

Partnerschaft ist unser Fundament

Berlin Hyp



**Grün. Stabil.
Zukunftsorientiert.**

Nachhaltigkeitsbericht 2016 der Berlin Hyp AG

Informativ in zwei Formaten

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht der Berlin Hyp informiert über die wesentlichen Themen und Aktivitäten für eine nachhaltige Entwicklung der Bank sowie ihrer Produkte. Für das Berichtsjahr 2016 wurde mit Blick auf das Berichtskonzept ein neuer Weg beschritten: Zum einen berichtet die Bank in Form einer GRI-Bilanz erstmals nach den 2016 veröffentlichten Standards der Global Reporting Initiative (GRI) in Übereinstimmung mit der Option „Kern“. Die GRI-Bilanz deckt auch den jährlichen Fortschrittsbericht über den Stand der Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact ab und ist im Internet unter www.berlinhyp.de veröffentlicht.

Die Bilanz wird zum anderen ergänzt um den vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht. Durch die Kombination von Bericht und Bilanz liegen zwei zielgruppenspezifische Formate vor, die adressatengerecht informieren. Während der Bericht herausragende Aktivitäten zur Nachhaltigkeit fokussiert und diese qualitativ beschreibt, gibt die Bilanz für Experten detailliert Auskunft zu wesentlichen Managementansätzen und Leistungsindikatoren. Für alle Leserinnen und Leser, die Bericht und Bilanz parallel lesen möchten, wurden Querverweise im Text mit einem Icon vermerkt. → GRI

Alle im Bericht genannten Daten und Fakten beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2016. Redaktionsschluss war der 30. April 2017. Auf einen Druck wird aus Gründen der Nachhaltigkeit verzichtet. Überall dort, wo statt der geschlechtsneutralen Differenzierung die verkürzte Sprachform gewählt wurde, umfasst diese grundsätzlich beide Geschlechter. Weiterführende Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit bei der Berlin Hyp finden Sie [hier](#).



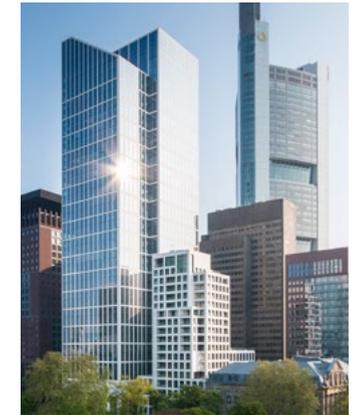
3 Offen im Gespräch

6 Solide im Wachstum

8 Urban im Trend

11 Systematisch im Ansatz

15 Nachhaltig im Kerngeschäft



20 Effizient an den Standorten

22 Partnerschaftlich als Arbeitgeber

24 Engagiert in der Gesellschaft



26 Impressum

Offen im Gespräch



„Wir wollen Zukunft denken und treten in unseren strategischen Märkten als einer der besten und nachhaltigsten Immobilienfinanzierer an.“

SASCHA KLAUS
Vorstandsvorsitzender der Berlin Hyp

Nach dem großen Aufwärtstrend der letzten Jahre gestaltet sich das Umfeld für gewerbliche Immobilienfinanzierer zunehmend anspruchsvoll. Neben einer Fülle regulatorischer Anforderungen verschärft sich die Wettbewerbssituation am Markt. Nach wie vor ist die Nachfrage ungebrochen hoch, jedoch wird die zunehmende Angebotsverknappung langsam spürbar. Wie kann es einer Bank in diesem Umfeld gelingen, den Ansprüchen an eine verantwortungsvolle Unternehmensführung gerecht zu werden und sich nachhaltig weiterzuentwickeln? Wie positioniert sich die Berlin Hyp zwischen Tradition und Aufbruch in dem schwieriger werdenden Marktumfeld? Diese Fragen zu der zukünftigen strategischen Weichenstellung diskutierten Sascha Klaus, Vorstandsvorsitzende der Berlin Hyp, Georg Fahrenschoon, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Berlin Hyp und Präsident des Deutschen Sparkassen- und Giroverbands, und Ralf Behnke, Nachhaltigkeitsbeauftragter der Bank. Durch das Gespräch führte Vanessa Landschoof-Schlichting, Leiterin des Nachhaltigkeitsmanagements.

Herr Klaus – wird sich die Berlin Hyp zu einer grünen Bank entwickeln? Sascha Klaus: Wir bleiben, wer wir sind: einer der größten gewerblichen Immobilienfinanzierer in Deutschland. Doch die Bedeutung von Nachhaltigkeit steigt – sowohl bei den Banken als auch am Immobilienmarkt. Laut Bundesumweltministerium werden rund ein Drittel des Ressourcenverbrauchs und der CO₂-Emissionen in Deutschland von Gebäuden verursacht. Nachhaltige Lösungen für die Errichtung und Sanierung von Immobilien werden demnach immer wichtiger. Die darin steckenden Chancen hat die Berlin Hyp schon vor Jahren erkannt, Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie fest verankert und in Prozessen und Strukturen vorangetrieben. In den zurückliegenden zwei Jahren haben wir uns mit großem Erfolg auf die nachhaltige Entwicklung unseres Kerngeschäfts konzentriert sowie Prozesse und Strukturen in der Bank geschaffen, um Green Building Finanzierungen zu identifizieren und incentivieren. Ende 2016 hatten wir bereits 1,8 Mrd. EUR Green Building Finanzierungen in den Büchern. Als wir im April 2015 den weltweit ersten Grünen Pfandbrief emittierten, haben wir am Kapitalmarkt für Furore gesorgt. Schon im Herbst letzten Jahres folgte dann die Emission einer Green Unsecured Anleihe. Wir sind damit der erste Emittent, der Green Bonds in mehr als einer Assetklasse begeben hat. Das positive Feedback in Gesprächen mit verschiedenen Stakeholdern zeigt mir, dass wir mit unserer nachhaltigen Strategie auf dem richtigen Weg sind.

Georg Fahrenschoon: Die Berlin Hyp ist einer der Vorreiter in der Finanzbranche, was das Thema Nachhaltigkeit und nachhaltige



Produkte angeht. So betrachtet müsste es heißen: Die Berlin Hyp hat sich zu einem grünen Immobilienfinanzierer entwickelt.

Der Immobilienmarkt ist ständig in Bewegung und tief verwurzelt in der Gesellschaft. Welche gesellschaftlichen Änderungen, Megatrends und politischen Entscheidungen bewegen das Kerngeschäft am meisten? Sascha Klaus: Es gibt viele Einflussfaktoren auf unser Kerngeschäft. So halte ich unter anderem den demografischen Wandel für bedeutsam und folgenreicher. Bis 2050 wird Deutschland als bevölkerungsreichstes Land in Europa voraussichtlich von England oder Frankreich abgelöst. Trotz aller Migrationsbewegungen nimmt die absolute Zahl der Einwohner in Deutschland ab. Wir werden weniger, älter und leben singulärer. Die durchschnittliche Haushaltsgröße im Jahr 2014 lag bei 1,99 Personen pro Haushalt. Für den Immobilienmarkt hat das gravierende Folgen in verschiedenen Assetklassen: So wird beispielsweise die Babyboomer Generation für hinreichende Nachfrage bei Pflege und Sozialimmobilien sorgen und sich die Anzahl der Pflegeheime in den nächsten 40 Jahren nahezu vervierfachen. Zeitgleich sorgt die sinkende Bevölkerungszahl, aber auch der Bedeutungsgewinn des Onlinehandels und eine steigende Flächenproduktivität dafür, dass Supermärkte reihenweise schließen und Bürogebäude im Zuge der schrittweisen Verrentung leer stehen.

Georg Fahrenschon: Ein anderer deutlich erkennbarer Trend, der längst Teil unserer Wirklichkeit geworden ist, ist die Urbanisierung. Wir sehen es zum Beispiel in Berlin direkt vor unserer Haustür, und nicht nur hier. Deutschland profitiert davon, dass sich junge Menschen in der Urbanität bewegen wollen. Zusätzlich steigt in den Städten der Wohnraumbedarf durch Zuwanderung und Asylsuchende. Gleichzeitig jedoch ziehen junge Familien und auch Senioren eher raus an den Stadtrand. Doch egal wo: Die

v.l.n.r.: RALF BEHNKE (Leiter Unternehmensentwicklung), SASCHA KLAUS (Vorstandsvorsitzender der Berlin Hyp),
GEORG FAHRENSCHON (Aufsichtsrat der Berlin Hyp)



Finanzierung von Wohnraum ist – besonders in Zeiten niedriger Zinsen – für viele Menschen von besonderer Bedeutung. Umso wichtiger ist es für unsere Sparkassen, mit der Berlin Hyp einen Partner mit tiefem Verständnis für Immobilien und Immobilienmärkte an unserer Seite zu wissen.

Ralf Behnke: Wir als Immobilienfinanzierer haben hier die einmalige Chance, Bedarfslücken zu schließen und Lebensentwürfe für ganze Generationen möglich zu machen. Gerade in den begehrten

Innenstadtlagen können wir unseren Kunden innovative Konzepte zur Verdichtung ermöglichen, um mehr Wohnraum zu schaffen. Auch ein Hochhaus kann ein lebenswerter Wohnraum sein. Indem wir auch sozialen Wohnraum finanzieren, leisten wir einen Beitrag zum gesellschaftlichen Wohlergehen und schaffen grundlegende Werte für die Volkswirtschaft. Damit bieten wir ganz direkt einen Resonanzboden für eines der 17 globalen Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen: die Forderung nach der nachhaltigen Gestaltung der Städte.

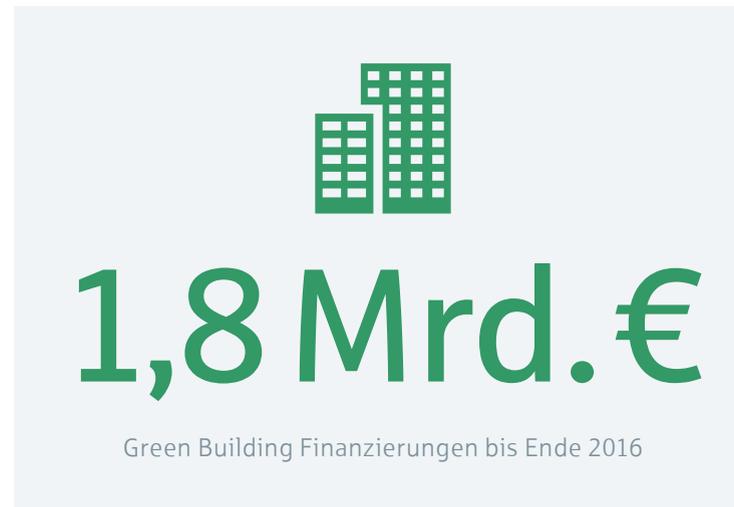
Sascha Klaus: Wir schaffen Werte und verbrauchen dabei Ressourcen. Entsprechend hoch sind die Potenziale, die wir erschließen, wenn wir diesen Prozess an allen Punkten der Wertschöpfung so nachhaltig wie möglich gestalten. Die zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen sind daher für uns nicht nur Bekenntnis, sondern ernstgemeinte Verpflichtung. Zusätzlich haben wir uns ausdrücklich zur Bekämpfung des Klimawandels verpflichtet und wollen mit unseren Produkten seinen Auswirkungen entgegensteuern. So soll bis 2020 unser Immobilienportfolio zu 20 Prozent aus grünen Finanzierungen bestehen. Darüber hinaus wollen wir 2017 unseren CO₂-Ausstoß im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent senken.

Das sind ehrgeizige Ziele, für die es eine starke Umsetzungsstrategie braucht. Sascha Klaus: Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir mit der strategischen Ausrichtung unseres Kerngeschäfts auf grüne Finanzierungen, der Emission von Green Bonds und unserem umfassenden Nachhaltigkeitsmanagement bestens aufgestellt sind, um diese Ziele zu erreichen.

Georg Fahrenschon: Und das mit großem wirtschaftlichem Erfolg und einem erheblichen Reputationsgewinn für die Sparkassenorganisation. Wir leben vom Vertrauen unserer Kunden. Ich begrüße es daher sehr, dass die Berlin Hyp als Mitglied der Sparkassenorganisation und Verbundpartner der Sparkassen ihr Geschäft weiterentwickelt und dabei Werthaltigkeit auch durch die Minimierung von Umwelt- und Klimarisiken erreicht.

