

# Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

## Begrüßung durch den Vorstandsvorsitzenden Horst Schneider

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich möchte zunächst einmal sagen, dass ich wirklich überwältigt bin, wie zahlreich die Einladungen wahrgenommen wurden. Mit über 500 Gästen ist der Saal heute Abend „ausverkauft“. Vielen Dank, dass Sie alle gekommen sind. Ich möchte mich auch bei allen Ehrengästen für Ihr Kommen bedanken.

Heute Abend stellen wir Ihnen als genossenschaftlich geprägte Universalbank eine grundlegende Weiterentwicklung unseres unternehmensethischen Geschäftsmodells vor. Daher freut es mich ganz besonders, dass ich fünf Hochschulen aus den Bereichen Nachhaltigkeit und Wirtschaftsethik begrüßen darf.



Herzlich willkommen heißen darf ich die Professoren und Studierenden

- der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg
- der Technischen Hochschule Nürnberg
- der Ostbayerischen Technischen Hochschule Amberg-Weiden
- der Hochschule für angewandte Wissenschaften Würzburg-Schweinfurt sowie
- der Fachhochschule Erfurt.

Liebe Professoren, liebe Studierende, Ihr Erscheinen zeigt uns, wie wichtig das Thema „Verantwortung im Bankgeschäft“ gerade auch für die Hochschulen aktuell ist. Vielen Dank.

Ich habe gehört, dass ca. 70% aller Zuhörer laut einer Studie nach 30 Minuten abschalten, 20% davon machen fünf Minuten später ein kleines Nickerchen. Nur 10% der Zuhörer sind bis zum Schluss begeistert bei der Sache – davon sind natürlich 90% weiblich.

Damit Sie, meine verehrten Damen, nicht in Verlegenheit geraten, Ihren werten Gatten aufwecken zu müssen, wollen wir diese Statistik heute Abend durchbrechen. Wir möchten Sie heute Abend so mitreißen, dass Sie zu 100% begeistert sind – und damit meine ich nicht nur die Dame; denn heute hören Sie von einer Bank, die etwas geschaffen hat, was Sie so noch nicht gehört haben.

# Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

## Moral, Ethik, Glaubwürdigkeit und Nachhaltigkeit

Wörter wie Moral, Ethik, Glaubwürdigkeit oder auch Nachhaltigkeit werden überall und jederzeit verwendet, so dass man – seien wir einmal ehrlich – das schon gar nicht mehr hören kann.

Also fragen Sie sich sicher, warum wir überhaupt noch über dieses Thema sprechen wollen?

Die Antwort hierfür klingt einfach, ist aber für eine Bank sehr ungewöhnlich:

Wir haben uns schon seit 2009 intensiv mit Werten im ethischen Sinn beschäftigt und erkannt, wie wichtig es ist, den Menschen auf Augenhöhe zu begegnen – sowohl Kunden als auch Mitarbeitern. Wir haben in den vergangenen Jahren immer mehr erkannt, dass wir trotz Globalisierung und Shareholder Value als Bank für die Menschen da sind – und nicht die Menschen für die Banken. Immer mehr Menschen erkennen jetzt auch, dass die Banken im Sinne der Gesellschaft handeln müssen. Als wir im Jahr 2009 begonnen haben, uns mit Werten zu beschäftigen, war es gerade die Harvard Business School, die hier einen Eid definierte. Über die Hälfte der 900 Absolventen schworen: „Ich werde stets mit der größtmöglichen Integrität handeln und meiner Arbeit in einer ethischen Weise nachgehen.“

Im gleichen Jahr begannen wir mit unserem Werteprozess, der schließlich mit der Verabschiedung unserer Grundwerteerklärung seinen Abschluss gefunden hat. In diesem Prozess sind wir sehr schnell darauf gekommen, dass zwischen den Banken und der Gesellschaft ein riesiges Spannungsfeld herrscht. Seit vielen Jahren prangert die Gesellschaft die unmoralischen Verhaltensweisen von Banken an.



Auf die Frage „Wie schätzen Sie die Glaubwürdigkeit der Banken im Allgemeinen ein?“ wird die Antwort der Gesellschaft nicht gerade positiv ausfallen. Also ging es bei uns darum, nicht nur irgendwelche Werte festzulegen, sondern diese so zu definieren, dass sie auch glaubwürdig im unternehmensethischen Sinne sind.

