zu pflegen, die sich ebenfalls an den Prinzipien des nachhaltigen Wirtschaftens orientieren. Insbesondere erwartet die Bank Coop, dass Menschen- und Arbeitsrechte, einschlägige Bestimmungen zum

Schutz der Umwelt und ethische Standards eingehalten werden. Wir sichern unseren Lieferanten und Auftrag-nehmern eine tragfähige Geschäftsbeziehung zu und gel-ten Leistungen angemessen und fair ab.

Dialog mit unseren Anspruchsgruppen

Ein transparenter, zeit- und stufengerechter Dialog mit allen Anspruchsgruppen ist für die Bank Coop selbst-verständlich. Mit unseren Kundinnen und Kunden findet ein regelmässiger Austausch anlässlich der üblichen Kundenkontakte, aber auch an Veranstaltungen oder bei anderen Gelegenheiten statt. Ansprechpersonen für die Kundinnen und Kunden sind in erster Linie die Kun-denberaterinnen und -berater. Anliegen können aber auch jederzeit über ein speziell eingerichtetes Kontak-center auf der Website der Bank vorgebracht werden.

Mit dem Intranet steht ein Kommunikationsmittel zur Verfügung, mit dem die Mitarbeitenden über aktuelle Er-eignisse und Entwicklungen schnell informiert werden können. Im Rahmen der Mitarbeitendengespräche findet zudem ein regelmässiger Austausch zwischen den Füh-rungsverantwortlichen und den Mitarbeitenden statt.

Für alle Anspruchsgruppen stehen im Internet Websites zur Verfügung, die ausführliche Informationen über sämtliche Geschäftsfelder der Bank Coop beinhalten. Zudem ist über das Internet die interaktive Kommunika-tion mit der Bank möglich. In Zukunft werden zuneh-mend die Möglichkeiten des Dialogs durch Social Media wie Facebook und Twitter genutzt. Für die Kommunika-tion mit der Öffentlichkeit sowie für die Beziehungspfle-ge zu Investoren und Analysten ist die Abteilung «Gene-ralsekretariat, Medienstelle und Interne Kommunikation» zuständig. Sie ist als allgemeine Stabsstelle dem Vorsit-zenden der Geschäftsleitung direkt unterstellt und ist insbesondere auch Ansprechstelle für die Medien.

Zuweisungen aus Wertschöpfung an Anspruchsgruppen 2010

Vom langfristigen Erfolg und von einer zukunftsfähigen Geschäftstätigkeit der Bank Coop profitieren die verschiedenen Anspruchsgruppen (Stakeholder) der Bank gleichermassen. Dazu zählen neben den Mitarbeitenden die Aktionärinnen und Aktionäre, die Lieferanten und nicht zuletzt auch die öffentliche Hand.

Zur nachhaltigen Sicherstellung der Stabilität der Bank tragen die als Reserven zurückbehaltenen Gewinnanteile und deren Zuweisung an das Eigenkapital der Bank bei. Denn nur eine langfristig gesicherte Zukunft der Bank gewährleistet sichere Arbeitsplätze und ermöglicht eine Geschäftstätigkeit, die den Prinzipien der Nachhaltigkeit gerecht wird. Nach Genehmigung der beantragten Gewinnverwendung durch die Generalversammlung verfügt die Bank Coop über ausgewiesene eigene Mittel von 860,8 Mio. CHF (Vorjahr: 852,3 Mio. CHF), was eine zusätzliche Stärkung der Innenfinanzierung bedeutet.

Zuweisungen aus Wertschöpfung an Anspruchsgruppen 2010

	in 1000 CHF
Betriebsertrag	233 734
Mitarbeitende (Personalaufwand)	84 106
Aktionariat	30 375
Öffentliche Hand (Steuern)	12 165
Sachaufwand	89 455
Sponsoring, Spenden, Sachzuwendungen	in Sachaufwand enthalten

Einbehaltene monetäre Werte

Zuweisung an allgemeine gesetzliche Reserve	1 400
Zuweisung an andere Reserven	8 000

Partnerschaften

Als Vertriebsbank zählt die Bank Coop bei der Erzielung und der Steigerung der Wertschöpfung auf starke externe Partner. Die Bank Coop hat ihre Schlüsselpartnerschaften aufgrund der Strategie identifiziert. Im Zentrum steht dabei eine langfristig orientierte und gleichberechtigte Zusammenarbeit. Mit allen Partnern steht die Bank in einem regelmässigen Dialog.

Basler Kantonalbank

Seit die BKB im Jahre 2000 die Mehrheitsbeteiligung an der Bank Coop erworben hat, wird die Zusammenarbeit laufend intensiviert, um gegenseitig vom Know-how zu profitieren und das Synergiepotenzial auf pragmatische Weise optimal zu nutzen.

Coop-Gruppe

Die Marke Coop ist von strategischer Bedeutung und bildet die Grundlage für eine Zusammenarbeit auf verschiedenen Ebenen mit Coop. Der Einbezug von Bankdienstleistungen ins Supercard-Programm der Coop-Gruppe, die Lancierung des auf dem Markt einzigartigen Sparproduktes «Supercard-Konto» und die Einführung der «Supercard-Hypothek» sowie des «Superpunkteprämie-Fondssparplans» sind weitere Ergebnisse dieser einwandfrei funktionierenden Partnerschaft. Coop ist als Minderheitsaktionärin im Verwaltungsrat der Bank Coop vertreten.

Gewerkschaften

Die Gewerkschaften sind seit je wichtige Partner der Bank Coop. Die Bank wurde 1927 unter dem Namen «Bank der Genossenschaften und Gewerkschaften» gegründet.

Diese enge Beziehung hat bis heute Bestand. Die Gewerkschaften sind im Verwaltungsrat der Bank Coop vertreten und gehören zu den wichtigen Minderheitsaktionären.

Kooperation mit Nationale Suisse

Die seit 2008 bestehende strategische Partnerschaft der Bank Coop mit der Versicherungsgesellschaft Nationale Suisse hat zum Ziel, durch die sinnvolle Kombination von Bank- und Versicherungsprodukten einen Mehrwert für die Kundinnen und Kunden zu schaffen. Beide Finanzdienstleister wollen gemäss ihrer Unternehmensstrategien qualitativ hochwertige Produkte zu fairen Preisen anbieten. Im Weiteren soll durch die Partnerschaft das Wachstum beider Unternehmen gefördert sowie die Marktpresenz in der Schweiz verstärkt werden.

Mitgliedschaften

Die Einbeziehung der Anspruchsgruppen erfolgt unter anderem auch durch die Mitgliedschaft und die Mitarbeit bei verschiedenen namhaften Vereinigungen, die sich für eine nachhaltige Entwicklung und für Energieeffizienz einsetzen.

Öbu – Schweizerische Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung

Die Bank Coop ist Mitglied der Öbu, in der sich rund 400 Schweizer Unternehmen verschiedener Grösse und Ausrichtung zusammengeschlossen haben, um gemeinsam eine Aufgabe anzupacken: die Weiterentwicklung der Schweizer Wirtschaft nach den Grundsätzen der Nachhaltigkeit.

Energie-Agentur der Wirtschaft

Die Bank Coop engagiert sich als Mitglied der Gruppe Banken in der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW). Die EnAW setzt sich für die Reduktion von CO₂-Emissionen und die Erhöhung der Energieeffizienz unter Ausschöpfung wirtschaftlich rentabler Massnahmen ein. Um die energie- und klimapolitischen Ziele der Schweiz zu erreichen, schliesst die EnAW auditierte Branchenvereinbarungen mit dem Bund ab.

Zertifikat freiwilliger Klimaschutz EnAW

 www.bankcoop.ch/EnAW-Zertifikat.pdf

Verein MINERGIE®

Der Verein MINERGIE® setzt sich für die Förderung rationeller Energieanwendungen und den Einsatz erneuerbarer Energien ein. Er entwickelt Standards und fördert die MINERGIE®-Technik. Neubauten und modernisierte Altbauten, die mit dem Qualitätslabel MINERGIE® ausgezeichnet sind, weisen einen bis zu 50% tieferen Energiebedarf als konventionelle Bauten auf, bieten einen hohen Wohnkomfort und garantieren eine verbesserte Werterhaltung.

 www.minergie.ch

Allianz Energetische Gebäudesanierung – JETZT!

Ziel der Vereinigung «Allianz Energetische Gebäudesanierung – JETZT!» ist es, mit geeigneten politischen Massnahmen den Energieverbrauch in der Schweiz rasch und nachhaltig zu senken und somit auch einen Beitrag zur Senkung der CO₂-Emissionen zu leisten. Die Vereinigung koordiniert die Zusammenarbeit zwischen privaten und öffentlichen Institutionen sowie politischen Behörden. Die Bank Coop unterstützt diese Anliegen mit einem finanziellen Beitrag.

 www.energieallianz.ch

Verantwortlich handeln – Engagement für Kundinnen und Kunden

Das Vertrauen und die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden stehen für uns im Mittelpunkt und sind Grundvoraussetzungen für den Erfolg der Bank Coop als Vertriebsbank. Der faire Umgang mit unseren Kundinnen und Kunden und eine partnerschaftliche Beziehung ist für die Bank Coop eine Selbstverständlichkeit.

Deshalb haben unsere Kundinnen und Kunden einen Anspruch darauf, unabhängig von ihrem Einkommen oder Vermögen mit Respekt behandelt und kompetent beraten zu werden. Die Bank Coop bietet ihren Kundinnen und Kunden auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Produkte und Dienstleistungen an und gewährleistet Transparenz. Über Produkte und Konditionen wird so informiert, dass unsere Kundinnen und Kunden selbstverantwortlich entscheiden können. Die Einhaltung sämtlicher gesetzlicher Bestimmungen und bankinternen Weisungen ist im Umgang mit den Kundinnen und Kunden selbstverständlich.

Die Kundinnen und Kunden können mit der Bank Coop auf unterschiedliche Arten in Kontakt treten. Per Ende 2010 konnte die Kundschaft 33 Geschäftsstellen in der ganzen Schweiz nutzen. Schweizweit können an über 160 Bankomaten Bargeldbezüge getätigt werden. Das Call Center ist an Werktagen von 8.00 bis 20.00 Uhr erreichbar; das Internet mit dem OnlineBanking sowie ein Grossteil der Geldausgabeautomaten sind während 24 Stunden an 365 Tagen im Jahr verfügbar. Eine persönliche Beratung ist auf Wunsch auch ausserhalb der offiziellen Öffnungszeiten möglich.

Reklamationen werden im Rahmen eines ausgebauten Kundenfeedback-Managements systematisch erfasst und bearbeitet. Die Feedbacks und Resultate aus allen genannten Quellen werden analysiert und durch die entsprechenden Bereiche bearbeitet.

Kundenzufriedenheit

Zufriedene Kundinnen und Kunden sind für eine langfristige Bankbeziehung entscheidend. Die Bank Coop überprüft regelmässig die Zufriedenheit ihrer Kundinnen und Kunden und strebt eine kontinuierliche Verbesserung der Kundenzufriedenheit an.

Seit mehreren Jahren werden alle Neukunden rund drei Monate nach Eröffnung der Kundenbeziehung zur Zufriedenheit mit der Bank Coop befragt. Dies erfolgt per Fragebogen, der an die Neukunden versandt wird. Die Gesamtzufriedenheit weist im Jahr 2010 wie in den Jahren 2008 und 2009 den unverändert sehr guten Wert

von 9,0 (Maximum 10) auf. Zudem konnten 2010 wieder zahlreiche Neukunden gewonnen werden. Die Gesamtkundenzahl ist im Vergleich zum Jahr 2009 um 1566 Kundinnen und Kunden auf insgesamt 275 338 Kundinnen und Kunden angestiegen.

Zufriedenheit mit Bank Coop

auf einer Skala von 1 bis 10



Die Bank Coop wurde 2010 bei einer Kundenzufriedenheitsumfrage des Internetvergleichsdienstes Comparis im Bereich Hypotheken erneut mit der Note 5,1 (=gut) ausgezeichnet und erhält das entsprechende Comparis-Zertifikat. Damit zählt die Bank Coop zu einer der Besten unter den ausgezeichneten Banken in diesem Bereich und konnte ihre hohe Zufriedenheitsrate auch in diesem Jahr halten.

Kundinnen und Kunden im Fokus

Die Bank Coop hat sich zum Ziel gesetzt, Serviceleader der Schweizer Banken zu sein. Dieses Ziel ist in der Strategie verankert und schafft die Möglichkeit, sich in einem immer härter werdenden Wettbewerb zu differenzieren. Um dieses Ziel zu erreichen, wurden Standards zum Umgang mit Kundinnen und Kunden eingeführt und die Abteilung Training & Development aufgebaut. Diese konzentriert sich auf die Umsetzung einer hohen Service- und Beratungsqualität durch Mitarbeitende im Kundenkontakt und führt entsprechende Schulungen und Coachingprogramme durch.

Der Wechsel auf die IT-Plattform Avaloq nimmt die Bank Coop als Gelegenheit, die Organisationsstruktur sowie die Prozesse den neuen Gegebenheiten anzupassen. Die Kundenorientierung und die effiziente Abwicklung werden dank kurzen Entscheidungs- und Kommunikationswegen und dem konsequenten Abbau von Schnittstellen verbessert. Damit kommt die Bank ihrem Ziel, eine professionelle Vertriebsbank zu sein, einen grossen Schritt näher. Die Kundinnen und Kunden profitieren mit der Umstellung auf Avaloq von Neuerungen und Optimierungen zum Beispiel bei den Kundenbelegen.

Die Geschäfte zwischen der Bank Coop und ihren Kundinnen und Kunden sind von gegenseitigem Vertrauen geprägt. Das uns entgegengebrachte Vertrauen hat für

die Bank Coop einen hohen Stellenwert. Der verantwortungsvolle Umgang mit Kundendaten und die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen sind für die Bank Coop daher eine Selbstverständlichkeit.

Um einen weitestgehenden Schutz unserer Kundinnen und Kunden vor Internetkriminalität zu bieten, werden höchste technische und organisatorische Sicherheitsmassnahmen eingesetzt, welche laufend an den Stand der Technik angepasst werden.

Standards der Bank Coop zum Umgang mit Kundinnen und Kunden:

 www.bankcoop.ch/standards-kundinnen-kunden.pdf

Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden

Von zentraler Bedeutung in der Kommunikation mit unseren Kundinnen und Kunden ist das persönliche Gespräch. Dies kann anlässlich einer Beratung oder auch an einem der zahlreichen Kundenanlässe sein. Darüber hinaus wird die Kommunikation über Internet und mit regelmässig erscheinenden Publikationen sichergestellt. Aktuelle Informationen bietet der elektronische Newsletter der Bank Coop, der in den Sprachen Deutsch, Französisch und Italienisch regelmässig an rund 50 000 Adressen versandt wird. Seit dem Jahr 2010 ist die Bank Coop ausserdem in zahlreichen Social-Media-Netzwerken wie Facebook, Twitter, Youtube und Flickr mit aktuellen Informationen, Videos und Artikeln vertreten und möchte so den Dialog mit Kundinnen und Kunden fördern.

Im Rahmen des speziell auf Frauen ausgerichteten Programms «eva» gibt die Bank Coop eine Reihe frauenspezifischer Publikationen wie den «eva-Newsletter» und verschiedene Pocket Guides zum Themenbereich «Frauen und Finanzen» heraus.

Weitere Informationen, s. GB 2010, Seite 5

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

«Senioren beraten Senioren» und das «eva-Programm»

Verschiedene Kundinnen und Kunden haben verschiedene Bedürfnisse. Die Bank Coop ist bestrebt, auf diese unterschiedlichen Bedürfnisse bestmöglich einzugehen. Die Beratenden des Teams «Senioren beraten Senioren» befinden sich im selben Lebensabschnitt wie ihre Kundinnen und Kunden und können daher deren Bedürfnisse aus eigener Erfahrung nachvollziehen. Ihr Wissen und ihre Erfahrung werden von den Kundinnen und Kunden sehr geschätzt. Die kostenlose Beratung kann auf Wunsch auch zu Hause oder am Arbeitsplatz durchgeführt werden.