Sascha Klaus: Für die verantwortungsvolle Unternehmensführung gilt der Grundsatz der ethischen Verantwortung: Wir finanzieren keine Immobilien, die beispielsweise in einem direkten Zusammenhang stehen mit radioaktivem Material, genetisch

modifizierten Organismen, mit der Bedrohung gefährdeter Arten oder illegaler Kinder- und Zwangsarbeit. Vertrauensverlust und Reputationsrisiken sind die größten Gefahren unseres Geschäfts.



Verantwortung und Nachhaltigkeit wird ja durchaus auch kontrovers diskutiert. Ralf Behnke: Diskussionen gehören bei der nachhaltigen Ausrichtung des Unternehmens dazu. Nehmen wir das Beispiel Geschlechtergleichstellung – ein globales Entwicklungsziel, zu dem wir auch beitragen wollen. Dafür haben wir eine Zielquote für die beiden Führungsebenen unterhalb des Vorstandes vereinbart. Bereits heute sind einige unserer Führungsteams paritätisch besetzt und damit sind wir auf einem guten Weg.

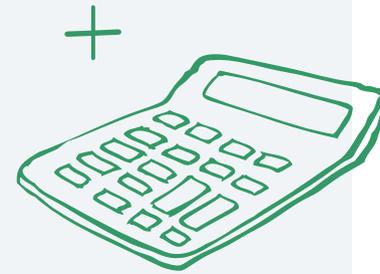
Sascha Klaus: Viele unserer Mitarbeiter erwarten, dass wir uns als Unternehmen nachhaltig aufstellen. Unser Bekenntnis ist daher fest verankert in der Unternehmensstrategie und inte-



graler Bestandteil der Unternehmenskultur. Vielfalt, Gleichstellung, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Chancengleichheit sind jedoch Werte, die wir nur bedingt durch eine Zielquote beeinflussen können. Wir müssen Anreize schaffen und eine entsprechende Unternehmenskultur leben. Das Bekenntnis der Führungsebene hierzu ist deshalb sehr wertvoll. Aber solche Entwicklungen brauchen Zeit, denn wir haben es hier zum Teil mit Gewohnheiten und Bestandswahrung zu tun. Mit unserem Zukunftsprozess berlinhyp21 – agil.vernetzt.creativ, den wir Ende 2015 angestoßen haben, sind wir auf einem guten Weg diese komplexen Themen anzugehen.

Herr Klaus – Ihnen gehört das Schlusswort in der Runde. Bitte wagen Sie einen Ausblick. Sascha Klaus: Die Berlin Hyp steuert mit klarem Kurs in Richtung Zukunft. Im Neu- und Bestandsgeschäft werden wir die Digitalisierung der Prozesse und die zukunftsorientierte Modernisierung der IT-Landschaft vorantreiben, um stetig schneller und effektiver zu werden. Es macht uns stolz, dass wir als grüner Immobilienfinanzierer am Markt wahrgenommen werden. Der nachhaltigen Gestaltung des Kerngeschäfts werden wir uns daher auch weiterhin aus Überzeugung und mit viel innerer Antriebskraft widmen. Und selbstverständlich bleiben wir unseren Eigentümern verpflichtet und werden als Verbundpartner die Geschäfte innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe ausbauen. Kurz gesagt: Die Berlin Hyp wird auch zukünftig bei dem Thema Nachhaltigkeit zu den aktivsten Instituten in Deutschland gehören. Nur wer sich stetig weiterentwickelt, kann am Markt gut bestehen. Nachhaltigkeit wird dabei weiterhin zu jeder Zeit ein zentraler Aspekt unserer Unternehmensstrategie sein.

Solide im Wachstum



„Dank Innovationskraft und klar umrissenem Profil ist die Berlin Hyp heute ein nachhaltig agierendes und ertragsstabiles Finanzinstitut auf dem deutschen Immobilienmarkt.“

GEORG FAHRENSCHON
Aufsichtsratsvorsitzender der Berlin Hyp

Bei der Berlin Hyp dreht sich alles um Immobilien. Gegründet im Jahr 1868 als Berliner Pfandbriefinstitut, erlebte die traditionsreiche Bank einige Umstrukturierungen bis zur Gründung der heutigen Aktiengesellschaft im Jahr 1993. Einziger Aktionär war zu diesem Zeitpunkt das Land Berlin. 2010 erwarb die Landesbank Berlin AG die restlichen noch in den Händen der NordLB befindlichen Aktien der Berlin Hyp und wurde ab dem 25. Januar 2011 alleiniger Aktionär der Berlin Hyp. Seit dem 1. Januar 2015 ist die Berlin Hyp eine eigenständige Schwester der Berliner Sparkasse im Konzern Landesbank Berlin Holding AG. Im Rahmen des Konzernumbaus der Landesbank Berlin hat sich die Berlin Hyp als selbstständiger Immobilienfinanzierer innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe positioniert.

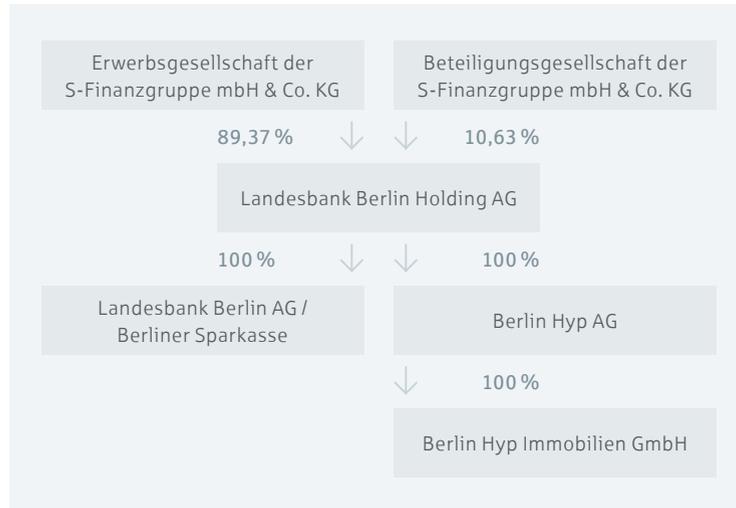
Klares Profil

Als spezialisiertes Finanzinstitut bewegt sich die Berlin Hyp seit fast 150 Jahren auf dem Immobilienmarkt. Dabei liegt ihr Fokus

auf großvolumigen, gewerblichen Finanzierungen für professionelle Investoren, Wohnungsunternehmen und -baugenossenschaften sowie Bauträger und Developer. Geografisch konzentrieren sich ihre Projekte auf wirtschaftliche Ballungsräume in Deutschland und ausgewählten europäischen Auslandsmärkten. Die Produktpalette der Finanzierungen ist vielfältig: von Festzinskrediten, Referenzzinsdarlehen, Barkrediten und Avalkrediten über Zinssicherungsprodukte und Finanzierungsprodukte bis hin zu Geschäftsgirokonten, Betriebsmittelkrediten, Tages- oder Termingeldern sowie Wertermittlungen und Zahlungsverkehrsdienstleistungen. Eine konservative Risikostrategie und ein klarer Fokus auf erstklassige Immobilien bilden die Klammer aller Finanzierungsaktivitäten. Deren mittel- und langfristige Refinanzierung erfolgt über Emissionen von Hypothekenpfandbriefen, öffentlichen Pfandbriefen, Senior Unsecured sowie Nachrangschuldverschreibungen. Am Kapitalmarkt ist die Berlin Hyp ein verlässlicher Partner, der sein Treasury mit großer Professionalität, Sorgfalt und Transparenz gestaltet. Seit der Emission des ersten Grünen Pfandbriefs 2015 wird die Berlin Hyp in der Finanzbranche als nachhaltig agierendes Finanzinstitut wahrgenommen. Die richtungsweisenden Entscheidungen für diese Weiterentwicklung wurde 2013 vom Topmanagement getroffen und seither im Bereich Unternehmensentwicklung durch das Nachhaltigkeitsmanagement koordiniert und vorangetrieben.

Gut aufgestellt

Die Geschäfte der Bank steuert ein gesamtverantwortlicher Vorstand. Seit Oktober 2016 ist Sascha Klaus Vorstandsvorsit-



Eingebunden in die Konzernstruktur der Landesbank Berlin Holding

zender und steuert gemeinsam mit Gero Bergmann und Roman Berninger die Geschäfte der Bank. Der Aufsichtsrat besteht aus insgesamt 15 Mitgliedern. Neben fünf Mitgliedern aus der Gruppe der Arbeitnehmer ist das Gremium mit Mitgliedern der Sparkassen-Finanzgruppe besetzt. Ihre Arbeit wird durch drei Ausschüsse unterstützt: Personal- und Strategieausschuss, Prüfungsausschuss sowie Kreditausschuss. Insgesamt ist die Berlin Hyp in 15 Bereiche mit 46 Abteilungen und Teams gegliedert. Die Bank beschäftigt 585 Mitarbeiter und hat Standorte im Inland in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, München, Stuttgart sowie im Ausland in Amsterdam, Paris und Warschau.

Stark im Verbund

Als Verbundpartner für die Sparkassen, die als Hausbank für viele regionale Wohnungsbaugesellschaften agieren, ergeben sich für die Berlin Hyp vielfältige Ansätze für gewerbliche Immobilienfi-

nanzierungen: Büro und Logistik-, Einzelhandels- und Wohnimmobilien werden mit klassischen Hypothekendarlehen, Avalen, Rückavalen oder als Zwischenfinanzierungen finanziert. Durch das Strukturieren von Club-Deals, das Führen von Konsortien und Ausplatzierungen fungiert die Berlin Hyp als Arrangeur für alle Sparkassen. Vor allem Produkte wie der besicherte „ImmoSchuldschein“, der für eine Beteiligung von Sparkassen an den Renditechancen der gewerblichen Immobilienfinanzierung sorgt, und das Produkt „ImmoKonsortial“, welches in einem vereinfachten Kreditprozess den Sparkassen auch in kleineren Volumina die Teilnahme an regionalen Konsortialgeschäften ermöglicht, sind von besonderem Mehrwert für die Sparkassen. Das Full-Service Paket für die Sparkassen umfasst die Veröffentlichung fachspezifischer Publikationen wie Studien, Wohnreports oder Trendbarometer und steht mit exzellenter Gutachterexpertise zur Verfügung.

Beste Ergebnisse

Im Geschäftsjahr 2016 überzeugt die Berlin Hyp mit einem sehr erfreulichen Ergebnis vor Gewinnabführung von 72,7 Mio. €. Dem Fonds für allgemeine Bankrisiken wurden 50,0 Mio. € zugeführt. Der Zins- und Provisionsüberschuss stieg im Vorjahresvergleich um 17 Prozent auf 298,4 Mio. €. Trotz anhaltender Niedrigzinsphase, intensivem Wettbewerb auf dem gewerblichen Immobilienmarkt und dem vorhandenen Margendruck hat die Berlin Hyp das gute Vorjahresergebnis im Immobilienfinanzierungsneugeschäft erneut um 11 Prozent übertroffen und insgesamt 6,0 Mrd. € (inklusive langfristiger Prolongationen) realisiert.

Das gemeinsam mit den Sparkassen entwickelte Geschäft zeigte sich 2016 ebenfalls positiv. Mit einem Gesamtvolumen von insgesamt 1,5 Mrd. € wurde die Vernetzung innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe konsequent ausgebaut. Dabei entfielen 476



Mio. € auf drei ImmoSchuldschein-Transaktionen. Insgesamt ist die Anzahl der Sparkassen, die sich über den ImmoSchuldschein an Finanzierungen der Berlin Hyp beteiligen, damit auf 90 gestiegen. Das Volumen im gemeinsamen Konsortialgeschäft überstieg mit 1,1 Mrd. Euro erstmals die Milliardenmarke.

Auch mit Blick auf die Refinanzierungssituation überzeugte die Berlin Hyp im Geschäftsjahr 2016. Zur mittel- bis langfristigen Refinanzierung hat die Bank Fremdkapital mit einem Volumen von 2,6 Mrd. € aufgenommen. Dabei war der Marktzugang zu jedem Zeitpunkt gegeben.