Ich möchte Ihnen kurz anhand eines Beispiels erklären, was unternehmensethisch konkret bedeutet:

Stellen Sie sich einmal bitte vor, Sie besuchen eine kleine Arztpraxis in einer kleinen Stadt, in der drei gleichberechtigte Ärzte arbeiten. Zu jedem dieser Ärzte haben Sie Vertrauen. Der Grund für Ihren Besuch ist, dass Sie Probleme beim Atmen haben.

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

Einer der Ärzte gibt Ihnen erst einmal ein Nasenspray, danach sagt er aber, bei Ihnen wäre doch eventuell eine Operation der Nasenscheidewand angebracht. Damit man wieder wie früher atmen kann. Sie vertrauen dem Arzt natürlich und lassen sich operieren...

Einige Zeit später lesen Sie voller Entsetzen in der Zeitung, dass eben genau diese Ärzte der kleinen Arztpraxis miteinander ausgemacht haben, dass der Arzt mit den meisten Nasen-OPs eine Prämie erhält.

Als wenn das noch nicht genug wäre, erscheint am selben Tag ein Pressebericht von dieser Arztpraxis, in dem steht, dass die Praxis einen massiven Umsatzzuwachs und einen hohen Gewinnanstieg erzielt hat. Gleichzeitig steht in diesem Bericht, dass sie der Stadt zehn Bäume für die Nachhaltigkeit gespendet hat.

Jetzt lassen Sie uns das doch einmal bewerten:

Es kann durchaus der Verdacht aufkommen, dass die Ärzte Gewinnmaximierung zu Ihren Lasten betrieben haben. Glauben Sie dann wirklich, dass diese Arztpraxis noch glaubwürdig ist – trotz der zehn gespendeten Bäume?

Und dieses Beispiel übertragen wir nun auf uns:

Jedem von Ihnen wird gleich klar, dass es bei meinem Beispiel um Moral und Gewinn geht. Auch wir als Bank haben gegenüber dem Kunden oft einen klaren Informationsvorteil in der Kundenberatung, so wie es auch bei dem Gespräch zwischen Arzt und Patient der Fall war. Wenn die Gesprächsbeteiligten nicht „gleichberechtigt“ sind, also einer der beiden dem anderen wesentlich überlegen ist, dann nennt man das asymmetrische Kommunikation.



Vor diesem Hintergrund haben wir uns gefragt: Wie können wir gerade bei komplexen Bankprodukten, wie zum Beispiel bei Investmentfonds oder Zertifikaten, Moral und Gewinn in Einklang bringen?

Und die Antwort war und ist für uns schon immer eindeutig gewesen. Wir dürfen das Informationsdefizit unseres Kunden in keinem Fall ausnutzen. Das heißt, wir müssen uns symmetrisch verhalten. Das klingt auf den ersten Blick sehr banal. Ist es aber nicht, wenn ich Ihnen jetzt sage, dass diesen Ansatz nur eine Handvoll Banken in ganz Deutschland hat.

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

Was das konkret bedeutet, sagen uns nun Herr Wild, Herr Meyer und Herr Krug, welche schon seit vielen Jahren Berater in der Evenord-Bank sind.

### Die Garantieerklärung der Berater

Was bedeutet für Sie, meine Herren, den Menschen symmetrisch, also auf gleicher Augenhöhe zu begegnen?

Herr Wild, haben Sie oder würden Sie jemals einem Kunden ein Finanzprodukt empfehlen, was er nicht benötigt?

*Nein. Dadurch, dass wir keine Zielvorgaben und monetären Anreizstrukturen haben, können wir ohne Druck arbeiten und dem Kunden wirklich das anbieten, was auch seinen Vorstellungen entspricht. Wir verkaufen auch nur Produkte, die wir selbst verstehen und von denen wir überzeugt sind. So können wir gemeinsam mit dem Kunden entscheiden, ob der Kauf eines Produktes sinnvoll ist und für den Kunden den meisten Nutzen stiftet. Dadurch entsteht eine Beratung auf Augenhöhe, in der auch der Kunde merkt, dass sein Berater keinen Druck hat, ihm ein bestimmtes Produkt zu verkaufen.*

Wie viel Zeit nehmen Sie sich dabei für Ihre Kunden, Herr Krug? Gibt es zum Beispiel eine Klassifizierung nach lukrativen und nicht lukrativen Kunden?

