

Der Nachhaltigkeitsbericht der Bank Coop 2011



Ergänzungsbericht zum Geschäftsbericht 2011

fair banking
bank coop

Nachhaltigkeitskennzahlen auf einen Blick

Ökonomisch

	2009	2010	2011
Nachhaltige Produkte	in CHF	in CHF	in CHF
Anlagevolumen nachhaltiger Vermögensverwaltung	209,4 Mio.	129,0 Mio.	120,0 Mio.
Volumen nachhaltiger Fonds	308,0 Mio.	332,0 Mio.	294,0 Mio.
Volumen Nachhaltigkeitshypothen (bis 2010 Öko- und Minergiehypothen)	74,6 Mio.	99,0 Mio.	117,0 Mio.
Volumen Hypothekarausleihungen an Wohnbaugenossenschaften	1,28 Mia.	1,34 Mia.	1,25 Mia.
Volumen Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung	11,03 Mia.	11,7 Mia.	12,2 Mia.
Anzahl Kundinnen und Kunden mit Nachhaltigkeitsprodukten	9821	10948	10932

Gesamtbank

Bilanzsumme	13,5 Mia.	14,3 Mia.	14,8 Mia.
Bruttogewinn (bereinigt ohne IT-Migration)	93,8 Mio.	88,6 Mio.	94,2 Mio.
Jahresgewinn	71,4 Mio.	72,6 Mio.	70,3 Mio.
Kundenausleihungen	11,5 Mia.	12,1 Mia.	12,7 Mia.
Kundengelder	9,0 Mia.	9,7 Mia.	9,8 Mia.
Publikumsgelder	11,5 Mia.	12,5 Mia.	12,6 Mia.
Betriebsertrag (True and Fair View)	233,9 Mio.	232,8 Mio.	238,2 Mio.
Steuern	12,1 Mio.	15,1 Mio.	16,2 Mio.
Sachaufwand	89,5 Mio.	81,7 Mio.	72,0 Mio.
Personalaufwand	84,1 Mio.	84,6 Mio.	81,9 Mio.
Erfolg aus Zinsgeschäft	149,2 Mio.	148,8 Mio.	156,1 Mio.
Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft	65,9 Mio.	68,5 Mio.	66,7 Mio.
Erfolg aus dem Handelsgeschäft	15,6 Mio.	13,0 Mio.	11,6 Mio.
Betriebliche Eigenkapitalrendite	8,1%	8,8%	9,7%
Cost-Income-Ratio	59,9%	61,9%	60,5%
Eigenkapitalquote	6,3%	6,0%	5,9%
Börsenkapitalisierung	1,2 Mia.	1,1 Mia.	1,1 Mia.
Jahresgewinn je Inhaberaktie (Earnings per Share)	4,23	4,30	4,17

Sozial

Mitarbeitende			
Anzahl gesamt (teilzeitbereinigt, 100%-Stellen)	624,6	600,3	584,5
Anteil Frauen	41,4%	44,7%	40,9%
Anteil Frauen in Kader und Direktion	21,1%	23,6%	24,1%
Fluktuationsrate (netto)	5,0%	6,3%	6,8%
Vollzeitstellen	465	507	477
Teilzeitstellen	285	222	210
Teilzeitquote Frauen	40,4%	41,1%	38,7%
Teilzeitquote Männer	9,1%	10,0%	10,3%
Anzahl Lernende und Praktikanten/-innen	59	57	53
Ausbildungstage pro Mitarbeitenden [Avaloq-Ausbildungstage]	2,15	1,35 [4,21]	1,31
Ausbildungskosten total in 1000 CHF (ohne IT-Migration)	892	856	1005
Krankheitsquote (Absenz in % der geleisteten Sollarbeitszeit)	2,0%	1,7%	2,3%

Ökologisch¹ Energie und Ressourcen (Hauptsitz und Regionensitze*)

	2008/09	2009/10	2010/11
Energieverbrauch gesamt (in kWh)	3 812 344	3 448 072	2 930 448
Strom (MJ/MA)	15 958	16 037	16 027
Heizenergie (MJ/MA)	16 703	14 424	11 604
Treibhausgasemissionen (in kg/MA)	1138	790	1519
Treibhausgasemissionen (in t CO _{2-e})* (Gesamtbank für 2010/11)	479	321	940
Papierverbrauch (in Tonnen) (Gesamtbank)	160	157	103
Anteil Recyclingpapier	91%	94%	93%
Abfallaufkommen (in Tonnen)	113	89	76
Wasserverbrauch (in m ³)	5311	5050	4434

¹ Diese Kennzahlen beziehen sich auf die Perioden 1.7. bis 30.6. der bezeichneten Spalte. Vgl. S. 49 f.

* Die Treibhausgasemissionen der Periode 2010/11 und der Papierverbrauch sind für die Gesamtbank ausgewiesen. Bei den Treibhausgasemissionen ist zu beachten, dass aufgrund der Ausweitung der Systemgrenzen (Einbezug von Geschäfts- und Pendelverkehr und Postversänden) und des Ausweises für die Gesamtbank die Werte der Periode 2010/11 nicht mehr mit den vorherigen Perioden vergleichbar sind.

Geschätzte Leserin, geschätzter Leser



Die Energie- und Klimapolitik der Schweiz geht neue Wege. Der etappenweise Ausstieg aus der Kernenergie und die Reduktion der fossilen Energieträger sind dabei für die Schweiz zentrale Ziele. Die Energiewende soll eine nachhaltige Energiezukunft möglich machen. Gelingen kann dies nur, wenn Wirtschaft und Bevölkerung diesen politischen Prozess unterstützen und zur Steigerung der Energieeffizienz und der verstärkten Nutzung erneuerbarer Quellen beitragen.

Die Bank Coop hat ihre Energie- und Klimastrategie nach den Zielen des Bundes ausgerichtet. Seit Jahren verpflichten wir uns zum Ressourcenschutz und setzen dazu im Rahmen unseres Umweltmanagements gezielt Massnahmen um. Den Energieverbrauch für den Bankbetrieb konnten wir dadurch über die letzten Jahre um 35 Prozent senken und unseren Strombedarf decken wir zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen.

Seit September 2011 nutzen wir exklusiv die gesamte Stromproduktion des Kleinwasserkraftwerks Weissenburg. Dieses Kraftwerk wurde 1899 zur Elektrifizierung des Grandhotels Weissenburgbad erstellt, später jedoch stillgelegt. Vor 100 Jahren waren in der Schweiz noch rund 7000 Mühlen oder kleine Turbinen in Betrieb, entweder zur Elektrizitätserzeugung oder zur mechanischen Nutzung. Aufgrund der mangelnden Rentabilität wurde die Mehrzahl dieser Anlagen aufgegeben. Im Rahmen der Neuausrichtung der Energiepolitik sind die Erneuerung und die Wiederinbetriebnahme einiger dieser Kleinwasserkraftanlagen sowohl ökonomisch als auch ökologisch sinnvoll. Ein Beispiel dafür ist das Kleinwasserkraftwerk Weissenburg, das 1999 wieder ans Netz ging und Ökostrom produziert. In der Mitte dieses Nachhaltigkeitsberichts illustrieren wir die Geschichte dieses Elektrizitätswerks.

Nachhaltiges Handeln ist in unserer strategischen Ausrichtung verankert. Dazu gehört unter anderem ein glaubwürdiges Engagement zum schonenden Umgang mit den Ressourcen. Doch dies allein erfüllt die Anforderungen an eine nachhaltige Unternehmensführung noch nicht. Wir verfolgen seit Jahren auf allen Unternehmensebenen nachhaltige Ziele. Für die Bank Coop ist in diesem Zusammenhang auch eine fortschrittliche und sozial verantwortliche Personalpolitik entscheidend. So ist die Vereinbarkeit von Beruf und Familie – insbesondere die Frauenförderung – ein wichtiges Thema für die Bank Coop. Der Gewinn des Chancengleichheitspreises beider Basel im Jahr 2011 ist eine Anerkennung unseres Engagements. Dass wir diesen Preis erhalten haben, zeigt uns, dass wir mit unserer Strategie auf dem richtigen Weg sind.

In einem für die Finanzbranche anspruchsvollen Jahr 2011 konnte sich die Bank Coop gut behaupten und das Geschäftsjahr mit einem erfreulichen Ergebnis abschliessen. Dieser positive Geschäftsverlauf ist kein Zufall. Er ist das Ergebnis einer auf langfristigen Erfolg ausgerichteten Unternehmensstrategie, die auf Werten wie Zuverlässigkeit, Vertrauen und Verantwortung basiert.

Als Bank wollen wir eine vorbildliche Rolle einnehmen. Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht, der unsere Geschäftsberichterstattung des Jahres 2011 ergänzt, legen wir einmal mehr dar, auf welche Weise wir der Verantwortung gegenüber unseren Anspruchsgruppen gerecht werden und zu einer nachhaltigen Entwicklung in der Schweiz beitragen.

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	8
Prozessmanagement	9
Nachhaltigkeitsmanagement	9
Der Beirat Nachhaltigkeit	10
Verantwortlich handeln - Corporate Governance	11
Compliance	11
Risikomanagement	15
Kreditvergabe	16
Verantwortlich handeln - Nachhaltiger Geschäftserfolg	17
Verantwortlich handeln - Richtlinien zur Verantwortung in der Beschaffung und in der Werbung	29
Verantwortlich handeln - Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen	30
Unsere nachhaltige Produktpalette - Anlageprodukte	30
Nachhaltige Hypotheken	32
Kennzahlen Produkte und Dienstleistungen mit ökologischem und sozialem Nutzen	33
Verantwortlich handeln - Faire Partnerschaften	34
Unsere Anspruchsgruppen	34
Partnerschaften	36
Mitgliedschaften	37
Verantwortlich handeln - Engagement für Kundinnen und Kunden	38
Verantwortlich handeln - Fairness gegenüber Mitarbeitenden	40
Soziale Leistungskennzahlen	46
Verantwortlich handeln - Engagement für die Umwelt	47
Betriebliches Umweltmanagement	47
Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung	48
Gebäudemanagement und Betriebsökologie	50
Klimapolitik und Klimastrategie	55
Verantwortlich handeln - Engagement für die Gesellschaft	58
Weihnachtsspenden	59
Beurteilung durch Dritte	60
Global Reporting Initiative	61
Impressum/Kontakt	63

Über diesen Bericht

Der Geschäftsbericht und der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht geben ein umfassendes Bild über die ökonomischen und die nicht finanziellen Leistungen und Aspekte der Geschäftstätigkeit der Bank Coop wieder. Dabei ergänzt der Nachhaltigkeitsbericht den Geschäftsbericht und legt einen Schwerpunkt auf die ausführliche Darstellung der sozialen und ökologischen Gesichtspunkte. Der Nachhaltigkeitsbericht ist als Online-Bericht konzipiert. Die Links bei den jeweiligen Abschnitten in diesem Bericht ermöglichen den direkten Zugang zu den Informationen im Geschäftsbericht. Dies lässt eine interaktive und selektive Lektüre der beiden Berichte zu und erleichtert die Informationsbeschaffung per Internet auf der Webseite der Bank Coop. Wir verweisen ausdrücklich auf die Berichterstattung im Geschäftsbericht 2011 der Bank Coop.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung im Geschäftsbericht und in diesem ergänzenden Nachhaltigkeitsbericht orientiert sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (G3 Guidelines) unter besonderer Berücksichtigung des Zusatzes für Finanzdienstleister (Financial Services Sector Supplement, Version 3.0/FSSS Endversion; auf den fakultativen Einbezug des Updates 3.1 wird verzichtet). Die GRI ist eine internationale Übereinkunft, die vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) unterstützt wird und zum Ziel hat, allgemein anerkannte Richtlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung zu erstellen. Die GRI-Richtlinien sind der weltweit führende Standard zur Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Zusätzlich publizieren wir die betriebsökologischen Leistungskennzahlen gemäss VfU-Indikatoren (Update 2010). (Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V. [VfU])

Global Reporting Initiative (GRI)

 www.globalreporting.org

Verein für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e.V.

 www.vfu.de

GRI-Anwendungsebene A+

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

 www.bankcoop.ch/gri-content-index-2011.pdf

Berichtsparameter

Der Bericht umfasst die Berichtsperiode 1. Januar bis 31. Dezember 2011. Die Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung werden für die Periode vom 1.7.2010 bis 30.6.2011 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 2013.

Bei der Auswahl der Inhalte und Indikatoren folgt die Bank Coop dem Grundsatz der Wesentlichkeit und berichtet insbesondere über Aspekte, die für die Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung von Bedeutung sind. Die Bestimmung des Berichtsinhalts erfolgt auf der Grundlage des GRI-Berichtsrahmens für die Erstellung eines Nachhaltigkeitsberichts. Die Berichterstattung orientiert sich dabei am Stakeholder-Ansatz: Basis für das Nachhaltigkeitsreporting ist eine Wesentlichkeitsanalyse zur Identifikation derjenigen Aspekte, die für die Bank Coop und ihre Anspruchsgruppen (siehe Seite 34) von Bedeutung sind.

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

Gegenüber der Berichtsperiode 2010 wurden keine wesentlichen Veränderungen der Berichtsgrenzen oder Messmethoden vorgenommen. Lediglich die Systemgrenze Berichterstattung über die betriebliche Umweltleistung wurde um die Daten für Geschäfts- und Pendelverkehr sowie zu den Postversänden erweitert. Zudem wurden die Treibhausgasemissionen in diesem Berichtsjahr erstmals für die Gesamtbank ausgewiesen.

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».

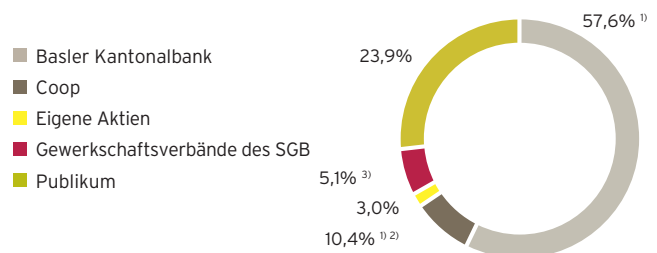
Die Bank Coop AG positioniert sich als Retailbank mit Präsenz in allen Landesteilen. Sie konzentriert ihre Tätigkeit auf Städte und Agglomerationen und verfügt im Wirtschaftsraum Schweiz über insgesamt 33 Geschäftsstellen.

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 31.12.2011

Das Aktienkapital beträgt per 31.12.2011 337,5 Mio. CHF



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

¹⁾ Qualifizierte Beteiligung und bedeutender Aktionär (im Sinne von Art. 3 Abs. 2 Bst. C^{bis} BankG).

²⁾ Konsolidiert, exkl. Coop Personalversicherung.

³⁾ Kein Gewerkschaftsverband hält eine Beteiligung von 3% oder mehr. Die Gewerkschaftsverbände des SGB sind untereinander nicht stimmrechtsgebunden.

Weitere Informationen zu den Besitz- und Eigentumsverhältnissen, s. GB 2011, S. 70 u. S. 109

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

Verantwortlich handeln – Strategie und Management

Strategie

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

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

Zuverlässige Bankdienstleistungen zu fairen Konditionen heisst:

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

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

Faire Partnerschaft mit den Kundinnen und Kunden heisst:

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

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

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

Fairer Umgang mit Gesellschaft und Umwelt heisst:

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

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

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

 www.bankcoop.ch/fairbanking

Mit Fairness an die Spitze - das Leitbild der Bank Coop

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

Vision

Mit Fairness an die Spitze.

