Der Nachhaltigkeitsbericht der Bank Coop 2009

Ergänzungsbericht zum Geschäftsbericht

fair banking

bank coop

Wir wägen in unserer Geschäftstätigkeit ökonomische, soziale und ökologische Aspekte sorgfältig ab und berücksichtigen diese angemessen. Die Bank Coop will als faire und nachhaltige Bank eine vorbildliche Rolle einnehmen und zu einer nachhaltigen Entwicklung der Gesellschaft in der Schweiz beitragen.

Titelbild
Foto: Raffael Waldner, Zürich ©

Der Geschäftsbericht 2009 der Bank Coop trägt den Titel «Meine Schweiz» und beinhaltet ein Reisetagebuch von Florian Leu und Daniel Winkler. Die beiden Autoren erkundeten jenseits der grossen Routen zu Fuss die Schweiz und entdeckten ein – oftmals unbekanntes – Land, für dessen nachhaltige Entwicklung die Bank Coop sich seit vielen Jahren engagiert.

Geschätzte Leserin, geschätzter Leser

Vertrauen ist die zentrale Grundlage für einen nachhaltigen Geschäftserfolg der Bank Coop. Vertrauen setzt verantwortliches Handeln voraus. Fairness sowie die Wahrung der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt sind aus diesem Verständnis heraus integrale Bestandteile der Strategie der Bank Coop.

Verantwortliches Handeln beginnt für uns als Bank dort, wo wir mit Bedacht Risiken minimieren. Dabei nehmen wir in Kauf, dass dies zulasten der Gewinnmaximierung geht. Wir sind jedoch sicher, dass sich unser Fokus auf Sicherheit und nachhaltiges Wachstum für unsere Kundinnen und Kunden, Aktionärinnen und Aktionäre sowie auch für unsere Mitarbeitenden langfristig auszahlen wird.

Verantwortliches Handeln bedeutet für uns zudem, dass wir unsere Kundinnen und Kunden mit ihren individuellen Wünschen und Bedürfnissen ernst nehmen. Unsere Kundschaft hat einen Anspruch darauf, unabhängig von ihrem Einkommen oder Vermögen mit Respekt behandelt und kompetent beraten zu werden. Dazu gehört für uns auch, dass wir der persönlichen Wertehaltung unserer Kundinnen und Kunden speziell Beachtung schenken. Es freut uns, dass bereits gegen 10 000 Kundinnen und Kunden von unserer umfassenden nachhaltigen Angebotspalette profitieren und damit auf unsere Kompetenz in diesem Bereich zählen und uns ihr Vertrauen entgegenbringen.

Verantwortliches Handeln manifestiert sich auch in der Beziehung zu unseren Mitarbeitenden. 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. Wir sind der Überzeugung, dass uns Vielfalt bereichert. Wenn wir uns dessen bewusst sind, wird uns das Thema Diversity auch in Zukunft dabei unterstützen, als Unternehmen und als Menschen zu wachsen.

Verantwortliches Handeln lässt sich zudem trefflich am Umgang eines Unternehmens mit Umwelt und Gesellschaft messen. Dies bedeutet für uns zum einen, dass wir danach streben, in den betrieblichen Abläufen weniger natürliche Ressourcen zu verbrauchen und möglichst wenig Emissionen zu verursachen. Zum anderen heisst dies, dass wir uns als Teil der Gesellschaft verstehen und uns mit Spenden und Sponsoringpartnerschaften gezielt für soziale und ökologische Anliegen in der Schweiz engagieren. Damit leisten wir einen Beitrag, die Lebenssituation Benachteiligter zu verbessern und dem hohen Stellenwert des Erhalts der natürlichen Umwelt Ausdruck zu verleihen.

Verantwortliches, nachhaltiges Handeln ist für uns gleichbedeutend mit wirtschaftlichem Handeln. Über die wirtschaftlichen Aspekte wird in unserem Geschäftsbericht ausführlich Rechenschaft abgelegt. In Ergänzung dazu publizieren wir den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, der eine vertiefte Auseinandersetzung mit unserem nachhaltigen Handeln erlaubt.

Die Bank Coop engagiert sich seit vielen Jahren für eine nachhaltige Entwicklung. Wir sind stolz auf das, was wir bisher erreicht haben, und sind uns gleichzeitig bewusst, dass auch in Zukunft Vertrauen nur auf der Basis von verantwortlichem Handeln wachsen kann.

Mit freundlichen Grüssen

Andreas Waespi
Vorsitzender der Geschäftsleitung

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	**3**
Über diesen Bericht	**5**
Die Bank Coop	**6**
Verantwortlich handeln – Strategie und Management	**7**
Strategie	7
Management	10
Der Beirat Nachhaltigkeit	10
Corporate Governance	12
Compliance	12
Risikomanagement	12
Kreditvergabe	13
Verantwortlich handeln – Nachhaltiger Geschäftserfolg	**14**
Verantwortlich handeln – Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen	**17**
Nachhaltige Hypotheken	17
Anlageprodukte	17
Kennzahlen Produkte und Dienstleistungen mit ökologischem und sozialem Nutzen	19
Verantwortlich handeln – Faire Partnerschaften	**21**
Partnerschaften	22
Mitgliedschaften	22
Verantwortlich handeln – Engagement für Kundinnen und Kunden	**23**
Verantwortlich handeln – Fairness gegenüber Mitarbeitenden	**25**
Soziale Leistungskennzahlen	32
Verantwortlich handeln – Fairness in der Beschaffung	**33**
Richtlinien zur nachhaltigen Beschaffung	33
Verhältnis zu Lieferanten	33
Verantwortlich handeln – Engagement für die Umwelt	**34**
Betriebliches Umweltmanagement	34
Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung	35
Gebäudemanagement und Betriebsökologie	38
Klimapolitik	42
Verantwortlich handeln – Engagement für die Gesellschaft	**43**
Weihnachtsspenden	44
Beurteilung durch Dritte	**45**
Das Nachhaltigkeitsprogramm der Bank Coop	**46**
Impressum/Kontakt	55

Über diesen Bericht

Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht wird über sämtliche Aspekte der Geschäftstätigkeit reflektiert. Er legt die ökonomischen, sozialen und ökologischen Leistungen im Berichtsjahr 2009 offen. Der Bericht ergänzt den Geschäftsbericht und wurde als Online-Bericht konzipiert. Wir verweisen ausdrücklich auf die Berichterstattung im Geschäftsbericht 2009 der Bank Coop. 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.

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 2005. Die Berechnung der Emissionskennzahlen erfolgt gemäss VfU-Berechnungsschema 2007 (Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V. [VfU]).

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-Leitlinien gelten als internationaler Standard im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Global Reporting Initiative (GRI)
www.globalreporting.org

Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V.
www.vfu.de

Selbsteinstufung der GRI-Anwendungsebene

Durch die Selbsteinstufung wird angegeben, welche Elemente des GRI-Berichtsrahmens bei der Erstellung des Berichts angewendet wurden. Die Selbsteinstufung der Bank Coop lautet «A» und wurde von der GRI überprüft und bestätigt.

Über die Vollständigkeit der Berichterstattung gemäss Global Reporting Initiative gibt der GRI-Content-Index zusätzlich Auskunft, der elektronisch zum Download zur Verfügung steht.

GRI Content Index
www.bankcoop.ch/gri-content-index-2009.pdf

Berichtsparameter

Der Bericht umfasst die Berichtsperiode 1. Januar bis 31. Dezember 2009. Die Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung werden für die Periode vom 1.7.2008 bis 30.6.2009 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 2011.

Sofern nichts anderes erwähnt wird, beziehen sich die Angaben in diesem Bericht auf die gesamte Bank Coop (Hauptsitz, Regionensitze und Geschäftsstellen). Gegenüber der Berichtsperiode 2008 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

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».

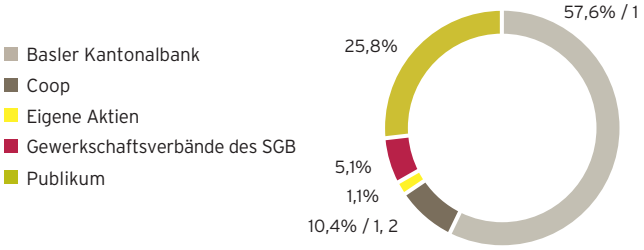
Die Bank Coop AG positioniert sich als Retailbank mit Präsenz in allen Landesteilen. Sie konzentriert ihre Tätigkeit auf Städte und Agglomerationen und verfügt im Wirtschaftsraum Schweiz über insgesamt 33 Geschäftsstellen.

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 31.12.2009

Das Aktienkapital beträgt per 31.12.2009 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

Weitere Informationen zu den Besitz- und Eigentumsverhältnissen, s. GB 2009, S. 36 u. S. 73
www.bankcoop.ch/gb-2009.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, 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 Wertehaltung 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

Das haben wir erreicht:

Solides Jahresergebnis trotz schwierigem Marktumfeld: Jahresgewinn **10%** höher als im Vorjahr.

Die Kundengelder haben Ende 2009 einen neuen Höchstwert von **CHF 8,96 Mia.** erreicht.

Das Hypothekarvolumen hat einen Rekordwert von **CHF 11,03 Mia.** erreicht.

9821 Kundinnen und Kunden setzen auf Nachhaltigkeit und profitieren von den Nachhaltigkeitsprodukten der Bank Coop.

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.

Wir sind eine führende gesamtschweizerische Vertriebsbank für Privatkunden und KMU. Im Mittelpunkt unseres Handelns steht die partnerschaftliche Beziehung zu unseren Kunden und den Mitarbeitenden. Wir erbringen qualitativ hochstehende Dienstleistungen zu fairen Preisen, gehen sorgfältig mit den natürlichen Ressourcen um und leisten unseren Beitrag zum sozialen und kulturellen Leben.

Für Produkte und unterstützende Dienstleistungen gilt: Wir machen das selbst, was wir besser und wirtschaftlicher können als andere Anbieter auf dem Markt. In allem, was wir tun, stellen wir höchste Ansprüche an Service und Qualität.

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

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.

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.

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.

Umweltmanagement

Zur Umsetzung der betriebsökologischen Zielsetzungen hat die Bank Coop ein betriebliches Umweltmanagementsystem implementiert. Dieses lehnt sich am 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 aktuelle Beirat setzt sich aus drei Vertretern der Bank Coop sowie aus vier unabhängigen, externen Persönlichkeiten zusammen, die unterschiedliche Kompetenzbereiche abdecken.

Dem Beirat gehören folgende Personen an:

Bankexterne Mitglieder

lic. phil. Pascale Bruderer
Geschäftsführerin Krebsliga Aargau, Nationalrätin SP, Präsidentin des Nationalrates 2009/2010

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 VR), claro fair trade AG (VRP), 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

Corporate Governance

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.

Die transparente Offenlegung der Organisations- und Managementstruktur – sowie anderer Aspekte der Corporate Governance – erleichtert den verschiedenen Interessengruppen, die Qualität der Bank Coop und ihres Managements zu beurteilen, und unterstützt die Investoren bei ihren Anlageentscheidungen.

Weitere Informationen zu Corporate Governance
s. GB 2009, S. 36
www.bankcoop.ch/gb-2009.pdf

Compliance

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.

Als Compliance gilt 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 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 ist primär verantwortlich für die Gesamtübersicht der wahrzunehmenden Compliance-Aufgaben, die jährliche Einschätzung des Compliance-Risikos sowie die Berichterstattung an die Geschäftsleitung sowie das Audit Committee.

Die wesentlichen Compliance-Aufgabengebiete sind in einer internen Weisung* festgehalten, welche auch die Verantwortlichkeiten und die Methodik zur Einschätzung der Risiken regelt. Zu den Compliance-Aufgabengebieten gehören insbesondere auch die Bekämpfung der Geldwäscherei, die Verhinderung unerlaubter Verhaltensweisen wie Insiderhandel, Kursmanipulationen und die Verletzung weiterer regulatorischer Bestimmungen. Sämtliche Mitarbeitende der Bank haben mittels eines Web-basierenden Schulungstools eine Grundausbildung zu absolvieren, die sicherstellt, dass sie sich das Wissen hinsichtlich Sorgfaltspflichten und Geldwäscherei aneignen und Sicherheit bei der Beachtung der Vorgaben in Bezug auf die Sorgfaltspflichten und Geldwäschereigesetzgebung erhalten.

www.swissbanking.org

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.

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 11,5 Mia. betreffen CHF 11,03 Mia. Hypothekarforderungen. Sämtliche Hypothekarkredite werden bezüglich möglicher Altlastenrisiken geprüft. Für die Bank Coop bestehen 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 zum Risikomanagement, s. GB 2009, S. 56 f.
www.bankcoop.ch/gb-2009.pdf

Weitere Informationen zu den Bewertungsgrundsätzen von Kundenausleihungen, s. GB 2009, S. 61
www.bankcoop.ch/gb-2009.pdf

www.equator-principles.com

* Dokumente nicht öffentlich.