*Wir nehmen uns für jeden Kunden gleich viel Zeit, da wir alle Anliegen gleich behandeln. So gibt es bei uns im Haus keine Kundenklassifizierung nach ABC-Segmenten, also keine Analyse, bei der Kunden in einen Bereich eingestuft werden, wie lukrativ das Geschäft mit ihnen ist. Jeder Kunde wird bei uns gleich behandelt – nämlich mit Respekt und auf eine ehrliche Art und Weise. Wir nehmen uns persönlich Zeit für unsere Kunden, auch wenn wir einmal keinen Abschluss erzielen.*



Herr Meyer, würden Sie behaupten, dass wir als Bank von der Überschuldung der Kunden profitieren wollen?

*Man sollte nicht versuchen, den Kunden anhand seiner finanziellen Situation auszunutzen. Der Kunde merkt das schließlich. Unsere Devise lautet, fair mit dem Kunden auf Augenhöhe zu kommunizieren. Wir verlangen daher zum Beispiel keine Überzie-*

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

*hungszinsen bei einer Überziehung des Dispokredits. Und wir sprechen den Kunden bei langfristiger Überziehung aktiv auf ein Angebot bezüglich eines e-Privatkredits an, der ja deutlich niedriger im Zinssatz bepreist ist als ein Dispokredit. So wird der Kunde vor einer Überschuldung geschützt – auf eine faire Art und Weise.*

Vielen Dank.

Wir wollen den Menschen auf gleicher Augenhöhe begegnen und sagen deshalb,

- dass wir keinerlei Verkaufsstrukturen im Haus befürworten
- dass unsere Berater keinerlei Zielvereinbarungen vorgegeben bekommen
- dass wir Vertriebsstrukturen ohne Druck für gut befinden und
- dass der Vertrieb unserer Produkte Sinn für den Kunden machen soll.

All das haben wir in einer Garantieerklärung festgehalten, da wir den Menschen ehrlich beraten und auf einer partnerschaftlichen Ebene begleiten möchten.

Damit der Berater nicht zwischen den Interessen der Kunden und der Bank steht.

### Die Symmetrie des Schmetterlings

Es gibt viele Untersuchungen, dass Menschen nach Symmetrie streben. Das heißt, Menschen suchen nach ehrlicher Gleichberechtigung im Gespräch. Sie spüren sehr wohl, wenn etwas asymmetrisch ist und Informationen ungleich verteilt sind. Und sie haben auch ein Gespür dafür, wenn sie ausgenutzt werden.



Dieser Tatsache begegnen wir mit unserer Wertekultur. Wir möchten den Menschen abholen und zwar auf Augenhöhe. Damit er das Gefühl hat, unabhängig von Vertriebsstrukturen zu sein und als Kunde und Mensch ehrlich behandelt zu werden. Wenn wir also tatsächlich auf der Seite des Menschen sein wollen, dann müssen wir auch tatsächlich symmetrisch sein. Wir können uns gar nicht leisten, den Menschen etwas vorzugaukeln – denn er wird es spüren.

Für uns steht außer Frage, dass wir sowohl im Sinne einer guten Unternehmensführung gegenüber den Mitarbeitern als auch gegenüber unseren Kunden tatsächlich und ehrlich symmetrisch sein müssen.

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

Und hier sehen wir gerade den Schmetterling als das Lebewesen, das für uns den Begriff der Symmetrie repräsentiert und außerdem auch das Sinnbild des Neubeginns ist.

Ich hoffe, ich konnte Ihnen verdeutlichen, dass es bei unserer Wertekultur nicht darum geht, was wir mit unseren Gewinnen tun – zum Beispiel Bäume spenden. Sondern es geht eben darum, WIE wir unsere Gewinne erzielen. Betreiben wir eine Gewinnmaximierung zu Lasten der Menschen oder wollen wir unseren Gewinn optimieren und den Menschen auf Augenhöhe begegnen?



Ich denke auch, dass für Sie deutlich wurde, dass es bei unserem Wertesystem nicht in erster Linie darum geht, zu stiften, zu spenden oder zu sponsern. Nein. Bei unserer Wertekultur geht es darum – auf Basis unserer Grundwerterklärung – glaubwürdig in unserem Kerngeschäft zu sein, einfach symmetrisch im Sinne der Kunden.

Aber wie sehen das unsere Mitarbeiter?

### Die jährliche Mitarbeiterbefragung

Unsere Wertebeauftragte, Frau Kugler, wird Ihnen unsere internen Umfragen vorstellen, die wir im Rahmen unseres Veränderungsprozesses der letzten Jahre eingeführt haben.

*Frau Kugler stellt den Fragenkatalog der Mitarbeiterbefragung und dessen Ergebnisse vor. Diese sind stets auf einem sehr hohen Niveau.*

Vielen Dank, Frau Kugler.

