



© Foto Weinwurm

„Nachhaltigkeit manifestiert sich in den genossenschaftlichen Grundwerten. Werte wie Verantwortung, Zuverlässigkeit und Vertrauen beeinflussen seit jeher unser Handeln.“

KR MAG. GERALD WENZEL, GENERALDIREKTOR DER
ÖSTERREICHISCHEN VOLKSBANKEN-AG

Verantwortliche und Ansprechpartnerin für Nachhaltigkeit in der Österreichischen Volksbanken-AG:

Mag. Mirjam Ernst

Leitung Corporate Marketing

A-1090 Wien, Kolingasse 19

E-Mail: mirjam.ernst@volksbank.com

 VOLKSBANK GRUPPE

Wir leben Verantwortung

Nachhaltigkeit ist Teil der Identität einer Genossenschaftsbank

Nachhaltige Unternehmenskultur bedeutet ein neues Paradigma des Wirtschaftens: Ökonomische, ökologische und soziale Motive sind mit dem Bankgeschäft zu verbinden. Woran erkennt man nachhaltiges Denken in der Österreichischen Volksbanken-AG?

Es manifestiert sich bereits in den genossenschaftlichen Grundwerten. Diese beeinflussen seit eh und je das Handeln jedes Volksbankers. Die Erfüllung dieser Grundwerte spiegelt sich in der Zufriedenheit und in der Weiterempfehlungsrate unserer Kunden. 2009 erhielten wir zum dritten Mal in Folge den Recommender Award, eine Auszeichnung für jene Banken, die von ihren Kunden am häufigsten weiterempfohlen werden. Wir haben im Mai ein umfassendes Projekt zum Thema „Nachhaltige Unternehmenskultur“ gestartet. Ziel ist es, innerhalb der drei Säulen Soziales, Ökologie und Ökonomie nachhaltiger zu agieren. Dazu können wir bereits auf zahlreiche Projekte verweisen, die zeigen, dass wir diese Themen ernst nehmen. Wir vertreten den Grundsatz, dass verantwortliches Handeln langfristig mit wirtschaftlichem Erfolg verbunden ist. Deshalb werden wir in einem nächsten Schritt Nachhaltigkeit als eine zentrale Säule im Konzern verankern. In Folge sollen unsere Nachhaltigkeitsgrundsätze gemeinsam mit allen Tochtergesellschaften und mit unseren Eigentümern, den Volksbanken, umgesetzt und gelebt werden. Beginnend mit der Klimaschutzkompetenz im Rahmen des „Kyoto-Kompetenzzentrums“ der Investkredit, der aktiven Teilnahme des Treasury an der internationalen Händlervereinigung ACI, die sich den Gesetzen von Ethik und Moral freier Märkte und den Geboten der Fairness und Vertraulichkeit verpflichtet, dem ersten Green Building-Büroprojekt der PREMIUMRED in Prag und unseren Sponsoringaktivitäten im sozialen Bereich: Vieles ist schon am Laufen – wichtig ist, dass es weiter ausgebaut und strukturiert wird.

Konkret zur „glaubhaften“ Produktpolitik: Wie setzt die Volksbank Gruppe das Thema Nachhaltigkeit auf Produktebene ein?

Unsere „Genossenschaftlichen Grundprinzipien“, wie beispielsweise Freiheit, Verantwortung, Zuverlässigkeit und Vertrauen, sind auch die Basis für unsere Produkte. Daher ist es mir wichtig, in der Produktentwicklung darauf zu achten, dass wir mit Partnern kooperieren, denen nachhaltige Kriterien ein Anliegen sind.

Wie wichtig ist es für das Image und die Identität der Österreichischen Volksbanken-AG, dass CSR jetzt ein zentrales Thema bei Zertifikaten ist?

Die Tendenz der Bündelung von Produktkreationen mit nachhaltig agierenden Unternehmen gibt es schon lange. Jedoch waren risikobehaftete Produkte bisher attraktiver am Markt, weil man die Möglichkeit hatte, schnelle Gewinne zu erzielen. Heute legen immer mehr Anleger Wert auf Sicherheit und ethische Korrektheit von Produkten. So gesehen passen Zertifikate, die im Fokus von Nachhaltigkeit entwickelt werden, sehr gut zur Identität der Volksbanken.