Für viel Aufmerksamkeit sorgte die Berlin Hyp als erster nicht staatlicher Emittent mit der Begebung einer Anleihe mit einer negativen Anfangsrendite sowie der Emission einer grünen Senior Unsecured Anleihe, die beide jeweils ein Volumen von über 500 Mio. € erreichten. Nach der Emission des Grünen Pfandbriefs im Geschäftsjahr 2015 und der im Jahr darauf erfolgten Emission der grünen Senior Unsecured Anleihe ist die Berlin Hyp der erste Emittent von Green Bonds in mehr als einer Assetklasse. Mit der zweiten Emission wurden 35 neue Investoren gewonnen. 19 Prozent der Grünen Senior Unsecured Anleihe wurden bei Unternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe platziert und 12 Prozent direkt bei Sparkassen.



Urban im Trend



„Städte sind der Lebensraum der Zukunft. Wir fördern moderne Bauprojekte und energieeffiziente Lösungen zur qualitativen Verbesserung des Stadtlebens.“

GERO BERGMANN
Mitglied des Vorstands der Berlin Hyp

Berlin Hyp urban

Es braucht innovative Ideen und städtebauliche Visionen, um die Stadt der Zukunft zu gestalten, einen urbanen Lebensraum, der in jeder Hinsicht grün und lebenswert ist. Denn einfach drauflos bauen – das geht nicht! Weder entspricht die betongraue Stadt einer nachhaltig denkenden Gesellschaft, noch bietet sie eine adäquate Antwort auf die drängenden sozialen, infrastrukturellen und ökologischen Fragestellungen. Diesen Herausforderungen stellt sich die Berlin Hyp, um ein emissionsarmes und ressourceneffizientes Bauen zu fördern, den Flächenverbrauch zu minimieren, die Infrastruktur zu entlasten und bezahlbaren Wohnraum zu schaffen. Dabei leistet die Bank durch die vom Vorstand beschlossene Incentivierung von Green Building-Finanzierungen mit einem Preisnachlass von zehn Basispunkten ganz konkrete und rechenbare Beiträge für eine nachhaltige Urbanisierung. Ihre konzeptionellen Ansätze für eine effiziente Stadtentwicklung sind vielfältig.

Die Zukunft der Stadt

Egal ob Berlin, München, Stuttgart, Frankfurt, Köln, Hamburg oder Düsseldorf: die Bevölkerungsdichte in den „großen Sieben“ nimmt zu. Frankfurt etwa verzeichnete allein von 2014 auf 2015 rund 16.000 Zuzüge. Köln meldete für Ende 2015 einen Rekordstand von über einer Million Einwohnern. Berlin steht an der Vier-Millionen-Grenze. Die Menschen zieht es aus diversen Gründen in die Stadt: Migration aus dem Ausland, das Studium, die Arbeitsuche. In der Stadt zu leben bedeutet für viele Menschen bessere Bildungschancen, eine gute Infrastruktur in allen lebensnotwendigen Bereichen, kulturelle Teilhabe, ein attraktives Angebot von Dienstleistungen und Freizeitaktivitäten. Und alle wünschen sich Städte, die als Orte des Wandels und der Innovation funktionieren. Gleichzeitig wird es jedoch immer schwieriger, Städte als lebenswertes Umfeld zu gestalten. Hohe Luftverschmutzung, chronisch verstopfte Straßen, ein unzureichender öffentlicher Nahverkehr und die wachsende soziale Ungleichheit verringern die Lebensqualität in den Metropolen. Daher setzen moderne Bauprojekte auf urbane Verdichtung mit kompletter Infrastruktur für die wesentlichen Bedürfnisse des täglichen Bedarfs. Im Trend liegt nachhaltiges, ökologisches Bauen mit regenerativen Energiekonzepten.



Projektname	Sahle Wohnen
Objektart	Büro/Geschäftshaus
Standort	Jungfernstieg, Hamburg
Kunde	Sahle Wohnen
Hauptmieter	Vodafone
Finanzierungsvolumen	rund 25 Mio. €
Nachhaltigkeitszertifikat/ Energieausweis	Energieausweis, der Green Building-Kriterien der Berlin Hyp entspricht

Beste
Innenstadtlage

rund **25** Mio. €
Finanzierungsvolumen

Bauen im Bestand

Es beginnt beim Bauen im Bestand – also mit An- und Weiterbau. Das Wesentliche dabei ist, in die Höhe zu denken, damit auf Dachgeschossen und in Hochhäusern innovativer und lebenswerter Wohnraum entsteht. So ist dies beim Bau eines Büro- und Geschäftshauses für die Sahle Wohnen geschehen, an deren Finanzierung die Berlin Hyp beteiligt ist. Dieses Gebäude liegt in exponierter Lage direkt neben dem Alsterhaus am Hamburger Jungfernstieg.



Projektname	The Park
Objektart	Bürogebäude
Standort	Prag
Kunde	DEKA
Mietfläche in m ²	116.058
Nachhaltigkeitszertifikat/ Energieausweis	Energieausweis, der Green Building-Kriterien der Berlin Hyp entspricht

12 Objekte

116.058 m²

Natur im Zentrum

In urbanen Zentren muss die Natur ein zentraler Bestandteil des Bauens werden, weil sie für die Verbesserung des Mikroklimas und der Lebensqualität sorgt. Grüne Fassaden regulieren die Temperatur und verbessern die Luftqualität. Smarte Materialien und Oberflächen erzeugen Energie. Wie dies umgesetzt werden kann, zeigt das Immobilienprojekt „The Park“. Es liegt etwa zehn km südlich der tschechischen Hauptstadt Prag und besteht aus insgesamt zwölf Objekten mit hochwertiger Gebäudegestaltung. Der Campus umfasst ca. 116.000 m² Mietfläche und ist fast vollständig vermietet. Die Anbindung an den ÖPNV sowie zur Autobahn ist sehr gut.



Projektname	Taunusturm
Objektart	Büro- und Geschäftsgebäudekomplex
Standort	Frankfurt am Main
Kunde	Tishman Speyer Properties
Baujahr/Modernisierungsjahr	2014
Mietfläche in m ²	65.465
Nachhaltigkeitszertifikat/ Energieausweis	LEED Platinum und Energieausweis, der Green Building-Kriterien der Berlin Hyp entspricht

44 Appartements
19 Stockwerke

Energieeffizient

Weltweit verbrauchen die Städte 75 Prozent der gesamten Energie und produzieren 80 Prozent aller Treibhausgase. Um den Energieverbrauch der Städte drastisch zu senken, müssen Immobilien energetisch saniert und bestenfalls zu kleinen Kraftwerken transformiert werden. Mit dem Ausbau ihres Portfolios für grüne Finanzierungen setzt die Berlin Hyp verstärkt auf energieeffiziente Gewerbeimmobilien, die entweder einen geeigneten Energieausweis oder Nachhaltigkeitszertifikat haben. Darüber hinaus emittiert die Berlin Hyp Green Bonds zur Refinanzierung dieser Green Building Darlehen. Zusätzlich unternimmt die Bank ihr Mögliches, um den Emissionserlös eines Green Bonds entsprechenden Betrags in neue geeignete Assets zu investieren. Ein Referenzobjekt ist der Taunus Turm. Er steht inmitten des Frankfurter Bankenviertels und umfasst einen 40-geschossigen Büroturm sowie einen 19-stöckigen Wohnturm mit 44 Apartments. Das Objekt wurde nach modernsten Standards errichtet und LEED Platinum zertifiziert.



Projektname	Wohnportfolio Frankfurt (Oder)
Objektart	Wohnportfolio
Standort	in mehreren Stadtbezirken Frankfurt (Oder)
Kunde	Wohnungswirtschaft Frankfurt (Oder) GmbH
Mietfläche in m ²	rund 82.000
Finanzierungsvolumen	12 Mio. €

12 Mio. €
Finanzierungsvolumen

energieeffizient

Wohnraum schaffen

Der wachsende Bedarf an preiswerten Wohnungen für einkommensschwache Haushalte erfordert den Neubau und die Modernisierung von Sozialwohnbaubeständen. Nur so lässt sich sicherstellen, dass alle Zugang zu angemessenem und sicherem Wohnraum haben. Finanzierungen solcher Projekte für Wohnungsbaugenossenschaften, gemeinnützige Wohnungsbaugesellschaften und Wohnungsbaugesellschaften gehören daher unter anderem zum Kerngeschäft der Berlin Hyp. Dass in jeder inländischen Geschäftsstelle der Berlin Hyp hierfür ein Experte als Ansprechpartner zur Verfügung steht, zeigt die Ernsthaftigkeit, mit der die Umsetzung dieses Ziels verfolgt wird.

Systematisch im Ansatz

„Grundlegende Überzeugungen und ausformulierte Leitlinien definieren uns als nachhaltiges Finanzinstitut. Sie bestimmen unsere Position und den klaren Kurs in Sachen Nachhaltigkeit.“



Anerkennung der zehn Prinzipien des UN Global Compact sind darin zentrale Aufgabenbereiche für eine nachhaltige Entwicklung beschrieben.

Das Nachhaltigkeitsleitbild der Berlin Hyp

Leitsatz 1: Wir verfolgen eine langfristig orientierte, verantwortungs- und risikobewusste Geschäftspolitik und tragen so verlässlich zu einer positiven Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft bei.

Leitsatz 2: Wir begrüßen den freiwilligen Einbezug ökologischer und sozialer Aspekte in die Immobilienwirtschaft und in den Kapitalmarkt. Wir verbessern kontinuierlich unseren eigenen ökologischen und sozialen „Fußabdruck“.

Leitsatz 3: Wir übernehmen Verantwortung für die Qualität unserer Arbeit. Wir verhalten uns fair, halten die Gesetze ein und orientieren uns darüber hinaus an freiwilligen, relevanten Standards.

Leitsatz 4: Wir bieten unseren Mitarbeitern langfristige Berufsperspektiven in Verbindung mit einem umfassenden Weiterbildungsangebot. Wir fördern die soziale Vielfalt und den Erhalt der Gesundheit in unserem Unternehmen und wir unterstützen unsere Mitarbeiter in sozialen Notlagen.

RALF BEHNKE
Leiter Unternehmensentwicklung und Nachhaltigkeitsbeauftragter

Immobilien schaffen Werte und bilden Vermögen. Sie stellen das Fundament für Gewerbetätigkeit und Wohnungswirtschaft dar und lassen die Volkswirtschaft profitieren. Die Immobilienbranche leistet einen wichtigen Beitrag zum Aufbau einer lebendigen, leistungsfähigen und lebenswerten Infrastruktur. Die Berlin Hyp hat sich verpflichtet, die wirtschaftlichen Beiträge ihres Bankengeschäfts nachhaltig auszurichten. Dafür will sie alle Finanzierungen und Geschäftsprozesse ökologisch und sozial verantwortlich gestalten. Über die vielfältigen ESG-Kriterien (Environment, Social, Governance) und gesetzliche Anforderungen hinaus sind hierfür ehrgeizige und umfassende Ziele, Leitsätze und Verfahren festgelegt worden. Ein strukturierter Managementansatz verankert das Bekenntnis im unternehmerischen Alltag.