Mit dem «eva-Programm» der Bank Coop werden gezielt die Bedürfnisse von Frauen adressiert. Es bietet eine individuelle Beratung für eine optimale Gesamtlösung, welche auf den weiblichen Lebenszyklus abgestimmt ist. Zusätzlich wird ein exklusives Veranstaltungsprogramm mit interessanten Themen angeboten und im Rahmen der Veranstaltungen eine Plattform für den Erfahrungsaustausch mit Frauen in vergleichbaren Situationen ermöglicht.

Barrierefreiheit

Die Bank Coop hat sich zum Ziel gesetzt, Kundinnen und Kunden mit einer Behinderung den Zugang zu ihren Dienstleistungen sicherzustellen. Das Augenmerk gilt dabei nicht nur dem behindertengerechten Zugang zu den Geschäftsräumlichkeiten, sondern auch der Nutzung der Webseiten der Bank und der Abwicklung von Bankgeschäften über OnlineBanking durch beeinträchtigte Personen.

Im Zuge der laufenden Erneuerung der Geschäftsstellen fliessen die Kriterien für behindertengerechtes Bauen gemäss dem Bundesgesetz über die Beseitigung von Benachteiligungen von Menschen mit Behinderungen (Behindertengleichstellungsgesetz BehiG) und den jeweilig geltenden kantonalen Bestimmungen ein. Umbauten erfolgen unter Berücksichtigung der Empfehlungen der Schweizerischen Fachstelle für behindertengerechtes Bauen und den zuständigen Beratungsstellen in den Kantonen. Bei den 33 Geschäftsstellen der Bank Coop ist die Zugänglichkeit mit Ausnahme der Geschäftsstellen in Luzern (aus architektonischen Gründen), Schaffhausen (Umbau geplant) sowie Zürich-Oerlikon (Bezug neuer Standort Ende 2011) gewährleistet.

Die Nutzung der Webseiten der Bank Coop und die Abwicklung von Bankgeschäften über OnlineBanking sollen auch für beeinträchtigte Personen ohne Probleme möglich sein. Die Berücksichtigung der Richtlinien der Stiftung «Zugang für alle» und des World-Wide-Web-Konsortiums (W3C) für den barrierefreien Zugang zu den Webseiten konnte im Jahr 2010 noch nicht vollständig umgesetzt werden. Der Einbezug einer Vielzahl von Aspekten bei der Gestaltung der Inhalte und bei der technischen Umsetzung stellt sicher, dass Menschen mit verschiedenartigen Behinderungen (Sehbehinderung, motorische Behinderung, Lernbehinderung) oder solchen, die über ältere Hardware verfügen, der Zugang zu den Webseiten ermöglicht wird. Um eine erfolgreiche Realisierung der barrierefreien Webseiten sicherzustellen, besteht weiterhin das Ziel, diese von der Schweizer Zertifizierungsstelle Stiftung «Zugang für alle» nach nationalen und internationalen Richtlinien testen und zertifizieren zu lassen.

Verantwortlich handeln – Fairness gegenüber Mitarbeitenden

Für die Bank Coop ist eine fortschrittliche und sozial verantwortliche Personalpolitik ein entscheidender Erfolgsfaktor und ein herausragender Aspekt des Nachhaltigkeitsengagements. Denn der Schlüssel zum Erfolg sind die Mitarbeitenden der Bank Coop. Nur mit motivierten, loyalen und unternehmerisch handelnden Mitarbeitenden kann der angestrebte Unternehmenserfolg langfristig sichergestellt werden.

Die Bank Coop will auf dem Arbeitsmarkt als faire, attraktive, konkurrenzfähige sowie innovative Arbeitgeberin in Erscheinung treten. Dazu zählen auch gezielte Aktivitäten der Mitarbeitenden in bankexternen Organisationen, Vereinigungen und in der Öffentlichkeit. Das Image als Arbeitgeberin soll so entwickelt werden, dass die Identifikation der Mitarbeitenden mit der Bank Coop als Arbeitgeberin gefestigt wird und dass sich potenzielle Arbeitnehmende angesprochen fühlen.

Die Personalpolitik der Bank Coop ist ein Teil der Unternehmensstrategie. Die Kompetenz zur Festlegung der Personalpolitik liegt bei der Geschäftsleitung. Handbücher, Reglemente, Weisungen, Richtlinien und alle übrigen Dokumente im Personalbereich stehen im Einklang mit der Unternehmensstrategie und der Personalpolitik. Die Bank Coop versteht sich mit ihrer Personalpolitik als Teil des Konzerns Basler Kantonalbank. Obwohl die Bank Coop eine eigenständige, unternehmensspezifische Personalpolitik betreibt, werden die konzernweiten Interessen und Bedürfnisse bei allen personalpolitischen Aktivitäten mitberücksichtigt.

Weitere Informationen, s. GB 2010, Seite 11 ff.

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

Kommunikation mit den Mitarbeitenden

Die Mitarbeitenden in einen aktiven Dialog einzubinden und so eine offene Kommunikation zu ermöglichen, ist ein wichtiges Anliegen der Bank Coop.

Mit dem Intranet steht ein Kommunikationsmittel zur Verfügung, mit dem über aktuelle Ereignisse und Entwicklungen schnell informiert werden kann. Ein innovatives Instrument zur Kontaktaufnahme mit der Geschäftsleitung ist das Message Board. Die Mitarbeitenden haben dabei die Möglichkeit, über das Intranet Fragen an die oberste Führungsetage zu richten, welche ebenfalls über das Intranet und für alle ersichtlich Stellung nimmt. Über das Intranet sind zudem sämtliche Informationen über die Bank und über personelle Belange abrufbar.

In der attraktiv aufgemachten Zeitschrift «together», die vierteljährlich auf Konzernebene erscheint, werden Themen der Geschäftstätigkeit der Basler Kantonalbank und der Bank Coop vertieft dargestellt. Feste Rubriken sind zudem personelle Veränderungen und Berichte über Personalanlässe. Die Themenvielfalt erstreckt sich weiter über Aspekte der Nachhaltigkeit und der Gesundheitsvorsorge bis hin zu Buchtipps und Kochrezepten.

Um die Zusammengehörigkeit der verschiedenen Teams zu stärken, wird pro Mitarbeitenden CHF 180.– für zwei Teamanlässe pro Jahr zur Verfügung gestellt. Über diese Abteilungs- und Teamanlässe kann danach in der Zeitschrift «together» berichtet werden. In diesem Zusammenhang wird auch der inoffizielle Austausch zwischen den Mitarbeitenden anlässlich von gemeinsamen Ausflügen oder Personalanlässen gefördert.

Die allgemeine Zufriedenheit der Mitarbeitenden und ihre Arbeitszufriedenheit sind ein wichtiger Gradmesser dafür, ob die Personalpolitik auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden abgestimmt ist und ob ihre Umsetzung im Geschäftsalltag den hohen Ansprüchen, welche die Bank an sich selbst stellt, genügt.

Die periodisch durchgeführte Befragung der Mitarbeitenden durch ein unabhängiges Institut erlaubt, Motivation, Zufriedenheit, Führungsqualität und Personalrisiken präzise zu messen. Die Bank Coop führte 2010 auf anonymer Basis eine Befragung der Mitarbeitenden durch. Die Mitarbeitendenbefragung ist sehr wichtig für die Bank Coop, weil sie die Grundlagen zur Weiterentwicklung bildet. Denn nur wenn das Wissen und Potenzial aller Mitarbeitenden genutzt wird, kann sich die Bank Coop permanent verbessern. An dieser zweiten Umfrage nahmen 76% der Mitarbeitenden teil. Die Kernwerte Motivation, Erfüllung der Mitarbeiterbedürfnisse sowie Commitment haben sich im Vergleich zur Erstbefragung 2008 (72 Punkte) minimal verschlechtert und liegen auf einer Skala von 100 zu erreichenden Punkten im Jahr 2010 bei 70 Punkten. Ein erfreuliches Ergebnis der Befragung ist, dass die Mitarbeitenden sich mit der Bank Coop identifizieren und sich klar zu ihrer Arbeitgeberin bekennen.

Die Bank Coop ist bestrebt, auf Basis der Ergebnisse der Umfrage Massnahmen umzusetzen und die Bedürfnisse ihrer Mitarbeitenden ernst zu nehmen. Um auf Fortschritte und Tendenzen frühzeitig reagieren zu können und diese zu erkennen, wird die nächste Mitarbeitendenbefragung 2012 durchgeführt.

Um die Motivation ihrer Mitarbeitenden weiter zu erhöhen, hat die Bank Coop eine Vielzahl an Massnahmen definiert, beispielsweise die organisationsübergreifende Zusammenarbeit zu fördern, Werte und Wertschätzung als Unternehmenskultur vorzuleben, Zeit für qualitativ gute Arbeit zu geben, Ideen unbürokratisch umzusetzen und Entwicklungsmöglichkeiten aktiv aufzuzeigen.

Ausserdem wird Wert auf ein konstruktives Führungskräfte-Feedback und auf das persönliche Gespräch gelegt. Ein regelmässiger Austausch zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden ist im Rahmen des MbO-Prozesses gewährleistet. Darin werden alle Mitarbeitenden aufgefordert, ihren Vorgesetzten konstruktive Rückmeldungen zu erstatten. Konstruktive Feedbacks sollen aber auch im Arbeitsalltag aktiv gelebt werden, weswegen sogenannte Feedbackregeln publiziert wurden. Mit dieser aktiven Einbindung wird sichergestellt, dass sich die Mitarbeitenden in den Verbesserungsprozess einbringen können und die Gelegenheit erhalten, Veränderungen mitzugestalten.

Fördern und weiterentwickeln: Aus- und Weiterbildung und lebenslanges Lernen als zentrale Themen

In einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld ist eine gezielte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden von grosser Bedeutung. Die Förderung und Entwicklung ihrer Mitarbeitenden ist der Bank Coop wichtig. Aus diesem Grund bietet sie ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm an, das einerseits die Vertiefung oder Ergänzung der beruflichen Kenntnisse ermöglicht, andererseits der allgemeinen Persönlichkeitsbildung dient. Die internen Ausbildungsangebote umfassen bankspezifische Fach-, Führungs- und Beratungsschulungen sowie Kurse zur persönlichen Weiterentwicklung. Diese werden ergänzt durch Bildungsangebote externer Institute.

Ausbildungsschwerpunkt 2010 bildeten die Schulungen auf das neue IT-System Avaloq. Die Kurse wurden in allen Landesregionen in der jeweiligen Sprache angeboten. Die Teilnehmenden bewerteten die massgeschneiderten Schulungen als sehr positiv.

Darüber hinaus schenkt die Bank der Ausbildung von Lernenden und Praktikantinnen und Praktikanten grosse Beachtung. 2010 wurden bei der Bank Coop 57 Lernende und Praktikanten ausgebildet. Daneben bietet die Bank ein Trainee-Programm für Hochschulabsolventinnen und -absolventen an.

Im Rahmen der IT-Migration wurden die Mitarbeitenden aller Bereiche intensiv geschult und auf die neue Kernbankensoftware Avaloq vorbereitet. 2574 Ausbildungstage respektive 4,21 Ausbildungstage pro Mitarbeitende/r wurden 2010 dafür aufgewendet.

Die Ausbildungskosten absolut und pro Mitarbeitenden sind 2010 relativ tief. Grund dafür ist, dass die Ausbildungskosten für die Schulungen auf das neue IT-System Avaloq nicht in dieser Zahl einberechnet sind.

Lebenslanges Lernen ist ein zunehmend wichtiges Thema. Daher beteiligt sich die Bank Coop an einer von den Sozialpartnern der Bankbranche gemeinsam durchgeführten Online-Umfrage bei Bankmitarbeitenden. Ziel ist es, zu erfahren, ob und wie sich Bankmitarbeitende (Alter 40+) weiterbilden, was sie dazu motiviert, wo sie Hindernisse erleben und wie in ihren Augen die «ideale» Weiterbildung aussehen sollte. Das Projekt wird von der Schweizerischen Bankiersvereinigung, dem Arbeitgeberverband der Banken in der Schweiz, dem Schweizerischen Bankpersonalverband sowie dem Kaufmännischen Verband Schweiz getragen. Die Bank Coop beteiligt sich an diesem Projekt und ist an den Ergebnissen interessiert, da sie lebenslanges Lernen als zentrales Thema der Personalentwicklung betrachtet.

Kenntnisse über die Sorgfaltspflichten der Banken und ihre Pflichten zur Verhinderung von Geldwäscherei sind heute wichtiger denn je. Es ist daher unerlässlich, dass sich die Bank Coop und ihre Mitarbeitenden immer wieder von Neuem mit den gesetzlichen und regulatorischen Vorschriften und den daraus resultierenden Sorgfaltspflichten der Bank und jedes bzw. jeder einzelnen Mitarbeitenden auseinandersetzen und weiterbilden. Aus diesem Grund sind alle Mitarbeitenden verpflichtet ein E-Learning-Tool zu diesem Themenbereich erfolgreich zu absolvieren. So kann sichergestellt werden, dass alle Mitarbeitenden sich das diesbezügliche Wissen aneignen und die entsprechenden gesetzlichen sowie bankinternen Vorgaben verlässlich anwenden und umsetzen können.

Bewusstsein wecken für Umwelt und Soziales - Sensibilisierung ist uns wichtig

Der Bank Coop ist es wichtig, auch bei ihren Mitarbeitenden das Bewusstsein für ökologische und soziale Belange der Gesellschaft zu fördern. Daher hat die Bank Coop im Jahr 2010 die vom Deutschen Hygiene-Museum Dresden konzipierte Ausstellung «2 Grad – Das Wetter, der Mensch und sein Klima», die vom 21.8.2010 bis zum 20.2.2011 in Basel gezeigt wurde, als Kooperationspartnerin unterstützt. Im Rahmen dieser Kooperation konnten die Mitarbeitenden der Bank Coop die Ausstellung zu einem vergünstigten Preis besuchen und an einem exklusiven Mitarbeitendenanlass zum Thema Klimaschutz teilnehmen.

Die Ausstellung bot einen vielschichtigen und überraschenden Blick auf die faszinierenden Themen Wetter und Klima und zeigte auf, wie eng die Menschen damit verbunden sind. Die Besucherinnen und Besucher erhielten zudem Einblick in die historische und aktuelle Klimaforschung.

Work-Life-Balance, Familienfreundlichkeit und Chancengleichheit

In ihrem Leitbild verpflichtet sich die Bank Coop, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu unterstützen. Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeitswelt und Privatleben, Familienfreundlichkeit und Gleichberechtigung für Mann und Frau sind im Verständnis der Personalpolitik der Bank Coop Grundvoraussetzungen. Sie bilden die Basis für eine vertrauensvolle und faire Zusammenarbeit zwischen der Bank als Arbeitgeberin und den Mitarbeitenden. Den Besonderheiten der Berufs- und Lebensgestaltung von Müttern und Vätern will die Bank angemessen Rechnung tragen und Lösungen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie nachhaltig unterstützen. Die Bank Coop will im Bereich der familienfreundlichen Unternehmen in der Schweiz eine führende Rolle einnehmen. Um dem Grundsatz der Chancengleichheit gerecht zu werden, sollen Frauen und Männern dieselben Möglichkeiten offenstehen, einer Erwerbstätigkeit nachzugehen.

Der Gewinn des Prix Egalité und zweier weiterer Auszeichnungen, des Prix famille entreprise der Region Biel-Seeland und des Zertifikats als familienbewusstes Unternehmen der Familienmanagement GmbH, bestätigt, dass die Bank Coop den Postulaten der Chancengleichheit und der Vereinbarkeit von Beruf und Familie in ihrer Personalpolitik gerecht wird. Denn verbunden mit diesen Auszeichnungen ist der Nachweis, dass ent-

sprechende Massnahmen umgesetzt oder glaubwürdig geplant und eingeleitet worden sind. Im Jahr 2011 wird die Bank Coop wieder an der Ausschreibung für den Prix Egalité teilnehmen.