Verantwortlich handeln – Nachhaltiger Geschäftserfolg

Für die Bank Coop ist das Vertrauen der Kundinnen und Kunden, der Investorinnen und Investoren und des Marktes eine Grundvoraussetzung der Geschäftstätigkeit. Die konsequente Umsetzung der nachhaltigen Geschäftsstrategie spiegelt sich im Ergebnis wider, das die Bank im Geschäftsjahr 2009 in einem anhaltend schwierigen Marktumfeld erzielen konnte.

Die Bank Coop hat in den letzten Jahren gezeigt, dass sie eine auf Kontinuität und Solidität ausgerichtete Strategie verfolgt. Dazu gehört, der Sicherheit oberste Priorität einzuräumen. Mit Bedacht hat die Bank Coop Risiken minimiert und Zinsabsicherungsgeschäfte abgeschlossen. Dabei wurde bewusst in Kauf genommen, dass Massnahmen wie diese zulasten des Bruttogewinns gehen.

Zwar erhöhte sich der Jahresgewinn gegenüber dem Vorjahr um 10% und betrug per 31.12.2009 CHF 71,39 Mio. Hingegen musste beim Bruttogewinn ein Rückgang von 16,9% auf CHF 93,82 Mio. verzeichnet werden. Der Bruttogewinn wurde durch die hohen Kosten zur Absicherung der Bilanzstruktur gegen Zinsänderungsrisiken, die anhaltende Margenerosion sowie die fehlenden Anlagemöglichkeiten für die überschüssige Liquidität belastet.

Die Kundengelder haben gegenüber dem Jahresbeginn um 3% bzw. CHF 265,13 Mio. zugenommen und Ende 2009 einen neuen Höchstwert von CHF 8,96 Mia. erreicht. Die Bank Coop hat hierbei vor allem von einem Zufluss an Spargeldern profitiert, welche um 25,1% bzw. CHF 1,20 Mia. angestiegen sind. Einen weiteren Rekord verzeichnet das Hypothekarvolumen. In einem anhaltend hart umkämpften Schweizer Hypothekarmarkt hat die Bank Coop ihr Hypothekarvolumen um 5,0% steigern können und damit einen neuen Höchststand von CHF 11,03 Mia. erreicht.

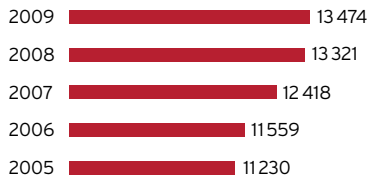
Die Bank Coop-Aktie ist ein attraktiver und solider Wert. Dies zeigt auch die Zahl der Aktionärinnen und Aktionäre, die gemäss Hochrechnung im Berichtsjahr um 12,3% deutlich zugenommen hat. Per 31.12.2009 zählte der Free Float, das heisst der frei an der Börse gehandelte Aktienanteil, 25,8%, insgesamt 8638 Aktionärinnen und Aktionäre. Von der positiven Geschäftsentwicklung im Jahr 2009 sollen die Aktionärinnen und Aktionäre profitieren. Wie in den vergangenen Jahren wird auch für das Jahr 2009 eine Bruttodividende von CHF 1.80 ausbezahlt. Damit partizipieren die Aktionärinnen und Aktionäre am soliden Ergebnis und der nachhaltigen Wachstumsstrategie.

Kennzahlen Bank Coop	**2009**	**2008**	**2007**
Betriebsertrag	CHF 233,8 Mio.	CHF 262,2 Mio.	CHF 286,6 Mio.
Bruttogewinn (bereinigt ohne IT-Migration)	CHF 93,8 Mio.	CHF 112,9 Mio.	CHF 133,8 Mio.
Jahresgewinn	CHF 71,4 Mio.	CHF 64,8 Mio.	CHF 81,5 Mio.
Bilanzsumme	CHF 13,5 Mia.	CHF 13,3 Mia.	CHF 12,4 Mia.
Kundenausleihungen	CHF 11 515 Mio.	CHF 11 045 Mio.	CHF 10 586 Mio.
Publikumsgelder	CHF 11 530 Mio.	CHF 11 450 Mio.	CHF 10 502 Mio.
Eigenkapitalrendite	8,1 %	10,1%	13,3%
Cost-Income-Ratio	59,9%	56,9%	53,3%
Anzahl Beschäftigte (100%-Stellen)	625	652	634

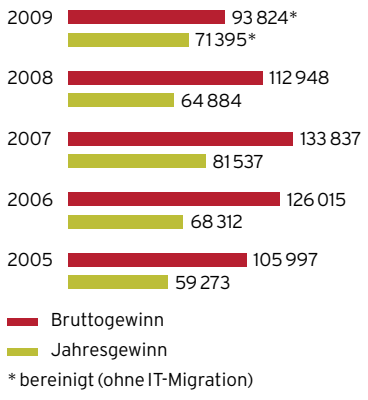
5-Jahresvergleich wichtiger Kennzahlen

Bilanz

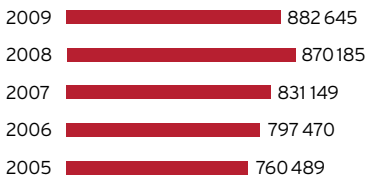
Bilanzsumme
in Mio. CHF



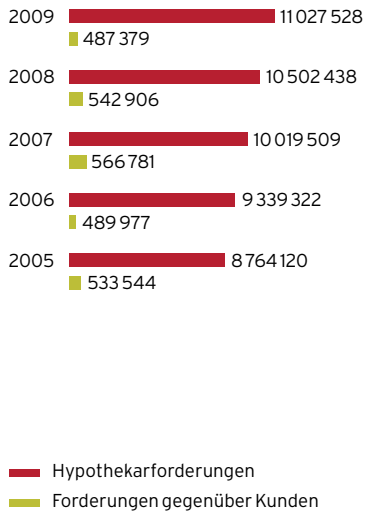
Gewinn
in 1000 CHF



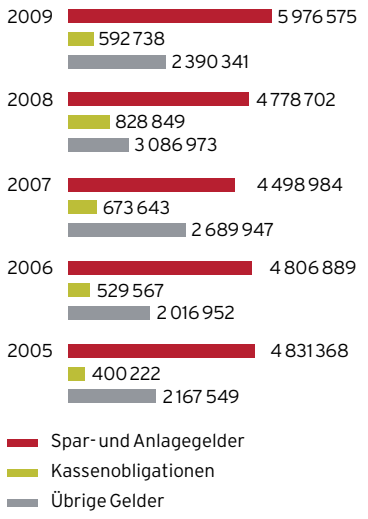
Eigenkapital vor Gewinnverwendung
in 1000 CHF



Kundenausleihungen
in 1000 CHF

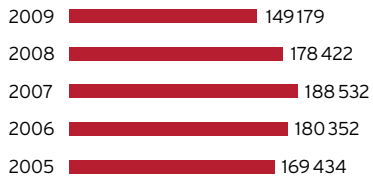


Kundengelder
in 1000 CHF

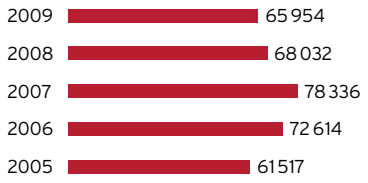


Erfolgsrechnung

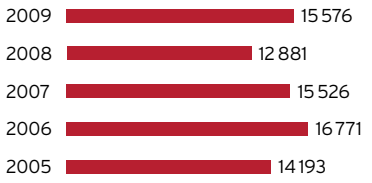
Zinsengeschäft
in 1000 CHF



Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft
in 1000 CHF

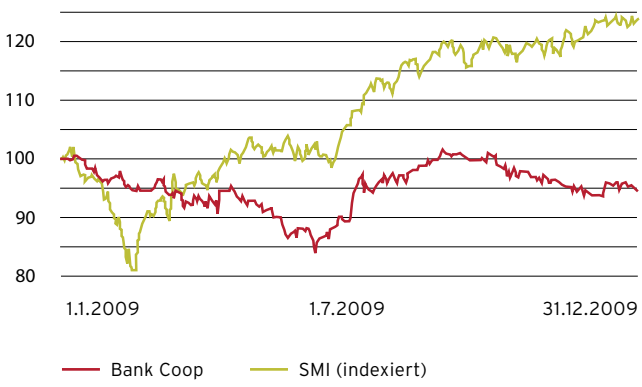


Handelsgeschäft
in 1000 CHF



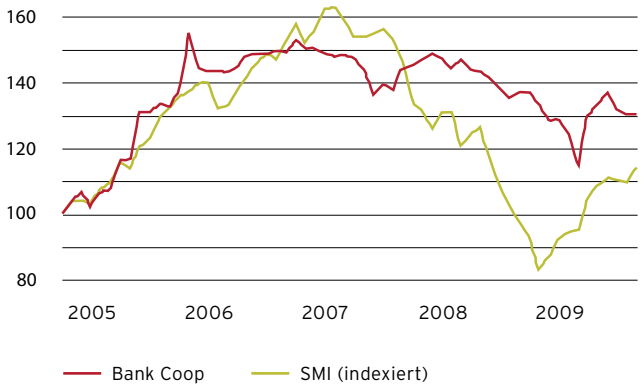
Kursentwicklung 2009 Inhaberaktie Bank Coop AG

in Prozenten



5-Jahres-Entwicklung Inhaberaktie Bank Coop AG

in Prozenten



Aufwand

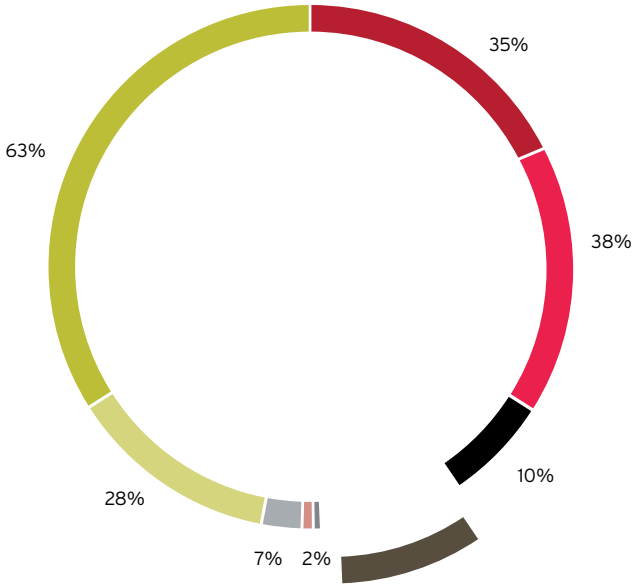
Personalaufwand	35%
Sachaufwand	38%
Abschreibungen/Wertberichtigungen/ Rückstellungen/Verluste	10%
Ausserordentlicher Erfolg/Steuern	1%

Gewinn

Jahresgewinn	**16%**

Ertrag

Zinserfolg	63%
Kommissionserfolg	28%
Handelserfolg	7%
Übriger ordentlicher Erfolg	2%



Für weitere Angaben über den Geschäftsverlauf 2009 verweisen wir auf den Geschäftsbericht.
www.bankcoop.ch/gb-2009.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

Nachhaltigkeit gewinnt angesichts der Herausforderungen des 21. Jahrhunderts und der steigenden Sensibilität für Themen wie Ressourcenverknappung, Klimawandel oder Bevölkerungswachstum an Bedeutung.

Nachhaltige Bankprodukte haben für die Bank Coop einen hohen Stellenwert. Zum einen eröffnet sie damit ihren Kundinnen und Kunden die Möglichkeit, bei Bankgeschäften gesellschaftliche und ethisch-ökologische Aspekte zu berücksichtigen und zum anderen unterstreicht die Bank mit diesen Bankprodukten ihr Engagement für eine nachhaltige Entwicklung.

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.

Weitere Informationen zu nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen
www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit-produkte

Nachhaltige Hypotheken

Die Bank Coop unterstützt bereits seit einigen Jahren Liegenschaftseigentümerinnen und -eigentümer bei der energetischen Sanierung und beim energieeffizienten Bauen. Sie gewährte im vergangenen Geschäftsjahr bis zu 0,6% Zinsreduktion auf die aktuellen Hypothekarzinssätze für Renovationsvorhaben, die zu einer Energieeinsparung führen (Ökohypothek) oder für Bauten, die nach den Standards Minergie, Minergie-P oder Minergie-ECO erstellt oder saniert wurden.

Die Volumina der gewährten Öko- sowie Minergiehypotheken im Portefeuille der Bank Coop haben in den vergangenen Jahren kontinuierlich zugenommen (Zunahme 2009 28%). Dies zeigt, dass sowohl institutionelle Immobilieneigentümer wie auch private Hauseigentümerinnen und -eigentümer Nachhaltigkeit und Energieeffizienz ins Zentrum ihres Investitionsentscheides gerückt haben. Das Anfang 2010 in Kraft tretende Gebäudeprogramm der Kantone und weitere Förderprogramme zur Steigerung der Energieeffizienz im Gebäudebereich werden diesen Trend weiter fördern.