Nachhaltige Geldanlage ist in Österreich nicht wirklich „aus den Kinderschuhen“ gekommen, bei Fonds z.B. bewegen wir uns bei 1 bis 2 Prozent des Gesamtvolumens. Woran liegt das?

Viele Menschen benötigen Zeit, um auf Innovationen und Veränderungen zu reagieren. Abgesehen davon hat das nachhaltige Investment in den vergangenen Jahren sehr wohl einen Aufschwung erlebt. Leider hinkt Österreich da hinterher. Doch wir haben es in der Hand diese 1 bis 2 Prozent zu heben. Darüber hinaus wissen wir, dass bei institutionellen Anlegern wie Kirchen, Pensionsfonds, Stiftungen und Versicherungen nachhaltige Investments an Bedeutung gewinnen.

Generell zum Nachhaltigkeitsdenken in der Wirtschaft: Wird das Bewusstsein immer nur angesichts von Krisen geschärft?

Ich glaube nicht, dass nur in Zeiten einer Krise Veränderungen passieren. Nachhaltige Investoren fordern bereits seit vielen Jahren eine Neuausrichtung der Geschäftsaktivitäten am Stakeholder Value, die neben dem monetären Unternehmenserfolg auch die soziale und ökologische Verantwortung einschließt. Jedoch hat die Wirtschaftskrise ihren Beitrag dazu geleistet, das Thema mehr und intensiver zu diskutieren, und zwar weltweit. Durch diese Situation werden verstärkt Transparenz, Corporate Governance und langfristige Anreizsysteme gefordert. Insgesamt wird die Finanzkrise eine breitere Öffentlichkeit und mehr Investoren für nachhaltige Geldanlagen sensibilisieren. Die Krise zeigt aber auch Grenzen dieser Produkte auf: Denn, ob Firmen gesund finanziert sind, wird durch Nachhaltigkeitsanalysten nicht geprüft. Im Grunde sind wir dann doch alle nur Teil eines volkswirtschaftlichen Systems.

Zur sozialen Ebene: Sind die ohnehin schon Benachteiligten auch jetzt die großen Verlierer bzw. wo müsste hier der Hebel angesetzt werden?

Sowohl zum Schutz der Umwelt als auch speziell im Sozialbereich haben wir im Projekt „Nachhaltige Unternehmenskultur“ Akzente gesetzt. Hier beschreiten wir neue Wege mit Wirtschaftsmediation – dem alternativen Umgang mit Konflikten in Unternehmen. Es geht dabei um einen Paradigmenwechsel von einer „rechtlichen Kontrollkultur“ zu einer Vertrauenskultur. Die Österreichische Volksbanken-AG hat 2008 die erste wissenschaftliche Studie über „Konfliktkosten in Familienunternehmen“ an der Universität Klagenfurt beauftragt. Darüber hinaus sind wir Partner der renommierten International Summer School on Business Mediation. Ein weiteres Projekt ist die Ausweitung des Diversity Managements innerhalb des Konzerns. Weitere Akzente setzen wir im Social Sponsoring-Bereich wie auch in unserer kulturellen Verantwortung. Was wir als Österreichische Volksbanken-AG beitragen können, werden wir tun. Dazu ist die Unterstützung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter innerhalb der Volksbank Gruppe gefragt. Wir können nur gemeinsam etwas bewegen.

Facts & Figures

Die Volksbank Gruppe setzt sich aus 66 genossenschaftlichen Volksbanken, Tochtergesellschaften und Beteiligungen sowie dem 1922 gegründeten Spitzeninstitut, der Österreichischen Volksbanken-AG, zusammen.

Die Österreichische Volksbanken-AG

- zählt zu den führenden Finanzkonzernen Österreichs
- verfügt über ein Bankennetzwerk in neun mittel- und osteuropäischen Ländern
- setzt auf Nachhaltigkeit und natürliches Wachstum
- ist in vier strategischen Segmenten tätig: Unternehmen, Retail, Immobilien, Financial Markets

1. Halbjahr 2009:

Anzahl der MitarbeiterInnen:	8.602
Inland:	2.041
Ausland:	6.561
Anzahl Vertriebsstellen:	644