Die Bank Coop ist bestrebt, dem Grundsatz «Gleicher Lohn für Frauen und Männer in denselben Berufsbildern mit den gleichen Qualifikationen» zu folgen. Daher wurde im Jahr 2010 eine Salärüberprüfung durchgeführt, um Massnahmen zur Verhinderung von Lohndiskriminierung zu eruieren. Nebst Strukturanalysen und individuellen Analysen überprüft die Bank Coop mittels Logib (Lohnungleichheitsinstrument des Bundes) die Lohn-gleichheit zwischen Mann und Frau.

2010 führte die Bank Coop ein Reglement für Telearbeit ein und ermöglicht so ihren Mitarbeitenden auf Wunsch und nach Rücksprache mit der vorgesetzten Stelle diese neue Arbeitsform. Die Bank Coop bietet ihren Mitarbeitenden zudem flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit zu Teilzeitmodellen. Die Bank fördert damit die Vereinbarkeit von Beruf und privaten Bedürfnissen und leistet somit einen Beitrag zur Work-Life-Balance ihrer Mitarbeitenden. Dies soll zusätzlich die Zufriedenheit und Selbstständigkeit der Mitarbeitenden fördern und eine harmonische Zusammenarbeit ermöglichen.

Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Mütter und Väter

Die Bank Coop hat für Mütter bzw. für Väter sehr fortschrittliche Urlaubsmodelle eingeführt. Mitarbeiterinnen gewährt sie nach der Geburt ihres Kindes einen bezahlten Mutterschaftsurlaub von 16 Wochen. Der Mitarbeiterin im ungekündigten Anstellungsverhältnis wird nach Beendigung des bezahlten Mutterschaftsurlaubs die Möglichkeit eingeräumt, auf Antrag bis zu zwei Monate unbezahlten Urlaub zu beziehen.

Mitarbeitern wird nach der Geburt zwei Wochen bezahlter und vier Wochen unbezahlter Vaterschaftsurlaub gewährt. Die sechs Wochen Vaterschaftsurlaub können bis sechs Monate nach der Niederkunft der Mutter auch in Teilzeittranchen bezogen werden.

Die Bank Coop beteiligt sich an den Kosten für externe Kinderbetreuung von Kindern im Alter zwischen 0 und 12 Jahren in Krippen und Tagesfamilien. Die Höhe der Beteiligung ist von der Höhe des Bruttoeinkommens beider Elternteile abhängig und variiert zwischen 10% und 50% der jährlichen Betreuungskosten. Der Beschäftigungsgrad hat keinen Einfluss auf die Höhe der Subventionierung.

Im Jahr 2010 wurde ausserdem ein Lunch-Learning zum Thema «Beruf und Familie» durchgeführt. Die Veranstaltung mit Hinweisen zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben wurde von den Mitarbeitenden sehr geschätzt.

Die Bank Coop beteiligte sich 2010 am schweizweit einmal pro Jahr durchgeführten Tochter- und Sohntag. Dabei wird Töchtern und Söhnen von Mitarbeitenden der Bank Coop die Möglichkeit gegeben, ihre Eltern einen Tag lang bei ihrer täglichen Arbeit zu begleiten und Einblicke in ihren Arbeitsalltag zu bekommen. Diese Motivationskampagne stützt Mädchen und Knaben beim Aufbau einer klaren beruflichen Ausrichtung und regt eine breite Diskussion über ein zeitgemässes Berufsverständnis von Mädchen und Knaben an.

Frauenförderung

Im Personalbereich fokussiert die Bank auf zwei Hauptanliegen: Erhöhung des Frauenanteils in Schlüsselpositionen resp. im oberen Management und Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Im Rahmen der Frauenförderung entwickelt die Bank Coop verschiedene Aktivitäten.

Dazu gehören:

- Frauenbewusste Rekrutierung (auch Lernende)
- Mentoring-Programm für Frauen
- Strukturelle Lohnanpassungen innerhalb der Salärkunden hinsichtlich Gleichstellung Frau/Mann
- Festlegung von Zielwerten für den Frauenanteil in Kader und Direktion
- Erhöhung der Prämien für Mitarbeitende für die Vermittlung von Kaderfrauen
- Begleitung von Diplomarbeiten von Frauen oder zu Frauenthemen
- Beteiligung am eidgenössischen Tochtertag
- Innerhalb unseres Programmes «eva» für Kundinnen werden Mitarbeiterinnen ausgebildet, um aktiv an den Veranstaltungen mitzuwirken

Im Zusammenhang mit der Diskussion um eine verbindliche Frauenquote hat sich auch die Bank Coop schon seit Jahren das Ziel gesetzt, ihren Frauenanteil insgesamt und in Kader und Direktion kontinuierlich zu steigern. Im Jahr 2010 wurde im Kader ein Frauenanteil von 28,5% erreicht. Innerhalb der Direktion konnte der Frauenanteil 2010 im Vergleich zum Vorjahr auf 7% gesteigert werden (2009: 5,6%). Insgesamt beträgt der Anteil Frauen in Kader und Direktion im Jahr 2010 23,6% und hat im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht zugenommen.

Das Ziel für die nächsten drei Jahre ist es, die Anzahl der Frauen im Kader auf 33% zu steigern. Auf Direktionsebene soll ein Frauenanteil von 8% erreicht werden.

Daddy-Lunch

Daddy-Lunch ist ein internes Netzwerk speziell für Väter und diejenigen, die es werden möchten. Bei einem gemeinsamen Mittagessen wird über allerlei Herausforderungen gesprochen und nützliche Erfahrungen rund um das Vatersein und die Work-Life-Balance werden ausgetauscht. Zu jedem Treffen wird ein vaterspezifisches Thema ausgewählt und in einer lockeren Atmosphäre thematisiert. Kontakte werden geknüpft und gepflegt sowie Erfahrungen ausgetauscht. Die Vaterrolle hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt. Ein Austausch unter Vätern unterstützt die persönliche Entwicklung in diesem Wandel und ermutigt, auch über eigene Sichtweisen nachzudenken. Am Daddy-Lunch speziell zum Vätertag 2010 wurde über das Thema «Aktive Vaterschaft – wie Männer und Unternehmen gewinnen» diskutiert.

Work & Care

Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ist auch für Mitarbeitende mit pflegebedürftigen Angehörigen über 15 Jahren eine Herausforderung. Eine Forschungsarbeit hat gezeigt, dass sich zehn Prozent der Mitarbeitenden um kranke Familienangehörige oder Partnerinnen und Partner kümmern und damit oft vor anspruchsvollen Situationen stehen. Betroffenen Mitarbeitenden bietet die Bank bereits heute Unterstützung und baut diese im Rahmen eines Forschungsprojekts und in Zusammenarbeit mit der Kalaidos Fachhochschule Schweiz und der Alzheimer-Stiftung noch weiter aus:

- Anrecht auf einen Tag bezahlten Urlaub zulasten der Bank für die Betreuung von pflegebedürftigen Angehörigen
- Kostenlose Beratung, Information und Vermittlungsdienstleistungen über den Familienservice. Die Rubrik Eldercare befasst sich speziell mit der Pflegefallproblematik
- Möglichkeit der Reduktion der Arbeitszeit
- Möglichkeit zum Bezug von unbezahltem Urlaub

Dive

Ihr Bekenntnis zur Gleichbehandlung von Mann und Frau hat die Bank Coop im Jahr 2001 in ihrer Strategie verankert: Bei der Bank Coop nehmen Frauen einen wichtigen Stellenwert ein – als Kundinnen und als Mitarbeiterinnen. Aus einer Pionierarbeit im Personalbereich hat sich ein einzigartiges und auf dem Markt unverwechselbares Programm für unsere Kundinnen entwickelt, das stets an Beliebtheit zunimmt.

Das «eva-Programm» der Bank Coop verfolgt das Ziel, Kundinnen ihren Bedürfnissen und Ansprüchen entsprechend zu beraten. Frauen haben oft andere typische Biografieverläufe und Bedürfnisse als Männer. Diese beeinflussen auch ihr Verhältnis zu Geldangelegenheiten. (www.bankcoop.ch/eva)

LENA Award

Am 30. April 2010 fand die zweite offizielle Verleihung des LENA Award in Genf statt. Die Auszeichnung ist eine Anerkennung für ausserordentliche Projektideen, die erfolgreich von Frauen für Frauen und/oder Familien umgesetzt wurden. Des Weiteren wurde eine Ehren-LENA an eine beeindruckende Frau, Paola Ghillani, verliehen. Die Bank Coop unterstützte diese Verleihungen als Hauptsponsor. (www.bankcoop.ch/eva)



«Es sind die Unterschiede zwischen den Menschen, die Neues entstehen lassen. Klar, dass uns Diversity da am Herzen liegt, denn ohne sie wäre das Leben langweilig und träge. Dass wir die Chancengleichheit und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie fördern, ist nur eine logische Konsequenz davon.»

Sandra Lienhart, Mitglied der Geschäftsleitung Bank Coop

rsity

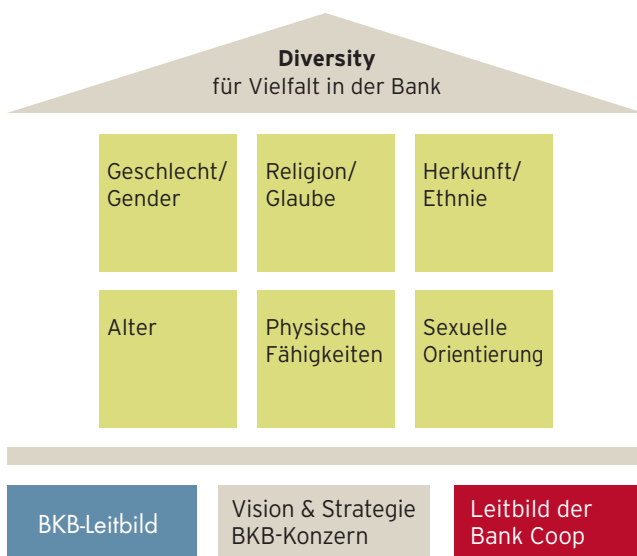


Beratungsmöglichkeiten

Mitarbeitende in schwierigen Lebenssituationen können ohne Rückfrage mit dem Vorgesetzten oder den Personalverantwortlichen Beratungsdienstleistungen von externen und internen Stellen beanspruchen. Die Bank erfährt nicht, wer beraten wurde, und erhält lediglich eine Rückmeldung über die geleisteten Beratungsstunden. Beratungsmöglichkeiten bestehen in Fragen der Kinderbetreuung, der Betreuung von betagten Angehörigen, der Organisation von Haushalthilfen und hinsichtlich Stress und Burn-out. Im Weiteren bestehen interne Ansprechstellen für Chancenförderung, lösungsorientiertes Coaching, Konfliktberatung, Mobbing und sexuelle Belästigung. Eine externe Fachstelle für die betriebliche Sozialhilfe kann mit Zustimmung der Personalverantwortlichen in Anspruch genommen werden.

Förderung von Diversity

Unter dem Begriff «Diversity» bekennt sich die Bank Coop zu einem vorurteilsfreien Arbeitsumfeld und zur Vielfalt aller Beschäftigten. Die Bank Coop beugt somit jedem Ausdruck von Diskriminierung vor, egal ob mündlich, schriftlich oder physisch geäußert, und verankert die Förderung von Diversity in ihrem Leitbild. Ziel ist es, die Heterogenität der Mitarbeitenden konstruktiv zu nutzen sowie den Rahmen für ein vorurteilsfreies Umfeld zu schaffen und dieses als verbindlich zu verankern.



Heterogene Teams sind produktiver und erfolgreicher. Vielfalt und der Einbezug unterschiedlicher Sichtweisen fördern Kreativität. Die Verankerung von Diversity im

Leitbild beinhaltet, eine offene, respektvolle Haltung gegenüber Unterschieden zu leben, die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen zu integrieren und ein vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem alle Mitarbeitenden ihr volles Leistungspotenzial einbringen können. Diversity wird bereits heute schon vielfach innerhalb der Unternehmenskultur der Bank Coop gelebt, z.B. durch den Grundsatz «fair banking», das Frauenförderprogramm und interne Weisungen zur Gleichstellung eingetragener Partnerschaften.

Mitwirkungsrechte und Partizipation

Zur Förderung der beruflichen und persönlichen Entfaltung und der Mitverantwortung tragen die Mitwirkungsmöglichkeiten der Mitarbeitenden der Bank bei. Die Mitwirkungsrechte erstrecken sich auf die Mitgestaltung betrieblicher und sozialer Einrichtungen der Bank. Daneben steht dem Personal das Recht auf Information über Entscheide der Geschäftsleitung in Fragen des Betriebes, soweit es davon persönlich betroffen wird, sowie über den allgemeinen Geschäftsgang zu. Die Interessen der Mitarbeitenden werden von einer Personalkommission wahrgenommen. Die Personalkommission ist Mittlerin zwischen dem Personal einerseits und der Geschäftsleitung andererseits. Im Übrigen sind die Mitwirkungsrechte in der Vereinbarung über die Anstellungsbedingungen der Bankangestellten festgelegt.

Gesundheitsförderung

Die Anforderungen an die Mitarbeitenden sind in einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld wie demjenigen der Bank Coop hoch. Deshalb ist es für die Bank ein wichtiges Anliegen, die Gesundheit der Mitarbeitenden zu erhalten und sie für eine gesunde Lebensweise zu sensibilisieren. Dabei geht die Bank von einem umfassenden Gesundheitsverständnis aus, das sowohl das physische wie auch das psychische Wohlbefinden umfasst. In diesem Verständnis strebt die Bank Coop an, ihren Mitarbeitenden eine Arbeitsatmosphäre zu schaffen, in der sie gefordert sind, sich aber auch wohlfühlen. Dazu hat die Bank bereits im Rahmen der Personalpolitik verschiedene Massnahmen eingeleitet und umgesetzt.

Aus Rücksicht auf gesundheitliche Aspekte gilt im Übrigen in sämtlichen Büros der Bank Coop (auch in Einzelbüros), in Kundenzonen, Sitzungszimmern, Liftanlagen, Toiletten und Korridoren ein generelles Rauchverbot. Allen Mitarbeitenden stehen kostenlos Mineralwasser, Tee und Kaffee zur Verfügung.

Ergonomie am Arbeitsplatz

Die Bank Coop baut ihre Aktivitäten zur Erhaltung der Gesundheit und zur Unfallverhütung am Arbeitsplatz systematisch aus. Mit einer Informationsplattform im Intranet, mit Lunchveranstaltungen und anderen Kommunikationsmitteln werden Hinweise zur Verbesserung der Ergonomie am Arbeitsplatz, zur Unfallverhütung und zur Erhaltung einer gesundheitsfördernden Arbeitsatmosphäre vermittelt. Darüber hinaus wird vom Verantwortlichen für Ergonomie und Betriebssicherheit eine persönliche Beratung am Arbeitsplatz angeboten.

Umgang mit Stress und Ernährung

Periodisch werden Veranstaltungen zu den Themen Stress und Ernährung durchgeführt. Auf den Seiten des Intranets finden die Mitarbeitenden der Bank Coop ausserdem wichtige Hinweise zu Entspannungs- und Lockerungsmethoden, zu Stressprävention und zu gesunder Ernährung. Zusätzlich stehen den Mitarbeitenden zweimal im Jahr für mehrere Wochen saisonale Früchte gratis zur Verfügung, um so eine gesunde Ernährung zu unterstützen.

Sport und Bewegung

Der Sportclub bietet den Mitarbeitenden die Möglichkeit, verschiedene Sportarten auszuüben. Darüber hinaus organisieren die Mitglieder des Sportclubs einen Sommersporttag und ein Schneeweekend, an denen sämtliche Mitarbeitenden teilnehmen können. An Laufanlässen wie dem Grand-Prix von Bern oder dem Stadtlauf von Basel ist die Bank mit eigenen Teams vertreten. Die Bank Coop beteiligte sich auch 2010 wieder an der schweizweiten Aktion Bike-to-work, welche eine sportliche und gesunde Mobilität der Mitarbeitenden per Velo fördern soll.