Die Ergebnisse sind Ausdruck unseres Vertrauensvertrages, den wir mit unseren Mitarbeitern geschlossen haben. Außerdem haben wir wertorientierte Führungsprinzipien anstatt von detaillierten Überwachungs- und Vertriebscontrolling-Instrumenten. Natürlich möchten wir erfolgreich sein, aber immer mit und niemals zu Lasten der Kunden!

Und was sagen unsere Kunden dazu?

# Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

## Kundenumfragen

Wir lassen uns seit einigen Jahren durch Kundenumfragen auf Basis des EFQM-Ansatzes prüfen, der ein europäischer Qualitätsstandard ist.

Hier würde ich jetzt nun Frau Heil bitten, auf die Bühne zu kommen und uns zu zeigen, wie denn unsere Kunden die Bank sehen.

*Frau Heil referiert hierzu über die regelmäßigen Kundenumfragen bei Deutschlands Kundenchampions. Hier erzielte die Bank 2015 den zweiten Platz in der Kategorie „Kleine Unternehmen (bis 50 Mitarbeiter)“.*

Vielen Dank, Frau Heil.

Nun bitte ich Herrn Dr. Sommerhoff von der Deutschen Gesellschaft für Qualität auf die Bühne, um aus seiner Sicht die Ergebnisse zu kommentieren. Die Deutsche Gesellschaft für Qualität ist Mitinitiator von Deutschlands Kundenchampions.



Herr Dr. Sommerhoff, zunächst einmal vielen Dank, dass Sie gekommen sind.

Sie haben hier die Ergebnisse. Wie bewerten Sie denn die Evenord-Bank? Und wie schätzen Sie uns ein?

*Herr Dr. Sommerhoff beurteilt die Ergebnisse, welche stets auf einem sehr hohen Niveau – vor allem im Finanzbereich – liegen.*

Vielen Dank, Herr Dr. Sommerhoff.

Meine Damen und Herren, ich denke, dass ich Ihnen für unsere Wertekultur verdeutlichen konnte, dass diese nichts mit den Werten zu tun hat, die sie oft aus der Werbung kennen. Ich spreche hier von einer Wertekultur auf einer unternehmensethischen Basis, welche die moralischen Forderungen der Gesellschaft mit dem Gewinnstreben der Bank in Einklang bringt.

Zentrales Element ist hier unsere gelebte Grundwerteerklärung. Sie ist quasi unser „hippokratischer Eid“ für tatsächlich ehrliches Handeln gegenüber den Menschen. Ich denke, dass wir mit unserer Wertekultur eine Lücke schließen können, die der Gesetzgeber mit Gesetzen nicht ausfüllen kann. Der Staat ist meiner Meinung nach nicht in der Lage, ständig neue Gesetze zu schaffen, um die Informationsdefizite zwischen den Menschen und den Banken zu schließen.

# Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

## Die Grundwerteerklärung der Evenord-Bank

Um auf unsere Grundwerteerklärung zurückzukommen... Sie ist das Grundgesetz, das Herz, die Seele unserer Bank. Damit verankern wir ein klares NEIN zu unseriösen Geschäften jeglicher Art. Wir stehen zu Glaubwürdigkeit und Ehrlichkeit gegenüber den Menschen.

Durch diese Grundwerteerklärung stellt sich für uns die Frage nach Moral oder Gewinn erst gar nicht, denn durch unser moralisches Handeln können wir, denke ich, die Kunden begeistern. Sie spüren, dass wir symmetrisch sind. So symmetrisch wie ein Schmetterling. Damit schaffen wir für uns selbst eine unverwechselbare Identität und können uns von Wettbewerbern abgrenzen und anders sein.



Herr Prof. Dr. Bolsinger hat uns seit 2009 bei unserem Werte-Weg begleitet. Herr Prof. Dr. Bolsinger, ich würde Sie kurz bitten, uns zu berichten, wie dieser Weg denn war.

*Herr Prof. Dr. Bolsinger referiert über seinen Weg mit der Evenord-Bank. Er unterstützt die Bank bereits seit 2009 bei ihrer Werteentwicklung und hat nun die Einführung des e-Prinzips auf wissenschaftlicher Seite begleitet.*

Vielen Dank, Herr Prof. Dr. Bolsinger.

## Das e-Prinzip

Herrscht eine symmetrische Wertekultur oder tun wir nur so als wären wir es? Ist das, was wir nach außen propagieren nur Show oder tatsächlich wertvoll?