Im Jahr 2010 wird deshalb die Bank Coop unter der Bezeichnung «Nachhaltigkeitshypothek» ein neues Hypothekarmodell einführen. Neu werden neben Minergiehäusern und Energie einsparenden Renovationen auch Bauvorhaben, die den Einsatz von erneuerbarer Energie vorsehen, zinsvergünstigt finanziert. Dadurch soll ein Anreiz geschaffen werden, beispielsweise thermische Solaranlagen für die Warmwasseraufbereitung einzusetzen oder Strom mittels Photovoltaikanlagen 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..

Anlageprodukte

Nachhaltige Anlagen weisen in der Schweiz ein hohes Wachstumspotenzial auf. Im Jahr 2009 wurde gemäss einer Erhebung von onValues (www.onValues.ch) ein neues historisches Volumenhoch von CHF 34,1 Mia. erreicht. Im Vergleich zum Vorjahr, in dem das Volumen noch CHF 20,9 Mia. betrug, entspricht dies einem Wachstum von rund 63%. Mit diesem Wachstum wurden alle während der Finanzkrise erlittenen Verluste wieder wettgemacht.

Die seit einigen Jahren starken Tendenzen, dass nicht finanzielle Anlagekriterien zunehmend Eingang in den Entscheidungsprozess der Anlegerinnen und Anleger finden, hält weiter an. Experten erwarten für die nächsten drei Jahre weiterhin bis zu doppelt so hohe Wachstumsraten des nachhaltigen Anlagemarktes im Vergleich zum Gesamtmarkt.

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 wählt aus dem grossen Angebot an nachhaltigen Fonds einige qualitativ hochstehende Produkte aus. 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

Die Fonds werden vor der Aufnahme in die Fondspalette und anschliessend periodisch im Rhythmus von zwei Jahren mittels eines vom Beirat Nachhaltigkeit definierten 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. Die ausgewählten Fonds werden mit dem Qualitätsprädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichnet. Die Prüfberichte werden im Internet publiziert.

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 Wertehaltung und ihren Ansprüchen bezüglich Risikostruktur und Performance entsprechen.

www.bankcoop.ch/audit_questionnaire.pdf

www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit

Das Volumen der von der Bank Coop verkauften nachhaltigen Anlagefonds beträgt per 31.12.2009 308 Mio. CHF. Der Anteil der nachhaltigen Fonds am gesamten Fondsvolumen beläuft sich auf 9,89% (2008: 7%). Nachdem die Wertentwicklung der nachhaltigen Fonds, wie auch der konventionellen Anlagefonds, noch im 1. Quartal 2009 infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise stark gelitten hatte, erholten sich die Werte im Lauf des Jahres wieder weitgehend von den Kursrückschlägen. Die Anzahl der verkauften Fondsanteile ist leicht angestiegen. Dies weist darauf hin, dass das Vertrauen der Anlegerinnen und Anleger in nachhaltige Anlageprodukte auch in wirtschaftlich turbulenten Zeiten ungebrochen ist.

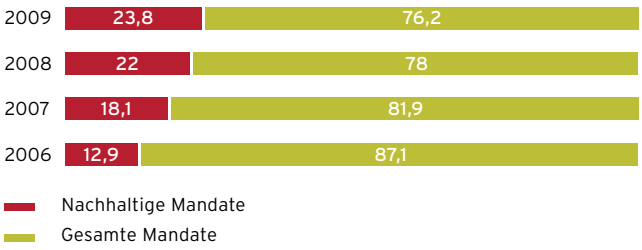
Die Bank Coop wird ihre nachhaltige Fondspalette im kommenden Jahr ausbauen. So kann sie den gesteigerten Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden verstärkt entsprechen.

Nachhaltige Vermögensverwaltung

Die Bank Coop kann bei der Betreuung nachhaltiger Mandate auf eine langjährige Erfahrung bauen und bietet für die betreuten Portfolios ein optimiertes Rendite-Risiko-Verhältnis. Per Ende 2009 wurden von der Bank Coop 288 Mandate mit einem Gesamtvolumen von CHF 209,4 Mio. verwaltet. Der Anteil der nachhaltigen Mandate konnte weiter auf 23,8% gesteigert werden. was einem Anteil von 22% aller Mandate bei der Bank Coop entspricht

Anteil nachhaltiger Mandate in der Vermögensverwaltung

in Prozenten



Nachhaltige Kapitalanlagen haben bei vielen von der Bank Coop betreuten Investorengruppen weiter an Bedeutung gewonnen. Um die Effizienz der Vermögensverwaltung weiter zu erhöhen, werden 2010 die Abteilungen Asset Management der Bank Coop und der Basler Kantonalbank (BKB) zu einem Competence Center Asset Management beim Mutterhaus BKB zusammengelegt. Damit wird das Fachwissen beider Banken – auch bezüglich nachhaltiger Kapitalanlagen – vereint.

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

Kennzahlen Produkte und Dienstleistungen mit ökologischem und sozialem Nutzen

Anteil nachhaltige Mandate an Vermögensverwaltungsmandaten	23,8%
Anlagevolumen nachhaltige Vermögensverwaltung	CHF 209,4 Mio.
Anteil nachhaltige Fonds am gesamten Fondsvolumen	9,89%
Volumen nachhaltige Fonds	CHF 308 Mio.
Anteil zinsvergünstigte Öko- und Minergiehypotheken an gesamten Hypothekarforderungen	0,67%
Volumen zinsvergünstigte Öko- und Minergiehypotheken	CHF 74,6 Mio.
Anteil Hypotheken an Wohnbaugenossenschaften an gesamten Hypothekarforderungen	11,3%
Volumen Hypotheken an Wohnbaugenossenschaften an gesamten Hypothekarforderungen	CHF 1,28 Mia.
Anteil Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung	100%
Volumen Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung	CHF 11,03 Mia.
Anzahl Kunden mit Nachhaltigkeitsprodukten	9821

Angaben per 31.12.2009

Das haben wir erreicht:

Der Frauenanteil im Kader übertraf im letzten Jahr mit **26.6%** erneut den Zielwert von 25%.

Der Anteil der nachhaltigen Fonds am gesamten Fondsvolumen beläuft sich auf **9,89%**.

Der Anteil nachhaltiger Mandate in der Vermögensverwaltung beträgt **23,8%**.

2009 hat die Bank Coop Spenden und Vergabungen an über **200** Organisationen, Vereine und andere Institutionen in der ganzen Schweiz ausgerichtet.

Verantwortlich handeln – Faire Partnerschaften

Wie für jedes andere Unternehmen auch, ist es für die Bank Coop eine besondere Herausforderung, die Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen (Stakeholder) 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.

Die offene Kommunikation der Bank Coop mit dem Aktionariat und mit der Öffentlichkeit stellt sicher, dass sie als verantwortlich handelndes Unternehmen wahrgenommen wird. Über die Beziehungen zu den verschiedenen Anspruchsgruppen gibt der Geschäftsbericht und dieser Ergänzungsbericht unter den entsprechenden Abschnitten Auskunft.

Zuweisungen aus Wertschöpfung an Anspruchsgruppen 2009

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.

Zuweisungen aus Wertschöpfung an Anspruchsgruppen 2009	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 Marktpräsenz 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 300 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 CO_2-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.

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 CO_2-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.

Verantwortlich handeln – Engagement für Kundinnen und Kunden

Das Vertrauen und die Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden ist eine Grundvoraussetzung für den Erfolg der Bank Coop als Vertriebsbank.

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 gesetzlichen 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 2009 konnte die Kundschaft 33 Geschäftsstellen in der ganzen Schweiz nutzen. Das Call Center ist an Werktagen von 8 bis 20 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

Die Bank Coop überprüft regelmässig die Zufriedenheit ihrer Kundinnen und Kunden und strebt eine kontinuierliche Verbesserung der Kundenzufriedenheit an.

Seit 2002 werden alle Neukunden ca. 6 Monate nach Eröffnung der Kundenbeziehung zur Zufriedenheit mit der Bank Coop befragt. Dies erfolgt per Fragebogen, der an die Neukunden versandt wird. In der letzten bei Drucklegung dieses Berichts verfügbare Auswertung hat sich die Bank Coop erneut in allen befragten Bereichen verbessert und das bisher beste Ergebnis seit Messung erreicht. Die Gesamtzufriedenheit weist den Spitzenwert von 9 (Maximum 10) auf!

Zufriedenheit mit Bank Coop

auf einer Skala von 1 bis 10

Die Bank Coop wurde 2009 bei einer Kundenzufriedenheitsumfrage des Internetvergleichsdienst Comparis im Bereich Hypotheken 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.

Kundinnen und Kunden im Fokus

Die Bank Coop hat sich zum Ziel gesetzt, Serviceleader der Schweizer Banken zu sein. Die Bank will eine Servicequalität bieten, die besser ist als diejenige der Konkurrenz – spürbar für die Kundschaft und die Mitarbeitenden. Dieses Ziel ist in der Strategie verankert und schafft die Möglichkeit, sich in einem immer härter werdenden Wettbewerb zu differenzieren. Entscheidend ist hierbei, dass ein exzellenter Service von allen gelebt wird. 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 verantwortungsvolle Umgang mit Kundendaten und die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen sind für uns eine Selbstverständlichkeit.

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.

Im Rahmen des speziell auf Frauen ausgerichteten Programms «eva» gibt die Bank Coop eine Reihe frauenspezifischer Publikationen wie den «eva Newsletter» mit Schwerpunkt «Frauen und Anlage» und den Pocket Guide «Unternehmerinnen» heraus.

Weitere Informationen, s. GB 2009, Seite 5
www.bankcoop.ch/gb-2009.pdf

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 der 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. Der Umbau der Geschäftsstelle in Yverdon-les-Bains zur Schaffung eines barrierefreien Zugangs wurde 2009 abgeschlossen.

Barrierefreier Zugang zu den Webseiten der Bank Coop

Die Berücksichtigung der Richtlinien der Stiftung «Zugang für alle» und des World-Wide-Web-Konsortiums (W3C) für den barrierefreien Zugang der Webseiten konnte im Jahr 2009 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.

Mit der Einführung einer neuen IT-Plattform für den Konzern auf Basis von Avaloq wird ab 2011 auch der barrierefreie Zugang zum OnlineBanking gewährleistet.

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.

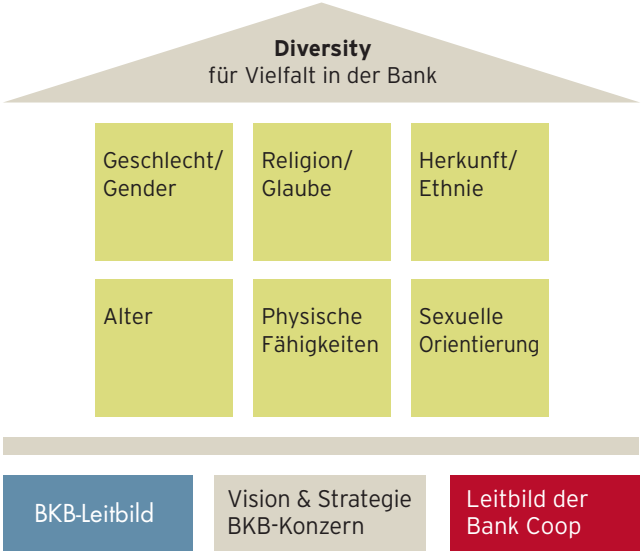
Die Bank Coop will auf dem Arbeitsmarkt als faire, attraktive, konkurrenzfähige sowie innovative Arbeitgeberin in Erscheinung treten. Dazu zählen auch gezielte Aktivitäten der Mitarbeitenden in bankexternen Organisationen, Vereinigungen und in der Öffentlichkeit. Das Image als Arbeitgeberin soll so entwickelt 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 2009, Seite 13 ff.
www.bankcoop.ch/gb-2009.pdf

Förderung von Diversity und Chancengleichheit

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 fördert 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, wie durch die folgenden Themen zur Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden gezeigt wird, z.B. durch den Grundsatz «fair banking», das Frauenförderprogramm und interne Weisungen zur Gleichstellung eingetragener Partnerschaften. (vgl. weitere Punkte in diesem Kapitel).

Kommunikation mit den Mitarbeitenden

Mit dem Intraweb 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 Intraweb 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, der Gesundheitsvorsorge bis zu Buchtipps und Kochrezepten.

Um die Zusammengehörigkeit der verschiedenen Teams zu stärken, wird pro Mitarbeitenden Fr. 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 Zufriedenheit der Mitarbeitenden und ihre Arbeitszufriedenheit ist ein wichtiger Gradmesser dafür, ob die Personalpolitik auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden abgestimmt ist und ob deren 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 2008 auf anonymer Basis eine Befragung der Mitarbeitenden durch. Die grosse Mehrheit der Befragten schätzt die Bank Coop als faire Arbeitgeberin und setzt ihr Vertrauen als Mitarbeitende/-r in die Bank (79 bzw. 78 Indexpunkte, bei einem Maximum von 100 Punkten).

Auf Basis der Ergebnisse wurden im Jahr 2009 Massnahmen auf Ebene Gesamtbank, Abteilung sowie in den einzelnen Teams erarbeitet, um die Mitarbeitermotivation und die Arbeitszufriedenheit weiter zu fördern. Im Rahmen dessen lädt die Geschäftsleitung einmal pro Jahr alle Mitarbeitenden zu einem offenen Informationsaustausch ein. An diesem Anlass können Fragen auch direkt an die einzelnen Geschäftsleitungsmitglieder gestellt werden.