Ideen-Management

Ideen-Management ist Teil des Feedback-Managements der Bank Coop. Dies besteht aus dem Kunden-Feedback-Management (KFM), Ideen-Management sowie den abteilungsinternen Instrumenten Teamsitzung, MbO und Jour fixe. Durch das Ideen-Management sollen sämtliche Mitarbeitenden angespornt werden, Ideen oder Verbesserungshinweise bezüglich Qualität, nutzbringender Veränderungen, Vereinfachungen sowie Einsparungen einzubringen.

Pensionskasse

Alle Mitarbeitenden, die das 17. Altersjahr vollendet haben, sind bei der Pensionskasse der Basler Kantonalbank (PK BKB) versichert (Ausnahmen regelt das Vorsorgereglement). Oberstes Organ der Pensionskasse ist der aus

acht Mitgliedern paritätisch zusammengesetzte Stiftungsrat. Die Bank Coop stellt je zwei Arbeitgeber- und zwei Arbeitnehmervertreter. Die Arbeitgebervertreter werden vom Verwaltungsrat, die Arbeitnehmervertreter von den Versicherten auf Antrag der Personalkommission der Bank Coop gewählt.

Weitere Informationen zur Vorsorgeeinrichtung s. GB 2010, Seite 110

 www.bankcoop.ch/gb-2010.pdf

Sexuelle Belästigung, Mobbing

Die Bank Coop schützt die Persönlichkeit und die Gesundheit der Mitarbeitenden. Deshalb wird ein Klima des persönlichen Respekts und Vertrauens geschaffen, das sexuelle Belästigung und Mobbing nicht aufkommen lässt.

Weder sexuelle Belästigung, Mobbing noch Diskriminierungen jeglicher Art werden toleriert. Entsprechende Bestimmungen im Personalhandbuch bezeichnen die diesbezüglichen Pflichten der Mitarbeitenden und nennen die Rechte bei einer Beschwerde. Eine Anlaufstelle für Betroffene ist bezeichnet.

Arbeitsbedingungen

Die Bank Coop bietet ihren Mitarbeitenden faire und fortschrittliche Arbeitsbedingungen. Die Anstellungsbedingungen unterliegen den Bestimmungen der Vereinbarung der Bankangestellten SBPV.

Vereinbarung über die Anstellungsbedingungen der Bankangestellten

 www.agv-banken.ch/vab_2010.pdf

Das Personalhandbuch Bank Coop regelt alle personellen und sozialpolitischen Fragen im Zusammenhang mit dem Anstellungsverhältnis zwischen dem Mitarbeitenden und der Bank Coop. Es enthält die Vorschriften und Richtlinien im personellen Bereich. Das Personalhandbuch bildet einen integrierenden Bestandteil des Anstellungsvertrages zwischen dem Mitarbeitenden und der Bank Coop; der Inhalt des Personalhandbuches Bank Coop ist somit rechtlich verbindlich. Das Personalhandbuch der Bank Coop ist nicht öffentlich.

Gehaltsstruktur und Altersverteilung

Bei der Bank Coop gilt der Grundsatz «gleicher Lohn für Frauen und Männer in denselben Berufsbildern mit denselben Qualifikationen».

 www.bankcoop.ch/gehaltsstruktur-altersverteilung.pdf

Soziale Leistungskennzahlen

	2010	2009	2008
Anzahl Mitarbeitende (teilstzeitbereinigt, 100%-Stellen)	600,3	624,6	651,6
Anteil Frauen am Bestand der Mitarbeitenden in %	44,7	41,4	43,0
Anteil Frauen in Kader und Direktion in %	23,6	21,1	25,2
• Anteil Frauen im Kader in %	28,5	26,6	25,2
• Anteil Frauen in der Direktion in %	7,0	5,6	7,4
Teilstzeitquote Frauen in %	41,1	40,4	41,7
Teilstzeitquote Männer in %	10,0	9,1	7,3
Teilstzeitquote gesamt in %	22,8	22,1	22,6
Vollzeitstellen	507	465	544
Teilstzeitstellen	222	285	243
• Frauen	155	191	184
• Männer	67	94	59
Anzahl Lernende und Praktikanten/-innen	57	59	64
Frauenquote Lernende und Praktikanten/-innen in %	54,4	52,2	53,2
Fluktuationsrate in % (netto)	6,3	4,4	6,3
• Frauen	7,9	5,8	6,0
• Männer	5,1	3,3	6,5
Fluktuationsrate in % (brutto)	12,5	8,1	10,3
Ausbildungstage total	825,5 (2574)*	1346	1581
Ausbildungstage pro Mitarbeitende/-en	1,35 (4,21)*	2,15	2,43
Ausbildungskosten total in 1000 CHF (ohne Kosten für IT-Migration)	856	892	1096
Ausbildungskosten pro Mitarbeitende/-en in CHF	1399	1428	1682
Krankheitsquote (Absenzen in % der geleisteten Sollarbeitszeit)	1,7	2,0	1,5
Personalaufwand in 1000 CHF	84 600	84 106	88 319

Alle Angaben per 31.12.2010

* Im Rahmen der IT-Migration wurden die Mitarbeitenden aus allen Bereichen intensiv geschult.
Die Zahlen in Klammern stellen die Avaloq-Ausbildungstage total und pro Mitarbeitenden dar.

Verantwortlich handeln – Engagement für die Umwelt

Für den Betrieb der Bank nutzen wir Energie, verbrauchen Ressourcen und belasten das Klima. Die Steigerung der betrieblichen Ressourceneffizienz bzw. die Reduktion des Ressourcenverbrauchs und die Minderung der Umweltbelastungen sind deshalb wesentliche Anliegen im Rahmen des Nachhaltigkeitsengagements. Mit einem umfassenden Umweltmanagement will die Bank Coop sicherstellen, dass die für den Bankbetrieb notwendigen Ressourcen geschont und die Belastungen der Umwelt und des Klimas nach Möglichkeit gesenkt werden. Das Ziel besteht darin, bei allen umweltrelevanten Aspekten wie Energiebedarf, Papierverbrauch, Wasserverbrauch und Abfallaufkommen dauerhafte Optimierungseffekte auszulösen und die Leistung durch technische oder operative Massnahmen kontinuierlich zu verbessern. Darüber hinaus sind die Anstrengungen zum sparsamen Umgang mit den Ressourcen auch als Beitrag zur Kosteneffizienz und damit zum Geschäftserfolg anzusehen.

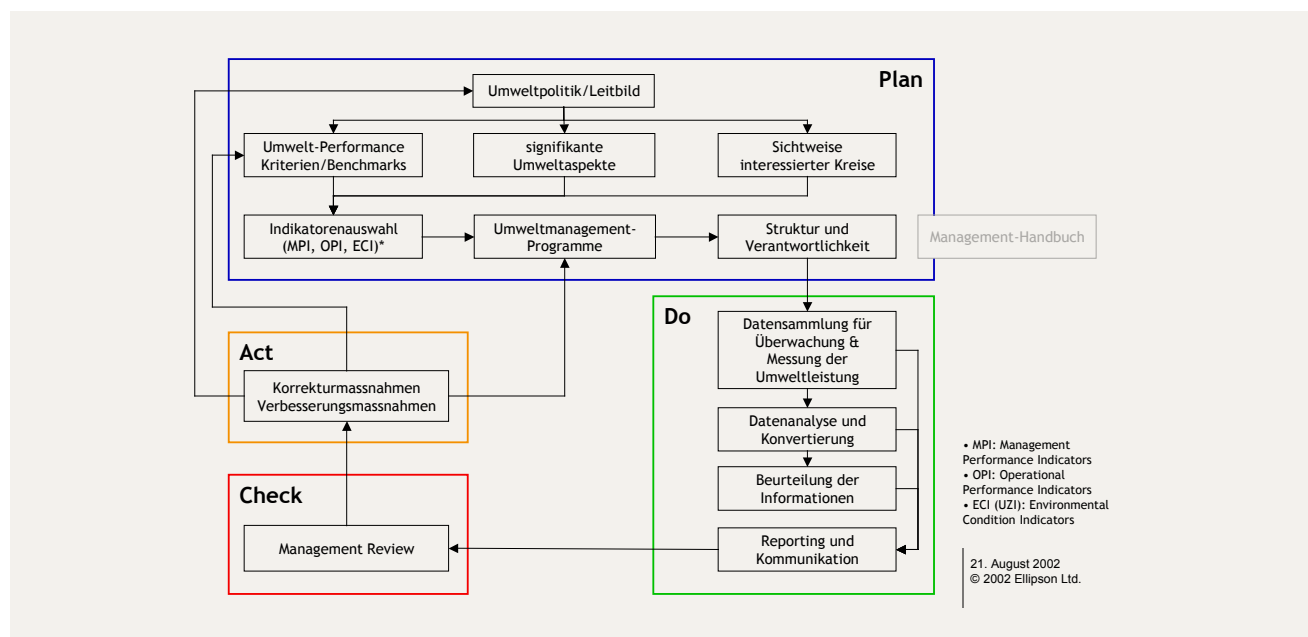
Die übergeordneten Zielsetzungen der Umweltpolitik sind im Umweltleitbild des Konzerns festgelegt.

Umweltleitbild des Konzerns BKB/Bank Coop

 www.bankcoop.ch/umweltleitbild-des-konzerns-bkb-bank-coop.pdf

Betriebliches Umweltmanagement

Zur Umsetzung der betriebsökologischen Zielsetzungen hat die Bank Coop bereits 2003 ein betriebliches Umweltmanagementsystem implementiert. Dieses lehnt sich an den ISO-Standard 14031 «Environmental Management - Environmental Performance Evaluation - Guidelines» an. Das interne Managementsystem soll der Unternehmensleitung die nötigen Unterlagen zur Beurteilung und zur Steuerung der betriebsökologischen Leistungen der Bank Coop an die Hand geben. Die Zielsetzung ist die Sicherstellung einer kontinuierlichen Verbesserung der Umweltleistung der Bank im betrieblich-operativen Bereich.



Übersicht über das Umweltmanagement-System der Bank Coop

Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung

Die Festlegung der relevanten Aspekte zur Erhebung der Leistungskennzahlen zur Überwachung der betrieblichen Umweltleistung basieren auf den für die Finanzbranche massgeblichen VfU-Richtlinien (Kennzahlen zur betrieblichen Umweltleistung für Finanzdienstleister 2003 unter Berücksichtigung der Updates 2005, 2007 und 2010).

Der Standard des Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. (VfU) ist auf Kompatibilität zu den Protokollen der Global Reporting Initiative (GRI) und dem Treibhausgasprotokoll des World Business Council for Sustainable Development und des World Resources Institute (WBCSD/ WIR) ausgelegt. Für die Umweltbilanzierung verwendet die Bank Coop die für Finanzdienstleister entwickelte und GRI-zertifizierte Software SoFi.

VfU-Leitfaden zur Umweltberichterstattung von Finanzdienstleistern

 www.vfu.de

 www.globalreporting.org

Methode zur Erhebung der Kennzahlen

Die betriebsökologischen Kennzahlen beziehen sich jeweils auf die Periode 1.7.-30.6. Ausgewiesen werden die Kennzahlen der letzten drei Perioden für den Hauptsitz der Bank Coop (275 resp. 43% der Mitarbeitenden) und zusätzlich für die vier Regionensitze Bern, Lausanne, Lugano und Zürich (133 resp. 21% der Mitarbeitenden).

In diesem Bericht werden zum ersten Mal die Kennzahlen des Hauptsitzes und der Regionensitze zusammen ausgewiesen. Die umweltrelevanten Werte entsprechen damit rund zwei Dritteln (64%) der Mitarbeitenden und der Büro- und Verkehrsfläche. Aus Gründen der Vergleichbarkeit mit der Umweltleistung der Vorjahre werden in den nachfolgenden Graphiken die Angaben für den Hauptsitz in Basel und die Regionensitze noch einzeln gekennzeichnet ausgewiesen. In den folgenden Berichten wird die erweiterte Datenbasis in eine Darstellung integriert.

Im Jahr 2010 wurden die Strukturdaten der Umweltmanagement-Software SoFi der Bank Coop aktualisiert und angepasst. Darunter fiel auch die Anpassung der

Verbrauchsdaten des Rechenzentrums, welches sich in Gebäuden der Basler Kantonalbank befindet und von der Bank Coop mitgenutzt wird. Durch die Erhöhung der Leistung und der Anzahl Server des Rechenzentrums hat der Stromverbrauch zugenommen. Weiter wurden Emissionsfaktoren, Zuordnungen und Verteilschlüssel überprüft und wo nötig aktualisiert.

Das Update der VfU-Kennzahlen im Jahr 2010 hat ausserdem einige Änderungen in den Datenreihen zur Folge, da sich teilweise die Umrechnungsfaktoren für die Emissionsfaktoren und die Primärenergie stark verändert haben. Aufgrund dieser Änderungen ergeben sich z.B. für die Treibhausgasemissionen von Papier erheblich höhere Werte als in den Jahren zuvor (unter Verwendung der VfU-Kennzahlen 2007). Dies muss bei der Interpretation der Daten beachtet werden. Die Aussagekraft der Datenreihen ist dadurch eingeschränkt.

Benchmark

Als Orientierungshilfe zur Einschätzung der Leistung und zur Abschätzung der Potenziale zur Effizienzsteigerung im betrieblich-operativen Bereich wird der Vergleich mit 9 weiteren Geschäftsbanken in der Schweiz herangezogen. Als Benchmark dient die durchschnittliche Leistung der Benchmarkpartner (publizierte Daten aus dem Jahr 2009). Die Bank Coop setzt sich zum Ziel, in allen Bereichen besser zu sein als der Durchschnitt der Vergleichsbanken.

Die Datenqualität der ausgewiesenen Werte ist weitestgehend als sehr gut zu bezeichnen und bezieht sich vor allem auf detaillierte Rechnungen der jeweiligen Zulieferer. Die unten stehende Tabelle gibt Auskunft über die jeweilige Datenqualität der einzelnen Kennzahlen:

Datenqualität	Beschreibung
3	Daten basieren auf exakten Messungen, z.B. Zulieferer-Rechnungen, Zählerwert
2	Daten basieren auf einer genauen Berechnung oder Schätzung
1	Daten basieren auf grober Schätzung
0	Nicht erhoben

Weitere Informationen zu Grundlagen und Methoden der Datenerhebung und zum Umweltmanagement

 www.bankcoop.ch/management_review_09_10.pdf

Absolute Kennzahlen Hauptsitz und Regionensitze (65% der gesamten Mitarbeitenden)

Umweltleistung in Kennzahlen	GRI ¹	Datenqualität	Einheit	2009/2010	2008/2009	2007/2008
Total Papierverbrauch²	(EN1)	3	t	157	160	144
Anteil Recyclingpapier	EN2			94%	91%	86%
Frischfaser TCF				6%	9%	14%
Energie	EN4 (EN3)	3	kWh	3 448 072	3 812 344	3 590 457
Elektrizität				53%	51%	53%
Fernwärme				47%	49%	47%
Total Primärenergie	EN4	3	kWh	4 794 804	5 317 286	5 544 644
Total Wasserverbrauch	EN8	3	m ³	5 050	5 311	5 490
Trinkwasser				100%	100%	100%
Total Entsorgung	EN22	2	t	89.2	113	118.3
Wertstoffe, getrennt und rezykliert				71%	71%	77%
Verbrennung				26%	28%	22%
Elektroschrott				3%	<1%	1%
Direkte und indirekte Emissionen³		2	t	222	342	342
Emissionen direkt	EN16		t	20	29	19
Emissionen indirekt	EN16		t	67	248	264
Emissionen indirekt «andere»	EN17		t	135	65	59

1) GRI: Indikatoren gemäss Global Reporting Initiative (G3/2006). EN = Ökologische Leistungsindikatoren.