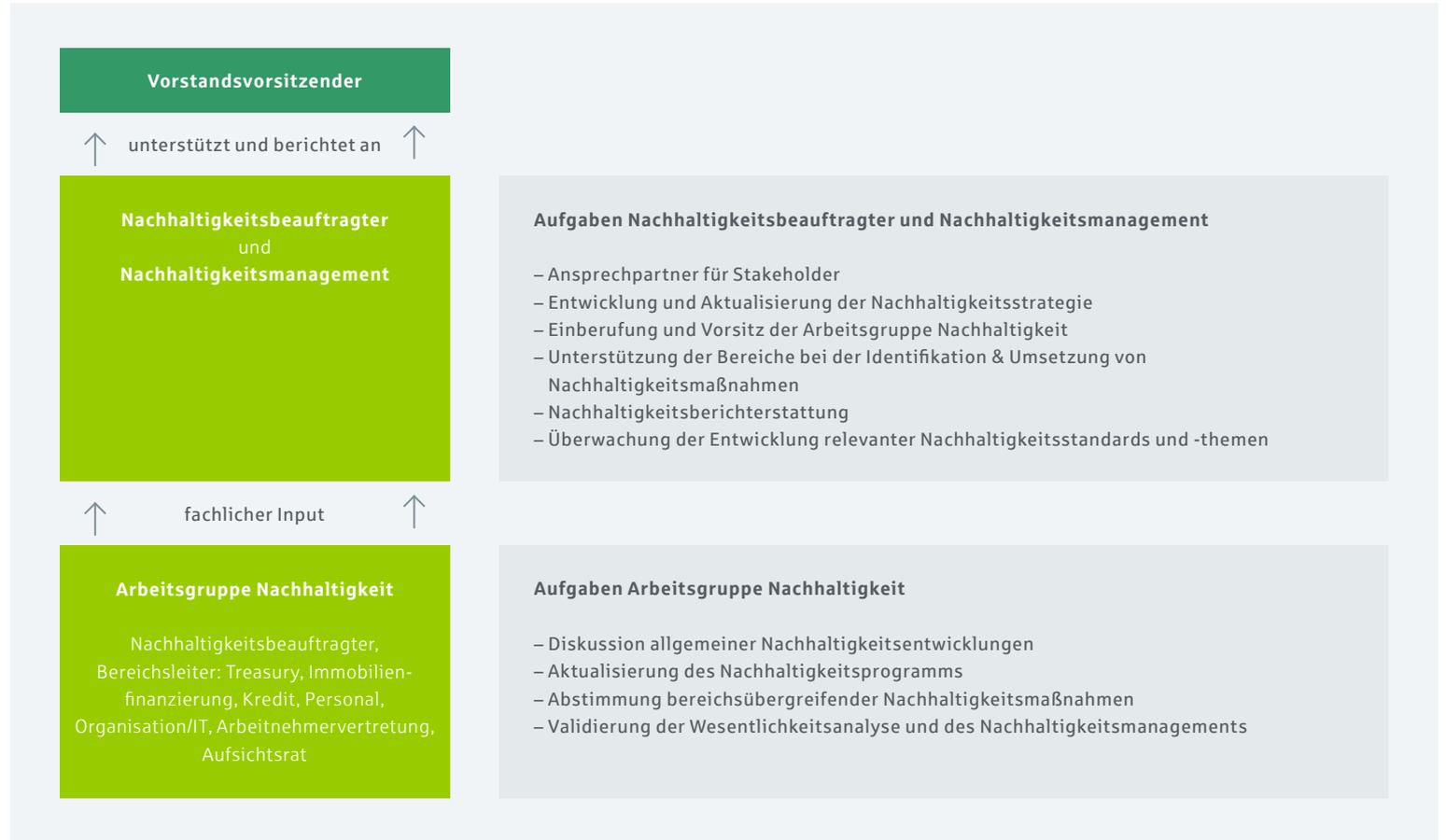
Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung

Bereits im Jahr 2013 hat der Vorstand der Berlin Hyp den grundlegenden Auftrag in einem Nachhaltigkeitsleitbild formuliert. In

Etablierte Standards – vom Deutschen Nachhaltigkeitskodex über die Leitsätze für Nachhaltigkeit des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes sowie den Nachhaltigkeitskodex des Zentralen Immobilienausschusses (ZIA) für die Immobilienwirtschaft bis hin zur Charta der Vielfalt und den Green Bond Principles – sind diesem Leitbild zugeordnet. Sie dienen seiner Konkretisierung und fungieren als Orientierungsrahmen für die verantwortungsvolle Gestaltung der Geschäftsprozesse. Richtlinien zur Umsetzung der Standards vervollständigen das Regelwerk der Berlin Hyp. Sie sind jeweils im Hinblick auf einen konkreten Themenkomplex formuliert. In der Richtlinie für die soziale und ökologische Produktverantwortung werden als Zielvorgaben für das Kerngeschäft eine nachhaltige Urbanisierung, dauerhaftes Wirtschaftswachstum und die Bekämpfung des Klimawandels beschrieben und hierfür die Förderung des sozialen Wohnungsbaus, Emission von Green Bonds, Definition von ESG-Kriterien und Ausschlusskriterien für Finanzierungen festgelegt. Die Richtlinie zur Kommunikation mit Stakeholdern fokussiert und operationalisiert ein verantwortungsvolles Marketing. Der 2016 vom Vorstand aktualisierte Code of Conduct ist ein für alle Mitarbeiter und den Vorstand verbindlicher Orientierungsrahmen für das korrekte und ethisch einwandfreie Verhalten im Arbeitsalltag gegenüber Kollegen, Kunden, Vertriebspartnern, Dienstleistern und übrigen Marktteilnehmern. Diese Forderung wird in Form einer Nachhaltigkeitsvereinbarung auch an Auftragnehmer und Lieferanten weitergegeben. Weitere Richtlinien existieren für Vorgaben zur nachhaltigen Immobilienfinanzierung und den betrieblichen Umweltschutz.

Funktionale Struktur und Aufgabenverteilung

Die Umsetzung der Richtlinien innerhalb der Organisations- und Prozessabläufe der Bank wird durch klare Verantwortlichkeiten



Die Organisation von Nachhaltigkeit bei der Berlin Hyp

und Verfahren sichergestellt. Da Nachhaltigkeit ein klassisches Schnittstellenthema ist, wurde beim Aufbau der Organisationsstrukturen Wert darauf gelegt, dass alle Mitarbeiter im Unternehmen ihren Beitrag leisten können. Gesichert wird dies durch das Zusammenspiel von Vorstand, Nachhaltigkeitsbeauftragtem, Team Nachhaltigkeitsmanagement und der Arbeitsgruppe Nach-

haltigkeit, in der die zuständigen Bereichsleitungen für Treasury, Immobilienfinanzierung, Kredit, Personal und Organisation vertreten sind sowie ein Arbeitnehmervertreter aus dem Aufsichtsrat. Beschlüsse und Ergebnisse der Arbeitsgruppe werden über den Nachhaltigkeitsbeauftragten an den Vorstand berichtet. Die Gesamtverantwortung für die Nachhaltigkeitsstrategie liegt



Engagiert für Nachhaltigkeit – das Team des Nachhaltigkeitsmanagements

beim Vorstandsvorsitzenden. Der Nachhaltigkeitsbeauftragte, der zugleich auch den Bereich Unternehmensentwicklung leitet, und das Team Nachhaltigkeitsmanagement sind Ansprechpartner für alle Stakeholder wie Kunden, Ratingagenturen, Investoren und Mitarbeiter. Sie verantworten die Berichterstattung, unterstützen die Bereiche bei der Planung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen und regen die Aktualisierung der Nachhaltigkeitsstrategie an. Hierfür tauschen sie sich regelmäßig mit der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit aus. Darüber hinaus wird der Status der einzelnen Maßnahmen besprochen, Weiterentwicklungen geplant und deren Umsetzung diskutiert. Die Arbeitsgruppe verfügt über genaue Kenntnis der aktuellen Nachhaltigkeitstrends und ihrer Bedeutung für den Finanz- und Immobilienmarkt. Sie definiert wesentliche Nachhaltigkeitsthemen, aktualisiert das Nachhaltigkeitsprogramm, koordiniert bereichsübergreifende Maßnahmen und stellt das Nachhaltigkeitsmanagement mindestens einmal jährlich auf den Prüfstand, um den fortlaufenden Prozess zu überprüfen und zu aktualisieren.

Eine wesentliche Schnittstelle unterhält das Nachhaltigkeitsmanagement zum Umweltmanagement, das den betrieblichen Umweltschutz fokussiert und im Jahr 2016 nach der EMAS-Verordnung validiert wurde.

Wesentlichkeit im Fokus

Zur Weiterentwicklung ihrer Strategien sucht die Berlin Hyp den Austausch mit Stakeholdern und Impulsgebern. Deren Erwartungen werden aufgenommen und diskutiert. Wie kann das Geschäftsmodell zukunftssicher gestaltet werden? Wie können die Kunden noch besser erreicht werden? Welche nachhaltigen Produkte überzeugen die Kunden? Wie kann der Geschäftsbetrieb weiter ökologisch optimiert werden? Was macht die Berlin Hyp als Arbeitgeber noch attraktiver? Zur Beantwortung solcher Fragen dienen die etablierten Gesprächsformate der Bank, die sie zur Institutionalisierung der Dialoge mit Kunden und Geschäftspartnern, Mitarbeitern, politischen Entscheidungsträgern, Verwaltungen, Medien, Umwelt- und Sozialverbänden und den Wettbewerbern auf dem Kapitalmarkt unterhält. Die hierbei geäußerten Wünsche und Erwartungen werden in ihrer Relevanz nach folgenden Kriterien gewichtet: Je größer die Nähe des Stakeholders zum Kerngeschäft der Berlin Hyp und je professioneller der Organisationsgrad des Stakeholders, umso bedeutsamer ist seine Forderung für das Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens. Traditionell werden die Kunden (aufgrund ihrer Nähe zum Kerngeschäft) und die kritische Öffentlichkeit (aufgrund ihrer Wächterfunktion) als besonders relevante Stakeholder betrachtet.

In einem zweiten Schritt werden die Erwartungen der relevanten Stakeholder in einer Themenliste verdichtet und von der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit priorisiert. Dabei gilt: Je höher die Be-



deutung für die Stakeholder (gemessen an ihren Erwartungen) und je höher die Bedeutung für die Berlin Hyp (gemessen an dem Unternehmenserfolg) umso wesentlicher ist das Thema.



Wesentliche Nachhaltigkeitsthemen der Berlin Hyp und deren Relevanz für die Stakeholder



Die auf diese Weise erkannten Themen werden einem Handlungsfeld zugeordnet, Maßnahmen abgeleitet, projiziert und im Nachhaltigkeitsprogramm mit einem klaren Zeithorizont verankert. So ist die Verknüpfung der Wesentlichkeitsanalyse mit der operativen Arbeit im Nachhaltigkeitsmanagement gewährleistet.

Das Nachhaltigkeitsprogramm für das Jahr 2016 bestand aus 20 Maßnahmen, die vollständig und mit Erfolg erfüllt wurden. Der kontinuierliche Entwicklungsprozess findet seine Fortführung im Nachhaltigkeitsprogramm 2017, für das 15 Maßnahmen erarbeitet wurden.

Das aktuelle Umweltprogramm enthält 17 Maßnahmen, die auf ökologisch optimierten Materialeinsatz, Reduzierung der verursachten Emissionen sowie den sparsamen Umgang mit Wasser zielen. Ausführliche Informationen sind dazu im Kapitel „Effizient an den Standorten“, [S. 19](#) nachzulesen.

Handlungsfeld	Maßnahme	Termin
Profitables Geschäftsmodell	Entwicklung eines Konzepts zur Erreichung des Ziels Anteil Grüne Finanzierungen auf 20% bis 2020	12/2017
	Prüfung und ggfs. Konzepterstellung zur erweiterten Impactmessung des gesamten finanzierten Immobilienportfolios	12/2017
	Prüfung des direkten Einflusses der UN Sustainable Development Goals auf das Geschäftsmodell der Berlin Hyp	12/2017
Verantwortungsvoller Geschäftsbetrieb	Konzeptentwicklung und Prüfung CO ₂ -neutrale Veranstaltungen	12/2017
	CO ₂ -Kompensation der Mitarbeiterdienstreisen mit dem Flugzeug	04/2017
	Umsetzung der Umstellung Dienstwagen auf Hybridfahrzeuge, soweit Altverträge auslaufen	06/2017
	Umsetzung des Projekts mission E	12/2019
Zukunftsorientierte Kundenbeziehung	Weiterentwicklung und Prozessoptimierung des Green Bond Konzepts	12/2017
	Erstellung eines Konzeptes für nachhaltige Kreditprodukte	12/2017
	Weiterentwicklung der Markenbotschaft der Berlin Hyp	12/2017
Verbindenes Vertrauen	Weiterentwicklung von Richtlinien, z. B. Hinweisgebersystem	12/2017
	Durchführung eines Nachhaltigkeitstags für Mitarbeiter	12/2017
	Evaluierung einer externen Prüfung von Nachhaltigkeitsangaben	12/2017
Attraktiver Arbeitgeber	Weiterführung des Projekts Seitenwechsel®	12/2017
	Weiterentwicklung der Zusammenarbeit mit dem Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e.V.	12/2017

Nachhaltig im Kerngeschäft

„Mit der Berlin Hyp haben wir einen Unterstützer gewonnen, der mit der Emission des ersten Grünen Pfandbriefs eine großartige Pionierarbeit geleistet hat.“



SEAN KIDNEY
CEO Climate Bonds Initiative

Mit Entschlossenheit und Weitblick hat die Berlin Hyp nachhaltiges Handeln in ihr Kerngeschäft integriert. Wurde die Finanzierung besonders energieeffizienter Gebäude von der Berlin Hyp vor ein paar Jahren noch eher zufällig betrieben, so ist dies inzwischen strategisch gewollt und wurde 2016 erstmalig preislich incentiviert. Die Forcierung des Ankaufs oder der Entwicklung energieeffizienter Gebäude ist unser Beitrag zu einer Reduktion des CO₂-Ausstoßes; wissend, dass weltweit mehr als ein Drittel davon durch Immobilien verursacht wird. Gleichzeitig sind wir davon überzeugt, dass modernen ressourcenschonenden Gebäuden die Zukunft gehört und sich ihr Wert besonders in Zeiten, in denen die Immobilienmärkte weniger dynamisch wachsen als wir dies in den vergangenen Jahren erlebt haben, besser als der Wert weniger energieeffizienter und nachhaltiger Gebäude entwickelt. Die preisliche Incentivierung stellt somit auch eine Investition in den nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg der Berlin Hyp dar.