Mission

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

Werte

Fairness, Glaubwürdigkeit, Disziplin.

Fair banking

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

Wir pflegen mit unseren Kundinnen und Kunden eine faire Partnerschaft.

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

Wir bieten unseren Mitarbeitenden faire Arbeitsbedingungen.

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

Wir bieten unseren Aktionärinnen und Aktionären nachhaltige Erträge.

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

Wir pflegen faire Beziehungen zu unseren Lieferanten.

Das Verhältnis zu unseren Lieferanten zeichnet sich aus durch eine gleichberechtigte und langfristige Bezie-

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

Wir übernehmen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und der Umwelt.

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

Leitbild der Bank Coop



www.bankcoop.ch/leitbild.pdf

Management

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

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

Weitere Informationen zur internen Organisation, s. GB 2011, S. 71



www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

Prozessmanagement

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

Ziele und Grundsätze des Prozessmanagements in der Bank Coop

Das Prozessmanagement soll Folgendes ermöglichen:

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

Nachhaltigkeitsmanagement

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

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

Umweltleitbild des Konzerns BKB/Bank Coop

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

Der Beirat Nachhaltigkeit

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

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

Der Beirat setzte sich 2011 aus vier unabhängigen, externen Persönlichkeiten, die unterschiedliche Kompetenzbereiche abdecken, sowie aus drei Vertretern der Bank Coop zusammen. Ab 2012 wird der Beirat Nachhaltigkeit durch zwei bankexterne Mitglieder ergänzt.

Dem Beirat gehörten 2011 folgende Personen an:

Bankexterne Mitglieder

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

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

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

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

Bankinterne Mitglieder

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

Mathias von Wartburg
Leiter Competence Center Marketing

Hansjörg Ruf
Leiter Fachstelle Nachhaltigkeit

Verantwortlich handeln – Corporate Governance

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

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

Weitere Informationen zur Corporate Governance, s. GB 2011, S. 70

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

Compliance

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

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

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

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

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

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

Prävention von Geldwäsche und Terrorismusfinanzierung

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

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

Schweizerische Gesetzgebung zur Bekämpfung der Geldwäscherei

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

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

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

Sorgfaltspflichten bei der Aufnahme von Geschäftsbeziehungen

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

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

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

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

Wahrung des Bankgeheimnisses

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

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

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

Regulative Grundlagen zur Wahrung des Bankgeheimnisses

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

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

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

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

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

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

Vereinbarung über die Anstellungsbedingungen der Bankangestellten (VAB) 2010

 www.agv-banken.ch/vab_2010.pdf

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

Unabhängigkeit der Finanzanalyse

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

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

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

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

Regulative Grundlagen zur Wahrung der Unabhängigkeit in der Finanzanalyse

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

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

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

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

Umgang mit vertraulichen preissensitiven Informationen

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

Dabei ist irrelevant, ob die Information von einem «Insi-

der» stammt oder nicht. Informationen sind als preissensitiv zu betrachten, wenn sie geeignet sind, den Börsenpreis oder die Bewertung der betreffenden Effekten erheblich zu beeinflussen.

Regulative Grundlagen zum Umgang mit vertraulichen preissensitiven Informationen

Bundesgesetz über die Börsen und den Effektenhandel (Börsengesetz) vom 24. März 1995 (Stand am 1. September 2011)

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

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

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

Interne Weisungen und Anordnungen der Bank Coop (nicht öffentlich)

Bekämpfung von Korruption und Betrug

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

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

eines Geschenks darf keine Fragen bezüglich einer Verpflichtung seitens der Empfängerin oder des Empfängers aufwerfen, darf insoweit nicht geeignet sein, diese in ihrem Verhalten zu manipulieren.

Risikomanagement

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

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

Weitere Informationen zum Risikomanagement, s. GB 2011, S. 92 f.

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

 www.bkb.ch/risikomanagement-konzern

Kreditvergabe

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

Weitere Informationen zu den Bewertungsgrundsätzen von Kundenausleihungen, s. GB 2011, S. 97

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

 www.equator-principles.com

* Dokumente nicht öffentlich.

Verantwortlich handeln – Nachhaltiger Geschäftserfolg

Die Finanzbranche befindet sich in einem grundlegenden Veränderungsprozess. Der Margen- und der Kostendruck haben seit der Finanzkrise zugenommen. Hinzu kommen die steigenden regulatorischen Anforderungen, neue Doppelbesteuerungsabkommen, Diskussionen über das Bankgeheimnis sowie die Schuldenkrise in der Eurozone – kurz: Das Finanzgeschäft durchläuft zurzeit den grössten Wandel seiner Geschichte. Umso wichtiger ist es für Banken, sich auf ihre Werte zu besinnen. Werte, mit denen sich ihre Kundinnen und Kunden identifizieren können, die im Kundenkontakt spürbar sind und die gelebt werden.

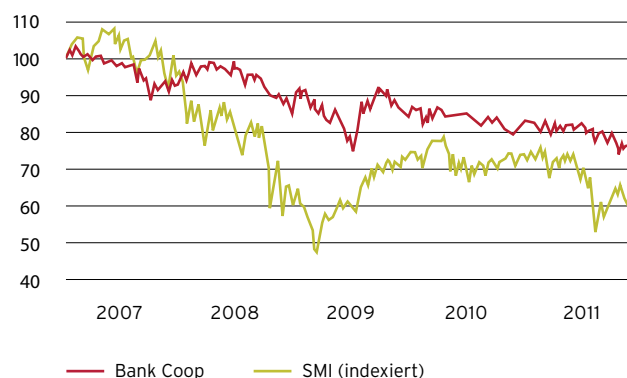
Die Bank Coop hat in einem von Unsicherheiten dominierten Finanzumfeld ein erfreuliches Ergebnis erwirtschaftet.

Es ist ihr gelungen, den Bruttogewinn nach True and Fair View im Vergleich zum Vorjahr um 6,3% auf 94,2 Mio. CHF zu steigern. Sie übertraf damit sowohl das Ergebnis von Ende 2010 mit 88,6 Mio. CHF wie auch dasjenige von Ende 2009 mit 93,8 Mio. CHF. Die negativen Kursentwicklungen an den Wertschriftenmärkten und die turbulenten Bewegungen bei den Wechselkursen beeinflussten die Ertragssituation im zurückliegenden Jahr nachhaltig. Das erfolgreiche Zinsengeschäft vermochte die Ausfälle bei den Wertschriftenkommissionen und die Bewertungskorrekturen im Handelsgeschäft mehr als zu kompensieren. Daneben trug aber auch der stabile Geschäftsaufwand von 2011 als Kombination einer rigorosen, internen Kostenkontrolle, verbunden mit gezielten Investitionen in ein kundenfreundliches Geschäftsstellennetz und in werbewirksame TV-Spots zum höheren Ergebnis bei. Die Verpflichtungen gegenüber Kunden in Spar- und Anlageform verzeichnen ein Plus von 9,0% und erreichen per 31.12.2011 einen Rekordwert von 7,2 Mrd. CHF. Das Wachstum der Hypotheken konnte fortgesetzt werden, sodass die Hypothekarforderungen Ende 2011 ein Volumen von 12,2 Mrd. CHF (+4,0%) erreichen. Für die Position Wertberichtigungen, Rückstellungen und Verluste mussten lediglich 1,0 Mio. CHF (Vorjahr: 6,0 Mio. CHF) bereitgestellt werden, was die ausgezeichnete Verfassung des Kreditportefeuilles bestätigt. Der Jahresgewinn nach True and Fair View ist mit 70,3 Mio. CHF leicht rückläufig (Vorjahr: 72,6 Mio. CHF). Zu berücksichtigen ist jedoch, dass der Vorjahresgewinn einmalige Erträge aus dem Teilverkauf einer Beteiligung von 10,2 Mio. CHF beinhaltet.

Das solide Jahresergebnis 2011 ermöglicht es, den Aktionärinnen und Aktionären wie in den vergangenen Jahren eine Bruttodividende von CHF 1.80 auszubezahlen, die Dividendenrendite beträgt 2.9%. Damit partizipieren die Aktionärinnen und Aktionäre am soliden Ergebnis der Bank Coop im Jahr 2011 und an ihrer nachhaltigen Geschäftspolitik.

5-Jahres-Entwicklung Inhaberaktie Bank Coop AG

in Prozenten (%)



Kennzahlen Bank Coop	2009	2010	2011
Betriebsertrag	233,9 Mio.	232,8 Mio.	238,2 Mio.
Bruttogewinn (bereinigt ohne IT-Migration)	93,8 Mio.	88,6 Mio.	94,2 Mio.
Jahresgewinn (bereinigt ohne IT-Migration)	71,4 Mio.	72,6 Mio.	70,3 Mio.
Bilanzsumme	13,5 Mia.	14,3 Mia.	14,8 Mia.
Kundenausleihungen	11 515 Mio.	12 192 Mio.	12 684 Mio.
Kundengelder	8 960 Mio.	9 708 Mio.	9 761 Mio.
Betriebliche Eigenkapitalrendite (RoE)	8,1%	8,8%	9,7%
Cost-Income-Ratio	59,9%	61,9%	60,5%
Erfolg aus Zinsgeschäft	149,2 Mio.	148,8 Mio.	156,1 Mio.
Erfolg aus dem Kommissions- und Dienstleistungsgeschäft	65,9 Mio.	68,5 Mio.	66,7 Mio.
Erfolg aus dem Handelsgeschäft	15,6 Mio.	13,0 Mio.	11,6 Mio.
Anzahl Beschäftigte (teilzeitbereinigt, 100%-Stellen)	625	600	584

Aufwand

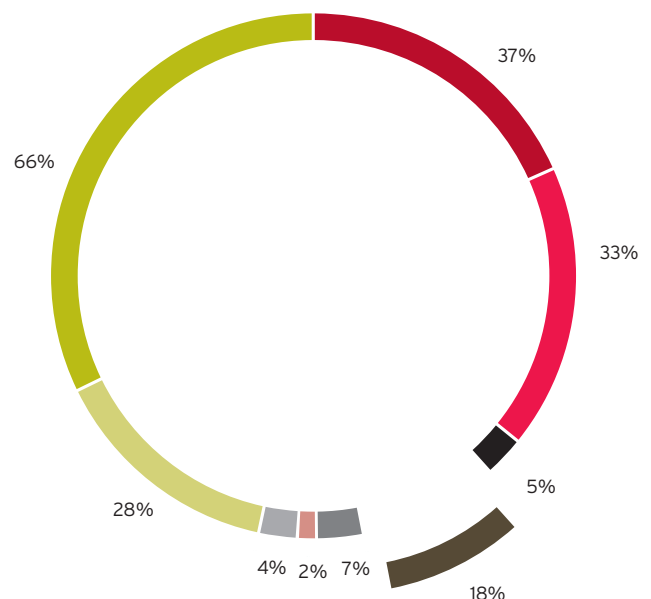
Personalaufwand	37%
Sachaufwand	33%
Abschreibungen / Wertberichtigungen / Rückstellungen / Verluste	5%
Ausserordentlicher Erfolg / Steuern	7%

Gewinn

Jahresgewinn	18%
--------------	-----

Ertrag

Zinserfolg	66%
Kommissionserfolg	28%
Handelserfolg	4%
Übriger ordentlicher Erfolg	2%



Für weitere Angaben über den Geschäftsverlauf 2011 verweisen wir auf den Geschäftsbericht.

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

Erneuerbar in die Zukunft.

Die Bank Coop setzt auf erneuerbare Energien und nutzt für ihren Bankbetrieb ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Stromquellen. Damit setzt sich die Bank Coop für eine nachhaltige Energieversorgung ein und nimmt unter den Unternehmen eine Vorreiterrolle ein.

Mit dem Bezug von Ökostrom aus Weissenburg, von Solarstrom und von 100% erneuerbarem Strom des Energieversorgers in Basel deckt die Bank Coop ihren Strombedarf in der ganzen Schweiz vollständig aus erneuerbaren Quellen mit Herkunftsnachweis.

Ökostrom aus Weissenburg

Oberhalb von Weissenburg im Simmental entspringt eine Thermalquelle. Während 350 Jahren wurde die Weissenburger Mineralquelle zu Bad- und Heilzwecken benutzt. Um dem Andrang der Heilungssuchenden gerecht zu werden, wurde ein Bad- und Kurhaus gebaut, das 1846 eröffnet werden konnte. Das später erstellte Grandhotel Weissenburgbad mit bis zu 300 Betten wurde zum Treffpunkt des Hochadels und war europaweit bekannt.

Zur Elektrifizierung des Grandhotels wurde eigens ein kleines Wasserkraftwerk gebaut. Das Weissenburgbad war damit eines der ersten Gebäude im Kanton Bern, das über eine eigene Energieversorgung verfügte. Nach dem Zweiten Weltkrieg verlor das Kurbad Weissenburg an Bedeutung; 1974 brannte es bis auf die Grundmauern nieder. Nach dem Niedergang des Grandhotels wurde auch das Kraftwerk stillgelegt.

Auf private Initiative wurden 1999 das alte Einlaufwerk, der Wasserstollen und das Wasserschloss in der Buuschenbachschlucht bei Weissenburg saniert und revitalisiert. Im neuen Turbinenhaus werden heute jährlich wieder 2 Mio. kWh Strom erzeugt. Die gesamte Stromproduktion dieses Kleinwasserkraftwerks wird exklusiv von der Bank Coop genutzt.

www.weissenburger-oekostrom.ch





Turbinenhaus am Buuschebach



Martin Eggen, Eigentümer des Kraftwerks, überwacht die Stromproduktion



Druckleitung im Turbinenhaus



Im Hintergrund Buuschebachschlucht im Simmental



Buuschebach



Das Grandhotel Weissenburgbad war einst europaweit bekannt und Treffpunkt des Hochadels. Als 1938 die holländische Königin Wilhelmine mit ihrer Tochter dort zur Kur weilte und die Prinzessin sich während des Aufenthalts mit Prinz Bernhard verlobte, zog dies Gäste aus aller Welt an. Vom einst noblen Grandhotel Weissenburgbad steht heute nur noch ein Fragment des Küchenanbaus.

(Historische Aufnahmen aus dem Jahr 1903 © Archiv Markus Krebs, Thun)







Vom Einlaufwerk fließt das Wasser durch den Wasserstollen zum Wasserschloss ...



... vom Wasserschloss zur Druckleitung im Turbinenhaus



Im 1999 neu erstellten Turbinenhaus wird Weissenburger Ökostrom erzeugt

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

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

Richtlinien zur nachhaltigen Beschaffung:

 www.bankcoop.ch/Richtlinien_zur_nachhaltigen_Beschaffung.pdf

Nachhaltigkeitsvereinbarung für Lieferanten:

 www.bankcoop.ch/Nachhaltigkeitsvereinbarung_fuer_Lieferanten.pdf

Erklärung über die Einhaltung von Arbeitsbedingungen und der Arbeitsschutzbestimmungen:

 www.bankcoop.ch/Erklaerung.pdf

Fairness in Marketing, Werbung und Kommunikation

Die Bank Coop verpflichtet ihre Auftragnehmer in Marketing, Werbung und Kommunikation zur Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und Branchengrundsätze. Dies ist die Grundlage einer fairen und transparenten Kommunikation mit unseren Kundinnen und Kunden. Für die Umsetzung von ethischer und fairer Werbung hat die Bank Coop eine Richtlinie lanciert. Die Auftragnehmer sind zur Unterzeichnung einer Vereinbarung über die Einhaltung von Standesregeln und Grundsätzen in der Werbung verpflichtet.