Entscheidend ist es, im Kerngeschäft sowohl nach innen gegenüber den Mitarbeitern, als auch nach außen gegenüber dem Kunden symmetrisch, also glaubwürdig im ethischen Sinne zu sein. Das ist die Basis von allem. Das ist der entscheidende Punkt.

Auf diesem Wertekern wollten wir uns weiterentwickeln. Und wir haben es getan. Und mit dem e-Prinzip haben wir etwas geschaffen, das es für eine Universalbank in Deutschland so noch nicht gibt. Bevor wir aber nun das e-Prinzip im Detail erläutern,



# Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

möchte ich Ihnen ein Video zeigen. Es handelt um ein Mädchen im Alter von 12 Jahren, das 1992 vor den Botschaftern der Erde spricht.

*Das Video „Das Mädchen, welches für 6 Minuten die Welt zum Schweigen brachte“ wird gezeigt.*

Was haben jetzt die heutigen Konzerne konkret mit diesem Video zu tun? Zur Beantwortung dieser Frage möchte ich nun Herrn Robert Haßler von der oekom research aus München zu mir bitten.



Herr Haßler, wie würden Sie dieses Video deuten?

*Herr Haßler referiert über die Firma oekom research und deutet das Video. Konzerne können zum einen der Wirtschaft nutzen, zum anderen aber auch Schaden anrichten.*

Wir wissen jetzt, dass in einer globalisierten Welt viel Negatives verursacht wird, besonders durch Konzerne. Was aber hat das alles mit uns als Bank und viel mehr noch mit Ihnen, meine Damen und Herren, zu tun?

Das möchte ich Ihnen anhand eines Beispiels verdeutlichen:

Herr Dr. Pluschke, würden Sie kurz mit darauf eingehen?

Ich bin mir sicher, dass Sie schon einmal an eine Umweltorganisation eine Spende getätigt haben. Also sagen wir einfach einmal, Sie hätten 50 Euro an eine Umweltorganisation gespendet und gingen dann am Abend ins Bett – da denken Sie sich doch: Ich habe heute etwas Gutes getan. Und mit diesem Gefühl schlafen sie friedlich ein.

Wollen wir weiter davon ausgehen, dass Sie außerdem 10.000 Euro für zwei Jahre bei uns in einem Festgeld anlegen möchten. Dann würde ich Sie doch jetzt fragen, welche Informationen Sie für Ihr Festgeld benötigen.

Vermutlich den Zinssatz, die Sicherheit Ihres Geldes und wann Sie wieder über Ihr Geld verfügen können.

Lassen wir mal die Zinsen bei Seite, weil da wissen wir: bei der derzeitigen Zinslage erhalten Sie bei der einen Bank genauso wenig wie bei der anderen. Die Sicherheit Ihres Geldes wird durch die bestehende Einlagensicherung gewährleistet und die Kapitalbindung ist im Rahmen Ihres zweijährigen Festgeldes schon festgelegt.

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

Sie wissen jetzt, dass Sie Zinsen bekommen und Sie das Geld sicher wieder zurück erhalten. Nun habe aber ich das Geld, als Bank! Wäre es für Sie nicht vielleicht – als Umweltreferent – interessant, zu wissen, was ich mit diesem Geld mache?

Wir bündeln die Geldanlagen unserer Kunden, und geben diese an Menschen, die Kredite benötigen. Wenn wir mehr Einlagen haben, als wir Kredite vergeben können, dann geben wir diese Gelder Staaten, Ländern, Institutionen oder Konzernen. Das ist normales Bankgeschäft.

Und hier ist die Frage: Was machen diese Staaten, Länder, Institutionen oder Konzerne mit dem Geld?

Die Antwort heißt: Bis vor Einführung des e-Prinzips wussten wir es nicht!

Aufgrund der Komplexität und der Größe der Konzerne wissen wir gar nicht, was diese Konzerne letztendlich alles tun und wie sie überhaupt handeln.

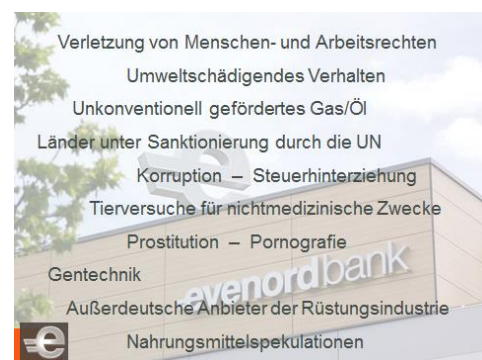
### Eigenanlagen

In der Vergangenheit wäre es möglich gewesen, dass wir diese 10.000 Euro aus Unwissenheit einem Unternehmen gegeben hätten, das beispielsweise verantwortlich für Umweltverschmutzung ist. Wäre es nicht besser, wenn Sie zu der Bank sagen könnten, dass Ihr Geld eben nicht an solche Unternehmen geht, die etwas tun, was Sie nicht wollen?