Ausserdem wird Wert auf ein konstruktives Führungskräfte-Feedback und das persönliche Gespräch gelegt. Ein regelmässiger Austausch zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden ist im Rahmen des 2009 überarbeiteten 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 Anfang 2009 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. Die nächste Mitarbeitendenbefragung wird 2010 durchgeführt.

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 wurde 2009 neben Lunch-Veranstaltungen zu Themen wie Feedback-Regeln und Kommunikation eine konzernweite Energiesparkampagne mit dem Titel «Nachhaltigkeit leben – Energie sparen» durchgeführt. Ziel der Kampagne war es, die Mitarbeitenden für die Themen Energie und Energiepolitik zu sensibilisieren und dadurch einen effizienten Umgang mit Energie im Büroalltag und in der Freizeit zu fördern.

Work-Life-Balance, Familienfreundlichkeit und Chancengleichheit

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 zwei 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 entsprechende Massnahmen umgesetzt oder glaubwürdig geplant und eingeleitet worden sind.

Die Bank bietet Mitarbeitenden auf deren Gesuch und unter bestimmten Voraussetzungen und nach Rücksprache mit der vorgesetzten Stelle die Arbeitsform «Telearbeit» an. Die Bank fördert damit die bessere Vereinbarkeit der beruflichen Anforderungen mit den privaten Bedürfnisse und leistet somit einen Beitrag zur Work-Life-Balance ihrer Mitarbeitenden.

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 Teilzeitbezügen 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.

Mitarbeitende fördern und weiterentwickeln

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.

Darüber hinaus schenkt die Bank der Ausbildung von Lernenden und Praktikantinnen und Praktikanten grosse Beachtung, 2009 gibt es bei der Bank Coop 60 Lernende und Auszubildende. Daneben bietet die Bank ein Trainee-Programm für Hochschulabsolventinnen und -absolventen an.

Die Ausbildungskosten absolut und pro Mitarbeitenden sind 2009 gesunken. Dies hängt mit der für das Jahr 2010 geplanten Umstellung der IT-Plattform zusammen, da in diesem Zusammenhang zusätzliche Ausbildungs- und Schulungsmassnahmen anstehen. Im Hinblick darauf wurden die Aus- und Weiterbildungsmassnahmen für das Jahr 2009 (vorausschauend) leicht gekürzt.

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 Salärrunden 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

Verantwortung wahrnehmen

Fairness sowie die Wahrung der Verantwortung
sind integrale Bestandteile der Strategie der Ba
ist eine Kernvoraussetzung für einen dauerhafte
ihrer Geschäftstätigkeit ökonomische, soziale ur
und berücksichtigt diese angemessen. Die Bank
vorbildliche Rolle einnehmen und zu einer nachh
der Schweiz beitragen.

gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt
nk Coop. Verantwortungsvolles Handeln
en Geschäftserfolg. Die Bank Coop wägt in
nd ökologische Aspekte sorgfältig ab
Coop will als faire und nachhaltige Bank eine
haltigen Entwicklung der Gesellschaft in

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.

Work & Care
Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ist auch für Mitarbeitende mit pflegebedürftigen Angehörigen über 15 Jahren eine Herausforderung. 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

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. Darüber hinaus regt die Bank Coop ihre Mitarbeitenden zu sportlicher Betätigung an und bietet ihnen weitere Möglichkeiten an, sich mit Gesundheitsfragen auseinanderzusetzen.

Allen Mitarbeitenden stehen kostenlos Mineralwasser 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 Intraweb, 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 Umgang mit Stress und Ernährung durchgeführt. So wurden den Mitarbeitenden zum Beispiel von einer ausgebildeten Fachperson unter dem Titel «Entspannen über Mittag» Methoden zur Entspannung der Muskulatur und zur Vorbeugung von Ermüdungserscheinungen sowie zur Stressprävention vermittelt. Eine weitere Veranstaltungsreihe befasste sich mit dem Thema saisongerechte und gesunde Ernährung.

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.

Ideen-Management
Ideen-Management ist Teil des Feedback-Managements der Bank Coop. Dies besteht aus dem Kunden-Feedback-Management (KFM), Ideen-Management sowie die abteilungsinternen Instrumente 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 im Geschäftsbericht 2009, S. 70.)

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 Burn-out. Im Weiteren bestehen interne Ansprechstellen für Chancenförderung, lösungsorientiertes Coaching, Konfliktberatung, Mobbing und sexuelle Belästigung.

Eine externe betriebliche Sozialhilfe kann mit Zustimmung der Personalverantwortlichen in Anspruch genommen werden.

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 aller Art werden toleriert. Entsprechende Bestimmungen im Personalhandbuch bezeichnen die diesbezüglichen Pflichten der Mitarbeitenden und nennen die Rechte bei einer Beschwerde. Eine Ansprechstelle für Betroffene ist bezeichnet.

Die Richtlinien «Sexuelle Belästigung am Arbeitsplatz und Mobbing» wurden 2009 gemeinsam mit einem externen Partner, der betrieblichen Sozialberatung Movis, überarbeitet.

Mitwirkungsrechte

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.

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.bankcoop.ch/vereinbarung-anstellungsbedingungen-SBPV.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.

Soziale Leistungskennzahlen

	2009	2008	2007	2006	2005
Anzahl Mitarbeitende (teilzeitbereinigt, 100%-Stellen)	624,6	651,65	633,6	636,2	614,9
Anteil Frauen am Bestand der Mitarbeitenden in %	41,4	43,0	39,5	41,4	41,5
Anteil Frauen in Kader und Direktion	21,1	25,2	23,5	21,3	20,9
Teilzeitquote am Gesamtbestand in %	22,1	22,6	22,1	19,8	*
Teilzeitquote Frauen in %	40,4	41,7	41,7	36,8	*
Teilzeitquote Männer in %	9,1	7,3	8,1	6,6	*
Ausbildungstage total	1346	1581	1278	1653	*
Ausbildungstage pro Mitarbeitende/-n	2,15	2,43	2,01	2,59	*
Ausbildungskosten total in 1000 CHF	892	1096	1123	1191	*
Ausbildungskosten pro Mitarbeitende/-n	1428	1682	1772	1872	*
Anzahl Lernende und Praktikanten/-innen	60,0	64,0	60,0	59,0	59,0
Frauenquote Lernende und Praktikantinnen in %	52,5	53,2	50	44	55
Fluktuationsrate in % (netto)	5,0	6,3	9,7	9,5	10,3
Krankheitsquote (Absenzen in % der geleisteten Sollarbeitszeit)	2,0	1,5	1,36	1,6	1,9
Personalaufwand in 1000 CHF	84 106	88 319	83 898	82 037	78 661
Entschädigung für das höhere Management, vgl. Geschäftsbericht Corporate Governance, S. 42 ff. und Offenlegung der Vergütungen, S. 83 ff.					

Alle Angaben per 31.12.2009

* Daten nicht verfügbar.

Verantwortlich handeln – Fairness in der Beschaffung

Richtlinien zur nachhaltigen Beschaffung

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 Entlöhnung, Arbeitsschutzbestimmungen, dem Verbot von Kinderarbeit und von 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.

Druckaufträge werden bevorzugt an Druckereien vergeben, die auf der Positivliste der VOC-armen Druckereien aufgeführt sind. Die Positivliste ist ein Instrument innerhalb eines Branchenprogramms des Schweizerischen Verbandes für visuelle Kommunikation (Viscom) zur Senkung der VOC-Emissionen. Ziel dieses Programms ist es, die VOC-Emissionen der Druckereibranche zu reduzieren.

Um eine weitere Senkung der Ozonbelastung zu erreichen, ist es notwendig, die Vorläuferschadstoffe (Stickoxide und flüchtige organische Verbindungen) zu reduzieren. Flüchtige organische Verbindungen, sogenannte VOC, fallen in den Arbeitsprozessen verschiedener Industrien an, wobei die Druckindustrie neben der Farbanwendung der grösste VOC-Emittent ist.

Verhältnis zu Lieferanten

Das Verhältnis zwischen der Bank Coop und ihren Lieferanten zeichnet sich durch eine gleichberechtigte, langfristig tragfähige Beziehung aus. Dabei stellt die Bank Coop an ihre Geschäftspartner die gleich hohen Anforderungen wie an sich selbst.

Die Bank Coop pflegt geschäftliche Beziehungen bevorzugt mit Unternehmen, die sich ebenfalls an den Prinzipien des nachhaltigen Wirtschaftens orientieren.

Mit den Lieferanten wird ein regelmässiger Dialog im Rahmen der Geschäftsbeziehung gepflegt.

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_ueber_die_Einhaltung_von_Arbeitsbedingungen_und_der_Arbeitsschutzbestimmungen.pdf

www.voc-arm-drucken.ch

Verantwortlich handeln – Engagement für die Umwelt

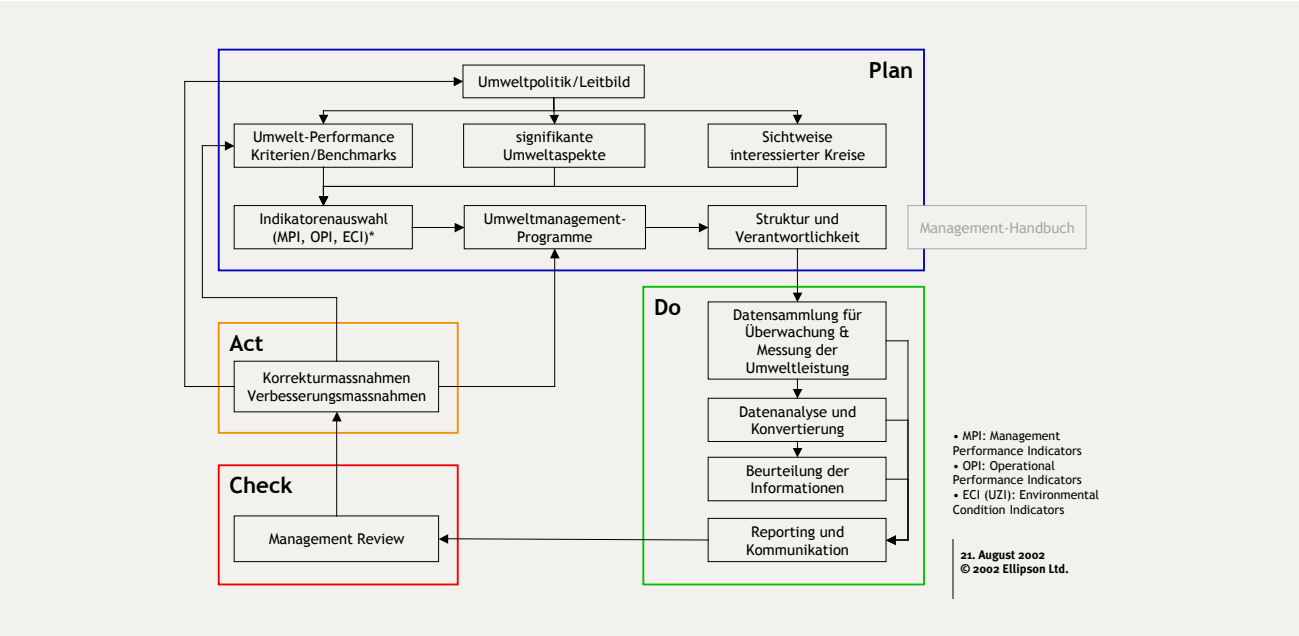
Für den Betrieb der Bank nutzen wir Energie, verbrauchen Ressourcen und belasten das Klima. Die Steigerung der betrieblichen Ressourceneffizienz bzw. die Reduktion des Ressourcenverbrauchs und die Minderung der Umweltbelastungen sind deshalb wesentliche Anliegen im Rahmen des Nachhaltigkeitsengagements. 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, 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 am 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 [2005, mit Update 2007]).

Der Standard des Vereins für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V. (VfU 2005) 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.

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 – wo nicht anders vermerkt – für den Hauptsitz der Bank Coop (285 resp. 44% der Mitarbeitenden, 10 564 m^2 resp. 43% der Büro- und Verkehrsfläche)*. Die Kennzahlen für die Regionensitze** wurden in der Periode 2005/2006 erstmals systematisch erhoben. Damit werden die umweltrelevanten Daten von rund zwei Dritteln der Mitarbeitenden und der Büro- und Verkehrsfläche in die Erhebung einbezogen. Aus Gründen der Vergleichbarkeit mit der Umweltleistung der Vorjahre und der teilweise noch ungenügenden Datenqualität der Kennzahlen der Regionensitze werden in den nachstehenden Tabellen nur die Angaben für den Hauptsitz in Basel wiedergegeben. Auf eine Extrapolierung der Kennzahlendaten zu einem theoretischen 100%-System wird aufgrund der vorerst zu schmalen Datenbasis verzichtet.