2) Gesamtbank 100% der Mitarbeitenden.

3) Elektrizität und Fernwärme erzeugen indirekte Emissionen, die Verwendung von Erdgas als Heizenergie an den Regionensitzen Zürich und Lugano erzeugt direkte Emissionen.

Direkter Energieverbrauch EN3: betrifft nur Erdgasverbrauch an den Standorten Zürich und Lugano.

Relative Kennzahlen Hauptsitz und Regionensitze

	Einheit	2009/2010	2008/2009	2007/2008	Benchmark ² Mittelwert
Energie	MJ/MA	30 461	32 662	31 101	35 653
Strom	MJ/MA	16 037	15 958	16 479	22 321
Heizenergie	MJ/MA	14 424	16 703	14 623	12 069
Papier¹	kg/MA	245	247	224	192
Anteil Recyclingpapier	%	94	91	86	22
Drucker-/Kopierpapier	S A4/MA	11 176	16 675	16 386	-
Wasser	l/MA/d	50	51	53	69
Abfälle	kg/MA	219	269	285	251
Anteil Recycling	%	71	71	77	61
Anteil Verbrennung	%	26	28	22	-
Anteil Sonder-/Spezialabfälle ⁴	%	3	1	1	-
Indirekte Energie und Primärenergie					
Indirekte Energie (und direkte Energie für Zürich und Lugano)	MJ/MA	30 461	32 662	31 101	-
Primärenergie	MJ/MA	42 359	45 555	48 029	-
Primärenergie «andere»	MJ/MA	6 141	4 474	4 075	-
Treibhausgas-Emissionen³	kg/MA	544	814	823	1 444
Emissionen aus direktem Energieverbrauch	kg/MA	49	69	45	-
Emissionen aus indirektem Energieverbrauch	kg/MA	164	591	636	-
Emissionen aus indirekten Energieverbrauch «andere»	kg/MA	331	154	142	-

1) Gesamtbank 100% der Mitarbeitenden.

2) Datenbasis Benchmark: letztmals publizierte Kennzahlen vergleichbarer Geschäftsbanken CH.

3) Elektrizität und Fernwärme erzeugen keine direkten Emissionen, direkte Emissionen fallen lediglich durch den Erdgasbedarf in Zürich und Lugano an.

4) Nicht nur Sonderabfälle im eigentlichen Sinn, auch Elektroschrott.

Gebäudemanagement und Betriebsökologie

Ein grosses Potenzial im Hinblick auf einen ressourcen- und umweltschonenden Bankbetrieb liegt im Gebäudemanagement. Deshalb achtet die Bank Coop bei allen Bau- und Sanierungsvorhaben und beim Betrieb und Unterhalt der Gebäude auf Energie- und Ressourcenschutz sowie auf den Einsatz von gesundheitsverträglichen Materialien. Durch verschiedene kleinere Sanierungsvorhaben und Massnahmen im Bereich der Haustechnik konnten 2010 erhebliche Energieeinsparungen erzielt werden. So wurde beispielsweise der Regionensitz Zürich umgebaut und saniert. Durch die Erneuerung der Gebäudehülle (Fensterelemente, Flachdächer) und die Sanierung der Lüftungsanlagen können Transmissionswärmeverluste reduziert werden. Zusätzlich wurde die Schalterhalle renoviert und eine Verbindungstreppe zu den Kundenbesprechungsräumen eingebaut. Neu steht auch eine 24-Stunden-Zone mit Ein- und Auszahlungsautomaten zur Verfügung.

An den Standorten Genf und Yverdon wurden ebenfalls 24-Stunden Zonen eingerichtet. Zusätzlich wurde in Genf die Schalterhalle und in Yverdon die Fassade renoviert.

Auf dem Dach des Gebäudes der Bank Coop am Aeschenplatz 3 wurde im Dezember 2010 durch die ADEV AG eine Fotovoltaikanlage gebaut und in Betrieb genommen. Die Anlage besteht aus 52 Solarmodulen auf 250m² mit einer Jahresleistung von ca. 12 000 kWh. Die Bank Coop stellt die geeignete Dachfläche zur Verfügung. Der von der Anlage produzierte Strom wird von den Industriellen Werken Basel (IWB) abgenommen und von der Bank Coop als IWB-Solarstrom zurückgekauft und vollständig für den eigenen Betrieb verwendet.

Bei Bau- und Umbauvorhaben orientiert sich die Bank Coop an den einschlägigen aktuellen Normen der SIA und an den Grundsätzen und Empfehlungen der KBOB (Koordination der Bau- und Liegenschaftsorgane des Bundes) und von eco-bau (Nachhaltigkeit im öffentlichen Bau). Da die Geschäftsgebäude und -räumlichkeiten der Bank Coop jedoch vielfach nicht im Eigentum der Bank sind, ist das Ausschöpfen von Nachhaltigkeitspotenzialen in diesem Bereich beschränkt.

Elektrizität

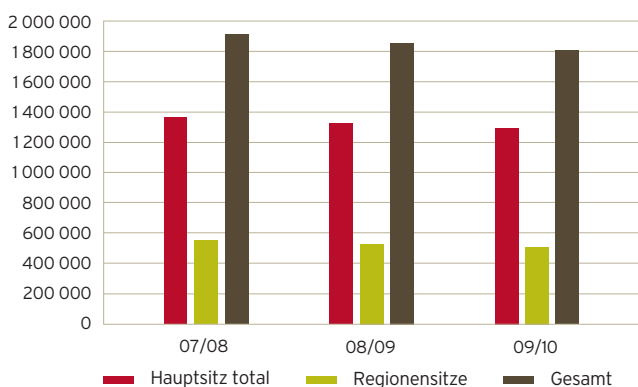
Am Hauptsitz in Basel ist der absolute Stromverbrauch in der Periode 2009/2010 annähernd gleich geblieben (Abnahme um ca. 2%). Während der Berichtsperiode wurden keine schwerwiegenden Änderungen im Bereich IT, Büroelektronik, Beleuchtung oder Haustechnik vorgenommen. Allerdings wurde aufgrund erhöhter Serverleistungen und neuer zusätzlicher Server eine Anpassung der Annahme des Energieverbrauchs des Rechenzentrums vorgenommen. Das Rechenzentrum befindet sich an zwei Standorten der Basler Kantonalbank, wird aber von der BKB und der Bank Coop gemeinsam genutzt. Trotz der neuen Schätzung über den Verbrauch des Rechenzentrums ist der Stromverbrauch der Bank Coop am Hauptsitz konstant geblieben, bzw. hat leicht abgenommen.

An den Regionensitzen Bern, Lausanne, Lugano und Zürich wurde über die letzten Perioden der Energieverbrauch ebenfalls gemessen. Betrachtet über den Verlauf der letzten drei Perioden ist der absolute Stromverbrauch an den genannten Regionensitzen in etwa gleich geblieben (Abnahme im Vergleich zur Vorperiode ca. 4,6%).

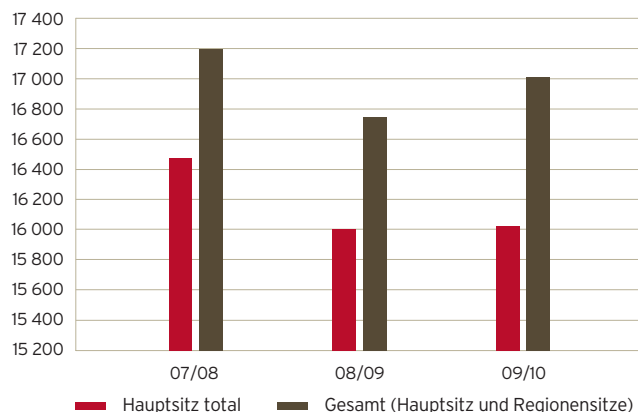
Die Betrachtung über alle erfassten Zeitperioden zeigt auf, dass sowohl der absolute wie auch der relative Stromverbrauch (am Hauptsitz und an den Regionensitzen gesamt) kontinuierlich leicht zurückgegangen sind. Dies ist durch verschiedene fortlaufenden Massnahmen zu begründen, wie z.B. den Einsatz von energieeffizienten Geräten, und auch die Bewusstseinsbildung für Mitarbeitende mag dazu beigetragen haben. Seit Beginn der Datenerhebung im Jahr 2003 konnte der Stromverbrauch kontinuierlich gesenkt werden. Die Verringerung des Stromverbrauchs am Hauptsitz beträgt 22%. Gesamthaft (Regionensitze und Hauptsitz zusammengefasst) konnte der absolute Stromverbrauch seit der Periode 2007/2008 um 4,6% und der relative Verbrauch um 2,8% gesenkt werden.

Strombedarf im mehrjährigen Vergleich

Stromverbrauch absolut (kWh)



Stromverbrauch relativ (MJ/MA)



Einsatz und Förderung von erneuerbaren Energien

Die von den IWB bereitgestellte Elektrizität am Hauptsitz in Basel wird vorwiegend aus erneuerbaren Quellen gewonnen: Wasserkraft, Sonnenenergie und Windenergie. Die Stromlieferungen aus den Wasserkraftwerken deckten im Jahr 2010 rund 99% des Energiebedarfs in Basel. Die restlichen knapp 1% stammen aus Sonnen- und Windenergie.

Energiequelle	Anteil	aus d. Schweiz
Erneuerbare Energien	100 %	82,65 %
Wasserkraft	99,78 %	82,43 %
Übrige erneuerbare Energien	0,22 %	0,22 %
- Sonnenenergie (Solarstrombörse)	0,18 %	0,18 %
- Windenergie	0,04 %	0,04 %
Total	100,0 %	82,98 %

Stromkennzeichnung für das Jahr 2010, Quelle: www.iwb.ch

Die Bank Coop leistet durch den Einsatz von erneuerbaren Energieprodukten einen Beitrag an eine umweltfreundliche Energieversorgung. Am Regionensitz in Zürich wurde im Jahr 2010 ebenfalls Strom aus ausschliesslich erneuerbaren Energiequellen bezogen (Hauptanteil reiner Ökostrom aus naturemade-star-zertifizierten Wasserkraftanlagen, Anteile aus Wind-, Bio-masse- und Solarstromanlagen). Ab Frühjahr 2011 werden in allen Regionensitzen (Zürich, Bern, Lausanne und Lugano) ausschliesslich erneuerbare Stromprodukte mit ökologischem Mehrwert eingesetzt, welche mit dem Label «naturemade star» zertifiziert sind.

Heizenergie

Die Heizenergie wird am Hauptsitz in Form von Fernwärme bezogen. Verglichen mit der Messperiode 2008/2009 hat der Heizenergieverbrauch am Hauptsitz um 14% abgenommen. Die Heizgradtage* sind im Vergleich zu den beiden Vorperioden in etwa gleich geblieben, weswegen die Reduktion des Heizenergieverbrauchs auf interne Massnahmen oder haustechnische Veränderungen zurückgeführt werden kann. So kann die Reduktion des Heizenergieverbrauchs an der Dufourstrasse 50 unter anderem immer noch auf die Reduktion der Zulufttemperatur (Vorwärmer) an der Belüftungsanlage im Jahr 2009 zurückgeführt werden.

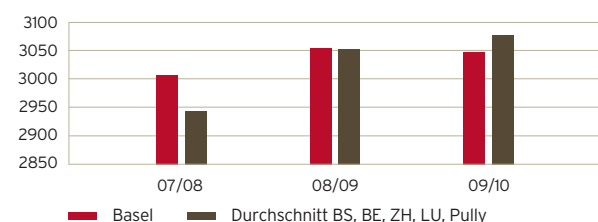
An den beiden Regionensitzen Lugano und Zürich werden die Heizungen mit Erdgas betrieben, an den Regionensitzen Bern und Lausanne wird wie in Basel die Heizenergie in Form von Fernwärme bezogen. Am Standort in Lugano war der Heizenergieverbrauch in der Periode 2008/2009 verhältnismässig hoch, die Ursachen dafür sind bis anhin nicht bekannt. In der Periode 2009/2010 ist der Heizenergiebedarf in Lugano wieder deutlich zurückgegangen. Am Standort Bern ist der relative Heizenergieverbrauch im Vergleich zum Vorjahr in etwa gleich geblieben (Zunahme um ca. 1%) und an den Regionensitzen Zürich und Lausanne ist der Heizenergieverbrauch jeweils leicht

* Heizgradtage

Um den Heizenergieaufwand verschiedener Heizperioden vergleichbar zu machen, zieht man die Heizgradtage zum Vergleich bei. Ein Tag, dessen mittlere Tagestemperatur weniger als 12 °C beträgt, gilt als Heiztag. Die Summe der Differenzen zwischen 20 °C (angestrebte, realistische Innentemperatur) und der Tagesdurchschnittstemperatur jedes Heizes ergibt die Anzahl Heizgradtage. Heizgradtage sind ortsabhängig und ermöglichen dadurch den Vergleich von Heizenergieaufwänden von Gebäuden in unterschiedlich kalten und warmen Regionen.

Heizgradtage im mehrjährigen Vergleich

Heizgradtage

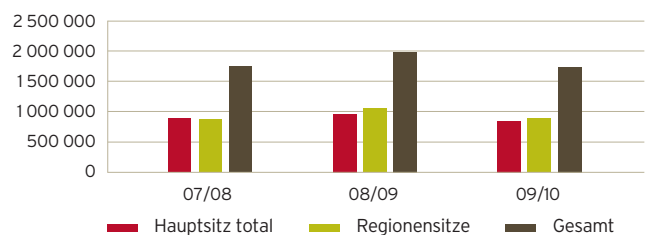


ten Schwankungen unterworfen, bleibt aber insgesamt im gleichen Rahmen. Die Schwankungen beim Heizenergieverbrauch sind unter anderem auf die unterschiedliche Anzahl an Heizgradtagen zurückzuführen.

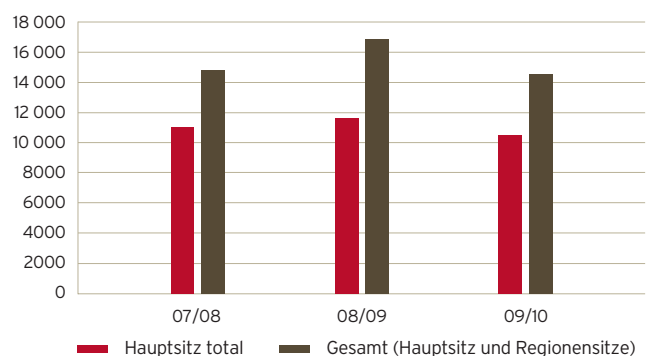
Bezieht man den Heizenergieverbrauch auf die Energiebezugsfläche, ergibt sich für die drei Gebäude des Hauptsitzes ein Wert zwischen 45 und 70 kWh/m². Dieser Wert hat sich im Vergleich zur Vorperiode leicht verbessert. Laut verschiedenen Studien (z.B. WKO 2003, Branchenberatung Energie, Energiekennzahlen und -sarpotenziale für Bürogebäude) und in Bezug auf deren Vergleichszahlen (durchschnittlicher Verbrauch von 90-150 kWh/m²) liegen diese Werte im unteren Bereich und sind somit als gut zu bezeichnen.

Fernwärmebedarf im mehrjährigen Vergleich

Heizenergieverbrauch absolut (kWh)



Heizenergieverbrauch relativ (MJ/MA)



100% erneuerbar - Herkunft der Fernwärme am Hauptsitz in Basel

Die Basler Fernwärme wird zum grossen Teil aus der Abwärme der Kehrrechtverwertungsanlage Basel produziert. Im Winterhalbjahr kommt die Abwärme des Holzkraftwerkes Basel hinzu. Zur Beheizung der Gebäude des Hauptsitzes in Basel wird seit der Heizperiode 2009 lokal erzeugte und erneuerbare Fernwärme mit ökologischem Mehrwert, IWB'Wärme Klima, eingekauft. IWB'Wärme Klima wird aus der Verbrennung von biogenen Stoffen gewonnen und gilt als CO₂-neutral.