Damit wird sichergestellt, dass insbesondere die Einhaltung der Grundsätze der Schweizerischen Lauterkeitskommission und der Richtlinien der International Chamber of Commerce (ICC) eingehalten werden. Damit wird ein Beitrag zur Verhinderung von unlauterer Werbung geleistet und die Umsetzung einer ethischen, verantwortungsvollen und wahrheitsgetreuen Werbepraxis sichergestellt. Selbstverständlich gelten die entsprechenden Bestimmungen auch für die Werbe-, Marketing- und Kommunikationsaktivitäten, die die Bank selbst durchführt.

Regulative Grundlagen

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

 www.lauterkeit.ch/pdf/grundsaeetze.pdf

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

Vereinbarung über die Einhaltung von Standesregeln und Grundsätzen in der Werbung

 www.bankcoop.ch/Werbegrundsaeetze.pdf

Verantwortlich handeln – Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen

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

Übersicht über das Angebot
www.bankcoop.ch

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

Die mit dem bankeigenen Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichneten Produkte der Bank Coop werden vom Beirat Nachhaltigkeit periodisch einem Audit unterzogen. Die Kundinnen und Kunden der Bank erhalten somit Gewähr, dass die mit diesem Prädikat versehenen Produkte den Anforderungen an Umweltverträglichkeit, Sozialverantwortung und Wirtschaftlichkeit entsprechen. Die Überprüfungen des Beirats Nachhaltigkeit können von den Kundinnen und Kunden nachvollzogen werden, sodass die Transparenz über die Vergabe des Prädikats besteht. Durch Finanzprodukte können ökonomische, ökologische und soziale Aspekte berücksichtigt werden. Wir möchten unsere Kundinnen und Kunden darin unterstützen, ihre Vermögenswerte verantwortungsbewusst anzulegen und so einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung zu leisten.

Weitere Informationen zu nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen

 www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit-produkte

Unsere nachhaltige Produktpalette – Anlageprodukte

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 mit dem Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» ausgezeichnet

Die Bank Coop bietet ihren Kundinnen und Kunden eine Auswahl qualitativ hochstehender, nachhaltiger Fonds an. Diese werden gezielt und nach strengen Kriterien aus dem grossen Angebot an nachhaltigen Fonds ausgewählt. Nur diejenigen Fonds, die der Beirat mit dem Prädikat «Nachhaltigkeit kontrolliert» auszeichnet, werden in die nachhaltige Basisfondspalette der Bank Coop aufgenommen. Das Prädikat liefert den Kundinnen und Kunden eine transparente Entscheidungsgrundlage. Die Fonds werden vor der Aufnahme in die Fondspalette und anschliessend periodisch im Rhythmus von zwei Jahren mittels eines vom Beirat Nachhaltigkeit 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.

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

Neuer Auditprozess für Fonds

Zur Vergabe des Qualitätsprädikats «Nachhaltigkeit kontrolliert» prüft der Beirat Nachhaltigkeit in einem differenzierten Verfahren Kriterien wie Transparenz und Qualitätsstandard des Researchs sowie die Einhaltung internationaler Standards, wie die ILO-Bestimmungen oder die UN-Menschenrechtskonvention. Es werden ausserdem eine Reihe kritischer Themen und Branchen ausgeschlossen, wie beispielsweise Rüstung,

Tabak und Atomkraft (Negativkriterien). Untersucht wird neu der Umgang des Researchs mit kontroversen Investitionsthemen, wie z.B. Agrotreibstoffe oder die Automobilindustrie. Dabei werden anhand eines speziellen Fragekatalogs branchenspezifische Kriterien überprüft. Die Bank Coop wurde bei der Erarbeitung des Fragekatalogs von der Erklärung von Bern (EvB) beraten. Die EvB ist eine unabhängige entwicklungspolitische Organisation, die sich für globale Gerechtigkeit engagiert und sich unter anderem mit dem Bank- und Finanzplatz Schweiz beschäftigt. Der Fragebogen umfasst etwa 150 Detailfragen zu zehn verschiedenen Branchen. So wird bei Investitionen in die Landwirtschaft beispielsweise der Umgang mit Pestiziden und Tierschutzstandards abgefragt. Bei Investitionen in die Automobilwirtschaft werden hingegen die Einhaltung von internationalen Effizienzzielen und der CO₂-Ausstoss sowie die Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards in der Lieferantenkette geprüft.

Das neue Auditkonzept der Bank Coop erhöht die Transparenz hinsichtlich des Beitrags zu einer nachhaltigen Entwicklung der Fonds. Dies ermöglicht es den Anlegerinnen und Anlegern, noch gezielter als bisher Fondsprodukte zu wählen, die ihrer Werthaltung und ihren Ansprüchen bezüglich Risikostruktur und Performance entsprechen. Zusätzlich wird auf diese Weise die Nachvollziehbarkeit der Auswahlkriterien für die Vergabe des Prädikats «Nachhaltigkeit kontrolliert» sichergestellt und bietet so Orientierung unter den vielen als «nachhaltig» bezeichneten Fonds, welche es auf dem Markt gibt. Transparenz ist für die Bank Coop ein wichtiges Element von Nachhaltigkeit.

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

Das Volumen der von der Bank Coop verkauften nachhaltigen Anlagefonds beträgt per 31.12.2011 294 Mio. CHF. Dies ist ein leichter Rückgang im Vergleich zum Vorjahr. Die Unsicherheit der Anleger/-innen rund um die Eurokrise sowie die damit verbundenen Performanceeinbußen an den Finanzmärkten führten erstmals seit der Erhebung des Fondsvolumens bei der Bank Coop 2002 zu einer Volumenabnahme. Insbesondere die tiefen Renditen bei den Obligationen führten zur Flucht der Investoren in liquide Anlageformen und/oder

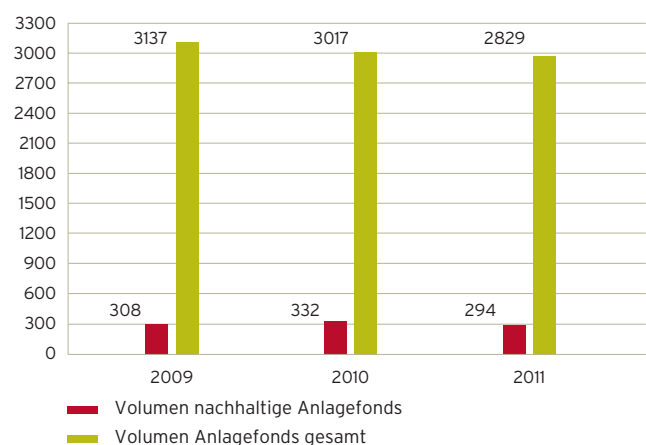
Sachwerte wie Immobilien oder auch Edelmetalle. Unter den Performanceeinbußen an den Finanzmärkten hatten die nachhaltigen Fonds überproportional zu leiden. Dies liegt u.a. daran, dass nachhaltige Fonds kaum in die Assetklasse Commodities investieren, da in diesem Bereich (vor allem Öl und Edelmetalle) viele ethische, ökologische und soziale Problemfelder bestehen. Der Anteil nachhaltiger Fonds am Gesamtfondsvolumen ist daher im Vergleich zum Vorjahr ebenfalls leicht zurückgegangen (auf 10,4% per Ende 2011).

 www.bankcoop.ch/audit_questionnaire.pdf

 www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit

Volumenentwicklung Anlagefonds und nachhaltige Fonds

in Mio. CHF



Nachhaltige Vermögensverwaltung

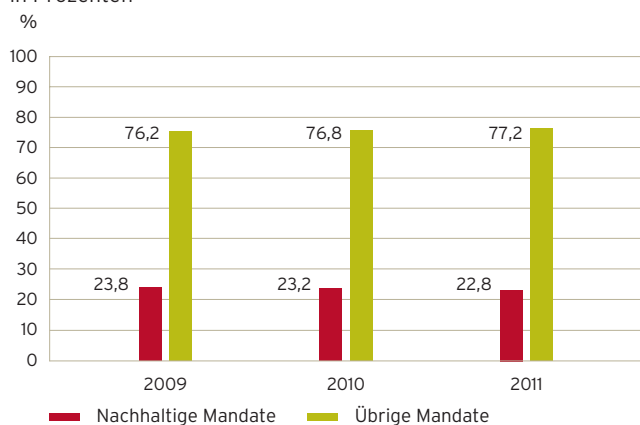
Die nachhaltige Vermögensverwaltung ist eine langfristige Strategie und gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bei der nachhaltigen Vermögensverwaltung berücksichtigt die Bank Coop ethische, ökologische und soziale Kriterien ausdrücklich und konsequent mit.

Bei der Betreuung nachhaltiger Mandate kann die Bank Coop auf langjährige Erfahrung bauen und bietet für die betreuten Portfolios ein optimiertes Rendite-Risiko-Verhältnis. Die operative Umsetzung der im Konzern definierten Anlagepolitik erfolgt im Kompetenzzentrum Asset Management. Damit wird den steigenden Anforderungen an Research und Reporting Rechnung getragen. Im Jahr 2011 wurden im Asset Management die Kompetenzen im Bereich der nachhaltigen Finanzwirtschaft durch Weiter-

bildung gezielt gestärkt. Per Ende 2011 wurden von der Bank Coop 236 Mandate mit einem Gesamtvolumen von 120 Mio. CHF verwaltet. Der Anteil der nachhaltigen Mandate beträgt per Ende 2011 22,8%. Damit sind das Volumen und der Anteil der nachhaltig verwalteten Vermögen im Vergleich zum Vorjahr leicht zurückgegangen.

Anteile nachhaltiger Mandate in der Vermögensverwaltung

in Prozenten



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 der sozialen Nachhaltigkeit anzulegen.

Weitere Informationen zur Vorsorge

 www.bankcoop.ch/wertschriftensparen

Nachhaltige Hypotheken

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

Anzahl und Volumina der gewährten Nachhaltigkeitshypotheken sind 2011 weiter stark angestiegen (Zunahme Volumen Nachhaltigkeitshypotheken ca. 18% gegenüber 2010). Dies belegt, dass der Stellenwert des energieeffizienten Bauens und der Einsatz erneuerbarer Energien bei Gebäuden weiterhin an Bedeutung gewinnen. Sowohl institutionelle Immobilieneigentümer wie auch private Hauseigentümerinnen und -eigentümer haben Nachhaltigkeit und Energieeffizienz ins Zentrum ihres Investitionsentscheides gerückt. Das Gebäudeprogramm der Kantone und weitere Förderprogramme zur Steigerung der Energieeffizienz im Gebäudebereich werden diesen Trend weiter fördern.

Zudem informiert die Bank Coop auf der eigens konzipierten Website www.hypothekenschweiz.ch ausführlich über nachhaltiges Wohnen und die Finanzierung von Wohneigentum.

Weitere Informationen zu nachhaltigen Hypotheken

 www.hypotheken-schweiz.ch

Kennzahlen Produkte und Dienstleistungen mit ökologischem und sozialem Nutzen

	2009	2010	2011
Anteil nachhaltige Mandate an Vermögensverwaltungsmandaten in %	23,8	23,2	22,8
Anlagevolumen nachhaltige Vermögensverwaltung (in CHF)	209,4 Mio.	129,0 Mio.	120,0 Mio.
Anteil nachhaltige Fonds am gesamten Fondsvolumen in %	9,9	11,0	10,4
Volumen nachhaltige Fonds (in CHF)	308,0 Mio.	332,0 Mio.	294,0 Mio.
Anteil Nachhaltigkeitshypotheken an gesamten Hypothekarforderungen in %	0,67*	0,85	0,96
Volumen Nachhaltigkeitshypotheken (in CHF)	74,6 Mio.*	99,0 Mio.	117,0 Mio.
Anteil Hypotheken an Wohnbaugenossenschaften an gesamten Hypothekarforderungen in %	11,3	11,5	10,3
Volumen Hypotheken an Wohnbaugenossenschaften (in CHF)	1,28 Mia.	1,34 Mia.	1,25 Mia.
Anteil Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung in %	100	100	100
Volumen Hypothekarkredite mit ökologischer Grobprüfung (in CHF)	11,03 Mia.	11,7 Mia.	12,2 Mia.
Anzahl Kundinnen und Kunden mit Nachhaltigkeitsprodukten	9821	10 948	10 932

Alle Angaben per 31.12.2011

* 2009 Öko- und Minergiehypotheken, ab 2010 erweitertes Angebot unter Bezeichnung Nachhaltigkeitshypotheken

Verantwortlich handeln – Faire Partnerschaften

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



Unsere Anspruchsgruppen

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

Kundinnen und Kunden

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

Mitarbeitende

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

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

Geschäftspartner

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

Aktionariat

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

Lieferanten

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

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

Dialog mit unseren Anspruchsgruppen

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

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

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

Zuweisungen aus Wertschöpfung an Anspruchsgruppen 2011

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

Zur nachhaltigen Sicherstellung der Stabilität der Bank tragen die als Reserven zurückbehaltenen Gewinnanteile und deren Zuweisung an das Eigenkapital der Bank bei. Denn nur eine langfristig gesicherte Zukunft der Bank gewährleistet sichere Arbeitsplätze und ermöglicht eine Geschäftstätigkeit, die den Prinzipien der Nachhaltigkeit gerecht wird. Nach Genehmigung der beantragten Gewinnverwendung durch die Generalversammlung verfügt die Bank Coop über ausgewiesene eigene Mittel von 880,1 Mio. CHF (Vorjahr: 860,8 Mio. CHF), was eine zusätzliche Stärkung der Innenfinanzierung bedeutet.

Zuweisungen aus Wertschöpfung an Anspruchsgruppen 2011

	in 1000 CHF
Betriebsertrag (True and Fair View)	238 235
Mitarbeitende (Personalaufwand)	81 889
Aktionariat	30 375
Öffentliche Hand (Steuern)	16 208
Sachaufwand	72 015
Sponsoring, Spenden, Sachzuwendungen	in Sachaufwand enthalten

Einbehaltene monetäre Werte

Zuweisung an allgemeine gesetzliche Reserve	31 775
Zuweisung an andere Reserven	9 000

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 400 Schweizer Unternehmen verschiedener Grösse und Ausrichtung zusammengeschlossen haben, um gemeinsam eine Aufgabe anzupacken: die Weiterentwicklung der Schweizer Wirtschaft nach den Grundsätzen der Nachhaltigkeit.

Energie-Agentur der Wirtschaft

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

Zertifikat freiwilliger Klimaschutz EnAW

 www.bankcoop.ch/EnAW-Zertifikat.pdf

Verein MINERGIE®

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

 www.minergie.ch

Allianz Energetische Gebäudesanierung – JETZT!

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

 www.energieallianz.ch

Verantwortlich handeln – Engagement für Kundinnen und Kunden

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

Deshalb haben unsere Kundinnen und Kunden einen Anspruch darauf, unabhängig von ihrem Einkommen oder Vermögen mit Respekt behandelt und kompetent beraten zu werden. Die Bank Coop bietet ihren Kundinnen und Kunden auf ihre Bedürfnisse abgestimmte Produkte und Dienstleistungen an und gewährleistet Transparenz. Über Produkte und Konditionen wird so informiert, dass unsere Kundinnen und Kunden selbstverantwortlich entscheiden können. Die Einhaltung sämtlicher 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 2011 konnte die Kundschaft 33 Geschäftsstellen in der ganzen Schweiz nutzen. Schweizweit können an über 160 Bankomaten Bargeldbezüge getätigt werden. Das Call Center ist an Werktagen von 8 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

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

Seit mehreren Jahren werden alle Neukunden rund drei Monate nach Eröffnung der Kundenbeziehung zur Zufriedenheit mit der Bank Coop befragt. Dies erfolgt per Fragebogen, der an die Neukunden versandt wird. Die Gesamtzufriedenheit weist im Jahr 2011 den sehr guten Wert von 9,0 (Maximum 10) auf. Dieser gute Wert konnte über die letzten 3 Jahre gehalten werden und zeigt,

dass die Kundinnen und Kunden der Bank Coop mit den Leistungen ihrer Bank zufrieden sind.