* Gebäude des Hauptsitzes: Aeschenplatz 3, Dufourstrasse 40 und Dufourstrasse 50/Anzahl Mitarbeitende entspricht teilzeitbereinigtem Jahresmittel 2009
** Regionensitze: Zürich, Bern, Lausanne, Lugano

Benchmark

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

Weitere Informationen zu Grundlagen und Methoden der Datenerhebung und zum Umweltmanagement
www.bankcoop.ch/management_review_08_09.pdf

Das haben wir erreicht:

Der Papierverbrauch konnte gegenüber dem Ausgangsjahr der Datenerfassung um **60** Tonnen reduziert werden.

Der Anteil an Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch konnte auf **91%** gesteigert werden.

Gegenüber dem Ausgangsjahr der Datenerfassung konnten über **300 000 kWh** Strom eingespart werden.

Die Treibhausgasemissionen (CO_2-Äquivalente) haben gegenüber dem Ausgangsjahr der Datenerfassung um **36%** abgenommen.

Absolute Kennzahlen Hauptsitz

Umweltbelastung in Kennzahlen	GRI[1]	Einheit	2008/2009	2007/2008	2006/2007	2005/2006	2004/2005	2003/2004
Total Papierverbrauch[2]	**(EN1)**	**t**	160	144	169	163	195	226
Anteil Recyclingpapier	EN2		91%	86%	76%	39%	32%	18%
Frischfaser TCF			9%	14%	24%	61%	68%	82%
Eingekaufte Zwischenenergie	**EN4**	**kWh**	2 247 823	2 229 628	2 110 560	2 607 512	2 952 996	2 743 141
Elektrizität			59%	61%	58%	55%	57%	61%
Fernwärme			41%	39%	42%	45%	43%	39%
Primärenergie gesamt	**EN4**	**kWh**	3 936 784	3 935 572	3 843 528	4 483 045	5 122 397	4 857 828
Total Wasserverbrauch	**EN8**	**m^3**	5 456	3 446	5 324	3 949	4 493	4 232
Trinkwasser			100%	100%	100%	100%	100%	100%
Total Entsorgung	**EN22**	**t**	81	86	103	104	113	118
Wertstoffe, getrennt und rezykliert			74%	79%	75%	80%	81%	82%
Verbrennung			25%	20%	25%	20%	19%	18%
Elektroschrott			1%	1%				
Direkte und indirekte Emissionen		**t**	212	225	210	298	333	309
Emissionen direkt	EN16	t	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]
Emissionen indirekt	EN16	t	170	186	156	237	261	226
Emissionen indirekt «andere»	EN17	t	42	39	54	61	72	83

Direkter Energieverbrauch EN3: betrifft nur Erdgasverbrauch in Zürich und Lugano.
1) GRI: Indikatoren gemäss Global Reporting Initiative (G3). EN = Ökologische Leistungsindikatoren.
2) Gesamtbank 100% der Mitarbeitenden.
3) Elektrizität und Fernwärme erzeugen keine direkten Emissionen.

Relative Kennzahlen

	Einheit	2008/2009	2007/2008	2006/2007	2005/2006	2004/2005	2003/2004	Benchmark[2] Durchschnitt
Energie	**MJ/MA**	28 388	28 312	26 431	32 335	37 145	31 481	39 045
Strom	MJ/MA	16 732	17 189	17 953	17 721	21 092	21 191	23 615
Heizenergie	MJ/MA	11 656	11 123	8 478	14 614	16 053	13 290	15 430
Papier[1]	**kg/MA**	246	224	269	261	307	339	199
Anteil Recyclingpapier	%	91	86	76	39	32	18	23
Drucker-/Kopierpapier	S A4/MA	16 638	16 386	14 978	16 117	13 390	13 578	–
Wasser	**l/MA/d**	48	49	74	55	63	59	86
Abfälle	**kg/MA**	284	302	357	356	395	411	286
Anteil Recycling	%	75	79	72	73	74	77	58
Anteil Verbrennung	%	24	20	25	20	19	18	–
Anteil Sonder-/Spezialabfälle[4]	%	1	1	3	7	7	5	–
Zwischen- und Primärenergie								
Zwischenenergie	MJ/MA	28 388	28 312	26 431	32 336	37 145	34 481	–
Primärenergie	MJ/MA	49 717	49 975	48 133	55 594	64 433	61 064	–
Primärenergie «andere»	MJ/MA	4 466	4 052	4 894	4 635	5 436	5927	–
Treibhausgas-Emissionen	**kg/MA**	743	794	732	1 028	1 161	1 077	1 895
Emissionen aus Zwischenenergie	kg/MA	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]	k.A.[3]	–
Emissionen aus Primärenergie	kg/MA	596	655	544	816	911	789	–
Emissionen aus Primärenergie «andere»	kg/MA	147	139	188	212	250	288	–

1) Gesamtbank 100% der Mitarbeitenden.
2) Datenbasis Benchmark: letztmals publizierte Kennzahlen vergleichbarer Geschäftsbanken CH.
3) Elektrizität und Fernwärme erzeugen keine direkten Emissionen.
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 beim 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 2009 erhebliche Energieeinsparungen erzielt werden. So wurde beispielsweise durch die Reduktion der Zulufttemperatur bei der Belüftungsanlage des Gebäudes Dufourstrasse 50 eine Einsparung von rund 10 000 kWh Heizenergie erzielt.

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.

www.kbob.ch
www.eco-bau.ch

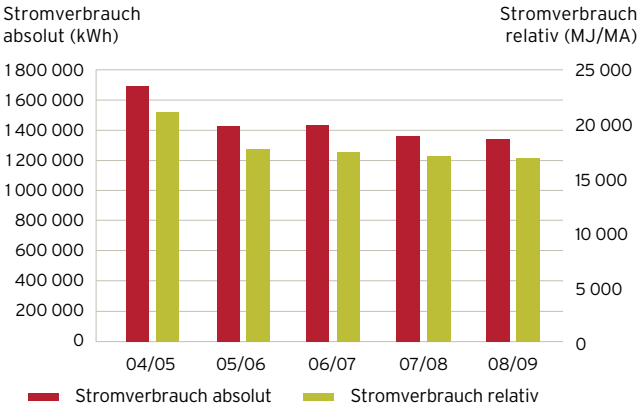
Elektrizität

Der Stromverbrauch am Hauptsitz der Bank Coop ist im Vergleich zur Vorperiode ungefähr gleich geblieben (Abnahme des Verbrauchs um 2%). Der relative Verbrauch pro Mitarbeitenden ist ebenfalls annähernd gleich geblieben (Abnahme des relativen Stromverbrauchs um ca. 2%).

Während der Berichtsperiode wurden keine schwerwiegenden Änderungen im Bereich IT, Büroelektronik, Beleuchtung oder Haustechnik vorgenommen.

Die Betrachtung über alle erfassten Perioden zeigt auf, dass sowohl der absolute wie auch der relative Stromverbrauch kontinuierlich abgenommen haben. Dies ist durch verschiedene fortlaufende Massnahmen zu begründen, wie z.B. den Einsatz von energieeffizienten Geräten, und auch die Bewusstseinsbildung für Mitarbeitende mag dazu beigetragen haben.

Strombedarf des Hauptsitzes im mehrjährigen Vergleich



100% erneuerbar – Herkunft des Stroms am Hauptsitz in Basel

Die von den IWB bereitgestellte Elektrizität wird vorwiegend aus erneuerbaren Quellen gewonnen: Wasserkraft, Sonnenenergie und Windenergie. Die Stromlieferungen aus den Wasserkraftwerken deckten im Jahr 2009 rund 90% des Energiebedarfs in Basel.

Der gesamte aus nicht erneuerbaren Quellen gewonnene Anteil der Stromproduktion wird mit Wasserkraftzertifikaten aufgewertet. Somit ist der für den Kanton Basel-Stadt beschaffte Strom zu 100% erneuerbar.

Energiequelle	Anteil	aus d. Schweiz
Wasserkraft	89,53 %	77,02 %
Holzenergie	0,9 %	0,9 %
(Holzkraftwerk Basel)		
Sonnenenergie	0,16 %	0,16 %
(Basler Solarstrombörse)		
Windenergie	0,04 %	0,04 %
Erdgas	6,16 %	6,16 %
(WKK-Anlagen in Basel)		
Abfälle (Kehrichtverwertungs-	1,51 %	1,51 %
anlage Basel)		
Nicht überprüfbare Energieträger	1,71 %	--
Total	**100,0 %**	**85,8 %**

Stromkennzeichnung für das Jahr 2009, Quelle: www.iwb.ch

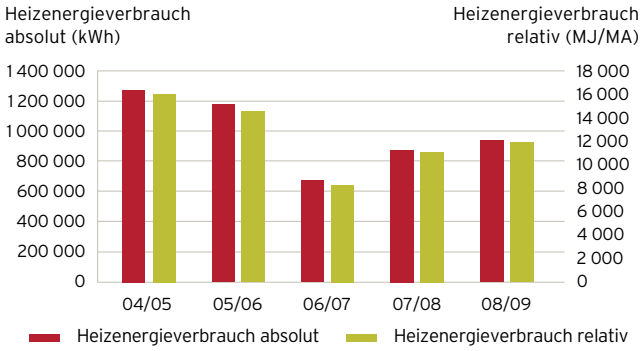
In Zürich bezieht die Bank Coop Strom aus ausschliesslich erneuerbaren Energiequellen (Hauptanteil reiner Ökostrom aus naturemade-star-zertifizierten Wasserkraftanlagen, Anteile aus Wind-, Biomasse- und Solarstromanlagen). In den übrigen Kantonen wird der von den jeweiligen Anbietern ins Netz eingespeiste Strommix bezogen. Der selektive Einkauf und eine Erhöhung des Anteils von Strom aus Energiequellen mit erhöhten ökologischen Anforderungen wird laufend geprüft.

Heizenergie

Die Heizenergie wird am Hauptsitz in Form von Fernwärme bezogen (an den beiden Regionensitzen Lugano und Zürich werden die Heizungen mit Erdgas betrieben). Verglichen mit der Messperiode 2007/2008 hat der Heizenergieverbrauch um 5% zugenommen. Dies kann nur zum Teil auf die leichte Zunahme der Heizgradtage* in der Periode 2008/2009 zurückgeführt werden, da die Zunahme des Heizenergieverbrauchs die Zunahme der Heizgradtage proportional überschreitet. Eine plausible Erklärung für die Zunahme des Heizenergieverbrauchs konnte nicht gefunden werden.

Bezieht man den Heizenergieverbrauch auf die Energiebezugsfläche, ergibt sich für die drei Gebäude des Hauptsitzes ein Wert zwischen 55 und 75 kWh/m². Laut verschiedenen Studien (z.B. WKO 2003, Branchenberatung Energie, Energiekennzahlen und -sparpotenziale 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.

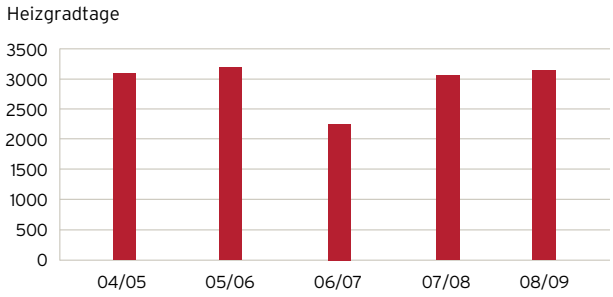
Fernwärmebedarf am Hauptsitz im mehrjährigen Vergleich



*** 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 Heiztages ergibt die Anzahl Heizgradtage. Heizgradtage sind ortsabhängig und ermöglichen dadurch den Vergleich von Heizenergieaufwänden von Gebäuden in unterschiedlich kalten und warmen Regionen.

Heizgradtage in Basel im mehrjährigen Vergleich



100% erneuerbar – Herkunft der Fernwärme am Hauptsitz in Basel

Die Basler Fernwärme wird zum grossen Teil aus der Abwärme der Kehrichtverwertungsanlage Basel produziert. Im Winterhalbjahr kommt die Abwärme des neuen Holzkraftwerkes Basel hinzu.

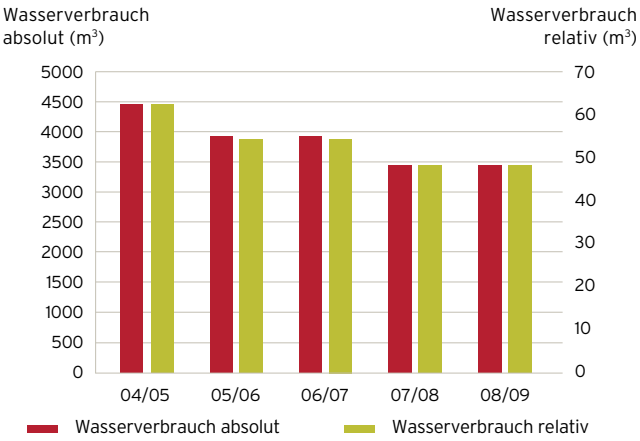
Zur Beheizung der Gebäude des Hauptsitzes in Basel wird seit Heizperiode 2009 lokal erzeugte und erneuerbare Fernwärme mit ökologischem Mehrwert, IWB'Wärme Klima, eingekauft. IWB'Wärme Klima wird aus der Verbrennung von biogenen Stoffen gewonnen und gilt als CO_2-neutral.