Social Rating	C	„Prime“
Environmental Rating	C+	„Prime“
Gesamtbeitrag	C	„Prime“
Sustainable Bond Rating	B	„good“

Stand: 31.12.2016



Öffentliche Pfandbriefe	A	„very positive“
Hypothekendarfandbriefe	CCC	„neutral“
Ungesicherte Anleihen	B	„positive“

Stand: 31.12.2016



Social Rating	88 von 100	„Leader“
Enviromental Rating	84 von 100	„Leader“
Governance	59 von 100	„Average Performer“
Gesamtbeitrag	76 von 100	„Outperformer“

Stand: 31.12.2016



Nachhaltigkeitsscore	68 von 100
Ökonomischer Nachhaltigkeitsfaktor	1,10

Stand: 31.12.2016

Grüne Finanzierungen fördern

Um auf der Aktivseite grüne Finanzierungen zu fördern, prüft die Berlin Hyp bereits nach der ersten Kontaktaufnahme sämtliche Kreditanfragen im Rahmen des Kreditprüfungsprozesses systematisch auf das Vorliegen relevanter Nachhaltigkeitsaspekte. Hierfür wurden Auswahl- und Präferenzverfahren zur Finanzierung von energieeffizienten gewerblichen Immobilien festgelegt. In Anlehnung an die Prinzipien des Zentralen Immobilienaus-

schuss e.V. (ZIA) für das Branchencluster „Finanzierung“ fokussiert die „Richtlinie zur nachhaltigen Immobilienfinanzierung“ der Berlin Hyp neben den Merkmalen Behaglichkeit und Funktionalität der Immobilie auch auf die Qualität der Verkehrsanbindung. Sie berücksichtigt den Einsatz langlebiger und toxikologisch unbedenklicher Baustoffe, Green Leases (auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Mietverträge) sowie die Energieeffizienz eines Gebäudes. Eine besondere Behandlung erfahren Green Buildings. Hierunter versteht die Berlin Hyp gewerbliche Immobilien, deren Energiewerte unterhalb der Referenzwerte der Energiesparverordnung (EnEV) liegen und/oder bei denen idealerweise ein einschlägiges Nachhaltigkeitszertifikat vorhanden ist. So verfügen die Immobilien mindestens über einen LEED Goldstatus, BREEAM Very Good Status, DGNB Goldstatus (für Zertifikate bis zum 30.06.2015: Silver Status) oder einen HQE High Level Status. Darlehen für ihre Finanzierung werden aktuell durch einen Preisnachlass von zehn Basispunkten gefördert. Die Aktualität der Eignungskriterien werden im Rahmen regelmäßiger Sitzungen der sogenannten Green Building Commission, die je aus einem Vertreter der Bereiche Unternehmensentwicklung, Vertrieb, Kredit, Wertermittlung und Treasury besteht, diskutiert. Die Leitung der Green Building Commission liegt beim Nachhaltigkeitsmanagement. Das Team bereitet die Sitzungen vor, dokumentiert die Ergebnisse und hält die Umsetzung nach.

Stringente Auswahl

Für die Prüfung der Green Building-Fähigkeit hat die Bank standardisierte Prozesse festgelegt. Wie bei allen Kreditentscheidungen gilt auch hier das Vier-Augen-Prinzip. Bereits im ersten Kreditgespräch mit dem Kunden werden relevante Unterlagen für eine Green Building-Finanzierung angefragt. Hierzu gehören vor allem der Energieausweis und vorzugsweise ein Nachhaltig-



Das von der Berlin Hyp finanzierte Bürogebäude in Breslau wurde mit dem Prüfsiegel BREEAM Very Good ausgezeichnet.

keitszertifikat der zu finanzierenden Immobilie. Anschließend prüfen die Experten des Bereichs Wertermittlung, ob eine Green Building-Fähigkeit anhand der von der Bank definierten Kriterien durch die vom Kunden eingereichten Unterlagen gegeben ist. Dieses Erstvotum wird dann in elektronischer Form im IT-System der Bank hinterlegt. Der Kundenbetreuer erhält somit zeitnah die Information, ob eine Green Building-Fähigkeit vorliegt und kann im Rahmen der Vorkalkulation des Darlehens einen Abschlag von zehn Basispunkten berücksichtigen. In einem zweiten Schritt erfolgt das Votum durch die Mitarbeiter des Bereichs Treasury, die prüfen, ob das entsprechende Asset für seine Green Bonds verwendet werden kann. Nur wenn beide Bereiche, Wertermittlung und Treasury, die Green Building-Fähigkeit bestätigen, werden die incentivierten Konditionen bei der Darlehenskalkulation abschließend berücksichtigt.

Mit diesem geschärften Blick auf geeignete Assets und der konsequenten Förderung von nachhaltigen Gebäuden ist es der Berlin Hyp in den vergangenen zwei Jahren gelungen, das Unterportfolio „Green Building“ von 657 Mio. € im Jahr 2015 auf knapp über zwei Mrd. € mehr als zu verdreifachen. Das Jahresreporting

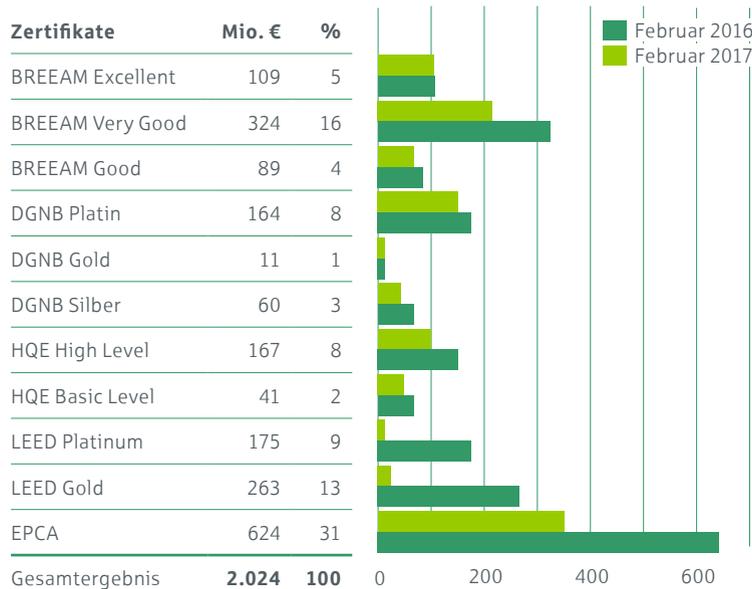


Prozess Green Building Identifizierung

2016/17 weist mehr als elf Prozent des gesamten Darlehensportfolios der Berlin Hyp als energetisch effizient und ökologisch optimiert aus. Ziel der Bank ist es im Jahr 2020 diesen Bestand auf 20 Prozent zu erhöhen.

Green Bond Emissionen

Die Berlin Hyp refinanziert sich traditionell durch die Emission von Hypothekendarlehen und ungedeckten Anleihen. Der erkennbare Trend am Kapitalmarkt nach mehr Nachhaltigkeit wird jedoch limitiert durch ein begrenztes Angebot grüner An-



Zertifikate im Unterportfolio Green Buildings

lagemöglichkeiten. Die hierin steckenden Chancen erkannte die Berlin Hyp bereits vor gut drei Jahren und nutzte ihre profunde Erfahrung und genaue Kenntnis des Immobilienmarkts für eine Pionierleistung. Mit der Entwicklung und Emission des weltweit ersten grünen Pfandbriefes präsentierte die Bank im April 2015 eine besonders attraktive Anlagemöglichkeit. Sie erweiterte ihre Investorenbasis zur Refinanzierung von Green Buildings und integrierte das Kerngeschäft in die bereits entwickelte Nachhal-



tigkeitsstrategie der Bank. Die Emission sorgte für Furore und zahlte sich aus. Für den 500 Mio. € großen Pfandbrief mit sieben-jähriger Laufzeit und einem Zinskupon von 0,125 Prozent konnte ein Orderbuch von fast zwei Mrd. € generiert werden. Damit war die Anleihe vierfach überzeichnet. Deutsche Investoren waren mit 71 Prozent beteiligt, gefolgt von skandinavischen mit 13 Prozent und Anlegern aus Österreich und der Schweiz mit acht Prozent. 48 Prozent der Emission ging an nachhaltige Investoren. Mit dem Emissionserlös wurden Green Buildings refinanziert und gleichzeitig ein Versprechen an den Markt abgegeben: Während der Laufzeit des Grünen Pfandbriefes verpflichtete sich die Bank, einen Betrag in Höhe des Emissionserlöses zusätzlich in neue Green Building-Finanzierungen zu investieren.

Green Bond Programm

Der Erfolg der Emission des Grünen Pfandbriefes war Lohn sorgfältiger Vorbereitung. Um darauf aufbauend auch zukünftig den steigenden Bedarf an Green Buildings am Immobilienmarkt sowie der zunehmenden Nachfrage an Green Bonds am Kapitalmarkt zu begegnen, wurde nach der Begebung ein intensiver Prozess zur Weiterentwicklung angestoßen. Dabei stand der programmatische Anspruch der Berlin Hyp nach maximaler Transparenz für ihre Investoren durch Festlegung von Voraussetzungen zur Emission von Green Bonds, die Umsetzung der Green Bond Principles sowie die Definition von Anforderungen an Green Buildings im Mittelpunkt. Heute werden diese Ansprüche und standardisierten Prozesse im Green Bond Programm der Berlin Hyp zusammengefasst, das unter www.gruener-pfandbrief.de veröffentlicht wurde. Es wird hierin festgelegt, dass ein neuer Green Bond nur dann begeben werden kann, wenn Green Building-Finanzierungen mit einem ausreichendem Gesamtnominalwert in der Bilanz der Bank vorhanden sind und diese nicht bereits



für vorherige Green Bonds verwendet wurden. Um diese Zusagen garantieren zu können, hat sich die Berlin Hyp verpflichtet, fällig werdende Assets ausschließlich durch andere geeignete Assets zu ersetzen und bei jeder Emission einen Sicherheitspuffer in Höhe von zehn Prozent vorzuhalten. Damit übersteigt der Gesamtnominalwert der auf der Bankbilanz befindlichen geeigneten Assets mit mindestens 110 Prozent den Nominalwert aller ausstehenden zuzüglich eines neu zu begebenen Green Bonds zu jeder Zeit.