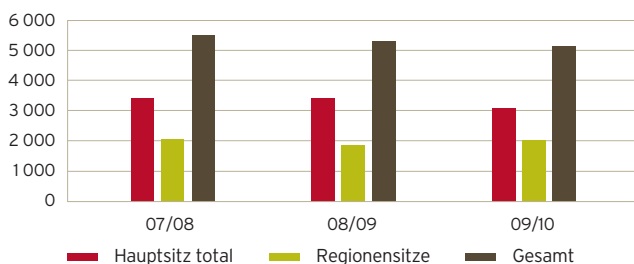
Wasserbedarf

Die ökologische Relevanz des Wasserverbrauchs der Bank Coop ist nur wenig bedeutend. Gewinnung, Aufbereitung, Verteilung und Reinigung von Wasser ist aber mit hohem Aufwand und Energieeinsatz verbunden. Ein bewusster Umgang mit der Ressource Wasser ist deshalb angezeigt. Der Wasserverbrauch der Bank Coop beschränkt sich auf den Bedarf der sanitären Anlagen, der Haustechnik, des Reinigungsunterhalts und im vernachlässigbaren Rahmen für die Bewässerung. An allen Standorten ist Trinkwasser in ausreichender Menge und in guter Qualität verfügbar.

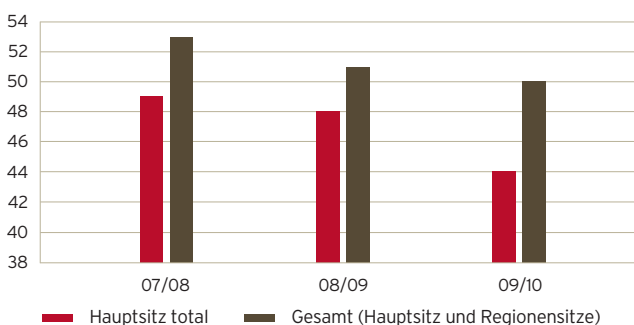
Der absolute Trinkwasserverbrauch ist in den letzten Jahren sukzessive zurückgegangen. Gründe für den Rückgang sind vor allem haustechnische Optimierungen. Der relative Verbrauch am Hauptsitz und den Regionensitzen ist in den letzten Jahren in etwa gleich geblieben, er liegt in der Periode 2009/2010 bei 50 Litern pro Mitarbeitenden pro Tag. Am Hauptsitz fällt der relative Wert etwas geringer aus und liegt bei 44 Litern pro Mitarbeitenden pro Tag.

Trinkwasserverbrauch der Bank Coop im mehrjährigen Vergleich

Wasserverbrauch absolut (m³)



Wasserverbrauch relativ (l/MA/Tag)



Abfall

Die ökologische Relevanz des Abfallaufkommens der

Bank liegt vor allem im Entzug von Wertstoffen aus dem Stoffkreislauf, der Zusammensetzung oder den Folgen einer unsachgemässen Entsorgung. Der Abfalltrennung und der konsequenten Zuführung zum Recycling ist deshalb besondere Bedeutung zuzumessen. Das Abfallmanagement der Bank Coop folgt dem Grundsatz: Abfall vermeiden, Abfall verwerten, Abfall sachgerecht entsorgen. Zur Trennung und Entsorgung des Abfalls stehen entsprechende Möglichkeiten zur Verfügung. Mit umfassenden Entsorgungshinweisen im Intranet werden die Mitarbeitenden über die Entsorgung von einzelnen Abfallfraktionen orientiert.

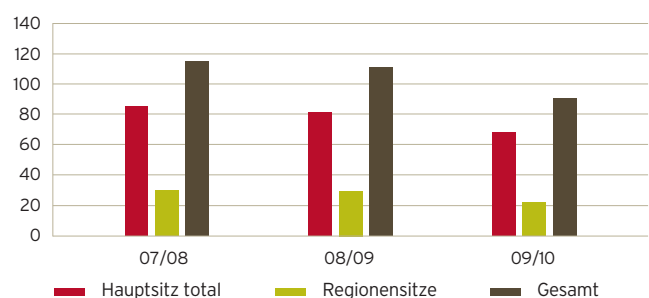
Der Grossteil des Abfalls setzt sich mengenmässig aus Papier und Kartonagen zusammen (Altpapier und Aktenvernichtung). Beim Altpapier fällt ein wesentlicher Anteil auf nicht mehr benötigte Drucksachen. Die gesamte Entsorgungsmenge der Abfälle am Hauptsitz ist gegenüber der Vorperiode um 21% zurückgegangen. An den Regionensitzen fällt gesamthaft gesehen relativ wenig Abfall an (durchschnittlich 7 Tonnen). An allen gemessenen Regionensitzen hat das absolute Abfallaufkommen im Vergleich zur Vorperiode leicht abgenommen.

Der relative Anteil des Abfallaufkommens ist ebenfalls sowohl am Hauptsitz als auch gesamthaft an den Regionensitzen und dem Hauptsitz zurückgegangen. In der Periode 2009/2010 beläuft sich das relative Abfallaufkommen auf 219 kg pro Mitarbeitenden. Dies ist ein Rückgang um 19% im Vergleich zur Vorperiode.

Die positive Entwicklung des Abfallaufkommens ist auf einen Rückgang von Drucksachen und den verminderten Einsatz von Listenpapieren zurückzuführen. Zusätzlich wird durch regelmässige, gezielte Aktionen und Entsorgungshinweise das Bewusstsein der Mitarbeitenden zur Abfallvermeidung gefördert. Der Anteil des rezyklierten Abfalls ist mit 71% hoch.

Abfallaufkommen im mehrjährigen Vergleich

Abfall gesamt (t)



Kiki



Die Bank Coop verpflichtet sich zu einer nachhaltigen Geschäftspolitik und will sorgsam mit den natürlichen Ressourcen umgehen und zum Klimaschutz beitragen. Der Schwerpunkt unserer Klimapolitik liegt bei der Vermeidung bzw. der Verminderung unserer Treibhausgasemissionen. So setzt die Bank Coop die Mittel aus der Rückerstattung der CO₂-Abgabe auf Brennstoffe zweckbestimmt für ökologisch sinnvolle Energieträger sowie zur Erhöhung der Energieeffizienz und für den Klimaschutz ein. Durch die Umsetzung verschiedener Massnahmen im Betrieb ist es gelungen, den jährlichen Treibhausgasausstoss seit 2003 um mehr als die Hälfte zu reduzieren.

ma

Das Wetter, der Mensch und sein Klima

Die Diskussion um den globalen Klimawandel hat unsere Wahrnehmung von Wetterphänomenen geschärft. «2 Grad», eine der grössten und erfolgreichsten Ausstellungen zu Wetter, Klima und Mensch, wurde von August 2010 bis Februar 2011 in Basel gezeigt. Die Kooperationspartnerschaft der Bank Coop mit der Ausstellung zeugt vom Engagement der Bank Coop für den Klimaschutz.

2°

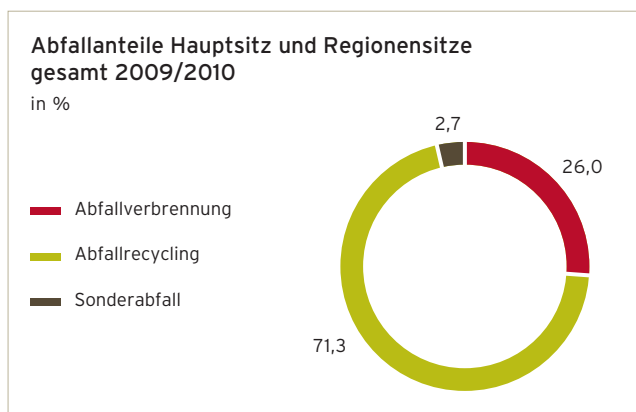
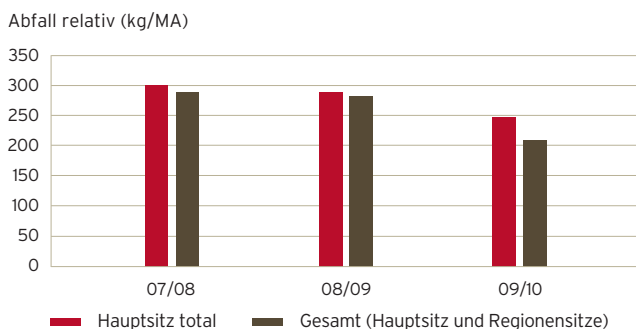
Das Wetter, der Mensch und sein Klima

Die grosse Ausstellung zu
Azorenhoch, Regenmachern
und Gletscherschmelze
www.2grad.ch



«Die eigenen Möglichkeiten sinnvoll und vollständig auszuschöpfen, steht für die Bank Coop bezüglich Klimaschutz an erster Stelle. Durch das Angebot nachhaltiger Bankprodukte, den Einsatz von erneuerbaren Energien und die Förderung der Energieeffizienz können vorhandene Potenziale sinnvoll genutzt werden.»

Susanne Assfalg, M.A.Sc., Fachstelle Nachhaltigkeit Bank Coop



Papier

Die Bank Coop stellt für alle Büroanwendungen und Drucksachen von konventionell hergestelltem Neufaserpapier konsequent auf Recyclingpapier mit einem hohen Anteil an Post-Consumer-Altpapier um. Bei der Herstellung von Recyclingpapier werden in Vergleich zur Herstellung von Frischfaserpapier wertvolle Ressourcen wie Wasser und Energie eingespart sowie CO₂-Emissionen vermieden. Die konsequente Verwendung von Recyclingpapier ist somit auch als Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasemissionen anzusehen.

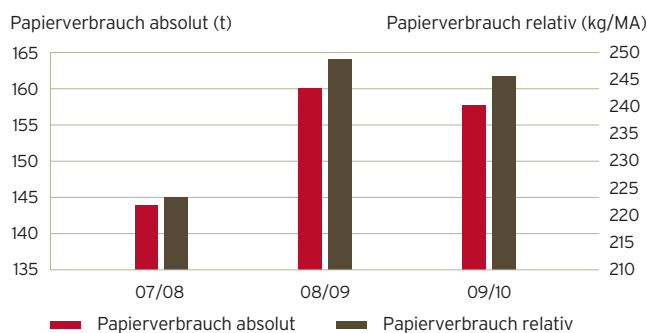
Der Anteil Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch wurde in der Berichtsperiode auf 94% (Vorperiode 91%) gesteigert. Damit nimmt die Bank Coop beim Einsatz von Recyclingpapier einen Spitzenplatz unter den Unternehmen in der Schweiz ein.

Ab Januar 2011 wird die Verarbeitung des Kundenoutputs vom Druckzentrum der Bank Coop zur Swiss Post Solutions, einer Tochtergesellschaft der Post, verlegt. Auch dort wird für alle Bankbelege und Briefumschläge zu 100% Recyclingpapier eingesetzt. Das dort eingesetzte Papier ist ebenfalls mit dem Label «Blauer Engel» ausgezeichnet und genügt somit höchsten ökologischen

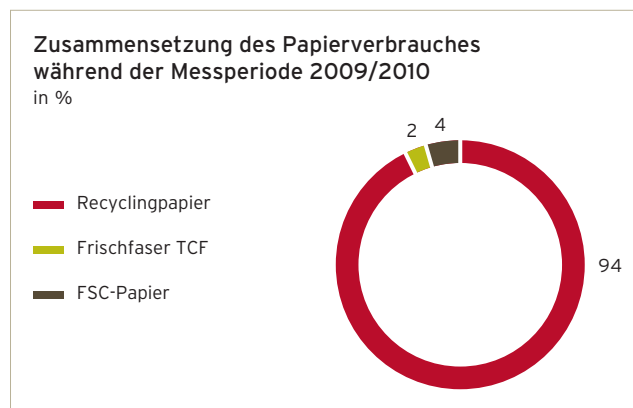
und technischen Ansprüchen. Damit stellt die Bank Coop sicher, dass auch Dienstleistungen, welche ausserhalb der Bank Coop für sie erbracht werden, die hochstehenden Nachhaltigkeitsansprüche der Bank Coop erfüllen.

Neben dem Entscheid zum Einsatz von Recyclingpapier sind Anstrengungen zur Senkung des Papierverbrauchs von entscheidender Bedeutung. Die seit 2003/2004 erfolgte kontinuierliche Senkung des Papierverbrauchs wurde in der Berichtsperiode fortgesetzt. Im Vergleich zur Vorperiode konnte der Papierbedarf leicht gesenkt werden (Abnahme um knapp 2%). Im Vergleich zum Anfangsjahr der Datenerfassung 2003 konnte der Gesamtpapierbedarf durch die Umsetzung verschiedener Massnahmen um knapp 70 Tonnen gesenkt werden.

Die Angaben zum Papierverbrauch beziehen sich auf die Liefermengen für den Bedarf der Gesamtbank und umfassen im Wesentlichen die Papiere für Drucksachen sowie Kopier- und Druckerpapiere und Briefpapier.



Entwicklung des Anteils an Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch der Bank Coop



Geschäftsreiseverkehr - Mobilitätsmanagement

Die Geschäftstätigkeit der Bank Coop beschränkt sich auf die Schweiz. Aus diesem Grund hat die Bank keinen Flugreiseverkehr zu geschäftlichen Zwecken zu verzeichnen. Bei der Wahl des Transportmittels sind gemäss einer internen Weisung neben Aspekten wie der Kosten- und Zeiteffizienz auch Umweltschutzüberlegungen mit einzubeziehen. Für Geschäftsreisen werden, wenn immer möglich und sinnvoll, die öffentlichen Verkehrsmittel benutzt. Den Mitarbeitenden wird ein Halbtaxabonnement der SBB bezahlt, falls sich der Kauf aufgrund geplanter Geschäftsreisen rechtfertigt. Für Mitarbeitende, die aus geschäftlichen Gründen oft mit der Bahn reisen, kann nach Bedarf ein SBB-Generalabonnement ausgestellt werden. Interne Termine für Besprechungen, Weiterbildungen u.Ä. werden nach Möglichkeit mit dem Fahrplan der SBB abgestimmt. Der Fahrplan der SBB ist über einen direkten Link auf der Startseite des Intranets abrufbar.

Für Geschäftsreisen, die mit den öffentlichen Verkehrsmitteln nicht möglich oder sinnvoll sind, standen in der Periode 2009/2010 am Hauptsitz und an den Regionensitzen insgesamt 6 Geschäftsfahrzeuge zur Verfügung. Die Gesamtkilometerleistung dieser Fahrzeuge lag bei rund 81 000 km.* Die Treibhausgaswirkung dieser Kilometerleistung beträgt rund 20 Tonnen CO₂-Äquivalente. Bei der Neuanschaffung von Fahrzeugen werden neben wirtschaftlichen auch ökologische Kriterien berücksichtigt.

Die zurückgelegten Kilometer per Bahn waren bis zum heutigen Zeitpunkt nicht mit angemessenem Aufwand eruierbar. Dies ist einerseits darauf zurückzuführen, dass die zurückgelegten Bahnstrecken teilweise nicht erfasst werden können (z.B. Reisen mit Generalabonnement), und andererseits darauf, dass es nicht möglich ist, von den Bahnreisekosten Rückschlüsse auf die Reisekilometer zu ziehen. Für die nächste Periode ist geplant, die zurückgelegten Bahnkilometer so weit wie möglich zu erfassen.

Bis zum heutigen Zeitpunkt wurde der Geschäftsreiseverkehr für die Umweltleistung der Bank Coop aus oben genannten Gründen nicht detailliert als Kennzahl ausgewiesen.

Im Vergleich zu international tätigen Unternehmen, welche häufig vor allem durch Flugreisen Emissionen verursachen, spielen die Klimaauswirkungen der Emissionen aus dem Geschäftsverkehr einer national tätigen

Bank eine untergeordnetere Rolle. Aus Gründen der Vollständigkeit und der Vergleichbarkeit der Daten wird der Einbezug der Treibhausgasemissionen aus dem Geschäftsverkehr bei Unternehmen aber immer wichtiger. Daher ist geplant, diese Parameter für die Bank Coop in der nächsten Periode mit in die Umweltbilanz einzubeziehen und im nächstjährigen Bericht eine detaillierte Kennzahl zum Geschäfts- und auch zum Pendelverkehr der Bank Coop und zu den daraus entstehenden Emissionen auszuweisen.