Wasser

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 ver-

nachlässigbaren Rahmen für die Bewässerung. An allen Standorten ist Trinkwasser in ausreichender Menge und in guter Qualität verfügbar. Der Trinkwasserverbrauch ist in den letzten Jahren sukzessive zurückgegangen. Ein Grund für den weiteren Minderverbrauch seit 2008 ist das Ausschalten der Befeuchtungsanlage bei der Belüftung der Räumlichkeiten.

Trinkwasserverbrauch am Hauptsitz der Bank Coop im mehrjährigen Vergleich

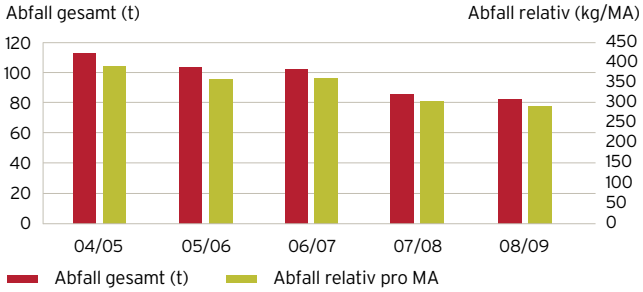


Abfall

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 hat gegenüber der Vorperiode leicht abgenommen. Der Anteil des rezyklierten Abfalls ist mit knapp 75% hoch.

Abfallaufkommen am Hauptsitz in Basel im mehrjährigen Vergleich



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. Mit der Herstellung von Recyclingpapier werden in spürbarem Umfang wertvolle Ressourcen wie Wasser und Energie eingespart sowie CO_2-Emissionen vermieden. Die konsequente Verwendung von Recyclingpapier ist somit auch als Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasemissionen anzusehen.

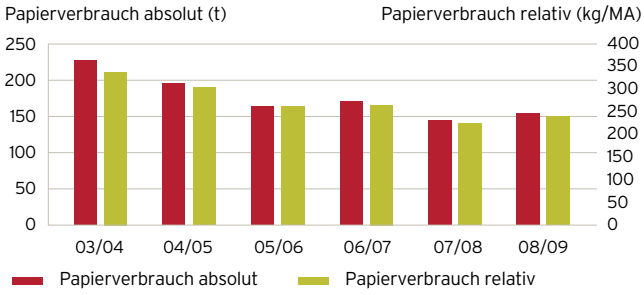
Der Anteil Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch wurde in der Berichtsperiode auf 91% (Vorperiode 86%) gesteigert. Damit nimmt die Bank Coop beim Einsatz von Recyclingpapier einen Spitzenplatz unter den Unternehmen in der Schweiz ein.

Neben dem Entscheid zum Einsatz von Recyclingpapier sind selbstverständlich die Anstrengungen zur Senkung des Papierverbrauchs von entscheidender Bedeutung. Die seit 2003/2004 erfolgte kontinuierliche Senkung des Papierverbrauchs wurde in der Berichtsperiode fortgesetzt. Durch die Umsetzung von verschiedenen Massnahmen konnte der Gesamtpapierbedarf im Vergleich zum Anfangsjahr der Datenerfassung 2003 um mehr als 60 Tonnen gesenkt werden.

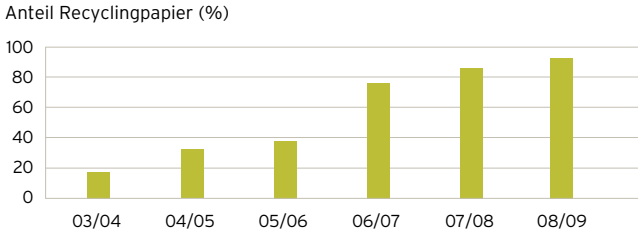
* Für alle Büroanwendungen wird seit 2007 das aus 100% Recyclingpapier bestehende Papier Evolve Office BA eingesetzt. Für Drucksachen wird grösstenteils das Papier RecyStar verwendet (ebenfalls 100% Recyclingpapier). Beide Papiere sind mit dem Label «Blauer Engel» ausgezeichnet.

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.

Papierverbrauch der Bank Coop im mehrjährigen Vergleich, bezogen auf die Gesamtbank



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 benützt. 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 Generalabonnement SBB 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 2008 am Hauptsitz und an den Regionensitzen insgesamt 9 Geschäftsfahrzeuge zur Verfügung. Die Gesamtkilometerleistung dieser Fahrzeuge liegt bei jährlich rund 150 000 km. Die Treibhausgaswirkung dieser Kilometerleistung beträgt rund 30 Tonnen CO_2-Äquivalente. Bei der Neuanschaffung von Fahrzeugen werden neben wirtschaftlichen auch ökologische Kriterien berücksichtigt.

Die zurückgelegten Kilometer per Bahn sind mit angemessenem Aufwand nicht eruierbar. Dies ist einerseits darauf zurückzuführen, dass die zurückgelegten Bahnstrecken nicht erfasst werden (z.B. Reisen mit Generalabonnement), und es andererseits nicht möglich ist, von den Bahnreisekosten Rückschlüsse auf die Reisekilometer zu ziehen.

Wegen der geringen Relevanz der Auswirkungen des Geschäftsreiseverkehrs für die Umweltleistung der Bank Coop wird dieser nicht detailliert als Kennzahl ausgewiesen.

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.

Die gute Erreichbarkeit und die zentrale Lage der Geschäftsliegenschaften hat 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.

Weitere Informationen zu den Standorten
www.bankcoop.ch/standorte

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 800 Tonnen CO_2-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 CO_2-Reduktion.

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

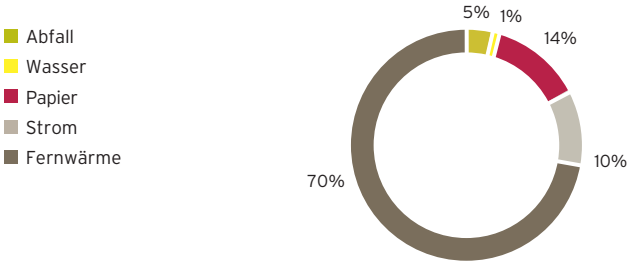
Der von den IWB am Hauptsitz in Basel bezogene Strom besteht seit 1.1.2009 aus erneuerbaren Quellen. Rund 2% des Stroms werden aus undefinierten Quellen zugekauft und durch den Kauf von Wasserkraftzertifikaten klimaneutral gestellt. Damit kann der Strom als 100% erneuerbar und klimaneutral bewertet werden. Zur Beheizung der Gebäude des Hauptsitzes in Basel wird zudem ab Heizperiode 2009 lokal erzeugte und erneuerbare Fernwärme mit ökologischem Mehrwert (IWB' Wärme Klima) eingekauft.

Dadurch ist der gesamte Energiebezug der Bank Coop am Hauptsitz seit Oktober 2009 klimaneutral.

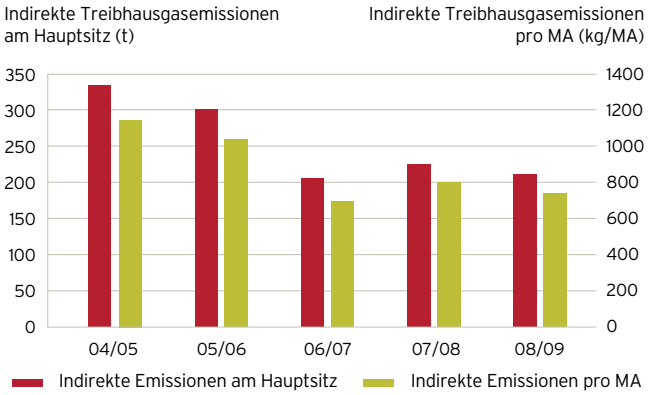
Bedingt durch den oben erwähnten Bezug des 100% erneuerbaren Stroms ab 1.1.2009 und des Produkts IWB' Wärme Klima ab Oktober 2009 haben die indirekten Emissionen aus dem Energieverbrauch abgenommen.

Im Vergleich zu Reduktionsmassnahmen auf betrieblicher Ebene kommt dem Produkteangebot der Bank jedoch eine wesentlich entscheidendere Rolle zu. Mit der entsprechenden Produktpalette wird den Kundinnen und Kunden die Möglichkeit geboten, Investitionen zu tätigen, die Branchen, welche dem Klimawandel und seinen Folgen entgegenwirken, das nötige Capital zur Verfügung stellen. Zudem will die Bank Coop mit entsprechenden Angeboten Anreize zum energieeffizienten Bauen und Sanieren schaffen.

Anteile der unterschiedlichen Quellen der Treibhausgasemissionen in der Messperiode 2008/2009



Indirekte Treibhausgasemissionen der Bank Coop aus dem Energieverbrauch im mehrjährigen Vergleich



Detaillierte Informationen
www.bankcoop.ch/Management_Review_zum_Umweltmanagement_2008_2009.pdf

Verantwortlich handeln – Engagement für die Gesellschaft

Der Verantwortung gegenüber der Gesellschaft gerecht zu werden, heisst für die Bank Coop 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 2009 hat die Bank Coop 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 Angelegenheiten in der Schweiz einsetzen. Damit unterstützt die Bank Coop Anliegen zur Verbesserung der Lebenssituation Benachteiligter und Anstrengungen zum Schutz und zur Bewahrung der Natur.

Krebsliga Schweiz

Die Krebsliga Schweiz ist eine nationale Organisation, die in der Forschung und der Krebsprävention 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 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.

Initiative «Spenden mit Herz»

Jährlich sterben in der Schweiz Menschen, weil zu wenig passende Organe zur Verfügung stehen. Anlässlich ihres Jubiläums im Jahr 2008 hat sich Nationale Suisse entschlossen, die Initiative «Spenden mit Herz» zu lancieren. Die Initiative unterstützt die Informationskampagnen des Bundesamtes für Gesundheit und die Arbeit der Stiftung Swisstransplant mit gezielten Aktionen. Die Bank Coop schliesst sich dem Engagement der Kooperationspartnerin Nationale Suisse an und informiert neben den Mitarbeitenden auch die Kundinnen und Kunden über das Thema Organspende. Die Geschäftsstellen sowie der Hauptsitz sind mit Plakaten und Flyern ausgestattet.

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. Bank Coop unterstützt diese Verleihungen 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 im November eingeladen, die Spende der Bank Coop zu vergrössern. Die Organisationen können sich darüber hinaus mit der Kontoauszugsbeilage der Öffentlichkeit präsentieren.

2009 wurden nachstehende Organisationen durch die Weihnachtsspende der Bank Coop mit insgesamt rund CHF 50 000.– unterstützt:

Schweizerische Vogelwarte Sempach
Die Vogelwarte Sempach setzt sich als politisch unabhängige gemeinnützige Stiftung für Vogelkunde und Vogelschutz ein. Die Vogelwarte betreibt ornithologische Forschung und erarbeitet Grundlagen für eine naturnahe Land- und Forstwirtschaft. Darüber hinaus ist die Vogelwarte anerkannte Auskunfts- und Beratungsstelle für Öffentlichkeit, Medien und Behörden.

www.vogelwarte.ch

MyHandicap
Die Stiftung MyHandicap hat zum Ziel, die Lebenssituation von Menschen zu verbessern, die durch eine körperliche Einschränkung in ihrem Alltag massgeblich beeinträchtigt sind. Umfassende Informationen und Beratung zu allen Bereichen des Lebensalltags unterstützen Betroffene darin, ein weitgehend selbstständiges Leben zu führen.

www.myhandicap.ch

Associazione Amici Centro Myosuisse Ticino
Die Vereinigung der Freunde des Centro Myosuisse Ticino wurde gegründet, um die Arbeit des Centro regionale Myosuisse Ticino zu unterstützen, das Teil des nationalen Programms für den Aufbau von sieben regionalen Zentren für Beratung und Betreuung neuromuskulärer Krankheiten ist. Die Vereinigung vertritt die von Muskelkrankheiten und anderen seltenen, genetisch bedingten Krankheiten Betroffenen der italienischsprachigen Schweiz und befasst sich mit den sozialen Aspekten der Patientenbetreuung und mit der Sensibilisierung der Bevölkerung.

www.myosuisseticino.ch

Beurteilung durch Dritte

Corporate Responsibility Prime rated by oekom research

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.

Ausgezeichnete Berichterstattung: Öbu-Preis für den besten Nachhaltigkeitsbericht 2009

Im Dezember 2009 wurde die Bank Coop mit dem Öbu-Preis für den besten Nachhaltigkeitsbericht 2009 der Schweiz ausgezeichnet. Der Öbu-Preis für den besten Nachhaltigkeitsbericht würdigt seit zehn Jahren die Anstrengungen der Unternehmen, die in den drei Bereichen Wirtschaftlichkeit, Umwelt und Gesellschaft offen über ihre Leistungen und Ziele kommunizieren. Eine Jury von namhaften Expertinnen und Experten beurteilt die Berichte nach den Kriterien Vollständigkeit, Relevanz, Verständlichkeit, Nachvollziehbarkeit, Publikumsgerechtheit und Gesamteindruck. Die für den Wettbewerb eingegangenen Berichte wurden auf der Basis eines Bewertungsinstruments geprüft, das sich an den Kriterien der Global Reporting Initiative (GRI) orientiert.