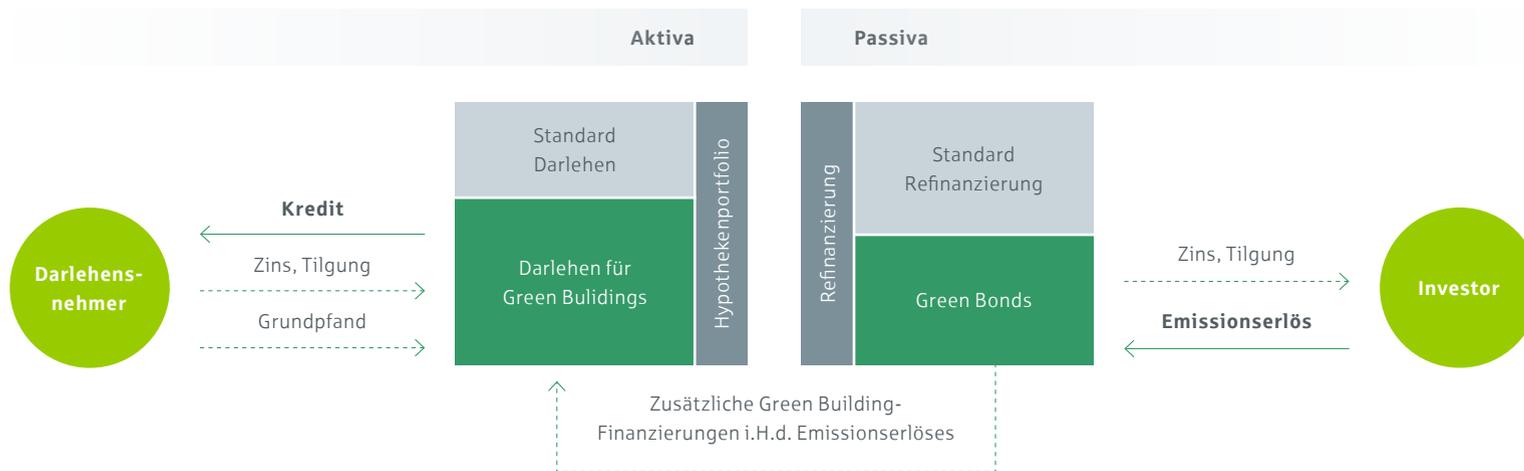
Green Bonds in zwei Assetklassen

Mit der Entwicklung des Green Bond Programms war eine wesentliche Voraussetzung geschaffen, um nur ein Jahr nach der Emission des Grünen Pfandbriefs mit der nächsten Pionierleistung zu punkten: Im September 2016 emittierte die Berlin Hyp die erste grüne Senior Unsecured Anleihe und war damit

der erste Emittent, der Green Bonds in mehr als einer Assetklasse begeben hat. Wie beim Grünen Pfandbrief refinanzierte die Bank mit dem ungedeckten Green Bond damit Green Buildings und gab gleichzeitig das Versprechen, während der Laufzeit der Anleihe einen Betrag in Höhe des Emissionserlöses in neue Green Building-Finanzierungen zu investieren. Die 500 Mio. € große Anleihe hat eine Laufzeit von sieben Jahren und trägt einen Zinskupon von 0,5 Prozent. Mit einem Orderbuch von über 1,2 Mrd. € war die Anleihe 2,4-fach überzeichnet. Deutsche Investoren waren mit 53 Prozent beteiligt, auf Österreich und die Schweiz fielen gemeinsam 13 Prozent. Es folgten britische und skandinavische Anleger mit elf Prozent bzw. neun Prozent. Unter den Anlegern befanden sich 41 Prozent nachhaltige Investoren. 35 Investoren beteiligten sich darüber hinaus erstmalig an einer Anleihe der Berlin Hyp.

Transparentes Reporting

Gemäß der formalen Vorgaben der Green Bond Principles berichtet die Berlin Hyp über die Verwendung der Emissionserlöse im Rahmen eines umfassenden jährlichen Reportings und lässt den ökologischen Mehrwert der Anleihe durch eine Second Party Opinion prüfen und bestätigen. Diese Bewertung obliegt der Nachhaltigkeitsagentur oekom research, die als unabhängige Instanz sowohl die Nachhaltigkeit des Emittenten, die formale Übereinstimmung der Kriterien des Investment-Produkts mit den Green Bond Principles sowie die Nachhaltigkeit des Produkts selber bewertet. Ergänzt werden die Angaben des Bestandsreportings durch die des Neugeschäfts- und des Impact-Reportings über die eingesparten CO₂-Emissionen. Mit Hilfe dieser Angaben können sich Investoren ständig und aktuell über den Stand des Green Bond-Programms informieren. (www.gruener-pfandbrief.de) Pünktlich zum Jahrestag der ersten Emission veröffentlichte die Berlin Hyp ihr erstes Reporting zur Entwicklung der Green Building-Finanzierungen in ihrem Hypothekendeckungsstock. Ein Jahr später zum Stichtag 27. April 2017 berichtet die Bank zum zweiten Mal über die Entwicklung des Green Finance Portfolios und am 29. April 2017 folgte der dritte Statusbericht. Aktuell beinhaltet das Portfolio demnach 42 Green Building-Finanzierungen mit einem Volumen von 2.024 Mio. €. Mehr als drei Viertel des Portfolios befinden sich zudem im Deckungsstock der Berlin Hyp. Seit dem letzten Reporting wurden acht Darlehen mit einem Nominalwert von insgesamt 600 Mio. € zur Finanzierung von 18 Green Building Objekten neu in das Green Finance Portfolio aufgenommen. Unter Berücksichtigung der 176 Mio. € Neugeschäft aus dem ersten Reporting 2016 konnten seit Emission des Grünen Pfandbriefs bereits 756 Mio. € in neue Darlehen für Green Buildings investiert werden.



Funktionsweise Green Bonds der Berlin Hyp

Impact Reporting

Mit Hilfe des Impact Reportings als wesentlicher Bestandteil des Jahresreportings unternimmt die Berlin Hyp den Versuch, den ökologischen Mehrwert des Green Bond Programms zu quantifizieren und differenziert darzustellen. Es weist die durch die Finanzierung der Green Buildings geförderte CO₂-Einsparung aus und hilft so, die ökologische Wirkung des Investments abzubilden. Dabei haben verschiedene Annahmen einen wesentlichen Einfluss auf die Schätzung. Die Wahl der Benchmark unterscheidet einen Vergleich der Assets entweder mit der Energieeffizienz der durchschnittlichen europäischen Bestandsimmobilie oder mit den aktuellen Energierferenzwerten gemäß Energieeinsparverordnung (EnEV). Bei der Wahl der Zuordnung werden die Emissionen entweder vollständig der Berlin Hyp zugerechnet oder anteilig nach der Höhe der Beteiligung an der Finanzierung. So enthält das Impact Reporting pro Berichtsjahr vier verschiedene Schätzungen. Je nachdem, welche Benchmark zugrunde gelegt wird, werden mit jeder Million Nominalwert der Green Bonds zwischen 4,5 und 28,7 Tonnen CO₂ pro Jahr eingespart und damit ein spürbarer ökologischer Mehrwert generiert. Mit diesem differenzierten Impact-Reporting ist die Berlin Hyp die erste deutsche Geschäftsbank, die eine Schätzung zur Quantifizierung durch ihre Green Bonds refinanzierten Darlehen erzielten CO₂-Einsparung offenlegt.

Eingesparte
tCO₂/Mio. €/Jahr

100 Prozent Zuordnung zur
Finanzierung der Berlin Hyp

Anteilige Zuordnung nach Höhe der
Beteiligung der Berlin Hyp an der Finanzierung

Vergleich mit
europäischem
Durchschnitt

Vergleich mit
aktuellem
EnEV-Standard

	Stand 29.04.2017	Stand 29.04. 2017
Vergleich mit europäischem Durchschnitt	28,7	13,7
Vergleich mit aktuellem EnEV-Standard	9,6	4,5

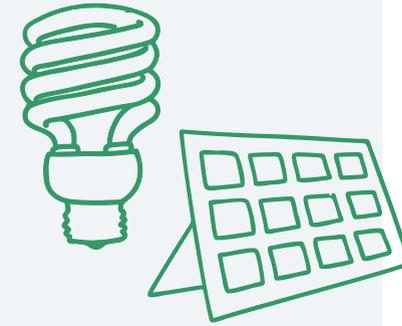
Ergebnisse des Impact Reportings



Vielfach ausgezeichnet: die Green Bonds der Berlin Hyp

Effizient an den Standorten

„Die Kampagne der Berlin Hyp für energiebewusstes Verhalten setzt auf individuelle Verhaltensänderungen, die im Kollektiv Einsparpotential freisetzen können.“



TOM KÜSTER
Energie Agentur NRW

Mittendrin in Berlins westlichem Zentrum in unmittelbarer Nähe zum Tiergarten befindet sich der Hauptsitz der Berlin Hyp. In den beiden von der Bank selbstgenutzten Immobilien gilt es, die direkt verursachten Umweltauswirkungen des Betriebs so gering wie möglich zu halten. Hierfür soll weniger Energie und Wasser verbraucht, Emissionen und Abfälle reduziert, Gefahrstoffe sicher gehandhabt und Umwelt- und Nachhaltigkeitsaspekte bei der Beschaffung berücksichtigt werden. Seit 2016 werden diese Vorhaben durch ein umfassendes Managementsystem nach EMAS-Verordnung operationalisiert. Klar definierte Ziele, messbar und zeitlich terminiert, sowie die Vergabe von Zuständigkeiten bilden die Grundlage des Systems. Mit Hilfe interner Umwelt-Audits und der Bewertung ihrer Ergebnisse im Rahmen regelmäßiger Managementreviews wird seine Wirksamkeit sichergestellt. → GRI

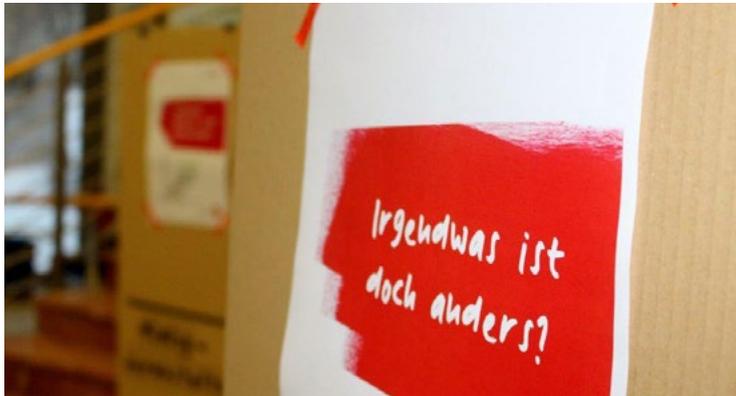
Umweltschutz mit System

Verantwortlich für die Reduzierung der direkten Umweltauswirkungen und die Umsetzung der entwickelten Maßnahmen ist der Umweltmanagementvertreter, der direkt an den Vorstand berichtet. Unterstützt wird er dabei von dem Umweltmanagementbeauftragten, der für die Datenerhebung von Mengen und Verbräuchen zuständig ist und den Erfolg der einzelnen Maßnahmen überprüft. Er leitet den Umweltschutzausschuss, der interdisziplinär aus den verschiedenen Bereichen der Bank besetzt ist und mindestens zwei Mal im Jahr tagt.

Nachdem bereits 2011 insgesamt 111 Solarmodule mit einer Nennleistung von 26,794 Kilowatt Peak auf den Dächern der beiden Gebäude am Hauptsitz in Berlin installiert worden waren, wurde 2013 ein auf mehrere Jahre angelegtes Projekt zum Energiemanagement in Angriff genommen. Im Zuge dessen wurden Aufzüge mit regenerativem Antrieb ausgestattet, Kältemaschinen und Rückkühler ersetzt, LED Leuchtmittel und umweltfreundliche Löschmittel eingesetzt sowie die Infrastruktur der Heizanlagen gedämmt. Anfang 2017 adressierte die Umweltstrategie schwerpunktmäßig die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, um sie für einen bewussten Umgang mit Energie am Arbeitsplatz zu sensibilisieren. In Kooperation mit Partnerorganisationen, die das Vorhaben mit ihrer Expertise unterstützen, setzte das Umweltmanagement eine Informations- und Motivationskampagne auf. Die mission E der Berlin Hyp begann!