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

Kundinnen und Kunden im Fokus

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

Die Geschäfte zwischen der Bank Coop und ihren Kundinnen und Kunden sind von gegenseitigem Vertrauen geprägt. Das uns entgegengebrachte Vertrauen hat für die Bank Coop einen hohen Stellenwert. Der verantwortungsvolle Umgang mit Kundendaten und die Einhaltung der Datenschutzbestimmungen sind für die Bank Coop eine Selbstverständlichkeit. Daher wurde im Jahr 2011 zusätzlich ein Datenschutzbeauftragter ernannt, welcher den sicheren Umgang mit Personendaten bei der Bank Coop gewährleistet.

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

Standards der Bank Coop zum Umgang mit Kundinnen und Kunden:

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

Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden

Von zentraler Bedeutung in der Kommunikation mit unseren Kundinnen und Kunden ist das persönliche Gespräch. Dies kann anlässlich einer Beratung oder auch an einem der zahlreichen Kundenanlässe sein. Darüber hinaus wird die Kommunikation über das 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. Die Bank Coop ist ausserdem in zahlreichen Social-Media-Netzwerken wie Facebook, Twitter, Youtube und Flickr mit aktuellen Informationen, Videos und Artikeln vertreten und führt so einen Dialog mit Kundinnen und Kunden. Ein Austausch mit Kundinnen und Kunden fand im Jahr 2011 auch in der Coopzeitung statt. Kundinnen und Kunden hatten die Möglichkeit, Fragen an die Bank Coop zu stellen, welche beantwortet und in der Coopzeitung abgedruckt wurden. Für die Bank Coop ist es wichtig, die Anliegen der Kundinnen und Kunden ernst zu nehmen und zu adressieren.

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

Weitere Informationen, s. GB 2011, S. 7

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

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

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

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

Barrierefreiheit

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

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

Die Nutzung der Webseiten der Bank Coop und die Abwicklung von Bankgeschäften über OnlineBanking sollen auch für beeinträchtigte Personen ohne Probleme möglich sein. Die Berücksichtigung der Richtlinien der Stiftung «Zugang für alle» und des World-Wide-Web-Konsortiums (W3C) für den barrierefreien Zugang zu den Webseiten wird Schritt für Schritt umgesetzt. 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.

Verantwortlich handeln – Fairness gegenüber Mitarbeitenden

Für die Bank Coop sind eine fortschrittliche und sozial verantwortliche Personalpolitik und die Umsetzung derselben durch ein geeignetes Sozialmanagementsystem entscheidende Erfolgsfaktoren und herausragende Aspekte 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 potenziell 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 2011, S. 13 ff.

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

Kommunikation mit den Mitarbeitenden

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

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

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

Um die Zusammengehörigkeit der verschiedenen Teams zu stärken, werden pro Mitarbeitenden CHF 180.– für zwei Teamanlässe pro Jahr zur Verfügung gestellt. So wird auch der inoffizielle Austausch zwischen den Mitarbeitenden anlässlich gemeinsamer Ausflüge oder Personalanlässe gefördert.

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

Die periodisch alle zwei Jahre durchgeführte Befragung der Mitarbeitenden durch ein unabhängiges Institut erlaubt, Motivation, Zufriedenheit, Führungsqualität und Personalrisiken präzise zu messen. Die Bank Coop führte 2010 auf anonymer Basis eine Befragung der Mitarbeitenden durch. Die Kernwerte Motivation, Erfüllung der Mitarbeiterbedürfnisse sowie Commitment lagen auf einer Skala von 100 zu erreichenden Punkten im Jahr 2010 bei 70 Punkten. Die Mitarbeitendenbefragung ist sehr wichtig für die Bank Coop, weil sie die Grundlagen zur Weiterentwicklung bildet. Denn nur wenn das Wissen und das Potenzial aller Mitarbeitenden genutzt werden, kann sich die Bank Coop permanent verbessern. Die nächste Mitarbeitendenbefragung wird im Jahr 2012 durchgeführt.

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

Ausserdem wird Wert auf ein konstruktives Führungskräfte-Feedback und auf das persönliche Gespräch gelegt. Ein regelmässiger Austausch zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden ist im Rahmen des MbO-Prozesses gewährleistet. Darin werden alle Mitarbeitenden aufge-

fordert, ihren Vorgesetzten konstruktive Rückmeldungen zu erstatten. Konstruktive Feedbacks sollen aber auch im Arbeitsalltag aktiv gelebt werden, weswegen sogenannte Feedbackregeln publiziert wurden. Mit dieser aktiven Einbindung wird sichergestellt, dass sich die Mitarbeitenden in den Verbesserungsprozess einbringen können und die Gelegenheit erhalten, Veränderungen mitzugestalten.

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

In einem anspruchsvollen Arbeitsumfeld ist eine gezielte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden von grosser Bedeutung. Die Förderung und Entwicklung ihrer Mitarbeitenden und lebenslanges Lernen als ein Aspekt der Personalentwicklung ist der Bank Coop wichtig. Aus diesem Grund bietet sie ein umfassendes Aus- und Weiterbildungsprogramm an, das einerseits die Vertiefung oder die 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. 2011 wurden bei der Bank Coop 53 Lernende und Praktikanten ausgebildet. Daneben bietet die Bank ein Trainee-Programm für Hochschulabsolventinnen und -absolventen an.

Im Rahmen der Weiterbildungen speziell für Führungskräfte ist im Jahr 2011 im Auftrag und mit der Unterstützung der Geschäftsleitung ein massgeschneidertes Leadership-Programm entwickelt worden, welches Führungskräfte in ihrer Führungskompetenz stärken und untereinander besser vernetzen soll. Ziel ist es, ein gemeinsames Leadership-Verständnis zu entwickeln und dieses im ganzen Konzern zu leben. Die Trainings zur Förderung von Sozial- und Führungskompetenz starteten 2011 mit einem Initialworkshop der Geschäftsleitung und zwei Teams von insgesamt 30 Führungskräften erfolgreich. Im Rahmen der Leadership-Trainings wurde den Führungskräften zusätzlich die Möglichkeit geboten, ein internes oder externes Coaching in Anspruch zu nehmen. Weitere Trainings werden im Jahr 2012 folgen.

Zusätzlich werden regelmässig Lunchlearnings zu verschiedenen Themen durchgeführt. Im Jahr 2011 stiess die Veranstaltung zum Thema «Überzeugend kommuni-

zieren» auf grosses Interesse unter den Mitarbeitenden und wurde mehrmals durchgeführt.

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

Bewusstsein wecken für Umwelt und Soziales

Der Bank Coop ist es wichtig, auch bei ihren Mitarbeitenden das Bewusstsein für ökologische und soziale Belange der Gesellschaft zu fördern. Daher werden regelmässig Veranstaltungen und Aktionen unter dem Claim «Nachhaltig leben» zu verschiedenen nachhaltigkeitsrelevanten Themen durchgeführt. Im Jahr 2011 wurde eine Veranstaltung zum Thema Rohstoffe durchgeführt, welche sich mit kontroversen Aspekten im Zusammenhang mit Investments in den Rohstoffhandel befasste. Zusätzlich werden in der Mitarbeitendenzeitschrift regelmässig Artikel zum Thema Nachhaltigkeit publiziert. Ein weiteres Engagement ist die Beteiligung der Bank Coop am Adventskalender «Nachhaltige Entwicklung». Dieser Online-Adventskalender ist ein Gemeinschaftsprojekt von Unternehmen, Forschungsgruppen, Umweltorganisationen, Städten, Bundesämtern und sozialen Institutionen, welche jeweils innovative Projekte zum Thema Nachhaltigkeit vorstellen.

Work-Life-Balance, Familienfreundlichkeit und Gewinn des Chancengleichheitspreises

In ihrem Leitbild verpflichtet sich die Bank Coop, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu unterstützen. Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeitswelt und Privatleben, Familienfreundlichkeit und Gleichberechtigung für Mann und Frau sind im Verständnis der Personalpolitik der Bank Coop Grundvoraussetzungen. Sie bilden die Basis für eine vertrauensvolle und faire Zusammenarbeit zwischen der Bank als Arbeitgeberin und den Mitarbeitenden. Den Besonderheiten der Berufs- und Lebensgestaltung von Müttern und Vätern will die Bank angemessene 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.

Mit dem Gewinn des Chancengleichheitspreises beider Basel im Jahr 2011 und dem Erreichen der Endrunde für den Prix Egalité 2011 wird erneut bestätigt, dass die Anstrengungen der Bank Coop für Gleichberechtigung und Chancengleichheit erfolgreich sind. Den Prix Egalité konnte die Bank Coop bereits im Jahr 2005 gewinnen. Diese und zwei weitere Auszeichnungen, der Prix famille entreprise der Region Biel-Seeland und das Zertifikat als familienbewusstes Unternehmen der Familienmanagement GmbH (Rezertifizierung Anfang 2012), bestätigen ebenfalls, 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.

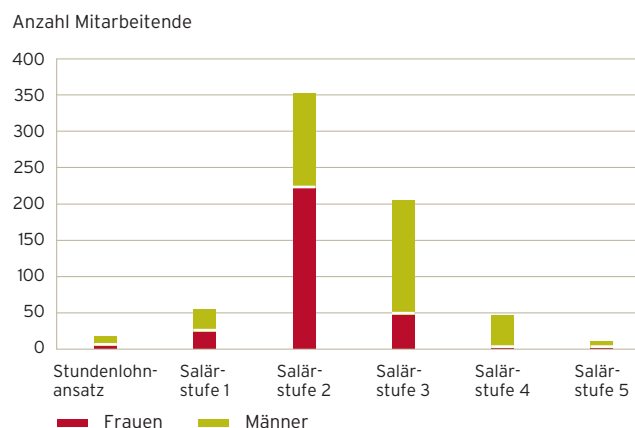
Die Bank Coop hat ein umfassendes Reglement zur Telearbeit eingeführt mit dem Ziel, die arbeitsrechtlichen Grundlagen zu schaffen, welche die Arbeit von zu Hause aus ermöglichen. Die Bank Coop sieht in der Telearbeit eine gute Möglichkeit, berufliche Anforderungen und private Bedürfnisse in Einklang zu bringen. Per Ende Dezember 2011 nutzten acht Mitarbeitende regelmässig die Möglichkeit der Telearbeit – drei Männer und fünf Frauen. Zwei der drei Männer und drei der fünf Frauen sind in Führungsfunktionen tätig. Die Bank Coop bietet ihren Mitarbeitenden zudem flexible Arbeitszeiten und die Möglichkeit zu Teilzeitmodellen. Die Bank fördert damit die Vereinbarkeit von Beruf und privaten Bedürfnissen und leistet somit einen Beitrag zur Work-Life-Balance ihrer Mitarbeitenden. Dies soll zusätzlich die Zufriedenheit und Selbstständigkeit der Mitarbeitenden fördern und eine harmonische Zusammenarbeit ermöglichen.

Lohnungleichheit und Gehaltsstruktur

Die Bank Coop ist bestrebt, dem Grundsatz «Gleicher Lohn für Frauen und Männer in denselben Berufsbildern mit den gleichen Qualifikationen» zu folgen. Daher wurde bereits im Jahr 2010 eine Salärüberprüfung durchgeführt, um Massnahmen zur Verhinderung von Lohndiskriminierung zu eruieren. Gemäss Vereinbarungen über die Anstellungsbedingungen des Schweizerischen Bankpersonalvereins (SBPV) legen die Sozialpartner

ein für alle der Vereinbarung unterstellten Arbeitsverhältnisse geltendes Minimalsalär fest. Die Höhe des Gehalts setzt sich bei der Bank Coop aus verschiedenen, geschlechterunabhängigen Komponenten zusammen, wie z.B. Ausbildung und Erfahrung, und kann auch marktspezifische Elemente enthalten.

Gehaltsstruktur Bank Coop: Verhältnis Grundgehalt Männer und Frauen



Nebst Strukturanalysen und individuellen Analysen überprüft die Bank Coop mittels Logib (Lohnungleichheitsinstrument des Bundes) die Lohnungleichheit zwischen Mann und Frau. Um die Lohnungleichheit zu überprüfen und zu gewährleisten, steigt die Bank Coop in den Lohnungleichheitsdialog des Bundes ein, der anhand von statistischen Methoden die Lohnungleichheit unter Einbezug der oben genannten Aspekte überprüft. Die Analyse ermittelt Lohnabweichungen innerhalb der Struktur Bank Coop in Bezug auf folgende Faktoren: Alter, Geschlecht, Dienstalter, Ausbildung, Anforderungsniveau, berufliche Stellung und Tätigkeitsgebiet. Der Lohnungleichheitsdialog wurde von den Dachverbänden der Arbeitgeber und Arbeitnehmer und dem Bund gestartet und soll den Unternehmen helfen, den Verfassungsauftrag «gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit» umzusetzen.

Das Sicherstellen der Lohnungleichheit zwischen Frauen und Männern ist für die Bank Coop ein zentrales Anliegen.

 www.lohnungleichheitsdialog.ch

Vereinbarkeit von Familie und Beruf für Mütter und Väter

Die Bank Coop hat für Mütter bzw. für Väter sehr fortschrittliche Urlaubsmodelle eingeführt. Mitarbeiterin-

nen 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 Teilzeitranchen bezogen werden.

Die Bank Coop beteiligt sich an den Kosten für externe Kinderbetreuung von Kindern im Alter zwischen 0 und 12 Jahren in Krippen und Tagesfamilien. Die Höhe der Beteiligung ist von der Höhe des Bruttoeinkommens beider Elternteile abhängig und variiert zwischen 10% und 50% der jährlichen Betreuungskosten. Der Beschäftigungsgrad hat keinen Einfluss auf die Höhe der Subventionierung. Die Rückkehrquote von Müttern nach dem Mutterschaftsurlaub beträgt bei der Bank Coop den hohen Wert von 91%.

Die Bank Coop beteiligte sich 2011 wiederum am schweizweit einmal pro Jahr durchgeführten Tochter- und Sohntag. Dabei wird Töchtern und Söhnen von Mitarbeitenden der Bank Coop die Möglichkeit gegeben, ihre Eltern einen Tag lang bei ihrer täglichen Arbeit zu begleiten und Einblicke in ihren Arbeitsalltag zu bekommen. Diese Motivationskampagne stützt Mädchen und Knaben beim Aufbau einer klaren beruflichen Ausrichtung und regt eine breite Diskussion über ein zeitgemässes Berufsverständnis von Mädchen und Knaben an.