Die Fachhochschule Nordwestschweiz untersuchte im Jahr 2009 erneut die Qualität der Geschäfts- und der Nachhaltigkeitsberichterstattung von Schweizer Unternehmen mit Fokus auf die systematische Integration wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Aspekte. Die Untersuchung erstreckt sich auf die 250 grössten Unternehmen der Schweiz sowie ausgewählte KMU. Damit ist dieses Projekt, das von der Kommission für Technologie (KTI) des Bundes mitfinanziert wird, das umfassendste inhaltliche Rating der Berichterstattung von Schweizer Unternehmen.

Die Bank Coop erhielt für ihre Berichterstattung 2008 das beste Rating der Banken in der Schweiz und ist im Ranking von Platz 14 auf Platz 8 vorgerückt.

Topbewertungen bei Nachhaltigkeitsratings: oekom research

Die Bank Coop ist von der Ratingagentur oekom research Anfang 2010 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. Die Aktie der Bank Coop qualifiziert sich mit diesem Status für die Aufnahme ins nachhaltige Anlageuniversum von oekom research. (Letztes Rating: März 2010.)

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 weltweit die ökologische und soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen, Institutionen und Ländern. Von 29 untersuchten Schweizer Banken erzielte die Bank Coop das zweitbeste Resultat. Bei der Bewertung im Umweltbereich schliesst die Bank Coop mit einem Plus von 46,6% und im Sozialbereich mit einem Plus von 33,6% zum Sektordurchschnitt ab. (Letztes Rating: September 2009.)

SiRi Company Ltd./Centre Info

Im Nachhaltigkeitsrating von SiRi Company Ltd. wird die Bank Coop mit A+ bewertet. Dies entspricht der besten Bewertung auf einer Skala von E bis A+. Besser als der Branchendurchschnitt wird die Bank Coop insbesondere in den Bereichen Kundenbeziehungen, Umweltverhalten und im Umgang mit den Mitarbeitenden bewertet. (Letztes Rating: Juli 2008.)

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.)

Nachhaltigkeitsprogramm der Bank Coop

Die Aufgabe des Nachhaltigkeitsprogramms liegt insbesondere in einer wirksamen und effizienten Befriedigung ökologischer und sozialer Anliegen (ökologische und soziale Dimension) und deren Integration in das konventionelle Management (ökonomische Dimension).

Das folgende Nachhaltigkeitsprogramm gibt daher eine Übersicht über verschiedene Massnahmen und deren Wirkung in den entsprechenden Nachhaltigkeitsdimensionen. Insofern werden traditionelle Aufgaben und Massnahmen der Bank im Nachhaltigkeitsprogramm nicht vertieft behandelt und es wird an entsprechender Stelle auf den Geschäftsbericht 2009 verwiesen.

Die Massnahme entfaltet Wirkung in der entsprechenden Nachhaltigkeitsdimension/für den entsprechenden Verantwortlichkeitsbereich der Bank

A: Massnahme abgeschlossen
W: Massnahme umgesetzt und wird weitergeführt
T: Massnahme teilweise umgesetzt
G: Massnahme geplant (Umsetzung wird geprüft)

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Traditionelles Bankgeschäft/Ökonomie	Die Bank Coop soll nachhaltig weiterwachsen. Das organische, auf Ertragsqualität ausgerichtete Wachstum bei überschaubaren Risiken steht im Vordergrund. Die Bank Coop fokussiert als national tätige, in städtischen Agglomerationen präsente Vertriebsbank hauptsächlich auf Privatkunden und KMU. Hohe Qualität und nicht Preisführerschaft steht dabei im Vordergrund. Nachhaltigkeit und Fairness bilden die Basis der Positionierung. **Für nähere Informationen zum nachhaltigen Bankgeschäft vgl. Geschäftsbericht 2009.**				
Faire Kundenbeziehungen	Die Kundinnen und Kunden haben einen Anspruch darauf, unabhängig von ihrem Einkommen oder Vermögen mit Respekt behandelt und kompetent beraten zu werden. Die Bank stimmt daher ihre Produkte auf deren Bedürfnisse ab, sodass die Kundinnen und Kunden selbstverantwortlich entscheiden können.		●	●	**W**
Corporate Governance	Transparente Offenlegung der Organisations- und Managementstruktur – sowie anderer Aspekte der Corporate Governance – erleichtert den verschiedenen Anspruchsgruppen, die Qualität der Geschäftstätigkeiten der Bank Coop und ihres Managements zu beurteilen, und unterstützt die Investoren bei ihren Anlageentscheidungen.	●	●	●	**W**

Darstellung beruht auf Systematik aus «Nachhaltigkeitsmanagement in Unternehmen. Von der Idee zur Praxis: Managementansätze zur Umsetzung von Corporate Social Responsability und Corporate Sustainability» / Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (Deutschland), econsense und Centre for Sustainability Management (CSM) (2007), ISBN 978-3-935630-60-3.

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Risikomanagement	Die Bank Coop legt grössten Wert darauf, die verschiedenen Risiken sorgfältig zu überwachen und zu beherrschen. Das Zinsdifferenzgeschäft, die Kreditpolitik und die Überwachung der Marktrisiken aus dem Handel mit Wertschriften- und Derivateninstrumenten erfolgt in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte.	●	●	●	**W**
Compliance	Die Einhaltung von gesetzlichen, regulatorischen und internen Vorschriften sowie die Beachtung von marktüblichen Standards und Standesregeln werden durch die Abteilung Recht & Compliance und andere Organisationseinheiten regelmässig überprüft. Die Überprüfung geht über das eigentliche Bankgeschäft hinaus und betrifft sämtliche Aktivitäten der Bank Coop. 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 sowie das Audit Committee.	●	●	●	**W**
Beziehung zu Kundinnen und Kunden					
Mystery-Shopping	Durch Mystery Shopping wird regelmässig die Qualität der Beratungsgespräche überprüft und die kontinuierliche Optimierung der Beratungsleistung der Kundenberatenden gefördert. Ausgewählte, speziell geschulte Testpersonen beurteilen die Beratungs- und Servicequalität. 2009 führten diese schweizweit 258 Tests durch und verglichen die Qualität der Beratung im Benchmark zu den Mitbewerbern. Neu führen auch Kundinnen und Kunden von der Bank Coop Mystery Shoppings durch. Ihre Rückmeldungen werden 2010 in die Erhebungen mit einfliessen.		●	●	**W**
Service +1	Die Bank Coop ist bestrebt, sich zu einer führenden Kundenbank weiterzuentwickeln. Ausbildungsprogramme und verbindliche Standards für den Umgang mit Kundinnen und Kunden und mit den Arbeitskolleginnen und -kollegen sind Ausdruck dafür, dass herausragende Kundenorientierung und Servicequalität zentrale Zielsetzungen sind.		●	●	**W**
Neukundenbefragung	Zufriedene Kunden sind für eine Kundenbank wie die Bank Coop zentral. Deshalb führt die Bank Coop regelmässig Befragungen bei ihren Kunden durch. Nach rund drei Monaten erhalten Neukundinnen und Neukunden einen Fragebogen, mittels dessen sie Feedback zu ihrem Kundenberater, zu den Produkten und Serviceleistungen sowie zur Bank Coop allgemein geben können. 2009 erzielte die Bank Coop den höchsten Wert seit Beginn der Befragungen. Die Gesamtzufriedenheit lag bei 9 von maximal 10 Punkten.		●	●	**W**

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Nachhaltige Bankprodukte und -dienstleistungen					
Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert»	Mit dem Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» kennzeichnet die Bank ihre Produkte, die den Grundsätzen der nachhaltigen Entwicklung entsprechen. Die Fonds werden periodisch durch ein Audit auf ihren Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung überprüft. Aufgrund der Ergebnisse dieser Audits entscheidet der Beirat Nachhaltigkeit über die Aufnahme der Fonds in die nachhaltige Angebotspalette. Der Beirat Nachhaltigkeit überprüft zudem die Anforderungen zur Gewährung der mit dem Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichneten Nachhaltigkeitshypothek für Energie einsparende Massnahmen bei Bauvorhaben sowie für die Nutzung erneuerbarer Energien.	●	●	●	**W**
Ausbau/Ergänzung der bestehenden nachhaltigen Produktpalette	Mit einem kontinuierlichen Ausbau der entsprechenden Produktpalette wird den Kundinnen und Kunden verstärkt die Möglichkeit geboten, Bankangebote zu nutzen, die einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten.	●	●	●	**W**
Nachhaltigkeit als wichtiges Kriterium bei der Kreditvergabe	In der Kreditpolitik wird im Grundsatz festgelegt, dass jedes Kreditgeschäft den wirtschaftlichen, rechtlichen, ethischen und ökologischen Anforderungen der Bank Coop entsprechen muss.	●	●	●	**W**
Nachhaltigkeitshypothek	Mit der Nachhaltigkeitshypothek gewährt die Bank Coop eine substanzielle Zinsreduktion für nachhaltige Neubauten, für Energie einsparende Massnahmen bei Umbau- und Renovationsvorhaben sowie für die Nutzung erneuerbarer Energien. Die Bank will mit diesem Angebot Anreize zum energieeffizienten Bauen und Sanieren sowie zur Nutzung erneuerbarer Energiequellen gemäss der Förderpolitik von Bund und Kantonen schaffen.	●	●		**W**
Nachhaltige Anlagefonds	Die Bank Coop wählt aus dem grossen Angebot an nachhaltigen Fonds einige qualitativ hochstehende Produkte aus. Die Fonds werden vor Aufnahme in die Fondspalette und anschliessend periodisch im Rhythmus von zwei Jahren einem ausführlichen Audit unterzogen. Die ausgewählten und geprüften Fonds werden mit dem Qualitätsprädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichnet. Die Fondspalette wird laufend erweitert und der Anteil der nachhaltigen Fonds am Gesamtfondsbestand kontinuierlich erhöht.	●	●	●	**W**

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Nachhaltige Vermögensverwaltung	Die Bank Coop bietet für grössere Vermögen eine auf die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zugeschnittene Vermögensverwaltung an, die sich auf nachhaltige Investments konzentriert. Der Anteil der nachhaltigen Mandate am gesamten Bestand der Mandate beträgt 23% und soll laufend erhöht werden. Per 1.1.2010 wird aus den Abteilungen Asset Management der Bank Coop und der Basler Kantonalbank ein Kompetenzzentrum gebildet. Die operative Umsetzung der im Konzern definierten Anlagepolitik erfolgt somit künftig für beide Banken gemeinsam.	●	●	●	**W**
Senioren beraten Senioren	Die Beratenden des Teams «Senioren für Senioren» stehen Kundinnen und Kunden ihrer Generation bei finanziellen Fragen zur Seite. Ihr Wissen, ihre Erfahrungen und ihr Gespür für diesen Lebensabschnitt wird von dieser Kundschaft sehr geschätzt. Die Seniorenberatenden besuchen, falls erwünscht, den Kunden für die kostenlose Beratung zu Hause oder am Arbeitsplatz.		●	●	**W**
Programm «eva»	Im Rahmen dieses Programms werden die Mitarbeitenden besonders auf das unterschiedliche Anlageverhalten der Frauen geschult, damit sie gendergerechte Lösungen in Finanzfragen anbieten können. Das Programm beinhaltet eine auf den weiblichen Lebenszyklus abgestimmte individuelle Beratung für eine optimale Gesamtlösung, ein exklusives Veranstaltungsprogramm mit interessanten Themen und im Rahmen der Veranstaltungen eine Plattform für den Erfahrungsaustausch mit Frauen in vergleichbaren Situationen sowie diverse Publikationen zum Themenbereich «Frauen und Finanzen».		●	●	**W**
Nachhaltiger Bankbetrieb					
Fachstelle Nachhaltigkeit	Das Engagement der Bank Coop im Bereich Nachhaltigkeit wird zentral von der Fachstelle Nachhaltigkeit koordiniert. Sie ist im Präsidialbereich angesiedelt und trägt die Verantwortung für die Umsetzung des Nachhaltigkeitsmanagements. Die Fachstelle steht in ständigem Dialog mit den Bereichen und den relevanten Fachabteilungen der Bank Coop. Der Leiter der Fachstelle gehört zudem dem Beirat Nachhaltigkeit an. Des Weiteren pflegt die Fachstelle Kontakt zu Fachgruppen wie z.B. privatwirtschaftlichen Vereinigungen, Behörden, Verbänden und Nichtregierungsorganisationen.	●	●	●	**W**