Aber hierzu müssen wir unsere Kunden erst befragen, was konkret sie nicht wollen. Hierzu haben wir vor einigen Monaten eine Kundenumfrage gestartet.

Im Ergebnis ist ein Katalog an Geschäftsfeldern entstanden, in die unsere Anleger nicht investieren möchten. Das sind zum Beispiel:

- Atomenergie
- Kohlekraft
- Umweltverschmutzung
- Gentechnik



Aber wie wollen wir das nun erreichen?

Ich sagte doch gerade eben, dass es für uns als Bank unmöglich ist, herauszufinden, welcher Konzern oder Staat in welches Geschäftsfeld investiert.

Die Antwort hierzu gibt Herr Haßler von der oekom research.

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

*Die oekom research ist eine der weltweit führenden Rating-Agenturen für nachhaltige Geldanlagen, welche Emittenten bezüglich ihrer Nachhaltigkeitsaktivitäten bewertet. Das Nachhaltigkeits-Research der Rating-Agentur umfasst Aktien- und Rentenemittenten (Unternehmen, Länder und supranationale Einrichtungen). So kann die Bank feststellen, in welche Unternehmen und Länder sie investieren möchte.*

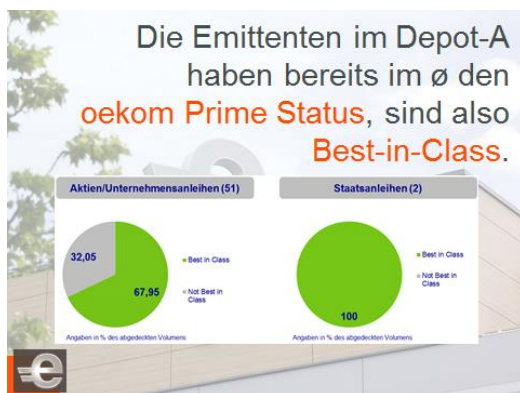
Aber nun ist es so, dass wir – als wir das e-Prinzip eingeführt haben – sogenannte Eigenanlagen von rund 58 Mio. Euro hatten. Das sind also Gelder unserer Kunden, die wir nicht als Kredite vergeben haben. Auch hier wollten wir wissen, inwieweit diese bestehenden Eigenanlagen mit den definierten Ausschlusskriterien übereinstimmen.

Hierzu möchte ich anmerken, dass wir im Rahmen unserer Wertekultur bezüglich dieser Anlagen schon im Jahr 2011 folgende Prämisse in unserem Verhaltenskodex definiert haben:

*Das Eigengeschäft zur Anlage freier Mittel findet im Rahmen einer sowohl risikobewussten als auch sehr qualitätsbewussten Geschäftspolitik statt. Dies bedeutet, dass neben der Risikotragfähigkeit vor allem auch das definierte Wertegerüst der Bank strikt beachtet wird. Nicht mehr oder nur schwer abschätzbare Risiken zugunsten einer Maximierung des Ertrages werden daher nicht eingegangen.*

So hat die Evenord-Bank im April 2015 das Depot-A, also ihre Eigenanlagen von oekom überprüfen lassen. Herr Haßler könnten Sie uns das Ergebnis Ihrer Analyse präsentieren?

*Jede der Aktien- und Unternehmensanleihen-Positionen als auch der Staatsanleihen-Positionen der Evenord-Bank ging in die Best-in-Class-Analyse ein und konnte somit bewertet werden. Bereits jetzt liegt die volumengewichtete durchschnittliche Gesamtnote des Portfolios bei einem oekom Performancescore (OPS) von über 50 (Skala von 0 – 100). Dies bedeutet, dass die im Depot-A gelisteten Emittenten im Durchschnitt den oekom Prime Status erreichen, d.h. Best-in-Class sind! Im Bereich Aktien/Unternehmensanleihen verstößt lediglich ein Emittent gegen die hausinternen (strengen) Ausschlusskriterien der Evenord-Bank. Bei den Staaten liegen auch nur bei einem Emittenten Verstöße gegen die Ausschlusskriterien der Evenord-Bank vor.*



Vielen Dank, Herr Haßler.

# Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

Unsere eigenen Anlagen sind also auch wirklich nahezu komplett den Wertevorstellungen unserer Kunden entsprechend. Dies ist zum Beispiel eine konkrete Auswirkung unserer Wertekultur.

Die betroffenen zwei Titel werden dann bei der nächsten Sitzung nicht mehr verlängert. Wir legen also nur noch in Wertpapiere an, die oekom research auch für gut befindet und die nicht unsere Ausschlusskriterien berühren.

Mit dem e-Prinzip erhält jetzt also das Geld der Einleger, also unserer Kunden, eine weitere Dimension: Qualität.

Themen wie Klimawandel, überbordender Kapitalismus, Artensterben oder Altersarmut haben dafür gesorgt, dass immer mehr Menschen auch bei der Auswahl Ihrer Finanzprodukte auf Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit achten. Die Menschen möchten sicher sein können, dass ihre Erträge auf Basis wirtschaftlicher, ökologischer und sozialer Werte erwirtschaftet werden – und zwar auf glaubwürdiger Basis.

Dabei entscheiden Sie als Kunden, was Sinn macht, aber auch, was nicht sinnvoll ist, was wir also meiden sollen – wie wir das gerade am Beispiel unserer Eigenanlagen erläutert haben.



## Kundenanlagen

Sie als Kunde können aktiv am e-Prinzip mitwirken und übernehmen auch gesellschaftliche Verantwortung gegenüber dem Menschen als solches, der Umwelt und der regionalen Wirtschaft.

Wenn Sie in den Bereich Mensch investieren, verwenden wir die Gelder auf Basis unseres e-Prinzips zur Förderung und Kreditvergabe von beispielsweise Bildung und Betreuung oder dem Erhalt der Gesundheit.

Durch Ihre Anlage in den Bereich Umwelt ermöglichen Sie uns die Förderung zur Erhaltung der Lebensqualität der gegenwärtigen und zukünftigen Generationen. Das kann beispielsweise durch Energie- und Rohstoffeffizienzsteigerung in Unternehmen und Privathaushalten ermöglicht werden.

Bei der Beratung einer Wertpapieranlage gelten künftig die genannten Ausschlusskriterien. Das bedeutet: Wir beraten Sie gerne zu Wertpapieranlageprodukten, die unseren Ausschlusskriterien nicht widersprechen. Finanzprodukte, die diese Voraus-

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

setzungen nicht erfüllen, können Sie für Ihr Wertpapierdepot bei uns zwar erwerben, wir vermitteln diese Produkte aber nicht mehr aktiv – sondern zeigen Ihnen hierzu Alternativen auf.

### Kundenkredite

Auch im Kreditgeschäft gilt neben unserem Wertesystem zudem unser e-Prinzip. Hier übernehmen wir gemeinsam mit unseren Kunden Verantwortung gegenüber der Gesellschaft.



Wir vergeben Kredite wie bisher unter strikter Wahrung unseres Wertesystems und zwar auf Basis der Anlageprioritäten unserer Kunden. Das heißt im Umkehrschluss, dass wir Kredite, die mit unseren Werten oder den Ausschlusskriterien nicht übereinstimmen, nicht vergeben. Aber durch das e-Prinzip fördern wir auch die Menschen und zwar in den Bereichen Mensch und Umwelt – durch besonders günstige Kreditkonditionen.

So erhalten unsere Kunden beispielsweise bei der e-Baufinanzierung und beim e-Privatkredit zinsgünstige Konditionen für verschiedene förderfähige Projekte.

Und die wiederum kommen Mensch, Umwelt und regionaler Wirtschaft zu Gute – und zwar auf Basis unserer Wertekultur. Denn so neutral Geld auch scheinen mag: Es kommt darauf an, was man Gutes daraus macht!

Was das nun konkret bedeutet das sagen uns nun Berater der Evenord-Bank, Herr Wild, Herr Meyer und Herr Krug.

Herr Krug, Sie haben Ihr Gesicht für das Produkt „e-Privatkredit“ hergegeben. Können Sie mit gutem Gewissen das Produkt an Kunden weiterempfehlen?