Frauenförderung

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

Dazu gehören:

- Frauenbewusste Rekrutierung (auch Lernende)
- Mentoring-Programm für Frauen
- Strukturelle Lohnanpassungen innerhalb der Salärrenden hinsichtlich Gleichstellung Frau/Mann
- Festlegung von Zielwerten für den Frauenanteil in Kader und Direktion
- Erhöhung der Prämien für Mitarbeitende für die Vermittlung von Kaderfrauen

- Begleitung von Diplomarbeiten von Frauen oder zu Frauenthemen
- Beteiligung am eidgenössischen Tochtertag
- Innerhalb unseres Programmes «eva» für Kundinnen werden Mitarbeiterinnen ausgebildet, um aktiv an den Veranstaltungen mitzuwirken

Im Zusammenhang mit der Diskussion um eine verbindliche Frauenquote hat sich auch die Bank Coop schon seit Jahren das Ziel gesetzt, ihren Frauenanteil insgesamt und in Kader und Direktion kontinuierlich zu steigern. Im Jahr 2011 wurde im Kader ein Frauenanteil von 29,3% erreicht. Innerhalb der Direktion konnte der Frauenanteil 2011 im Vergleich zum Vorjahr auf 9,9% gesteigert werden (2010: 7%). Insgesamt beträgt der Anteil Frauen in Kader und Direktion im Jahr 2011 24,1% und hat im Vergleich zum Vorjahr wieder leicht zugenommen.

Im Jahr 2011 wurden erstmalig in der Geschichte der Bank Coop mehr Frauen als Männer sowohl zu Mitgliedern des Kaders wie auch zu Mitgliedern der Direktion befördert.

Das Ziel ist, bis zum Jahr 2014 den Anteil der Frauen im Kader auf 35% zu steigern. Auf Direktionsebene soll ein Frauenanteil von 12% erreicht werden.

Daddy-Lunch

Daddy-Lunch ist ein internes Netzwerk speziell für Väter und diejenigen, die es werden möchten. Bei einem gemeinsamen Mittagessen wird über allerlei Herausforderungen gesprochen und nützliche Erfahrungen rund um das Vatersein und die Work-Life-Balance werden ausgetauscht. Zu jedem Treffen wird ein vaterspezifisches Thema ausgewählt und in einer lockeren Atmosphäre thematisiert. Kontakte werden geknüpft und gepflegt sowie Erfahrungen ausgetauscht. Die Vaterrolle hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt. Ein Austausch unter Vätern unterstützt die persönliche Entwicklung in diesem Wandel und ermutigt, auch über eigene Sichtweisen nachzudenken. Am Spezial-Daddy-Lunch zum Vätertag 2011 wurde Paul Gemperle, Mitinitiant des Schweizer Vätertags und Geschäftsführer von männer.ch, eingeladen. Er referierte zum Thema «Vereinbarkeitspolitik aus Männerperspektive».

Work & Care

Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ist auch für Mitarbeitende mit pflegebedürftigen Angehörigen über 15 Jahre eine Herausforderung. Eine Forschungsarbeit hat gezeigt, dass sich 10% der Mitarbeitenden um kranke Familienangehörige oder Partnerinnen und Partner

kümmern und damit oft vor anspruchsvollen Situationen stehen. Betroffenen Mitarbeitenden bietet die Bank bereits heute Unterstützung:

- 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

Beratungsmöglichkeiten

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

Förderung von Diversity

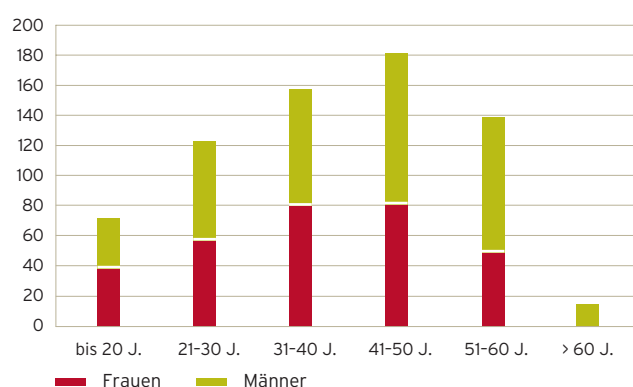
Unter dem Begriff «Diversity» bekennt sich die Bank Coop zu einem vorurteilsfreien Arbeitsumfeld und zur Vielfalt aller Beschäftigten. Die Bank Coop beugt somit jedem Ausdruck von Diskriminierung vor, egal ob mündlich, schriftlich oder physisch geäußert, und verankert die Förderung von Diversity in ihrem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

Heterogene Teams sind produktiver und erfolgreicher. Vielfalt und der Einbezug unterschiedlicher Sichtweisen fördern Kreativität. Die Verankerung von Diversity im Leitbild beinhaltet, eine offene, respektvolle Haltung gegenüber Unterschieden zu leben, die Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen zu integrieren und ein vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem alle Mitarbeitenden ihr volles Leistungspotenzial einbringen können. Diversity wird bereits heute schon vielfach innerhalb der Unternehmenskultur der Bank Coop gelebt,

z.B. durch den Grundsatz «fair banking», das Frauenförderprogramm und interne Weisungen zur Gleichstellung eingetragener Partnerschaften.

Altersverteilung der Mitarbeitenden der Bank Coop

Anzahl Mitarbeitende



Mitwirkungsrechte und Partizipation

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

Gesundheitsförderung

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

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

Ergonomie am Arbeitsplatz

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

Umgang mit Stress und Ernährung

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

Sport und Bewegung

Der Sportclub bietet den Mitarbeitenden die Möglichkeit, verschiedene Sportarten auszuüben. Darüber hinaus organisieren die Mitglieder des Sportclubs einen Sommersporttag und ein Schneeweekend, an denen sämtliche Mitarbeitenden teilnehmen können. An Laufanlässen wie dem Grand-Prix von Bern oder dem Stadtlauf von Basel ist die Bank mit eigenen Teams vertreten. Die Bank Coop beteiligte sich auch 2011 wieder an der schweizweiten Aktion «bike to work», welche eine sportliche und gesunde Mobilität der Mitarbeitenden per Velo fördern soll.

Ideen-Management

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

Pensionskasse

Alle Mitarbeitenden, die das 17. Altersjahr vollendet haben, sind bei der Pensionskasse der Basler Kantonalbank (PK BKB) versichert (Ausnahmen regelt das Vorsorgereglement). Oberstes Organ der Pensionskasse ist der aus acht Mitgliedern paritätisch zusammengesetzte Stiftungsrat. Die Bank Coop stellt je zwei Arbeitgeber- und zwei Arbeitnehmervertreter. Die Arbeitgebervertreter werden vom Verwaltungsrat, die Arbeitnehmervertreter von den Versicherten auf Antrag der Personalkommission der Bank Coop gewählt.

Weitere Informationen zur Vorsorgeeinrichtung, s. GB 2011, S. 106

 www.bankcoop.ch/gb-2011.pdf

Sexuelle Belästigung, Mobbing

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

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

Arbeitsbedingungen

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

Vereinbarung über die Arbeitsbedingungen der Bankangestellten

 www.agv-banken.ch/vab_2010.pdf

Das Personalhandbuch Bank Coop regelt alle personellen und sozialpolitischen Fragen im Zusammenhang mit dem Stellungsverhältnis zwischen dem Mitarbeitenden und der Bank Coop. Es enthält die Vorschriften und Richtlinien im personellen Bereich. Das Personalhandbuch bildet einen integrierenden Bestandteil des Stellungsvertrages 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

Alle Angaben per 31.12.	2009	2010	2011
Anzahl Mitarbeitende (teilzeitbereinigt, 100%-Stellen = FTE, gewichteter Personalbestand: Lernende und Praktikanten/-innen zu 50% angerechnet)	624,6	600,3	584,5
Anzahl Stellen (FTE)	k.A.	k.A.	610,85
Anteil Frauen am Bestand der Mitarbeitenden	41,4%	44,7%	40,9%
Anteil Frauen in Kader und Direktion	21,1	23,6	24,1
• Anteil Frauen im Kader	26,6	28,5	29,3
• Anteil Frauen in der Direktion	5,6	7,0	9,9
Teilzeitquote Frauen	40,4%	41,1%	38,7%
Teilzeitquote Männer	9,1	10,0	10,3
Teilzeitquote gesamt	22,1	22,8	21,9
Teilzeitstellen (FTE)	k.A.	k.A.	133,9
• Frauen	k.A.	k.A.	96,8
• Männer	k.A.	k.A.	37,1
Anzahl Vollzeitstellen	465	507	477
• Frauen	k.A.	k.A.	153
• Männer	k.A.	k.A.	324
Anzahl Teilzeitstellen	285	222	210
• Frauen	191	155	148
• Männer	94	67	62
Anzahl Lernende und Praktikanten/-innen	59	57	52,8
Frauenquote Lernende und Praktikanten/-innen	52,2%	54,4%	45,5%
Fluktuationsrate (netto)*	4,4%	6,3%	6,8%
• Frauen	5,8%	7,9%	7,2%
• Männer	3,3%	5,1%	6,6%
Nach Alter: bis 25 Jahre	k.A.	k.A.	9,8%
26 bis 35 Jahre	k.A.	k.A.	12,2%
36 bis 45 Jahre	k.A.	k.A.	6,0%
ab 46 Jahre	k.A.	k.A..	2,7%
Fluktuationsrate (brutto)*	8,1%	12,5%	14%
• Frauen	k.A.	k.A.	17,1%
• Männer	k.A.	k.A.	11,8%
Nach Alter: bis 25 Jahre	k.A.	k.A.	27,1%
26 bis 35 Jahre	k.A.	k.A.	17,2%
36 bis 45 Jahre	k.A.	k.A.	9,8%
ab 46 Jahre	k.A.	k.A.	7,4%
Ausbildungstage total	1346	825,5 (2574)**	766,5
Ausbildungstage pro Mitarbeitende/-en	2,15	1,35 (4,21)**	1,31
Ausbildungskosten total in 1000 CHF (ohne Kosten für IT-Migration)	892	856	1005
Ausbildungskosten pro Mitarbeitende/-en in CHF	1428	1399	1720
Krankheitsquote (Absenzen in % der geleisteten Sollarbeitszeit)	2,0	1,7	2,3%
Personalaufwand in 1000 CHF	84 106	84 600	81 889

* Fluktuationsrate nach Regionen siehe www.bankcoop.ch/Fluktuationsrate-Regionen.pdf

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

Verantwortlich handeln – Engagement für die Umwelt

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

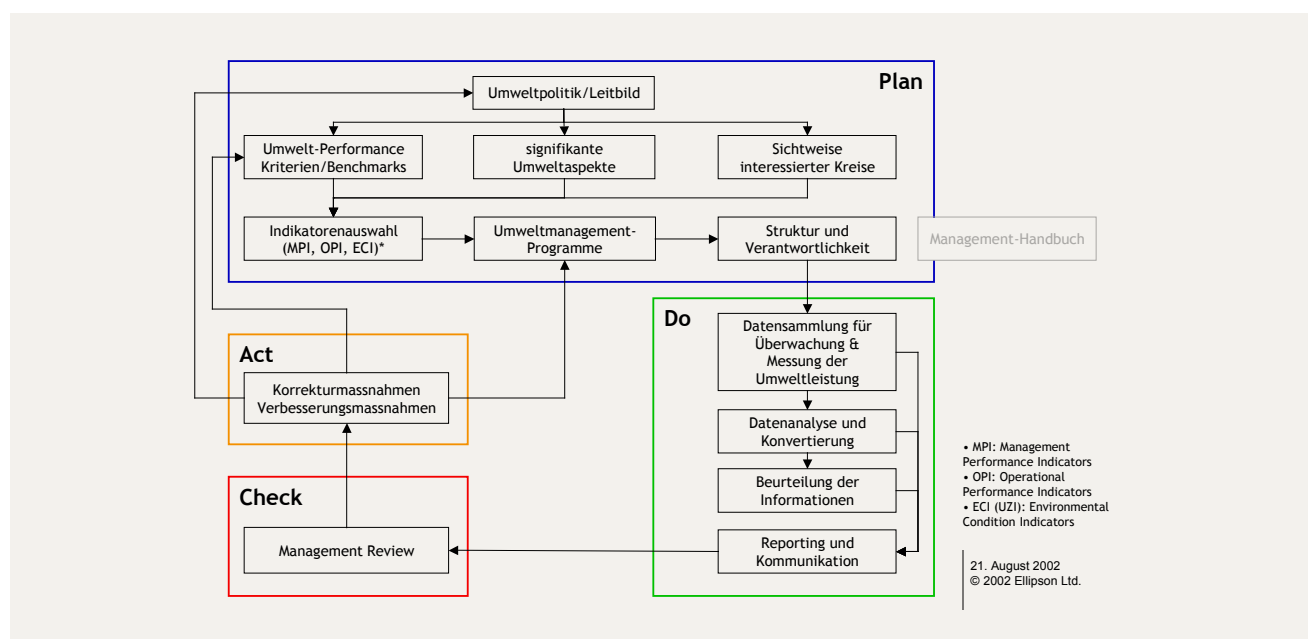
Die übergeordneten Zielsetzungen der Umweltpolitik sind im Umweltleitbild und in der Klimastrategie des Konzerns festgelegt.

Umweltleitbild des Konzerns BKB/Bank Coop

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

Betriebliches Umweltmanagement

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



Übersicht über das Umweltmanagement-System der Bank Coop

Kennzahlen für die betriebliche Umweltleistung

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

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

VfU-Leitfaden zur Umweltberichterstattung von Finanzdienstleistern
 www.vfu.de

 www.globalreporting.org

Methode zur Erhebung der Kennzahlen

Die betriebsökologischen Kennzahlen beziehen sich jeweils auf die Periode 1.7.-30.6. Ausgewiesen werden die Kennzahlen der letzten vier Perioden für den Hauptsitz (253 resp. 41% der Mitarbeitenden) und die vier Regionsitze Bern, Lausanne, Lugano und Zürich (130 resp. 21% der Mitarbeitenden) der Bank Coop. Die umweltrelevanten Werte entsprechen damit rund zwei Dritteln (62%) der Mitarbeitenden und der Büro- und Verkehrsfläche.

Im Jahr 2011 wurden die Strukturdaten der Umweltmanagement-Software SoFi der Bank Coop soweit nötig aktualisiert und angepasst. Weiter wurden Emissionsfaktoren, Zuordnungen und Verteilschlüssel überprüft und wo nötig aktualisiert. Das Update der VfU-Kennzahlen im Jahr 2010 hatte einige Änderungen in den Datenreihen zur Folge, da sich teilweise die Umrechnungsfaktoren für die Emissionsfaktoren und die Primärenergie stark verändert haben. Ausserdem werden ab der Periode 2010/2011 die Kennzahlen und teilweise die Systemgrenze erweitert. Das bedeutet, dass neu auch die Kennzahlen zum Geschäfts- und Pendelverkehr sowie

zu den Postversänden der Bank Coop aufgenommen wurden und z.B. die Treibhausgasemissionen zusätzlich für die Gesamtbank ausgewiesen werden. Ein Vergleich zu den vorhergehenden Perioden ist daher nur noch eingeschränkt möglich.

Benchmark

Als Orientierungshilfe zur Einschätzung der Leistung und zur Abschätzung der Potenziale zur Effizienzsteigerung im betrieblich-operativen Bereich wird der Vergleich mit 9 weiteren Geschäftsbanken in der Schweiz herangezogen. Als Benchmark dient die durchschnittliche Leistung der Benchmarkpartner (publizierte Daten aus dem Jahr 2010). Die Bank Coop setzt sich zum Ziel, in allen Bereichen besser zu sein als der Durchschnitt der Vergleichsbanken.