Die Bank Coop ist bestrebt, die Klimaauswirkungen aus ihrer Geschäftstätigkeit möglichst gering zu halten. Daher ist die Förderung einer nachhaltigen Mobilität ein zentrales Anliegen des Nachhaltigkeitsengagements der Bank Coop.

Die gute Erreichbarkeit und die zentrale Lage der Geschäftsliegenschaften der Bank Coop haben für die Mitarbeitenden den Vorteil, dass sie ihren Arbeitsplatz in der Regel mit den öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Velo erreichen können. Den Mitarbeitenden der Bank Coop werden deshalb – abgesehen von wenigen Ausnahmen – keine Parkplätze für Privatfahrzeuge zur Verfügung gestellt.

Die Geschäftsliegenschaften der Bank Coop sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut erreichbar. Für die Kundinnen und Kunden der Bank stehen bei einigen Geschäftsstellen Parkplätze zur Verfügung. Auf der Website der Bank Coop werden Parkmöglichkeiten wie auch die Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln angegeben.

Weitere Informationen zu den Standorten

 www.bankcoop.ch/standorte

* Der durchschnittliche Treibstoffverbrauch der 2010 in der Schweiz neu in Verkehr gesetzten Personenwagen betrug 6,62 Liter pro 100 Kilometer (Quelle: BFE). Dieser Wert wird der Berechnung der geleisteten Kilometerzahl bzw. der Treibhausgasemissionen der Geschäftsfahrzeuge zugrunde gelegt. Die Berechnungen basieren auf den Tankstellenabrechnungen der Fahrzeuge.

Klimapolitik

Obwohl die Bank Coop als national tätige Bank und aufgrund ihrer strategischen Ausrichtung voraussichtlich kleineren direkten geschäftlichen Risiken durch den Klimawandel ausgesetzt ist als multinational ausgerichtete Unternehmen, sind auch für sie Beeinträchtigungen nicht auszuschliessen. So sind mögliche Folgen des Klimawandels beispielsweise bei der Kreditvergabe in die Bonitätsprüfung verstärkt mit einzubeziehen. Im Weiteren stellen mögliche Wetterextreme (z.B. Hitzeperioden) für die Mitarbeitenden wie für die gesamte Bevölkerung ein gewisses Gesundheitsrisiko dar, was für die Bank mit negativen Auswirkungen verbunden sein kann. Der Klimawandel muss deshalb einerseits Bestandteil eines aktiven Risikomanagements sein. Andererseits können sich insbesondere auch im Anlagebereich Geschäftschancen eröffnen.

Zwar leistet die Bank Coop mit rund 230 Tonnen CO₂-Äquivalenten pro Jahr einen Beitrag an die gesamtschweizerischen Treibhausgasemissionen, als Dienstleistungsunternehmen zählt sie aber nicht zu den grossen Emittenten. Der Grossteil der Treibhausgasemissionen stammt aus indirekten Quellen. Diese entstehen beispielsweise bei der Erzeugung von Strom, Heizenergie, der Wasseraufbereitung sowie bei der Herstellung von Verbrauchsgütern wie Papier und bei der Abfallentsorgung. Selbstverständlich ist die Bank Coop bestrebt, durch gezielte Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen und damit zum Klimaschutz beizutragen. Mit der freiwilligen Beitrittserklärung zum Programm der Energie-Agentur der Wirtschaft bekennt sich die Bank Coop zur aktiven CO₂-Reduktion.

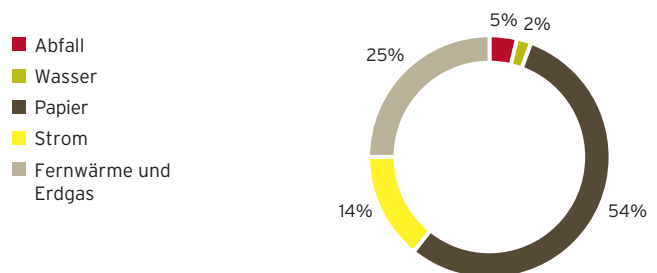
Zertifikat freiwilliger Klimaschutz EnAW
 www.bankcoop.ch/EnAW-Zertifikat.pdf

Neu werden ausserdem ab der Periode 2010/2011 auch die Emissionen aus Postversänden und dem Geschäfts- und Pendlerverkehr in die Umweltbilanz der Bank Coop einbezogen werden.

Der von den IWB am Hauptsitz in Basel bezogene Strom stammt seit 1.1.2009 aus erneuerbaren Quellen. Im Jahr 2010 stammen 99% des Stroms aus Wasserkraft und die restlichen knapp 1% aus Solar- und Windenergie. Damit ist der Strom zu 100% erneuerbar. Zur Beheizung der Gebäude des Hauptsitzes in Basel wird zudem seit der Heizperiode 2009 lokal erzeugte und erneuerbare Fernwärme mit ökologischem Mehrwert (IWB'Wärme Klima) eingekauft.

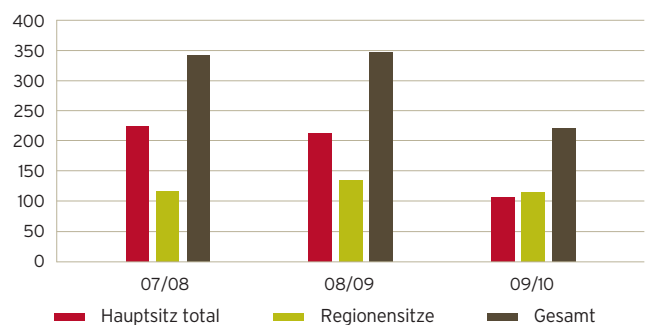
Bedingt durch den Bezug des 100% erneuerbaren Stroms ab 1.1.2009 und des Produkts IWB'Wärme Klima ab Oktober 2009 haben die indirekten Emissionen aus dem Energieverbrauch in Basel deutlich abgenommen. Auch der Einkauf von ökologisch aufgewerteten Stromprodukten an allen Regionensitzen (ab 2011) wird zu einer Verbesserung der Treibhausgasbilanz der Bank Coop beitragen, da sie geringere Emissionswerte aufweisen als die herkömmlichen Stromprodukte.

Anteile der unterschiedlichen Quellen der Treibhausgasemissionen in der Messperiode 2009/2010

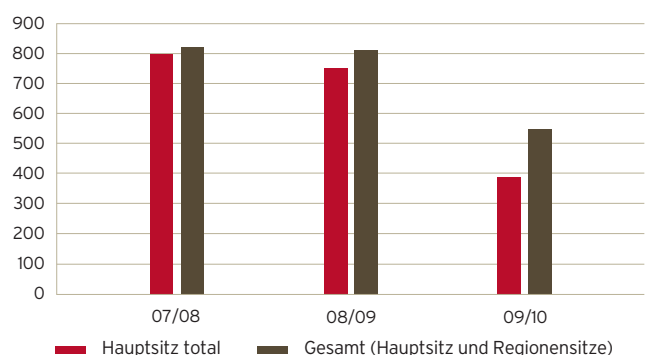


Indirekte Treibhausgasemissionen der Bank Coop aus dem Energieverbrauch im mehrjährigen Vergleich

Treibhausgasemissionen absolut (t)



Treibhausgasemissionen relativ (kg/MA)



Erhebung der Treibhausgasemissionen und Emissionsfaktoren

Die (indirekten) Emissionen, welche durch die Verwendung von Strom, Heizenergie (Fernwärme), Papier- und Wasserverbrauch sowie Abfallaufkommen entstehen, basieren auf den für die Finanzbranche massgeblichen VfU-Richtlinien und werden aufgrund der VfU-Kennzahlen berechnet.

Neben den absoluten Verbrauchswerten spielt auch die Art der Energieerzeugung eine Rolle für die Höhe der ausgestossenen Emissionen. So ist z.B. durch Kohlekraftwerke erzeugter Strom sehr viel emissionsreicher als Strom aus Wasserkraft. Nach ökobilanzierungstechnischen Grundlagen entstehen aber auch bei der Erzeugung von Strom aus erneuerbaren Energien Treibhausgasemissionen, weil die (technische) Bereitstellung, der Transport und die Infrastruktur mit Umweltauswirkungen behaftet sind. Die Bank Coop ist bestrebt, alle ihre Auswirkungen auf die Umwelt in ihre Überlegungen einzubeziehen, und hat daher für die Verwendung von Strom aus erneuerbarer Energie (z.B. 100% erneuerbaren Strom in Basel) keinen Nullemissionswert festgelegt, sondern die Hälfte der entstehenden Emissionen des durchschnittlichen Strommixes in der Schweiz angenommen. So kann verhindert werden, dass Emissionen, welche bei der Erzeugung von erneuerbarer Energie entstehen, ausser Acht gelassen werden. Nach Ansicht der Bank Coop ist der Ansatz, die Hälfte der Emissionen des durchschnittlichen Strommixes der Schweiz für Strom aus erneuerbaren Energien anzunehmen, eine sichere Basis für die Berechnung der Treibhausgasemissionen.

Position zur Kompensation von CO₂-Emissionen und Klimaneutralität des Geschäftsbetriebs

Zahlreiche Banken und andere Unternehmen streben den CO₂ neutralen Geschäftsbetrieb an oder haben diesen bereits umgesetzt. Dies geschieht im letzten Schritt weitgehend durch die Kompensation von nicht vermeidbaren Emissionen. Die Bank Coop hat die Kompensation von Treibhausgasemissionen ihres Geschäftsbetriebes ebenfalls geprüft. Nach einer genauen Analyse wurde allerdings beschlossen, zum heutigen Zeitpunkt den Schwerpunkt der Klimapolitik nicht auf die Kompensation, sondern auf die Vermeidung respektive Verminderung von Treibhausgasemissionen zu legen. Erst wenn die Potenziale beim Vermeiden und Verringern von Treibhausgasemissionen ausgeschöpft sind, ist es für die Bank Coop sinnvoll, die verbleibenden Emissionen zu kompensieren. Aufgrund der immer noch bestehenden

Unsicherheiten bei der Kompensation (ob durch die Projekte auch wirklich die Menge an Emissionen eingespart wird, die verursacht wurde, Stichwort Zusätzlichkeit und Zeitspanne) sehen wir es als sinnvoller an, dort wo wir können, Emissionen durch den effizienten Einsatz von Rohstoffen und den bewussten Umgang mit Ressourcen zu vermindern oder zu vermeiden. Kompensationsmassnahmen sollen sich auf unvermeidbare Emissionen beschränken und nicht als Alibi für unterlassene emissionsmindernde Massnahmen herangezogen werden dürfen. Das vorhandene Potenzial in diesem Bereich und auch das Potenzial bei der Schaffung von Bewusstsein und damit zu Verhaltensänderungen der Mitarbeitenden hat bei der Bank Coop Priorität. Die Kompensation von nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen wird jedoch laufend geprüft und kann zu einem späteren Zeitpunkt durchaus in Betracht gezogen werden.

Weitere Informationen zu Grundlagen und Methoden der Datenerhebung und zum Umweltmanagement



www.bankcoop.ch/management_review_09_10.pdf

Verantwortlich handeln – Engagement für die Gesellschaft

Ein intaktes gesellschaftliches Umfeld ist eine elementare Voraussetzung dafür, dass die Bank Coop erfolgreich sein und gute Ergebnisse erzielen kann. Angesichts der komplexen Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Gesellschaft ist das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen Ausdruck gelebter Solidarität.

Der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft gerecht zu werden, heisst für die Bank Coop in diesem Verständnis vorrangig, sich der volkswirtschaftlichen Bedeutung der Geschäftstätigkeit bewusst zu sein und entsprechend zu handeln. Über die wirtschaftliche Betätigung hinaus ist jedoch auch das Engagement des Unternehmens für weitergehende gesellschaftliche Belange von Bedeutung. Als Sponsor, mit Spenden und Sachzuwendungen, fördern wir aus diesem Grund Aktivitäten, die für das Zusammenleben im Sinne des Gemeinwohls wichtig sind. Im Jahr 2010 hat die Bank Coop wiederum Spenden und Vergabungen an über 200 Organisationen, Vereine und andere Institutionen in der ganzen Schweiz ausgerichtet und damit zur kulturellen und sozialen Vielfalt in der Schweiz beigetragen. Zudem engagiert sich die Bank Coop für Organisationen und Initiativen, die sich für soziale oder ökologische Belange in der Schweiz einsetzen. Damit unterstützt die Bank Coop Anliegen zur Verbesserung der Lebenssituation Benachteiligter und Anstrengungen zum Schutz und zur Bewahrung der Natur. Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Unterstützung von Projekten, die der Frauen- und Familienförderung dienen.

Im Rahmen des gesellschaftlichen Engagements unterstützt die Bank Coop im Weiteren ihre Mitarbeitenden bei der Übernahme von öffentlichen Ämtern oder anderen gesellschaftspolitischen Funktionen.

Krebsliga Schweiz

Die Krebsliga Schweiz ist eine nationale Organisation, die in der Forschung und der Prävention aktiv ist sowie krebskranke Menschen auf vielfältige Weise unterstützt.

Die Bank Coop ist Finanzpartnerin der Krebsliga Schweiz und trägt mit einem finanziellen Beitrag dazu bei, deren Engagement sicherzustellen. Für die kommenden Jahre sind zahlreiche gemeinsame Aktionen geplant, insbesondere bei der Prävention. Die Krebsliga erhält die Möglichkeit, über das Geschäftsstellennetz der Bank Coop im Rahmen von Veranstaltungen und mittels Informationsmaterial weitere Bevölkerungskreise anzusprechen.

Cancer Charity Support Fund

Mit dem Cancer Charity Support Fund (CCSF) will die Krebsliga finanzielle Mittel in Form von Spendengeldern für die Krebsforschung generieren und ein Anlageinstrument für Investoren schaffen, die in Unternehmen aus dem Bereich der Krebsbekämpfung investieren wollen. Die Spendenbeiträge an die Krebsliga setzen sich aus einem Performanceverzicht seitens der Anlegerinnen und Anleger sowie einem Verzicht von Verwaltungsgebühren seitens der Fondsleitung zusammen. Als Finanzpartnerin der Krebsliga hat sich die Bank Coop mit Eigenmitteln an der Lancierung des Fonds beteiligt. Zudem wird der Vertrieb des Fonds durch die Aufnahme in die Basisfondspalette unterstützt.

2° - Das Wetter, der Mensch und sein Klima

Die Bank Coop setzt sich für die Bewusstseinsbildung der Bevölkerung zur Förderung einer nachhaltigen Entwicklung und für den Klimaschutz ein. Daher hat sie als Kooperationspartnerin die vom Deutschen Hygienemuseum Dresden konzipierte Ausstellung «2° - Das Wetter, der Mensch und sein Klima» unterstützt, welche vom 20.8.2010 bis zum 21.2.2011 in Basel gezeigt wurde. Die Ausstellung bot einen Blick auf die faszinierenden Themen Wetter und Klima und zeigte, wie eng das menschliche Leben mit Wetter und Klima verbunden ist. Die Besucherinnen und Besucher konnten ausserdem Einblicke in die Fragestellungen der historischen und aktuellen Klimaforschung gewinnen.

Schweizer Vätertag

Alltagsnahe Väterlichkeit ist eine grundlegende gesellschaftliche Voraussetzung, um ein gedeihliches Aufwachen von Buben und Mädchen zu ermöglichen und den Zusammenhalt der Bürger zu stärken. Positive Väterbilder und vaterfreundliche Rahmenbedingungen sind jedoch (noch) Mangelware. Unter dem Motto «Aus 365 Gründen» bringt deshalb der Schweizer Vätertag jeweils am 1. Sonntag im Juni Anreize und Wertschätzung für alltagsnahe väterliches Engagement zum Ausdruck. Das «Vereinigungsproblem» von Erwerbs- und Familienarbeit wird «entprivatisiert», was die öffentliche Auseinandersetzung mit den Dimensionen von «Väterlichkeit» mobilisiert.