Mit Energie bewusst umgehen

Jeden Morgen dasselbe: Jacke aufhängen, kurz durchlüften, währenddessen den Rechner hochfahren, den Monitor anstellen, Kaffee holen und im Vorbeigehen Drucker und Kopierer in Gang setzen. Unser Bürotag birgt eine Fülle automatisierter Verhaltensmuster im Umgang mit elektrischen Geräten, Beleuchtung, Heizen und Lüften. Erfahrungsgemäß ist die Macht der Gewohnheit der häufigste Grund für Energieverschwendung. Bei ihrer mission E stellt die Berlin Hyp daher den Menschen als Energienutzer in den Mittelpunkt der Kampagne und zielt darauf, Gewohnheiten zu hinterfragen und durch unterschiedliche Methoden und vielfältige Aktivitäten ein energiebewusstes Verhalten anzuregen. Das „E“ steht dabei für Energie, Effizienz, Einsparung und Emission sowie für das erforderliche Engagement, um den Strom- und Wärmeverbrauch zu senken. Warum sich das lohnt? Weil das Energie-Einsparpotenzial des „Faktors Mensch“ in Verwaltungen beachtlich sein kann: Beim Strom liegt es bei bis zu 15 Prozent, bei der Wärme sogar bei bis zu 20 Prozent des



mission E verändert den Umgang mit Energie effizient, empathisch und emotional

Gesamtverbrauchs, schätzen Fachleute. Das Entscheidende ist: Wenn sich beim Energiesparen für den Klimaschutz viele Einzelne aktiv beteiligen, bewirken auch vermeintliche Kleinigkeiten in der Summe Großes. Das Konzept der mission E besteht aus ganz vielen einzelnen Aktivitäten, die energiebewusstes Verhalten der Mitarbeiter fördern und zum Mitmachen motivieren sollen. Dies beginnt mit der Anregung zum Treppensteigen, umfasst das Aufzeigen sinnvollen Lüftens in den Büros sowie diverse Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen, die über technische und organisatorische Neuregelungen informieren. Und das alles mit einem ehrgeizigen Ziel: Im Jahr 2017 sollen die durch den Geschäftsbetrieb verursachten CO₂-Emissionen um fünf Prozent gegenüber dem Vorjahr gesenkt werden. → GRI

Klimaschonend unterwegs

Mobilität ist ein wesentlicher Baustein jeder Klimaschutzstrategie, so auch bei der Berlin Hyp. Mit der Dienstreiseverordnung wie auch der Dienstwagenverordnung sieht die Bank diverse Maßnahmen für eine CO₂-reduzierte Reisegestaltung vor. Dabei gilt grundsätzlich für alle Dienstreisen: Vermeiden – Reduzieren – Kompensieren! Gemäß diesem Grundsatz ersetzen an allen Standorten der Berlin Hyp umfangreiche technische Möglichkeiten wie beispielsweise Webvideokonferenzen aufwändige und zeitintensive Reisetätigkeiten. Sind diese jedoch unvermeidbar, wird jede geschäftlich veranlasste Flugreise konsequent klimaneutral gestellt. Im Jahr 2016 hat die Berlin Hyp durch den Erwerb von Emissionsgutschriften aus anspruchsvollen, nach UN-Regeln unter dem Mechanismus für umweltverträgliche Entwicklung (dem sogenannten Clean Development Mechanism), zertifizierten Klimaschutzprojekten 161 Tonnen CO₂-Äquivalente kompensiert. Mit der aktuell beschlossenen Umstellung der gesamten Dienstwagenflotte auf Hybridmotorisierung soll ab 2017 eine weitere



 161

Tonnen CO₂-Äquivalente wurden für Dienstreisen der Mitarbeiter mit dem Flugzeug kompensiert.

CO₂-Reduktion erreicht werden. An den Berliner Standorten wird zusätzlich allen Mitarbeitern ein subventioniertes Job-Ticket angeboten. Und wer sich komplett klimaneutral bewegen möchte, greift einfach auf den firmeneigenen Fahrradpool zurück.

Ziele sicher erreicht

Mit der Erhöhung der Quote für nachhaltig abgesicherte Beschaffung auf 60 Prozent, der Einführung eines Umweltmanagementsystems nach EMAS, der Schulung und Sensibilisierung aller Mitarbeiter im Rahmen eines Nachhaltigkeitstags sowie der Umgestaltung der Dienstwagenflotte wurden alle Maßnahmen im Nachhaltigkeitsprogramm 2016 für den betrieblichen Umweltschutz erfüllt. Im aktuellen Umweltprogramm zur Reduzierung der direkt verursachten Umweltauswirkungen sind sieben der 17 Maßnahmen im Berichtszeitraum vollständig erfüllt worden. Weitere sieben befinden sich in der Umsetzung und drei zusätzliche Ziele sind für die folgenden Jahre projektiert worden. Das vollständige und aktualisierte Umweltprogramm ist über folgenden Link www.berlinhyp.de einsehbar. Alle Emissionen, genauso wie der Energie- und Papierverbrauch sind in der GRI-Bilanz nachzulesen. → GRI

Partnerschaftlich als Arbeitgeber



„Die partnerschaftliche Begleitung unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in ihrer persönlichen und beruflichen Weiterentwicklung liegt uns besonders am Herzen. Schließlich sind sie unser wichtigstes Kapital.“

SABINE OLEJNIK
Leiterin Personal

Ein stabiles Arbeitsumfeld und langfristige Berufsperspektiven in Verbindung mit einem umfassenden Weiterbildungsangebot stehen im Mittelpunkt des Engagements für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wertschätzung, Zielorientierung und ausreichende Entscheidungs- und Gestaltungsspielräume kennzeichnen die Führungskultur der Berlin Hyp. Aufgabe der Führungskräfte ist es, die Mitarbeiter bei ihrer Entwicklung entlang aller Berufs- und Lebensphasen zu unterstützen mit dem Ziel, Engagement und Kompetenzen konstant auszubauen. Die Förderung von Vielfalt, Eigenverantwortung und Motivation sind die Grundpfeiler des nachhaltigen Personalmanagements.

Vielfalt schätzen und schützen

Die Grundlagen für eine wertschätzende und respektvolle Personalpolitik bilden die Regelungen zur Vereinbarkeit von Familie

und Beruf sowie die „Richtlinie für Menschenrechte, Diversity und Inklusion“. Ziel ist es, einen diskriminierungsfreien Geschäftsbetrieb zu gestalten, in dem weder Vor- noch Nachteile entstehen hinsichtlich Rasse, Hautfarbe, Geschlecht oder anderen sozialen, persönlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Aspekten. Um dieses Bekenntnis auch nach außen sichtbar zu machen, hat die Berlin Hyp die Charta der Vielfalt unterzeichnet und sich damit zur gleichberechtigten Teilhabe und Fairness im Alltagsgeschäft der Bank bekannt und verpflichtet. Einen besonderen Stellenwert genießt dabei die Förderung der Gleichstellung von Frauen und Männern. Für eine gerechte Verteilung von Führungspositionen auf der zweiten und dritten Ebene unterhalb des Vorstands wurden Zielgrößen für die Mindestanzahl weiblicher Führungskräfte festgelegt und die frühzeitige Förderung und gezielte Potenzialerkennung von Frauen festgeschrieben. Mit gutem Erfolg: Im Berichtsjahr lag die Frauenquote zum Stichtag 31. Dezember 2016 in der gesamten Belegschaft bei 49,7 Prozent. Mit 27 Prozent wurde die für die erste Führungsebene unterhalb des Vorstands festgelegte Zielgröße des Frauenanteils von 21 Prozent übererfüllt. In der zweiten Führungsebene wurde das Ziel von 27 Prozent nur ganz knapp mit drei Prozentpunkten nicht erreicht. → GRI

Familie und Beruf vereinbaren

Um Familie und Beruf miteinander zu vereinbaren, sind flexible und individuelle Arbeitszeitmodelle sowie deren stetige Weiterentwicklung unabdingbar. In diesem Sinne hat die Berlin Hyp die „Betriebsvereinbarung zu Chancengleichheit und Familien-



27%

der Führungskräfte auf erster Ebene unterhalb des Vorstands sind Frauen.

freundlichkeit“ formuliert, in der die Möglichkeiten der flexiblen Arbeitszeitgestaltung beschrieben werden. Hinzu kommen die Betriebsvereinbarungen über die Vertrauensarbeitszeit und das mobile Arbeiten. Mit diesen Regelungen wird den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf in allen Lebensphasen – egal ob geprägt durch die Erziehung von Kindern oder die Pflege von Familienangehörigen – erleichtert.

Gesund bleiben

Ob fachliche Qualifizierung oder Entwicklung der persönlichen Kompetenzen, die Berlin Hyp unterstützt und fördert die Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiter kontinuierlich. Gesundheitliche Für- und Vorsorge spielen dabei eine große Rolle. Der sich vierteljährlich treffende Gesundheitszirkel wertet anonymisierte Krankheitsdaten aus und erarbeitet auf dieser Basis Vorschläge für Maßnahmen der Gesundheitsförderung. Diese bilden dann den Rahmen für Maßnahmen des Gesundheitsmanagements, das vom Personalbereich ausgestaltet und verantwortet wird. Von der arbeitsmedizinischen Betreuung, über die betriebliche Wiedereingliederung bis hin zum zweijährlichen Gesundheits-Check-up werden verschiedene Möglichkeiten der Gesundheitsförderung angeboten und das individuelle Gesundheitsbewusstsein angesprochen. Der jährliche Gesundheitstag bietet in Fachvorträgen

von Krankenkassen, Fitnesshäusern und Personaltrainern Anreize und Motivation, an der eigenen Fitness zu arbeiten. → GRI

Zukunft denken

Auf der gesamtunternehmerischen Ebene wird die Belegschaft eng in Veränderungen und Entwicklungen eingebunden. So wurde der Zukunftsprozess „berlinhyp21“ mit einer Auftaktveranstaltung für alle Mitarbeiter im Jahr 2016 eingeläutet. Unter dem Motto „agil, vernetzt, kreativ“ diskutierten alle Mitarbeiter der Bank, gemeinsam und über alle Hierarchieebenen hinweg Zukunftsfragen. Was macht uns fit für die Zukunft? Wie müssen wir aufgestellt sein, um weiter so erfolgreich zu sein wie in der Vergangenheit? Dies war der Startschuss für einen Veränderungsprozess, in den mittlerweile 20 Prozent der Mitarbeiter in unterschiedlichen Funktionen aktiv eingebunden sind. Sie alle bringen ihre Ideen zur Unternehmenskultur und -organisation ein. Im ersten Schritt resultierte aus der Zusammenarbeit ein Konzept für die Etablierung agiler und effizienter Arbeitsmethoden innerhalb von Meetings. Damit gute Ideen schnell und kreativ umgesetzt werden, soll verstärkt abteilungsübergreifend eine integrierte Sicht auf Projekte und Themen entstehen, bürokratische Formalien abgebaut, das vernetzte Miteinander kontinuierlich gestärkt und Eigeninitiative gefördert werden.

Nachhaltigkeitstag 2016

Eine weitere innovative Plattform für Austausch und Diskussion über die Zukunftsthemen der Bank bot der Nachhaltigkeitstag, zu dem das Team Nachhaltigkeitsmanagement Ende 2016 alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Berlin Hyp einlud. Gleich drei Vorträge von Experten boten vielfältige Impulse für Diskussionen über verschiedene Aspekte der nachhaltigen Entwicklung, zukünftige Konsumformen und Chancen des betrieblichen Um-

weltschutzes. Das Ergebnis: Zahlreiche kreative Idee, was jeder Einzelne an seinem Arbeitsplatz für mehr Nachhaltigkeit tun kann, die nun in die Planung der zukünftigen Programme einfließen werden.

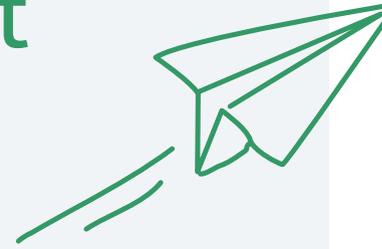
Beste Ergebnisse

Mit der Durchführung des Nachhaltigkeitstags für die Einbindung aller Mitarbeiter in das Nachhaltigkeits- und Umweltmanagement, sowie der Festlegung einer Quotenregelung für die gleichberechtigte Beschäftigung sind alle mitarbeiterbezogenen Aspekte des Nachhaltigkeitsprogramms im Berichtszeitraum erfüllt worden. Bei einer aktuellen Beschäftigung von 585 Mitarbeitern lag die Fluktuationsquote im Berichtsjahr bei 2,3 Prozent. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit liegt bei über 16 Jahren. Beide Zahlen dokumentieren eindrucksvoll die hohe Zufrieden- und Verbundenheit aller Mitarbeiter mit der Berlin Hyp. Weitere Angaben zu aktuellen Beschäftigungsdaten und arbeitgeberbezogene Angaben enthält die GRI Bilanz. → GRI



Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Berlin Hyp informierten sich auf dem Nachhaltigkeitstag 2016.