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Beirat Nachhaltigkeit	Der Beirat Nachhaltigkeit berät die leitenden Gremien der Bank Coop 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 kennzeichnet die Bank ihre Produkte, die den Kundinnen und Kunden erlauben, einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten. Der Beirat Nachhaltigkeit ist in seinen Entscheiden unabhängig und setzt sich aus drei Vertretern der Bank Coop sowie aus vier unabhängigen, externen Persönlichkeiten zusammen, die unterschiedliche Kompetenzbereiche abdecken.	●	●	●	**W**
Nachhaltige Beschaffung	Unter einer nachhaltigen Beschaffung verstehen wir, dass Produkte, die von der Bank Coop eingekauft werden, ein ausgewogenes Kosten-Nutzen-Verhältnis aufweisen und gleichzeitig auch ökologischen, sozialen und ethischen Anforderungen genügen. Lieferanten sollen bei der Auswahl von Herstellern und Produkten sowohl die ökologische wie auch die soziale Verträglichkeit überprüfen.	●	●	●	**W**
Beitrag zum Klimaschutz	Die Klimastrategie hat in erster Priorität die Reduktion der direkten und indirekten Treibhausgasemissionen zum Ziel. Dies wird primär durch die Ausschöpfung der Optimierungspotenziale bei allen umweltrelevanten Aspekten erreicht (Erhöhung der Effizienz). In einem weiteren Schritt werden Substitutionsmöglichkeiten umgesetzt. Die Treibhausgasemissionen (CO_2-Äquivalente) konnten gegenüber dem Ausgangsjahr der Datenerfassung um 36% vermindert werden (siehe Betriebsökologie).	●	●	●	**W**
	Mit der nachhaltigen Produktpalette bietet die Bank Coop den Kundinnen und Kunden die Anlagemöglichkeiten in Branchen, die dem Klimawandel und seinen Folgen entgegenwirken. Zudem schafft die Bank Coop mit der Nachhaltigkeitshypothek Anreize zum energieeffizienten Bauen und Sanieren und zur Nutzung erneuerbarer Energien. Damit unterstützt die Bank die Energie- und Klimapolitik von Bund und Kantonen.	●	●	●	**W**
	Mit der Mitgliedschaft in der EnAW und dem damit eingegangenen Bekenntnis zur Reduktion der CO_2-Emissionen und zur Steigerung der Energieeffizienz trägt die Bank zur Erreichung der energie- und klimapolitischen Ziele des Bundes bei.	●	●	●	**W**

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Umweltgerechter Geschäftsverkehr	Bei der Wahl des Transportmittels sind gemäss einer internen Weisung neben Aspekten wie Kosten- und Zeiteffizienz auch Umweltschutzüberlegungen mit einzubeziehen. Für Geschäftsreisen werden, wenn immer möglich und sinnvoll, die öffentlichen Verkehrsmittel genutzt. Den Mitarbeitern wird ein Halbtaxabonnement oder ein Generalabonnement der SBB bezahlt, falls sich der Kauf aufgrund geplanter Geschäftsreisen rechtfertigt. Termine für Besprechungen u.Ä. werden nach Möglichkeit mit dem Fahrplan der SBB abgestimmt.	●	●		**W**
Barrierefreiheit	Die Bank Coop hat sich zum Ziel gesetzt, Kundinnen und Kunden mit einer Behinderung den Zugang zu ihren Dienstleistungen sicherzustellen. Das Augenmerk liegt dabei auf der Schaffung behindertengerechter Zugänge zu den Geschäftsräumlichkeiten und Webseiten der Bank sowie der Abwicklung von Bankgeschäften über OnlineBanking.			●	**T/W**
Newsletter	Auf dem Intranet der Bank erscheint mindestens vierteljährlich ein Beitrag der Fachstelle Nachhaltigkeit zu ausgewählten (aktuellen) Themen im Bereich Umwelt, Gesellschaft oder Ökonomie.	●	●	●	**W**
Mitarbeitende					
Personalpolitik als Teil der Unternehmensstrategie: z.B. flexible Arbeitszeitmodelle, Jobsharing	Motivierte, loyale und unternehmerisch handelnde Mitarbeitende, die zum Unternehmenserfolg entscheidend beitragen. Das Image als Arbeitgeberin soll so entwickelt werden, dass sich auch potenzielle Arbeitnehmende angesprochen fühlen, die etwas mitgestalten und mitbewegen wollen.		●	●	**W**
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 Beschäftigten konstruktiv zu nutzen sowie den Rahmen für ein vorurteilsfreies Umfeld zu schaffen und dieses als verbindlich zu verankern. Diversity wird bereits heute schon vielfach innerhalb der Unternehmenskultur der Bank Coop gelebt, z.B. durch das Frauenförderprogramm und interne Weisungen zur Gleichstellung eingetragener Partnerschaften.		●	●	**W**
Fortschrittliche Arbeitsbedingungen	Die Anstellungsbedingungen unterliegen den Bestimmungen der Vereinbarungen des Schweizerischen Bankpersonalverbands (SBPV). Gefördert wird der inoffizielle Austausch zwischen den Mitarbeitenden anlässlich von gemeinsamen Ausflügen oder Personalanlässen.		●	●	**W**

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Förderung der Gleichstellung von Mann und Frau	Gleichberechtigung von Mann und Frau ist für die Bank Coop selbstverständlich. Den Besonderheiten der Berufs- und Lebensgestaltung von Müttern und Vätern will die Bank Rechnung tragen und Lösungen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie nachhaltig unterstützen. Der Frauenanteil soll in den nächsten Jahren vor allem in Schlüsselpositionen signifikant gesteigert werden.		●	●	**T/W**
Vereinbarkeit von Familie und Beruf	Die Bank will im Bereich der familienfreundlichen Unternehmen in der Schweiz eine führende Rolle einnehmen.		●	●	**W**
Gesundheitsförderung	Die Bank geht von einem umfassenden Gesundheitsverständnis aus, das sowohl das physische als auch das psychische Wohlbefinden umfasst. So gilt in sämtlichen Geschäftsräumen und -anlagen ein generelles Rauchverbot. Ausserdem regt die Bank zu sportlicher Betätigung an und bietet weitere Möglichkeiten, sich mit Gesundheitsfragen auseinanderzusetzen resp. sich selbst aktiv damit zu befassen.		●	●	**W**
Programm «eva»	Im Rahmen dieses Programms werden die Mitarbeitenden besonders auf gendergerechte Lösungen in Finanzfragen geschult. Das Programm beinhaltet eine auf den Lebenszyklus von Frauen abgestimmte individuelle Beratung, ein exklusives Veranstaltungsprogramm sowie eine Plattform für den Erfahrungsaustausch für Frauen. Zudem werden diverse Publikationen zum Themenbereich «Frauen und Finanzen» angeboten.	●	●	●	**W**
Zeitschrift für Mitarbeitende «together»	In der attraktiv aufgemachten Zeitschrift «together», die vierteljährlich auf Konzernebene erscheint, werden Themen der Geschäftstätigkeit der Bank vertieft dargestellt. Die Themenvielfalt erstreckt sich von Personellem über Aspekte der Nachhaltigkeit, der Gesundheitsvorsorge bis zu Buchtipps und Kochrezepten.		●	●	**W**
Daddy-Lunch	Daddy-Lunch ist ein internes Netzwerk, speziell für Väter und diejenigen, die es werden möchten. Bei gemeinsamen Treffen wird über Herausforderungen gesprochen und nützliche Erfahrungen rund um das Vatersein und die Work-Life-Balance werden ausgetauscht. Dazu treffen sich interessierte Väter alle 2–3 Monate. Ein Austausch unter Vätern unterstützt die persönliche Entwicklung in dieser Lebensphase und ermutigt auch, über eigene Sichtweisen nachzudenken.			●	**W**
Mitwirkungsrechte	Mitgestaltung betrieblicher und sozialer Einrichtungen der Bank. Daneben steht dem Personal das Recht auf Information über Entscheide der Geschäftsleitung in Fragen des Betriebes, soweit davon persönlich betroffen, sowie über den allgemeinen Geschäftsgang zu. Die Mitarbeiterinteressen werden von einer Personalkommission vertreten.			●	**W**

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Betriebsökologie					
Umweltmanagementsystem nach ISO 14031	Das Umweltmanagementsystem soll der Unternehmensleitung die nötigen Informationen zur Beurteilung und zur Steuerung der betriebsökologischen Leistungen der Bank an die Hand geben. Ziel ist die Sicherstellung einer kontinuierlichen Verbesserung der Umweltleistung im betrieblich-operativen Bereich.	●	●		**T**
Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystems / Umweltkennzahlen	Kontinuierliche Erweiterung der Systemgrenze auf Gesamtbank. Erhöhung der Qualität der Datengrundlage und –auswertung mittels GRI zertifizierter Umweltbilanzierungssoftware SoFi.	●	●		**W**
Laufende Erweiterung des Massnahmenkatalogs zur Ausschöpfung der ökologischen Optimierungspotenziale	Steigerung der ökologischen Effektivität: Reduktion der direkten und indirekten durch die Bank verursachten absoluten Umweltbelastungen; Steigerung der Ökoeffizienz in allen umweltrelevanten Bereichen.	●	●		**TW**
Steigerung der Energieeffizienz	Reduktion oder Stabilisierung des Energieverbrauchs durch energiewirksame Investitionen im Gebäudemanagement und Optimierung von Bürogeräten.	●	●		**W**
Substitution der Energieträger	Kauf von ökologisch aufgewerteten Energieprodukten für Strom und Fernwärme. Einsatz der ökologisch sinnvollen Energieträger bei Erneuerung Heizanlagen und Haustechnik.	●	●		**W**
Nutzung Solarenergie	Nutzung der Dachfläche des Hauptsitzes in Basel für den Bau einer Photovoltaikanlage zur Gewinnung von Solarstrom ab 2010. Erwarteter Stromertrag: 20 000 kWh/a.	●	●		**G**
Reduktion Papierverbrauch/Einführung 100%-Recyclingpapier für alle Anwendungen	Der Papierverbrauch ist für die Bank Coop nach dem Energieverbrauch derjenige Aspekt mit der grössten ökologischen Relevanz. Ziel ist es daher, den Papierbedarf kontinuierlich zu senken und durchgängig Recyclingpapier mit hohem Post-Consumer-Altpapieranteil einzusetzen. Neben der Ressourcenschonung führen die Senkung des Papierbedarfs und die konsequente Verwendung von Recyclingpapier zu einer Reduktion der indirekten Treibhausgasemissionen.	●	●		**T/W**
Ausbau digitales Archivierungssystem DDF	Reduktion des Papierverbrauchs.	●	●		**W**
Einsatz Wasser sparender Sanitärtechnik und Optimierung der Lüftungsanlagen	Stabilisierung des Wasserverbrauchs.	●	●		**AW**

Bereich/Massnahme	Zielsetzung	Ökologische Dimension	Wirtschaftliche Dimension	Soziale Dimension	Status
Konsequente Abfalltrennung durch Bereitstellung von Entsorgungsmöglichkeiten	Reduktion des Abfallaufkommens, Sensibilisierung der Mitarbeitenden.	●			**W**
Kampagne «Nachhaltigkeit leben»	Periodische Durchführung von internen Kampagnen zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden für Fragestellungen im Themenbereich nachhaltige Entwicklung. Die Mitarbeitenden sollen motiviert werden, im beruflichen oder privaten Feld selbst Initiative zu ergreifen.	●	●	●	**W**
Gesellschaft					
Positionierung und Wahrnehmung als nachhaltige Bank in der Öffentlichkeit	Wahrnehmung der Bank als nach den Prinzipien der Nachhaltigkeit verantwortlich handelndes Unternehmen. Stärkung der Positionierung durch gezielte Marketingkampagnen und Sponsoringengagements. Transparente Nachhaltigkeitsberichterstattung auf der Grundlage der Standards der Global Reporting Initiative. Externe Verifizierung und Prüfung der Berichterstattung durch GRI zur weiteren Erhöhung der Glaubwürdigkeit der Berichterstattung und des Engagements.	●	●	●	**W/G**
Mitgliedschaften und Mitarbeit in nachhaltigkeitsorientierten Organisationen	Als Vertriebsbank zählt die Bank Coop bei der Erzielung und Steigerung der Wertschöpfung auf starke externe Partner. Im Zentrum steht dabei eine langfristig orientierte gleichberechtigte Zusammenarbeit. Die Bank Coop ist neben anderen Vereinigungen Mitglied der Schweizerischen Vereinigung für ökologisch bewusste Unternehmensführung (Öbu) und der Energie-Agentur der Wirtschaft (EnAW).	●	●	●	**W**
Spenden und Vergabungen	Durch Spenden und Sachzuwendungen fördert die Bank gezielt Aktivitäten, die für das Zusammenleben im Sinne des Gemeinwohls wichtig sind.	●	●	●	**W**
Öko-, Sozial- und Kultursponsoring	Die Bank Coop will mit Sponsoringmassnahmen in den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Kultur ihren Teil dazu beitragen, verantwortungsvolles Handeln einer breiten Öffentlichkeit bewusst zu machen.	●	●	●	**W**

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

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.

www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit

Der Bericht wird in einer kleinen Auflage gedruckt.
Der Druck erfolgt auf RecyStar 100% Recyclingpapier.

Gedruckt auf RecyStar, 100% Recyclingpapier

fair banking
bank coop