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

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

Weitere Informationen zu Grundlagen und Methoden der Datenerhebung und zum Umweltmanagement

 www.bankcoop.ch/management_review_10_11.pdf

Absolute Kennzahlen

Umweltleistung in Kennzahlen	GRI ¹	Datenqualität	Einheit	2008/2009	2009/2010	2010/2011
Total Papierverbrauch	(EN1)	3	t	160	157	103
Anteil Recyclingpapier	EN2			91%	94%	93%
Frischfaser TCF				9%	6%	7%
Energie²	EN4 (EN3)	3	kWh	3 812 344	3 448 072	2 930 448
Elektrizität				51%	53%	58%
Fernwärme				49%	47%	42%
Total Primärenergie²	EN4	3	kWh	5 317 286	4 794 804	3 332 830
Total Wasserverbrauch²	EN8	3	m³	5 311	5 050	4 434
Trinkwasser				100%	100%	100%
Postversände		3	Stück			2 151 200
Geschäfts- und Pendelverkehr³	EN29		km			
Geschäftsverkehr		2	km			1 179 237
Bahn		3	km			930 100
Pkw		2	km			249 137
Flugzeug		2	km			-
Pendelverkehr		2	km			5 086 455
Total Entsorgung²	EN22	2	t	113	89,2	75,5
Wertstoffe, getrennt und rezykliert				71%	71%	72%
Verbrennung				28%	26%	28%
Elektroschrott				<1%	3%	0%
Direkte und indirekte Emissionen		2	t	479	321	940
Emissionen direkt	EN16		t	136	72	109
Emissionen indirekt	EN16		t	278	114	167
Emissionen indirekt «andere»	EN17		t	65	135	664

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

² Hauptsitz und Regionensitze (62% der gesamten Mitarbeitenden).

³ Teilweise hochgerechnet auf 100% der Mitarbeitenden auf Basis von 3 Monaten bzw. 51% der Mitarbeitenden.

Relative Kennzahlen

	Einheit	2008/2009	2009/2010	2010/2011	Benchmark ² Mittelwert
Energie¹	MJ/MA	32 662	30 461	27 631	36 070
Strom	MJ/MA	15 958	16 037	16 027	22 965
Heizenergie	MJ/MA	16 703	14 424	11 604	12 417
Papier	kg/MA	247	245	166	198
Anteil Recyclingpapier	%	91	94	93	22
Drucker-/Kopierpapier	S A4/MA	16 675	11 176	12 930	-
Wasser¹	l/MA/d	51	50	46	69
Abfälle¹	kg/MA	269	219	198	216
Anteil Recycling	%	71	71	72	71
Anteil Verbrennung	%	28	26	28	-
Anteil Sonder-/Spezialabfälle ⁴	%	1	3	-	-
Geschäfts- und Pendelverkehr					
Geschäftsverkehr	km/MA			1 906	1 551
Pendelverkehr	km/MA			8 221	-
Indirekte Energie und Primärenergie¹					
Indirekte Energie (und direkte Energie für Zürich und Lugano)	MJ/MA	32 662	30 461	27 631	-
Primärenergie	MJ/MA	45 555	42 359	31 434	-
Primärenergie «andere»	MJ/MA	4 474	6 141	23 655	-
Treibhausgas-Emissionen³ (für die Perioden 08/09 und 09/10 nur für HS und RS ausgewiesen)	kg/MA	1 138	790	1 519	1 528
Emissionen aus direktem Energieverbrauch	kg/MA	324	232	176	-
Emissionen aus indirektem Energieverbrauch	kg/MA	660	226	270	-
Emissionen aus indirekten Energieverbrauch «andere»	kg/MA	154	331	1074	-

¹ Hauptsitz und Regionensitze (62% der gesamten Mitarbeitenden).

² Datenbasis Benchmark: letztmals publizierte Kennzahlen vergleichbarer Geschäftsbanken CH.

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

⁴ Nicht nur Sonderabfälle im eigentlichen Sinn, auch Elektroschrott.

Gebäudemanagement und Betriebsökologie

Ein grosses Potenzial im Hinblick auf einen ressourcen- und umweltschonenden Bankbetrieb liegt im Gebäudemanagement. Deshalb achtet die Bank Coop bei allen Bau- und Sanierungsvorhaben und beim Betrieb und Unterhalt der Gebäude auf Energie- und Ressourcenschutz sowie auf den Einsatz von gesundheitsverträglichen Materialien. Durch verschiedene Sanierungsvorhaben und Massnahmen im Bereich der Haustechnik sollen Energieeinsparungen erzielt werden. In Brugg wurde im Rahmen der Gesamtsanierung des Einkaufszentrums Neumarkt die komplette Geschäftsstelle umgebaut und im Dezember 2011 eingeweiht. Die Geschäftsstelle in Biel wird zurzeit ebenfalls umgebaut, da im ersten Quartal 2012 die Fassade sowie die Haustechnikanlage nach dem MinergieP-Standard saniert werden sollen.

Auf dem Dach des Gebäudes der Bank Coop am Aeschenplatz 3 wurde im Januar 2011 eine Fotovoltaikanlage errichtet und offiziell im April 2011 in Betrieb genommen. Bis Ende 2011 hat sie bereits fast 15 000 kWh Strom produziert. Dieser Solarstrom wird vollständig von der Bank Coop für die eigenen Gebäude genutzt.

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.

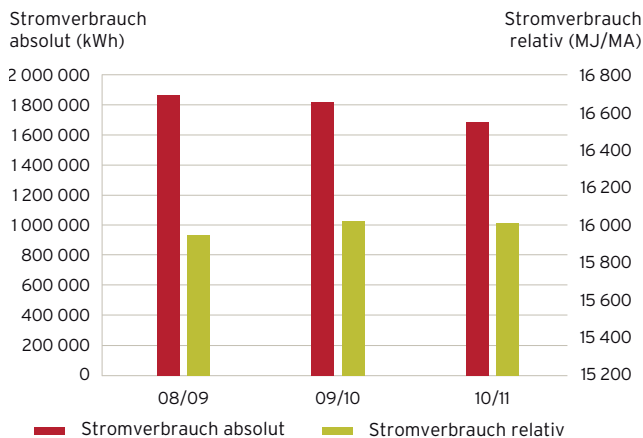
 www.kbob.ch
 www.eco-bau.ch

Elektrizität

Am Hauptsitz und an den Regionensitzen hat der Stromverbrauch in der Periode 2010/2011 leicht abgenommen (Abnahme um 6%). Die Betrachtung über alle erfassten Zeitperioden zeigt auf, dass sowohl der absolute wie auch der relative Stromverbrauch (am Hauptsitz und an den Regionensitzen gesamt) kontinuierlich leicht zurückgegangen sind. Dies ist durch verschiedene fortlaufende Massnahmen zu begründen, wie z.B. den Einsatz von energieeffizienten Geräten und auch die Bewusstseinsbildung für Mitarbeitende mag dazu beigetragen haben.

Seit Beginn der Datenerhebung im Jahr 2003 konnte der Stromverbrauch kontinuierlich gesenkt werden. Gesamthaft (Regionensitze und Hauptsitz zusammengefasst) konnte der absolute Stromverbrauch seit der Periode 2007/2008 um 11% und der relative Verbrauch um 3% gesenkt werden. Der relative Stromverbrauch beträgt an Hauptsitz und Regionensitzen zusammen 16 027 MJ/MA.

Strombedarf im mehrjährigen Vergleich (Hauptsitz und Regionensitze)



100% Strom aus erneuerbaren Quellen

Die Bank Coop setzt auf erneuerbare Energien und nutzt für ihren Bankbetrieb ausschliesslich Strom aus erneuerbaren Stromquellen. Damit setzt sich die Bank Coop für eine nachhaltige Energieversorgung in der Schweiz ein.

Seit Januar 2011 ist auf dem Dach des Geschäftssitzes der Bank Coop in Basel eine Fotovoltaikanlage in Betrieb. Diese ist ein Bekenntnis zur zukunftsweisenden Solartechnologie. Die Bank Coop nutzt den auf ihrem Gebäude produzierten Solarstrom vollumfänglich selbst. Sie speist den Strom ins öffentliche Netz ein und kauft ihn als Solarstrom wieder zurück. Im Jahr 2011 wurden knapp 15 000 kWh Strom erzeugt und genutzt.

Das Kleinwasserkraftwerk Weissenburg im Simmental wurde 1999 auf private Initiative revitalisiert und erzeugt jährlich ca. 2 Mio. kWh Strom. Die gesamte ökologische Stromproduktion dieses Kleinwasserkraftwerkes wird exklusiv von der Bank Coop genutzt.

Der von den IWB am Hauptsitz in Basel bezogene Strom stammt bereits seit 2009 aus erneuerbaren Quellen wie Wasserkraft, Solar- und Windenergie.

Mit dem Bezug von Ökostrom aus Weissenburg, von Solarstrom und von 100% erneuerbarem, atomstromfreiem Strom des Energieversorgers in Basel deckt die Bank Coop ihren Strombedarf in der ganzen Schweiz vollständig aus erneuerbaren Quellen mit Herkunftsnachweis.

www.weissenburger-oekostrom.ch
www.iwb.ch/stromkennzeichnung
www.adev.ch

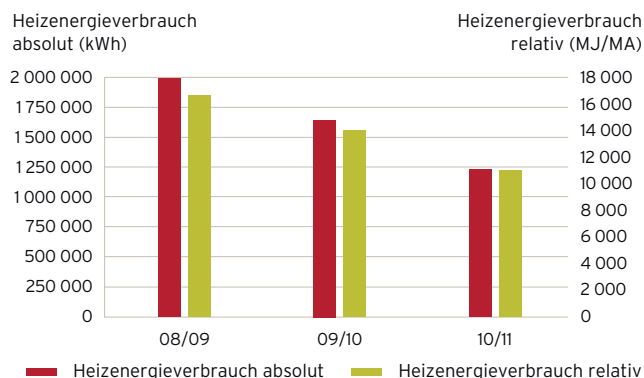
Heizenergie

Die Heizenergie wird am Hauptsitz und an den Regionensitzen Bern und Lausanne in Form von Fernwärme bezogen (an den beiden Regionensitzen Lugano und Zürich werden die Heizungen mit Erdgas betrieben). Verglichen mit der Messperiode 2009/2010 hat der Heizenergieverbrauch am Hauptsitz um 31% abgenommen. An den Regionensitzen hat der Heizenergiebedarf ebenfalls um 18% abgenommen. Gesamthaft ist der Heizenergiebedarf an Hauptsitz und Regionensitzen daher um 25% zurückgegangen. Ein Grund für den starken Rückgang

ist die geringere Anzahl an Heizgradtagen* und damit der geringere Heizenergieverbrauch in der Periode 2010/2011 im Vergleich zur Vorperiode. Zusätzlich spielen interne Massnahmen oder haustechnische Veränderungen eine Rolle für die Reduktion.

Bezieht man den Heizenergieverbrauch auf die Energiebezugsfläche, ergibt sich für die drei Gebäude des Hauptsitzes ein Wert zwischen 24 und 58 kWh/m². Dieser Wert hat sich im Vergleich zur Vorperiode wiederum leicht verbessert. Laut verschiedenen Studien (z.B. WKO 2003, Branchenberatung Energie, Energiekennzahlen und -sarpotenziale für Bürogebäude) und in Bezug auf deren Vergleichszahlen (durchschnittlicher Verbrauch von 90-150 kWh/m²) liegen diese Werte im unteren Bereich und sind somit als gut zu bezeichnen.

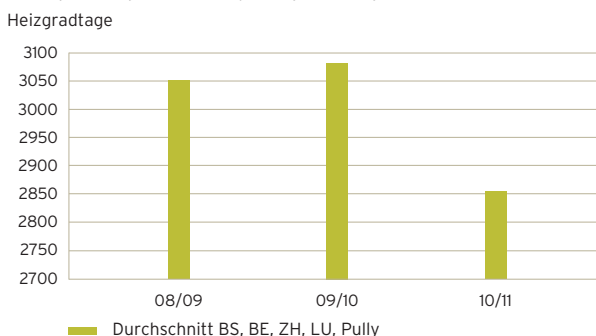
Fernwärmebedarf im mehrjährigen Vergleich (Hauptsitz und Regionensitze)



* 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 im mehrjährigen Vergleich



100% erneuerbar - Herkunft der Fernwärme am Hauptsitz in Basel

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

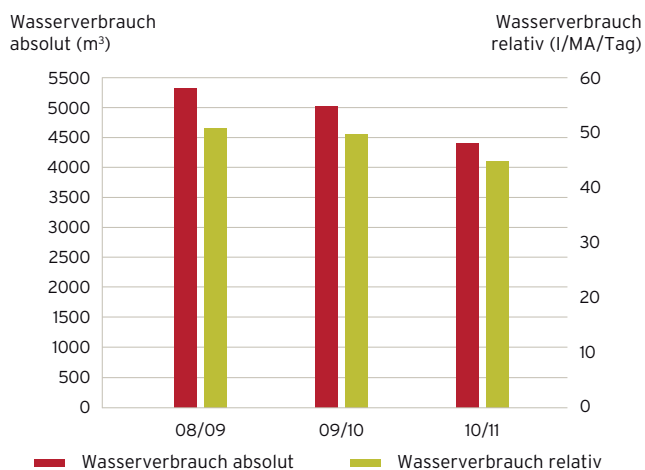
Wasserbedarf

Die ökologische Relevanz des Wasserverbrauchs der Bank Coop ist nur wenig bedeutend. Gewinnung, Aufbereitung, Verteilung und Reinigung von Wasser ist aber mit hohem Aufwand und Energieeinsatz verbunden. Ein

bewusster Umgang mit der Ressource Wasser ist deshalb angezeigt. Der Wasserverbrauch der Bank Coop beschränkt sich auf den Bedarf der sanitären Anlagen, der Haustechnik, des Reinigungsunterhalts und im vernachlässigbaren Rahmen für die Bewässerung. An allen Standorten ist Trinkwasser in ausreichender Menge und in guter Qualität verfügbar.

Der absolute Trinkwasserverbrauch ist in den letzten Jahren sukzessive zurückgegangen. Gründe für den Rückgang sind vor allem haustechnische Optimierungen. Der relative Verbrauch am Hauptsitz und an den Regionensitzen ist in den letzten Jahren leicht gesunken, er liegt in der Periode 2010/2011 bei 46 Litern pro Mitarbeitenden pro Tag. Am Hauptsitz fällt der relative Wert etwas geringer aus und liegt bei 43 Litern pro Mitarbeitenden pro Tag.

Trinkwasserverbrauch der Bank Coop im mehrjährigen Vergleich (Hauptsitz und Regionensitze)



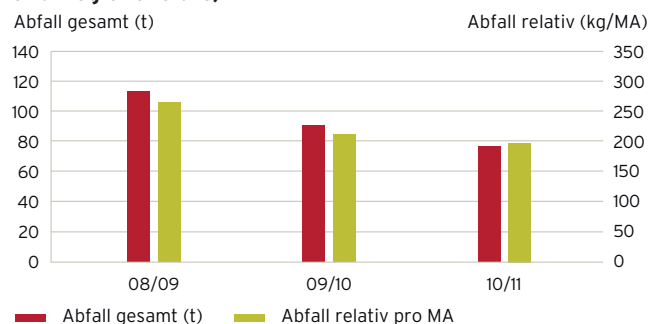
Abfall

Die ökologische Relevanz des Abfallaufkommens der Bank liegt vor allem im Entzug von Wertstoffen aus dem Stoffkreislauf, in 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. In der Periode 2010/2011 ist kein Sonderabfall angefallen. Die gesamte Entsorgungsmenge der Abfälle am Hauptsitz ist gegenüber der Vorperiode um 15% zurückgegangen. An den Regionensitzen fällt gesamthaft gesehen relativ wenig Abfall an (durchschnittlich 8 t pro Jahr).