Engagiert in der Gesellschaft



„Corporate Citizenship lebt bei der Berlin Hyp vom Engagement der Mitarbeiter. Solche Beiträge zeichnen einen „guten Unternehmensbürger“ aus.“

DIETER W. HORST
Experte für Corporate Responsibility bei PwC

Zum Konzept der nachhaltigen Unternehmensführung gehört bei der Berlin Hyp ein umfangreiches gesellschaftliches Engagement. Sach- und Geldspenden sowie der freiwillige Einsatz von Mitarbeitern sind Teil der Unternehmenstradition und -kultur. Um diese Art der Verantwortungsübernahme für Mitarbeiter, Stakeholder und Kunden sicht- und erlebbar zu machen, weist die Richtlinie für Corporate Citizenship Schwerpunkte für das gemeinnützige Engagement aus: Gefördert werden Aktivitäten für sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche, der Betriebssport sowie Corporate Volunteering Programme.

Durch das Jahr mit dem Kinderhaus

Bereits seit über zehn Jahren wird das Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e.V. mit seinen großen und kleinen Bewohnern unterstützt. Fast wie in der eigenen Familie wurden auch im Jahr

2016 die großen Ereignisse über den Jahresverlauf gemeinsam vorbereitet und gefeiert. An Ostern bastelten Kolleginnen und Kollegen Osternester mit den Kindern. Zum Einschulungstag fanden sich unter den Mitarbeitern Paten, die für die ABC-Schützen Schultüten gestalteten und bestückten. Wer die ersten eigenen vier Wände bezog, wurde von den Mitarbeitern der Berlin Hyp mit einem „Starterpaket“ versorgt, das vom Besen über den Wasserkocher bis zum Zollstock alles Notwendige für den Haushalt enthielt. Im Herbst konnten durch Übernahme aller Kosten 300 Kinder und 150 Betreuer auf Herbstfahrt gehen. Und zu Weihnachten erfüllten die Mitarbeiter der Bank jedem Kind einen Herzenswunsch. Insgesamt wurden im Jahr 2016 Aktivitäten mit einem finanziellen Gegenwert von gut 45.000 € unterstützt.



Weihnachtswünsche aus dem Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e. V.

Helfen und Lernen

Als eine Weiterentwicklung aus der freiwilligen, gemeinnützigen Arbeit hat der Bereich Personal, unterstützt vom Nachhaltigkeitsmanagement den Sozialen Tag und das Projekt Seitenwechsel® – eine sinnvolle Kombination aus sozialem Engagement, Personalentwicklung und Führungskräfte-Training – eingeführt. Der Soziale Tag bietet jedem Mitarbeiter die Möglichkeit, eine Institution eigener Wahl für einen Tag zu unterstützen. Ob Schule, Flüchtlingsunterkunft oder Kindergarten – hier wird von den Mitarbeitern der Berlin Hyp angepackt, mitgearbeitet und geholfen. Der Seitenwechsel® für Führungskräfte bietet über fünf Tage hinweg einen Einblick in verschiedene Lebenswelten und Einrichtungen und ermöglicht Begegnungen mit Menschen in schwierigen Lebenslagen. Der Umgang mit Not, Krankheit und Tod bildet empathische und kommunikative Fähigkeiten aus und führt zu einem sensiblen und souveränen Umgang in Krisensituationen.

Förderung des Betriebssports

Der starke Zusammenhalt zwischen den Kolleginnen und Kollegen bei der Berlin Hyp ist das Ergebnis vieler gemeinsamer Aktivitäten. Dem Betriebssport kommt dabei traditionell eine bedeutende Rolle zu. Laufen, Beachvolleyball, Radsport, Bowling, ganz klassisch Fußball oder auch echte Randsportarten wie Büro-Tischtennis bringen die Menschen in der Bank zusammen. Gewonnene und verlorene Turniere, gemeinsame Reisen und durchkämpfte Trainingseinheiten stärken den Teamzusammenhalt und fördern die Unternehmenskultur. Durch die Bezuschussung privater Sportaktivitäten der gut 300 Mitglieder der Betriebssportgemeinschaft in Höhe von 15 € pro Monat und Person findet eine umfangreiche Sportförderung statt.

Erfolgreich engagiert

Alle Aspekte des Nachhaltigkeitsprogramms im Bereich Corporate Citizenship wurden durch die Fortführung der Zusammenarbeit mit dem Kinderhaus, der Freiwilligenarbeit, der finanziellen Förderung des Betriebssports und den Aktivitäten zur Förderung bildender Künste vollständig und erfolgreich im Berichtszeitraum erfüllt.

Seiten wechseln und Perspektiven ändern

„Die fragen sich doch bestimmt, was denn der Banker im Kinderhospiz will? Und wie kann ich den Eindruck vermeiden, dass das Leid anderer für mich nur eine Kulisse für Selbsterfahrung ist?“ Viele Fragen gingen Lars Werner, Teamleiter bei der Berlin Hyp, durch den Kopf, als er seinen Seitenwechsel® im Kinderhospiz Sonnenhof antrat. Zurückhaltung prägten die ersten Stunden seines Einsatzes. Doch bald wurde Lars Werner klar, dass mit Engagement jedem Kind ein Stück Lebensfreude geschenkt werden kann. Der mühsame Alltag soll so einfach wie möglich gestaltet und Eltern entlastet werden. Liebevolle Zuwendung und Wärme ist es, was hier zählt. Der Lohn dafür: Dankbarkeit! Schnell baute der Seitenwechsler Berührungspunkte ab, packte mit an, badete Kinder, gab Fläschchen und schob Rollis durch die Stadt. Und der Umgang mit dem Tod? „Jeder Abschied findet in Würde und Ruhe statt. Gemeinsame Erinnerungen werden zu einer Kraftquelle“, sagt Lars Werner. „Dass ich durch Zuwendung helfen und Trost spenden konnte, ist eine gute Erfahrung. Es war bereichernd für mich, dies zu erleben.“



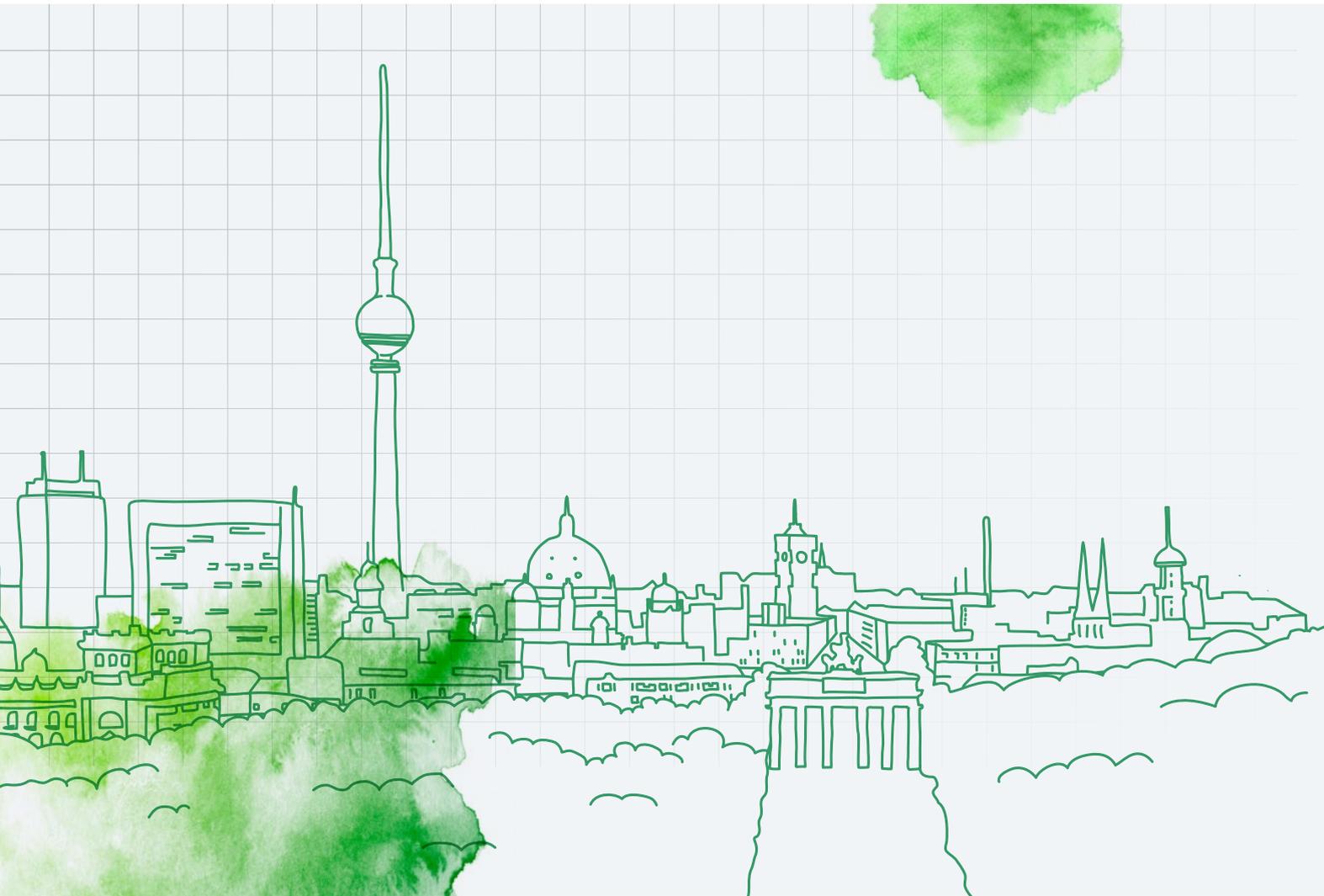
Kunst fördern – junge Künstler unterstützen

Auch in diesem Jahr wurde die Kooperation mit der POSITIONS BERLIN fortgesetzt. Im Rahmen dieser Kunstmesse vergibt die Berlin Hyp bereits seit 2012 einen Kunstpreis für junge Künstler und Absolventen von Hochschulen. Eine Jury, zusammengesetzt aus Mitarbeitern der Bank, sucht dafür die Newcomer aus, deren Kunstwerke für eine Präsentation in den Räumlichkeiten der Bank besonders geeignet sind. Die Preisträger 2015 waren Franziska Stünkel, Tessa Wolkenstorfer und Wolfgang Ganter, deren Werke 2016 jeweils in Einzelausstellungen präsentiert wurden. Darüber hinaus gehörte Nina Hannah Kornatz zu den Preisträgern. Ihre Werke werden 2017 ausgestellt. Im Jahr 2016 überzeugte Peter Ruehle die Jury. Seine Arbeiten werden ebenfalls 2017 im Foyer der Berlin Hyp zu sehen sein.

Über

 100.000

Euro spendete die Berlin Hyp 2016 insgesamt für gemeinnützige Zwecke.



Herausgeber

Berlin Hyp AG
Nachhaltigkeitsmanagement
Vanessa Landschoof-Schlichting
Budapester Straße 1
10787 Berlin
T +49 30 2599 9122
vanessa.landschoof-schlichting@berlinhyp.de

Konzept, Text & Gestaltung

akzente kommunikation und beratung GmbH

Bildnachweis

Titel, S. 26 NottomanV1/Shutterstock.com,
Le Panda/Shutterstock.com, Sharapanovochka/Shutterstock.com;
Titel, S. 26 bo68/thinkstock.com,
Titel S. 3, 6, 11Ohn Mar/Shutterstock.com;
S. 8 ollikeballoon/Shutterstock.com;
S. 15 Angeliki Vel/Shutterstock.com;
S. 20 Pikovit/Shutterstock.com;
S. 22 Tidarat Tiemjai/Shutterstock.com;
S. 3, 4 (links), 13, 19, 20, 22, 23 Berlin Hyp/Elke Jung-Wolff;
S. 4 (rechts), 10 (links) Tishman Speyer Properties/Klaus Helbig;
S. 9 (links) Sahle Wohnen GbR,
S. 9 (rechts) Deka Immobilien Investment GmbH/Lukas Zentel;
S. 10 (rechts) Wohnungswirtschaft Frankfurt (Oder) GmbH/Thomas Ritter;
S. 16 Echo Investments S.A./design by Venti