Familienfreundliche Wirtschaftsregion Basel

Die Bank Coop gehört zu den Promotoren von «Basel. Familienfreundliche Wirtschaftsregion». Familienfreundlichkeit ist in mehrfacher Hinsicht ein Erfolgsfaktor: Wirtschaft und Staat profitieren gleichermaßen, wenn Familien ein günstiges Umfeld vorfinden. Dafür

müssen sich aber auch beide gleichermaßen engagieren. Im Engagement als Promotor kann die Bank Coop dazu beitragen, ein Netzwerk von familienfreundlichen Unternehmen zu schaffen und den Austausch von Best-Practice-Ansätzen zu fördern.

Verleihung LENA Award

Die Auszeichnung ist eine Anerkennung für ausserordentliche Projektideen, die erfolgreich von Frauen für Frauen und/oder Familien umgesetzt wurden. Eine Ehren-Lena wird an eine beeindruckende Frau verliehen. Im April 2010 fand die zweite offizielle Verleihung des LENA Award in Genf statt. Die Bank Coop unterstützt die Verleihungen dieses Preises als Hauptsponsor und ist mit Anja R. Peter, Leiterin Vertriebssupport und Leiterin Programm «eva», in der Jury vertreten. Der Lena Award wird alle zwei Jahre an vier Projekte vergeben. Ausgeschrieben wird der Preis von Business & Professional Women (BPW). BPW ist schweiz- und weltweit der bedeutendste Verband berufstätiger Frauen in verantwortungsvollen Positionen.

 www.bpw.ch

Weihnachtsspenden

In der Weihnachtszeit unterstützt die Bank Coop jeweils drei Organisationen, die sich für soziale oder ökologische Anliegen in der Schweiz einsetzen. Diese erhalten von der Bank Coop je eine Spende von CHF 10 000.-. Mit einer Beilage zu den Kontoauszügen werden die Kundinnen und Kunden eingeladen, die Spende der Bank Coop zu vergrössern. Die Organisationen können sich darüber hinaus mit der Kontoauszugsbeilage der Öffentlichkeit präsentieren.

2010 wurden nachstehende Organisationen durch die Weihnachtsspende der Bank Coop mit insgesamt rund CHF 70 000.- unterstützt:

stiftung revita

Die stiftung revita ist eine Nonprofit-Organisation mit gemeinnützigem Charakter für die umweltverträgliche Nutzung der Wasserkraft. Sie setzt sich für den Erhalt und die Revitalisierung stillgelegter oder von der Stilllegung bedrohter Kleinwasserkraftwerke ein. Im Vordergrund stehen dabei die dezentrale Produktion erneuerbarer Energie und die Sicherung der Werksanlagen als kulturhistorische Zeitzeugen. Die stiftung revita enga-

giert sich zudem in der Forschung und Entwicklung von modernen Technologien für die Wasserkraftnutzung.

 www.revita.ch

Stiftung Cerebral

Die Stiftung Cerebral unterstützt seit 50 Jahren cerebral gelähmte Menschen in der ganzen Schweiz. Schwerpunkte der Unterstützungsarbeit bilden die Mobilität, die Pflege, der Hilfsmittelbereich sowie Entlastungs- und Erholungsangebote. Die Stiftung schafft Arbeits- und Wohnheimplätze und investiert in die Forschung und Entwicklung von neuen Hilfsmitteln.

Mit einem Pionierprojekt hat die Stiftung Cerebral eine gesamtschweizerische Velovermietung für Menschen mit Behinderung ins Leben gerufen. An elf Standorten können Familien mit einem behinderten Kind Spezialvelos ausleihen und so gemeinsam einen Ausflug machen. Mit der Weihnachtsspende hat die Bank Coop einen Beitrag zum weiteren Ausbau dieses Projekts geleistet.

 www.cerebral.ch

Ziegenalp Puzetta

Mit dem Rückgang der traditionellen Berglandwirtschaft verliert die wertvolle Kulturlandschaft im Berggebiet an Vielfalt und Biodiversität. Alpweiden wachsen zu, einzigartige Standorte gehen verloren. Die Beweidung durch Ziegen verhindert die Ausdehnung des Waldes. Die traditions- und artenreiche Kulturlandschaft bleibt erhalten. 2010 engagierte sich das Bergwaldprojekt erstmals während 4 Monaten mit durchschnittlich 5 Freiwilligen auf der Ziegenalp Puzetta im Val Medel in der oberen Surselva im Kanton Graubünden. In Zusammenarbeit mit der Alpkorporation und dem Forstdienst unterstützen die Freiwilligen des Bergwaldprojekts die Ziegenbauern bei ihrer Arbeit und beim Freihalten der Alp.

 www.bergwaldprojekt.org

Beurteilung durch Dritte



Die Beurteilungen durch Ratingagenturen haben für die Bank Coop in verschiedener Hinsicht einen grossen Stellenwert: Zum einen ermöglichen sie es, Potenziale zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung zu identifizieren, und zum anderen sind die Ratingergebnisse Orientierungshilfen zur Einordnung der Leistung der Bank im Vergleich zu anderen Geschäftsbanken. Zudem bestätigen sie die Ernsthaftigkeit des Engagements als faire und nachhaltige Bank.

Die hervorragenden Bewertungen belegen den Erfolg des Engagements der Bank Coop und motivieren, den eingeschlagenen Weg weiterzuverfolgen. Die positiven Nachhaltigkeitsratings sind zudem Voraussetzung dafür, dass die Aktie der Bank Coop in die nachhaltigen Anlageuniversen aufgenommen wurde und bei der Bildung nachhaltiger Portfolios berücksichtigt werden kann.

Topbewertungen bei Nachhaltigkeitsratings: Bloomberg ESG Rating

Um interessierten Investoren und Anlagespezialisten Zugang zu Nachhaltigkeitsdaten von Unternehmen zu erleichtern, veröffentlicht Bloomberg Professional® seit 2009 entsprechende Daten und ein ESG-Rating (ESG - Environmental, Social, and Governance). Bloomberg Professional® ist eine der weltweit wichtigsten Wirtschaftsplattformen, die die Abfrage von Börsendaten, Charts und Nachrichten in Echtzeit ermöglicht. Die Bank Coop wurde mit dem hervorragenden ESG-Rating von 68 Punkten bewertet. (Bestes Rating unter den beurteilten Banken. Letztes Rating: 2010)

oekom research

Die Bank Coop ist von der Ratingagentur oekom research mit dem Status Prime eingestuft worden. Diejenigen Unternehmen, die im Rahmen des oekom Corporate Ratings zu den führenden Unternehmen ihrer Branche zählen und ein überdurchschnittliches Engagement in Sachen Umwelt und Soziales vorweisen, werden mit dem Status Prime ausgezeichnet. Von den weltweit analysierten rund 3100 Unternehmen aus 45 Branchen genügt aktuell nur jedes sechste Unternehmen den von oekom research festgelegten ökologischen und sozialen Anforderungen für den oekom-Status Prime. (Letztes Rating: März 2010)

Im August 2010 publizierte oekom research im «oekom Industry Report Financials/Public & Regional Banks» eine Analyse des sozialen und ökologischen Engagements von 37 Banken in Europa. Dabei erreichte die Co-operative Bank (UK) das beste Ergebnis, gefolgt von der

Bank Coop (CH) und der Landesbank Baden-Württemberg (DE). Insgesamt wurden drei Genossenschaftsbanken, vier Kantonalbanken, sieben Landesbanken, sieben Regionalbanken und acht Sparkassen einer näheren Untersuchung unterzogen.

oekom research ist eine der führenden Rating-Agenturen im nachhaltigen Anlagesegment. Zu den Kunden zählen namhafte Finanzdienstleister, die ein Gesamtvolumen von derzeit mehr als 90 Mia. Euro auf der Basis des Nachhaltigkeits-Researchs von oekom investiert haben.

INrate

INrate analysiert und bewertet als grösste unabhängige Nachhaltigkeits-Ratingagentur der Schweiz die ökologische und soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen, Institutionen und Ländern. Die Bank Coop erzielt im Rating einen Nachhaltigkeits-Score von 77 Punkten. (Sektordurchschnitt 66 Punkte. Letztes Rating: September 2010).

Zürcher Kantonalbank

Die Zürcher Kantonalbank bewertet die Bank Coop in ihrem Rating mit A (Skala C bis AAA), was einer sehr guten Gesamtleistung in Umwelt- und Sozialfragen entspricht. Die Bank Coop wird in sämtlichen Prüfbereichen wesentlich besser beurteilt als der Branchendurchschnitt. Hervorgehoben werden neben der Optimierung der Produkte hinsichtlich Nachhaltigkeit die fortschrittliche Frauen- und Familienpolitik sowie die dauerhafte Verbesserung im Umweltbereich. (Letztes Rating: Dezember 2008)

Rating Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht: Spitzenplatz für die Bank Coop

Die Bank Coop hat im Rating der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) im Vergleich zum Vorjahr 5 Ränge gut gemacht und liegt hinter Geberit und Georg Fischer auf Platz 3.

Die FHNW (Institut für Unternehmensführung, Kompetenzschwerpunkt nachhaltiges Management) analysiert seit 2002 jährlich die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichterstattung der 250 grössten Schweizer Unternehmen sowie einiger ausgewählter KMU. Neben den ökonomischen Belangen werden hierbei auch die sozialen und ökologischen Aspekte der Unternehmensführung betrachtet. Inhaltlich orientiert sich die Untersuchung am internationalen Berichterstattungs-Standard der Global Reporting Initiative (GRI) und legt besonderen Wert auf die Transparenz der Berichterstattung. (Rating Berichterstattung 2009)

Global Reporting Initiative

Die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) repräsentieren die weltweit anerkannten Anforderungen an die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen. Die Nachhaltigkeitsberichterstattung im Geschäftsbericht und in diesem ergänzenden Nachhaltigkeitsbericht erfolgt in Anlehnung an die Leitlinien der Global Reporting Initiative (G3 Guidelines) unter besonderer Berücksichtigung des Zusatzes für Finanzdienstleister (Financial Services Sector Supplement, Version 3.0/FSSS-Endversion 2008). Zusätzlich publizieren wir die betriebsökologischen Leistungskennzahlen gemäss VfU-Indikatoren 2003, unter Berücksichtigung der Updates 2005, 2007 und 2010 (Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. [VfU]).

GRI-Content-Index

Der GRI-Content-Index gibt in Form einer Tabelle an, an welcher Stelle im Geschäftsbericht bzw. im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht (Ergänzungsbericht) die Leistungsindikatoren enthalten sind. Zusätzlich werden Erläuterungen zu den einzelnen Indikatoren aufgeführt. Für die Bank Coop nicht relevante oder nicht

anwendbare Indikatoren werden ebenfalls aufgeführt und kommentiert. Der GRI-Content-Index gibt somit in übersichtlicher Form über die Vollständigkeit der Berichterstattung nach GRI Auskunft.

Der GRI-Content-Index steht als Download unter www.bankcoop.ch/gri-content-index-2010.pdf zur Verfügung.

GRI-Anwendungsebene A+

Die GRI-Anwendungsebene zeigt, in welchem Umfang der GRI-Leitfaden und andere Elemente des Berichtsr Rahmens bei der Erstellung des Berichts angewendet wurden. Die Skala der Anwendungsebenen bewegt sich zwischen C und A+. Die Skala gibt an, in welchem Umfang die Berichterstattung erfolgt. Die Einstufung A+ bezeichnet dabei eine vollständige Berichterstattung unter Berücksichtigung sämtlicher Leistungsindikatoren. Die Berichterstattung der Bank Coop wurde von der GRI überprüft und entspricht der höchstmöglichen Anwendungsebene A+ (GRI-Prüfungszertifikat siehe Seite 62).

Anwendungsebenen		C	C+	B	B+	A	A+
Erforderliche Kriterien	G3-Angaben zum Berichtsprofil OUTPUT	Berichten Sie über: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8, 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4, 4.14 - 4.15	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Berichten Sie über alle Kriterien für Ebene C und: 1.2 3.9, 3.13 4.5 - 4.13, 4.16 - 4.17	falls der Bericht extern bestätigt wurde	Dieselben Anforderungen wie für Ebene B	falls der Bericht extern bestätigt wurde
	G3-Offenlegung des Managementansatzes OUTPUT	Eine Offenlegung des Managementansatzes erfolgt nicht.		Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.		Der Managementansatz wird für jede Indikatorenkategorie offengelegt.	
	G3-Leistungsindikatoren und Leistungsindikatoren in Sector Supplements OUTPUT	Angaben zu mindestens 10 G3-Indikatoren: Dabei sollte sowohl aus dem ökonomischen als auch aus dem ökologischen Bereich sowie aus dem sozial-gesellschaftlichen Bereich jeweils mindestens ein Indikator enthalten sein.		Angaben zu mindestens 20 G3-Indikatoren: Dabei sollte aus dem ökonomischen, dem ökologischen Bereich sowie aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeit, Gesellschaft und Produktverantwortung jeweils ein Indikator enthalten sein.		Angaben zu jedem G3-Kernindikator und zu jedem Sector-Supplement-Indikator*: Unter Berücksichtigung des Wesentlichkeitsprinzips sollte entweder: a) der Indikator dargestellt oder b) erläutert werden, warum dazu keine Angaben gemacht werden können.	

* Sofern es für die Branche eine endgültige Version gibt.

Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Bank Coop** ihren Bericht „Der Nachhaltigkeitsbericht der Bank Coop 2010“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt.

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 22 August. 2011



Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Das “+” wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil Bank Coop für Teile des Berichts/den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 28 Juli. 2011. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Impressum/Kontakt

Herausgeberin

Bank Coop AG
Dufourstrasse 50
CH-4002 Basel

0800 88 99 66
info@bankcoop.ch
www.bankcoop.ch

Kontakt

Medienstelle und Generalsekretariat
Natalie Waltmann
natalie.waltmann@bankcoop.ch
Telefon +41 (0)61 286 26 03

Fachstelle Nachhaltigkeit
Hansjörg Ruf
hansjoerg.ruf@bankcoop.ch
Telefon +41 (0)61 266 32 05

Konzeption und Umsetzung

Fachstelle Nachhaltigkeit

Titelbild

Albulapass
Foto: Noë Flum, Zürich ©

Gestaltung

wendepunkt GmbH, Werbeagentur
www.wende-punkt.ch

Der Nachhaltigkeitsbericht der Bank Coop erscheint jährlich. Der Bericht erscheint nur in deutscher Sprache. Der Nachhaltigkeitsbericht ist als Online-Report konzipiert und als Download verfügbar.

Erscheinungsdatum: Juli 2011
 www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit

Der Bericht wird in einer kleinen Auflage gedruckt. Der Druck erfolgt auf 100% Recyclingpapier mit dem Gütesiegel «Blauer Engel».

Druck

Binkert Druck AG, Laufenburg
Gewinner des ersten Viscom Nachhaltigkeitspreises 2010
www.binkert.ch

Disclaimer

Die Bank Coop bemüht sich um die Richtigkeit und Vollständigkeit der im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht veröffentlichten Informationen. Die Bank Coop übernimmt keine Haftung für Folgen, die auf der Grundlage von Fehlinformationen in diesem Bericht entstehen. Die enthaltenen Angaben und Ansichten stellen weder eine Aufforderung noch ein Angebot oder eine Empfehlung zur Beanspruchung einer Dienstleistung, zum Erwerb oder zum Verkauf von Anlageinstrumenten oder zur Tätigkeit sonstiger Transaktionen dar. Die externen Links unterliegen der Haftung der jeweiligen Betreiber.

Die unerlaubte Vervielfältigung oder Wiedergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist lediglich für den nicht kommerziellen Gebrauch erlaubt.

© Bank Coop