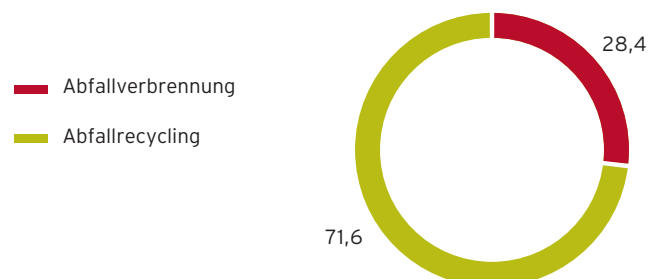
Der relative Anteil des Abfallaufkommens ist ebenfalls sowohl am Hauptsitz als auch gesamthaft an den Regionensitzen und dem Hauptsitz leicht zurückgegangen. In der Periode 2010/2011 beläuft sich das relative Abfallaufkommen auf 198 kg pro Mitarbeitendem. Dies ist ein Rückgang um 10% im Vergleich zur Vorperiode. Die positive Entwicklung des Abfallaufkommens ist auf einen Rückgang von Drucksachen und den verminderten Einsatz von Listepapieren zurückzuführen. Zusätzlich wird durch regelmässige, gezielte Aktionen und Entsorgungshinweise das Bewusstsein der Mitarbeitenden zur Abfallvermeidung gefördert. Der Anteil des rezyklierten Abfalls ist mit 72% hoch.

Abfallaufkommen im mehrjährigen Vergleich (Hauptsitz und Regionensitze)



Abfallanteile gesamt 2010/2011

in %



Papier

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

Der Anteil Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch ist in der Berichtsperiode auf einem konstant hohen Niveau von 93% geblieben. Damit nimmt die Bank Coop beim Einsatz von Recyclingpapier einen Spitzenplatz unter den Unternehmen in der Schweiz ein. Bevorzugt werden für alle internen und externen Anwendungen Recyclingpapiere, die mit dem Label «Blauer Engel» ausgezeichnet sind und somit höchsten ökologischen und technischen Ansprüchen genügen. Damit stellt die Bank Coop sicher, dass auch Dienstleistungen, welche ausserhalb der Bank Coop für sie erbracht werden, die hochstehenden Nachhaltigkeitsansprüche der Bank Coop erfüllen.

Ab Januar 2011 wurde die Verarbeitung des Kundenoutputs vom Druckzentrum der Bank Coop zur Swiss Post Solutions, einer Tochtergesellschaft der Post, verlegt. Auch dort wird für alle Bankbelege und Briefumschläge zu 100% Recyclingpapier eingesetzt.

Der «Blaue Engel»

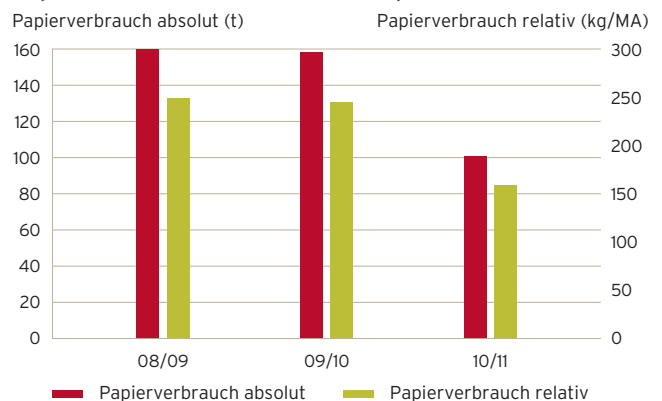
Der «Blaue Engel» ist ein anerkanntes Gütesiegel für besonders umweltschonende Produkte und Dienstleistungen. Mit dem Umweltlabel «Blauer Engel» werden Papiere ausgezeichnet, die hohen ökologischen Anforderungen bezüglich Wasser- und Energieverbrauch bei der Herstellung, der Auswahl der eingesetzten Altpapiere (Post-Konsum) und der Verwendung von Chemikalien und Hilfsstoffen entsprechen. Daneben werden aber auch Qualitätsanforderungen gestellt, z.B. Gebrauchsfähigkeit und Archivierbarkeit.

Die Bank Coop verwendet ausschliesslich Recyclingpapiere, die mit dem Label «Blauer Engel» oder «FSC Recycling» ausgezeichnet sind.

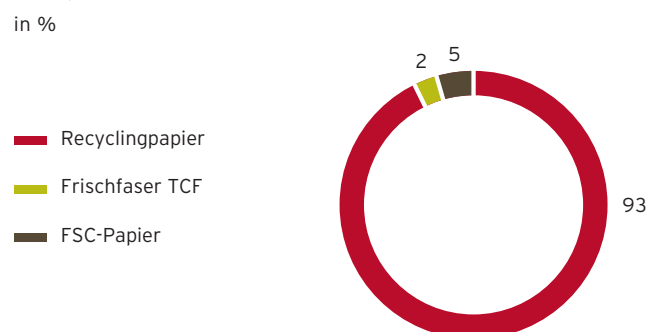
Neben dem Entscheid zum Einsatz von Recyclingpapier sind Anstrengungen zur Senkung des Papierverbrauchs von entscheidender Bedeutung. Die seit 2003/2004 erfolgte kontinuierliche Senkung des Papierverbrauchs wurde in der Berichtsperiode fortgesetzt. Im Vergleich zur Vorperiode konnte der Papierbedarf gesenkt werden (Abnahme um knapp 34%). Dazu beigetragen hat unter anderem die seit Anfang 2011 angebotene Dienstleistung «E-Dokumente». Kundinnen und Kunden können entscheiden, ob sie auf die Zustellung ihrer Anzeigen und Bankbelege in Papierform verzichten wollen und diese nur noch in elektronischer Form erhalten möchten. Im Vergleich zum Anfangsjahr der Datenerfassung 2003 konnte der Gesamtpapierbedarf durch die Umsetzung verschiedener Massnahmen um mehr als 50% respektive über 120 Tonnen Papier gesenkt werden.

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

Papierverbrauch während der Messperiode 2010/2011



Zusammensetzung des Papierverbrauches während der Messperiode 2010/2011



Geschäftsreiseverkehr und Pendelverkehr - Mobilitätsmanagement

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

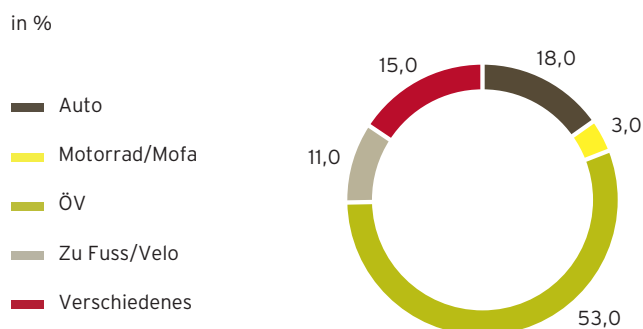
Der Geschäfts- und der Pendelverkehr eines Unternehmens haben vor allem aufgrund des Verbrauchs von meist fossilen Energieträgern (Benzin, Kerosin, Diesel) eine grosse Relevanz. Die Treibhausgasemissionen, die bei der Verbrennung dieser Treibstoffe freigesetzt werden, haben massgebliche Auswirkungen auf das Klima. Bei der Bank Coop fällt ein grosser Teil des Geschäfts- und Pendelverkehrs auf Bahnreisen und andere öffentliche Verkehrsmittel, welche im Vergleich zu Fahrten mit dem Pkw deutlich geringere Emissionen verursachen. Zudem kommt es aufgrund der nationalen Ausrichtung nur in Ausnahmefällen zu Flugreisen im Rahmen des Geschäftsverkehrs. Im Jahr 2011 sind keine Flugreisen angefallen.

In der Periode 2010/2011 wurde der Geschäfts- und Pendelverkehr der Bank Coop erstmalig detailliert erhoben und in die Umweltbilanz aufgenommen.

Die zurückgelegte Wegstrecke für den Geschäftsverkehr betrug in der Periode 2010/2011 insgesamt 1 179 237 km. Dabei fiel der grösste Anteil auf die Bahnkilometer. Die Nutzung der firmeneigenen Fahrzeuge und der Privatfahrzeuge macht nur einen geringen Anteil aus. Diese Verteilung spiegelt die Tatsache wider, dass die Bank Coop eine national tätige Bank ist.

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

Anteile Pendelverkehr der Mitarbeitenden der Bank Coop gesamt 2010/2011



Die gute Erreichbarkeit und die zentrale Lage der Geschäftsliegenschaften der Bank Coop haben für die Mitarbeitenden den Vorteil, dass sie ihren Arbeitsplatz in der Regel mit den öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Velo erreichen können. Den Mitarbeitenden der Bank Coop werden deshalb - abgesehen von wenigen Ausnahmen - keine Parkplätze für Privatfahrzeuge zur Verfügung gestellt. Die Länge des durchschnittlichen täglichen Arbeitsweges eines Bank Coop-Mitarbeitenden beträgt 17,5 Kilometer. 64% der Mitarbeitenden legen dabei ihren Arbeitsweg per öffentlichen Verkehr, per Velo oder zu Fuss zurück. Der Anteil der Mitarbeitenden, welche das Auto oder das Motorrad/Mofa für den Arbeitsweg nutzen, liegt bei 21%. Die restlichen 15% der Mitarbeitenden nutzen die Verkehrsmittel je nach Jahreszeit, Witterungsverhältnissen oder persönlichen Aspekten unterschiedlich häufig für den Arbeitsweg.

Im Jahr 2011 hat die Bank Coop zum vierten Mal an der gesamtschweizerischen Aktion «bike to work» teilgenommen. Die Aktion setzt sich für ein gesundes und umweltbewusstes Mobilitätsverhalten ein und soll Mitarbeitende dazu animieren, mit dem Velo zur Arbeit zu kommen.

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

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

Klimapolitik und Klimastrategie

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.

Klimastrategie des Konzerns

Die Umsetzung einer effektiven Energie- und Klimapolitik ist nicht nur eine Aufgabe staatlicher Instanzen, sondern eine Herausforderung, die von der gesamten Bevölkerung und von der Wirtschaft gemeinsam angenommen und getragen werden muss. Die Zielsetzungen der übergeordneten Strategie im Energie- und Klimabereich des Bundes und der Kantone bilden denn auch die Grundlage der Klima- und Energiestrategie des Konzerns Basler Kantonalbank und damit der Bank Coop. Die Klimastrategie legt die Grundsätze der Klima- und Energiepolitik des Konzerns Basler Kantonalbank fest.

Die Klimazielsetzung des Konzerns ist langfristig ausgerichtet. Zielhorizont ist das Jahr 2020. Generelle Zielsetzung ist die kontinuierliche Senkung des eigenen Energieverbrauchs (Steigerung der Energieeffizienz), die Substitution der Energieträger sowie die Senkung der anrechenbaren indirekten Treibhausgase.

Der Bezugsrahmen für die Klimazielsetzung wird wie folgt definiert:

- Scope 1: direkte klimawirksame Emissionen der Bank durch den Verbrauch von Heizöl, Erdgas und Treibstoffen für Geschäftsfahrten
- Scope 2: indirekte klimawirksame Emissionen aus der Bereitstellung von Energie (z.B. Strom, Fernwärme)
- Scope 3: indirekte klimawirksame Emissionen aus Geschäfts- und Pendelfahrten, aus Papier, Wasser, Abfall und dem Versand von Briefen und Paketen

Ziele und Massnahmen zur Erreichung der generellen Zielsetzung sind in der Klimastrategie des Konzerns Basler Kantonalbank/Bank Coop verpflichtend festgeschrieben. So sieht die Strategie vor, dass bis zum Jahr 2020 der Konzern seinen direkten Energieverbrauch zu 100% aus erneuerbaren Quellen deckt. (Wasserkraft, Wind-, Solarenergie, Biomasse, Geothermie.) Die Senkung des Klimabeitrags bei Scope 3 soll gegenüber der Ausgangsperiode 2003/2004 (Beginn der systematischen Erhebung der Daten) mindestens 50% betragen. Über die umgesetzten Massnahmen und die erreichten Ergebnisse geben die Management Reviews zum Umweltmanagement und der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht Auskunft.

Swiss Climate CO₂-Label Silber

Die Bank Coop ist bestrebt, durch gezielte Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen und damit zum Klimaschutz beizutragen. Im Jahr 2011 erhielt die Bank Coop zum ersten Mal das Label Swiss Climate CO₂-Silber. Dieses Label wird an Unternehmen vergeben, die eine vollständige Treibhausgasbilanz nach den Vorgaben der ISO-Norm 14064 und dem Greenhouse Gas Protocol erstellen und sich verpflichten, anhand konkreter Massnahmen ihre Emissionen zu senken. Das Label beinhaltet eine externe Prüfung der Treibhausgasbilanz der Bank Coop durch die SQS (Schweizerische Vereinigung für Qualitäts- und Managementsysteme).



Zertifikat Swiss Climate CO₂-Label Silber

 www.bankcoop.ch/Swissclimate-Zertifikat-silber.pdf

Mit der freiwilligen Beitrittserklärung zum Programm der Energie-Agentur der Wirtschaft bekennt sich die Bank Coop ebenfalls zur aktiven CO₂-Reduktion.

Zertifikat freiwilliger Klimaschutz EnAW

 www.bankcoop.ch/EnAW-Zertifikat.pdf

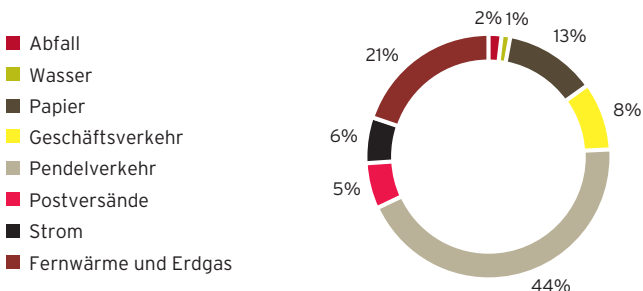
Treibhausgasemissionen der Bank Coop

Zwar leistet die Bank Coop mit rund 940 Tonnen CO₂-Äquivalenten pro Jahr einen Beitrag an die gesamtschweizerischen Treibhausgasemissionen, als Dienstleistungsunternehmen zählt sie aber nicht zu den grossen Emittenten. Der Grossteil der der Bank Coop anrechenbaren 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. Weitere Emissionen entstehen aus dem Geschäfts- und Pendelverkehr, sowie den Postversänden. Letztere Parameter werden in der Periode 2010/2011 zum ersten Mal in die Treibhausgasbilanz der Bank Coop aufgenommen. Dadurch ist der Vergleich der Emissionen mit den Vorjahren nur noch eingeschränkt möglich, da sich durch die Erweiterung der Systemgrenzen die Werte stark erhöht haben.

Der von den IWB am Hauptsitz in Basel bezogene Strom ist seit 1.1.2009 zu 100% erneuerbar. Zur Beheizung der Gebäude des Hauptsitzes in Basel wird zudem seit der Heizperiode 2009 lokal erzeugte und erneuerbare Fernwärme mit ökologischem Mehrwert (IWB'Wärme Klima) eingekauft.