*Mit 100 % guten Gewissens. Wenn ich von dem Produkt nicht überzeugt wäre, würde ich sonst nicht mein Gesicht dafür hergeben – im wahrsten Sinne des Wortes. Das Ganze ist auf einer glaubwürdigen Ebene aufgebaut mit fairen Konditionen. Zudem wird man mit vergünstigten Zinssätzen belohnt, wenn man etwas Gutes für den Menschen und die Umwelt tut, wie zum Beispiel mit einer Investition in seine Weiterbildung. Deswegen hier ein klares Ja.*

## Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

Herr Wild, verlieren Sie nicht an Rendite mit den zinsvergünstigten Konditionen mit dem e-Prinzip?

*Wir möchten mit den Menschen Geschäfte auf Augenhöhe machen und sie belohnen, wenn sie Gutes tun. Unsere Konditionen werden im Haus nachhaltig auf ihre Marktgerechtigkeit geprüft. Und wenn wir sehen, dass Kunden etwas Gutes für sich selbst oder für andere tun, ist es uns ein Anliegen, diese zinsgerecht zu belohnen.*

Herr Meyer: Wie fördern wir die Umwelt konkret in Ihrem Kreditbereich?

*Unsere Finanzierungen können sowohl im Umweltbereich als auch im Bereich Mensch noch einmal zusätzlich konkret gefördert werden. Wenn man zum Beispiel besonders energieeffizient baut oder auf erneuerbare Energien setzt, profitieren nicht nur die Umwelt und eine zukunftsweisende Energiepolitik, sondern auch der Kunde durch ein zinsvergünstigtes Darlehen.*

Vielen Dank.

Es kann nun die Frage aufkommen: Sind wir deshalb eine Ethikbank?

Nein. Wir sind und bleiben eine Universalbank, die aber mit ihrer Wertekultur und dem e-Prinzip einen großen Schritt auf die Gesellschaft zugeht. Und wirklich und tatsächlich einen gesellschaftlichen Mehrwert erzielt.

Ich darf nun Herrn Jörg Weber, Herausgeber und Chefredakteur des ECOreporter Dortmund, zu mir bitten.

Herr Weber, wir haben uns vor einiger Zeit kennengelernt. Seitdem interessieren Sie sich für unser Konzept. Was sagen Sie dazu?



*Herr Weber referiert über ECOreporter und das Konzept des e-Prinzips. Das e-Prinzip nimmt konkret soziale, ökologische und wirtschaftliche Themen in den Fokus. Die Evenord-Bank übernimmt damit nunmehr auch gesellschaftliche Verantwortung für ihre Produkte.*

Vielen Dank, Herr Weber.

# Warum es Zeit ist, einen Schritt weiterzugehen

Und nun möchte ich Herrn Prof. Dr. Bolsinger zu mir bitten: Herr Prof. Dr. Bolsinger, Sie waren über 5 Monate bei uns im Hause. Wie kam es dazu?

*Prof. Dr. Harald Bolsinger, Professor für Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftsethik, hat gemeinsam mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Bank sowie mit den Vorständen das e-Prinzip entwickelt. Ihm geht es nicht um's Reden oder um Leitlinien aufstellen – das kann jeder. Worauf es wirklich ankomme, das ist das tatsächliche Handeln. Und wie ein Geldhaus im Alltag agiere, das könne es nicht selbst bewerten. Dieses Urteil müsse vielmehr von Kunden und externen Stellen kommen.*



## Der Abschied

Bevor ich mich von Ihnen verabschiede, meine Damen und Herren, möchte ich Ihnen noch eine kleine Geschichte erzählen. Wie einige von Ihnen vielleicht wissen, haben wir gemeinsam mit dem Hans-Sachs-Chor und der Nürnberger Philharmonie vor der Lorenzkirche ein kleines Kunstwerk geschaffen.

Wir taten dies aber erst dann, als wir mit Herrn Christian Heller dem Manager der Musiker über unsere Wertekultur gesprochen haben. Herr Heller wiederum hat mit seinen Musikern dann über das Wertesystem der Evenord-Bank und über unsere Motivation gesprochen. Dieses Werk sollte keine reine Marketingaktion sein – sondern es soll für die gelebte Wertekultur der Bank stehen.

Aber sehen Sie selbst.

*Das Video der Evenord-Bank „Flashmob Nürnberg 2014 – Ode an die Freude“ wird gezeigt.*

Ich hoffe, ich konnte Ihnen einen Einblick in die Welt unserer Werte ermöglichen und bedanke mich herzlich für Ihr Kommen. Ich hoffe, es hat Ihnen sehr gefallen und wünsche Ihnen noch einen schönen Abend und guten Appetit an unserem schmackhaften Buffet.

*Horst Schneider, Vorstandsvorsitzender Evenord-Bank eG-KG*