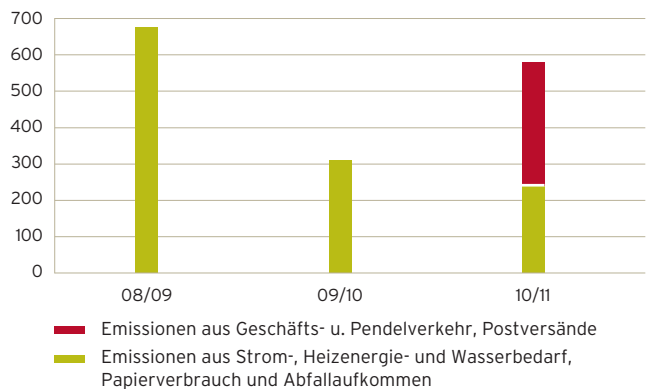
Bedingt durch den Bezug des 100% erneuerbaren Stroms, der klimaneutralen Fernwärme und andere Massnahmen können die Emissionen der Bank Coop gesenkt werden und so die negativen Auswirkungen auf das Klima reduziert werden.

Anteile der unterschiedlichen Quellen der Treibhausgasemissionen in der Messperiode 2010/2011



Indirekte Treibhausgasemissionen der Bank Coop aus dem Energieverbrauch im mehrjährigen Vergleich (Hauptsitz und Regionensitze)

Treibhausgasemissionen in t CO₂



Erhebung der Treibhausgasemissionen und Emissionsfaktoren

Die (indirekten) Emissionen, welche durch die Verwendung von Strom, Heizenergie (Fernwärme), Papier- und Wasserverbrauch sowie Abfallaufkommen entstehen, basieren auf den für die Finanzbranche massgeblichen VfU-Richtlinien und werden aufgrund der VfU-Kennzahlen berechnet. Die neu in die Umweltbilanz der Bank Coop aufgenommenen Parameter Geschäftsverkehr, Pendelverkehr und Postversände und die daraus entstehenden direkten und indirekten Emissionen werden mit Ausnahme der Postversände ebenfalls aufgrund der VfU-Kennzahlen berechnet. Damit werden ab der Periode 2010/2011 alle in den VfU-Richtlinien aufgeführten Kennzahlen erhoben und ausgewiesen.

Neben den absoluten Verbrauchswerten spielt auch die Art der Energieerzeugung eine Rolle für die Höhe der ausgestossenen Emissionen. So ist z.B. durch Kohlekraftwerke erzeugter Strom sehr viel emissionsreicher als Strom aus Wasserkraft. Aus diesem Grund setzt die Bank Coop für die gesamte Bank zu 100% erneuerbaren Strom ein. Nach ökobilanzierungstechnischen Grundlagen entstehen aber auch bei der Erzeugung von Strom aus erneuerbaren Energien Treibhausgasemissionen, weil die (technische) Bereitstellung, der Transport und die Infrastruktur mit Umweltauswirkungen behaftet sind. Die Bank Coop ist bestrebt, alle ihre Auswirkungen auf die Umwelt in ihre Überlegungen einzubeziehen, und berechnet ihre Emissionen aufgrund der VfU-Kennzahlen. Die Emissionen für den Energiebedarf der Bank Coop werden ebenfalls aufgrund der VfU-Kennzahlen ermittelt.

Neben dem sparsamen Einsatz von Ressourcen können ebenfalls durch den Einsatz von Recyclingpapier und anderen ökologisch vorteilhaften Materialien sowie ökologisch aufgewertete Fernwärme Emissionen vermieden werden. Aus diesem Grund hat sich die Bank Coop weitreichende Ziele gesetzt und Massnahmen formuliert, um die Auswirkungen aus ihrem Geschäftsbertrieb möglichst gering zu halten.

Position zur Kompensation von CO₂-Emissionen und Klimaneutralität des Geschäftsbetriebs

Zahlreiche Banken und andere Unternehmen streben den CO₂-neutralen Geschäftsbetrieb an oder haben diesen bereits umgesetzt. Dies geschieht im letzten Schritt weitgehend durch die Kompensation von nicht vermeidbaren Emissionen durch den Kauf von Emissionszertifikaten. Die Bank Coop hat die Kompensation von Treibhausgasemissionen ihres Geschäftsbetriebes ebenfalls geprüft. Nach einer genauen Analyse wurde allerdings beschlossen, zum heutigen Zeitpunkt den Schwerpunkt der Klimapolitik nicht auf die Kompensation, sondern auf die Vermeidung respektive Verminderung von Treibhausgasemissionen zu legen. Aufgrund der immer noch bestehenden Unsicherheiten bei der Kompensation (ob durch die Projekte auch wirklich die Menge an Emissionen eingespart wird, die verursacht wurde, Stichwort Zusätzlichkeit und Zeitspanne) ist es zielführender, Emissionen durch den effizienten Einsatz von Rohstoffen und den bewussten Umgang mit Ressourcen zu vermindern oder zu vermeiden. Kompensationsmassnahmen sollen sich auf unvermeidbare Emissionen beschränken und nicht als Alibi für unterlassene emissionsmindernde Massnahmen herangezogen werden. Das vorhandene Potenzial im Bereich der Emissionsminderung durch die Umsetzung von Massnahmen und das Potenzial bei der Schaffung von Bewusstsein und damit Verhaltensänderungen der Mitarbeitenden haben bei der Bank Coop Priorität. Die Kompensation von nicht vermeidbaren Treibhausgasemissionen wird jedoch laufend geprüft und kann zu einem späteren Zeitpunkt durchaus in Betracht gezogen werden. In der Klimastrategie ist diesbezüglich festgelegt, dass Kompensationsprojekte für Emissionen der Bank Coop neben der Forderung nach Additivität und der Zertifizierung nach dem Gold-Standard zu 90% im Inland/in der Schweiz sein müssen. Solche zuverlässigen Kompensationsprojekte existieren zum heutigen Zeitpunkt noch nicht.

Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen auf die Umwelt und das Klima

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 Kapital zur Verfügung stellen. Zudem will die Bank Coop mit dem Angebot von zinsvergünstigten Hypotheken Anreize zum energieeffizienten Bauen und Sanieren schaffen.

Die indirekten Auswirkungen der von der Bank Coop angebotenen und vertriebenen Produkte und Dienstleistungen auf die Umwelt sind ein entscheidender Faktor beim Engagement für Umwelt und Klima. Durch das Angebot von nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen werden ökologische Aspekte in die Entscheidungen einbezogen. Ebenfalls wird im gesamten Bankgeschäft (Anlage- und Kreditgeschäft) darauf geachtet, die negativen Auswirkungen auf Umwelt und Klima möglichst gering zu halten. Da bis jetzt weder eine anerkannte (nationale oder internationale) Berechnungsmethode noch ein anerkannter Standard für die genaue Berechnung der ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen (z.B. Emissionen) existiert, werden diese bis zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht gemessen und ausgewiesen. Die Bank Coop ist sich aber bewusst, dass gewisse Investitionen und Handlungen im Bereich der Produkte mehr negative ökologische Auswirkungen haben als andere. Soweit möglich und nachvollziehbar werden daher Lösungen bevorzugt, welche ökologische Aspekte in die Entscheidungsfindung einbeziehen. Das Angebot an Produkten und Dienstleistungen der Bank Coop ist so gestaltet, dass die negativen Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima gering gehalten werden.

Weitere Informationen zu Grundlagen und Methoden der Datenerhebung und zum Umweltmanagement

 www.bankcoop.ch/management_review_10_11.pdf

Verantwortlich handeln – Engagement für die Gesellschaft

Angesichts der komplexen Zusammenhänge zwischen Wirtschaft und Gesellschaft ist das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen Ausdruck gelebter Solidarität. Als Sponsor, mit Spenden und Sachzuwendungen, fördern wir aus diesem Grund Aktivitäten, die für das Zusammenleben im Sinne des Gemeinwohls wichtig sind. Im Jahr 2011 hat die Bank Coop wiederum Spenden und Vergabungen an über 200 Organisationen, Vereine und andere Institutionen in der ganzen Schweiz ausgerichtet und damit zur kulturellen und sozialen Vielfalt in der Schweiz beigetragen. Zudem engagiert sich die Bank Coop für Organisationen und Initiativen, die sich für soziale oder ökologische Belange in der Schweiz einsetzen. Damit unterstützt die Bank Coop Anliegen zur Verbesserung der Lebenssituation Benachteiligter und Anstrengungen zum Schutz und zur Bewahrung der Natur. Ein weiterer Schwerpunkt bildet die Unterstützung von Projekten, die der Frauen- und Familienförderung dienen.

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

Sich für Belange des Zusammenlebens in der Schweiz einzusetzen, der Natur Sorge zu tragen und wirtschaftlich verantwortlich zu handeln – das alles soll sich in unserem Engagement wiederfinden und gehört in unserem Verständnis zur gesellschaftlichen Verantwortung unserer Bank.

Krebsliga Schweiz

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

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

Cancer Charity Support Fund

Mit dem Cancer Charity Support Fund (CCSF) will die Krebsliga finanzielle Mittel in Form von Spendengeldern für die Krebsforschung generieren und ein Anlageinstrument für Investoren schaffen, die in Unternehmen aus dem Bereich der Krebsbekämpfung investieren wol-

len. Die Spendenbeiträge an die Krebsliga setzen sich aus einem Performanceverzicht seitens der Anlegerinnen und Anleger sowie einem Verzicht auf Verwaltungsgebühren seitens der Fondsleitung zusammen. Als Finanzpartnerin der Krebsliga hat sich die Bank Coop mit Eigenmitteln an der Lancierung des Fonds beteiligt. Zudem wird der Vertrieb des Fonds durch die Aufnahme in die Basisfondspalette unterstützt.

Schweizer Vätertag

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

Familienfreundliche Wirtschaftsregion Basel

Die Bank Coop gehört zu den Promotoren von «Basel. Familienfreundliche Wirtschaftsregion». Familienfreundlichkeit ist in mehrfacher Hinsicht ein Erfolgsfaktor: Wirtschaft und Staat profitieren gleichermaßen, wenn Familien ein günstiges Umfeld vorfinden. Dafür müssen sich aber auch beide gleichermaßen engagieren. Im Engagement als Promotor kann die Bank Coop dazu beitragen, ein Netzwerk von familienfreundlichen Unternehmen zu schaffen und den Austausch von Best-Practice-Ansätzen zu fördern.

Partnerschaft Verband Frauenunternehmen

Die Bank Coop ist Kooperationspartnerin des Verbands Frauenunternehmen. Der Verband engagiert sich seit über einem Jahrzehnt für den Erfolg von Unternehmerinnen und steht seinen rund 1200 Mitgliedern und Interessentinnen und Interessenten mit Rat und Tat aktiv zu Seite. Er bietet Frauen mit neu gegründeten und etablierten Unternehmen eine Plattform für Geschäftskontakte, fachlichen Austausch und Weiterbildung.

 www.frauenunternehmen.ch

Weihnachtsspenden

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

2011 wurden nachstehende Organisationen durch die Weihnachtsspende der Bank Coop mit insgesamt rund CHF 50 000.- unterstützt:

mountain wilderness

mountain wilderness ist die Partei der Berge. Die internationale und gemeinnützige Alpenschutzorganisation setzt sich ein für die Erhaltung der letzten Wildnisgebiete in den Bergen. Der Verein tritt ein für den Zugang in die Berge und für den Bergsport – jedoch mit mehr Respekt gegenüber der Bergwelt und der Natur.

 www.mountainwilderness.ch

Schweizer Kinderhilfswerk Kovive

In der Schweiz sind 260 000 Kinder von Armut betroffen, das ist jedes 6. Kind. Kovive lindert die Auswirkungen der Armut bei Kindern, Jugendlichen und Familien. Mit Erholungsangeboten wie Kinder- und Jugendlagern, Ferien bei Gastfamilien und Ferien für Familien mit kleinem Budget schützt das Kinderhilfswerk vor Ausgrenzung und fördert selbstständiges Wachsen aus persönlicher, wirtschaftlicher und sozialer Not.

 www.kovive.ch

Schweizerische Hämophilie-Gesellschaft (SHG)

In der Schweiz leben rund 800 von Gerinnungsstörungen betroffene Personen. Hämophilie gehört somit zu den seltenen Krankheiten, weshalb Betroffene und ihre Angehörigen (z.B. Eltern von kleinen Kindern) oft sehr isoliert sind. Die Schweizerische Hämophilie-Gesellschaft (SHG) ist eine nationale Patientenorganisation und setzt sich für Menschen mit einer Hämophilie oder anderen angeborenen Gerinnungsstörungen sowie deren Angehörige ein.

 www.shg.ch

Beurteilung durch Dritte



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

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

Topbewertungen bei Nachhaltigkeitsratings:

oekom research

Die Bank Coop ist von der Ratingagentur oekom research mit dem Status Prime eingestuft worden. Diejenigen Unternehmen, die im Rahmen des oekom Corporate Ratings zu den führenden Unternehmen ihrer Branche zählen und ein überdurchschnittliches Engagement in Sachen Umwelt und Soziales vorweisen, werden mit dem Status Prime ausgezeichnet. Von den weltweit analysierten rund 3100 Unternehmen aus 45 Branchen genügt aktuell nur jedes sechste Unternehmen den von oekom research festgelegten ökologischen und sozialen Anforderungen für den oekom-Status Prime. (Letztes Rating: 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 die ökologische und soziale Nachhaltigkeit von Unternehmen, Institutionen und Ländern. Die Bank Coop erzielt im Rating einen Nachhaltigkeits-Score von 77 Punkten. (Sektordurchschnitt 66 Punkte. Letztes Rating: 2010.).

Zürcher Kantonalbank

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

Rating Geschäfts- und Nachhaltigkeitsbericht: Spitzenplatz für die Bank Coop

Die Berichterstattung der Bank Coop erreichte im Ranking der Berichterstattung der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) hinter dem Unternehmen Geberit und der Schweizerischen Post den hervorragenden 3. Platz

Die FHNW (Institut für Unternehmensführung, Kompetenzzschwerpunkt nachhaltiges Management) analysiert seit 2002 jährlich die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichterstattung der 250 grössten Schweizer Unternehmen sowie einiger ausgewählter KMU. Neben den ökonomischen Belangen werden hierbei auch die sozialen und ökologischen Aspekte der Unternehmensführung betrachtet. Inhaltlich orientiert sich die Untersuchung am internationalen Berichterstattungs-Standard der Global Reporting Initiative (GRI) und legt besonderen Wert auf die Transparenz der Berichterstattung. (Rating Berichterstattung 2010.)

Global Reporting Initiative

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

GRI-Content-Index

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

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

Der GRI-Content-Index steht als Download unter www.bankcoop.ch/gri-content-index-2011.pdf zur Verfügung.

GRI-Anwendungsebene A+

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

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

* Sofern es für die Branche eine endgültige Version gibt.

Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Bank Coop** ihren Bericht „Der Nachhaltigkeitsbericht der Bank Coop 2011“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A+ erfüllt.

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

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

Amsterdam, April 16, 2012



Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



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

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

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am April 13, 2012. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Impressum/Kontakt

Herausgeberin

Bank Coop AG
Dufourstrasse 50
CH-4002 Basel

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

Kontakt

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

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

Konzeption und Umsetzung

Fachstelle Nachhaltigkeit

Fotografie

Titelbild: Res und Martin Eggen produzieren in ihrem Kleinwasserkraftwerk Weissenburger Ökostrom. (www.weissenburger-oekostrom.ch)
Fotos Titelbild, S. 21-24: Remo Ubezio, Bern ©
Fotos S. 24, historische Aufnahmen Grandhotel Weissenburgbad: Archiv Markus Krebs, Thun ©

Gestaltung

wendepunkt GmbH, Werbeagentur
www.wende-punkt.ch

Druck

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

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

Erscheinungsdatum: April 2012
 www.bankcoop.ch/nachhaltigkeit

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

Disclaimer

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

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

© Bank Coop

