



ABN AMRO Bank N. V. Frankfurt Branch | Bethmann Bank

Nachhaltigkeitsbericht 2024



Über diesen Bericht

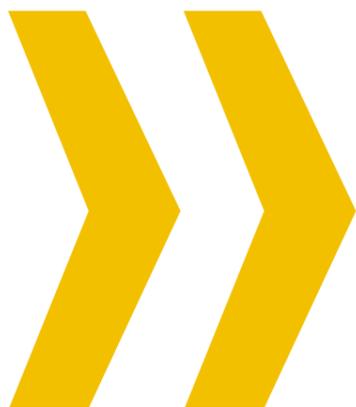
Im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht machen wir unser ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich verantwortungsvolles Handeln transparent: für unsere Kundinnen und Kunden, Geschäfts- und Kooperationspartner, Mitarbeitenden und die interessierte Öffentlichkeit. Der Bericht nimmt dabei insbesondere die Entwicklungen aus dem Jahr 2024 in den Blick, strukturiert in die Kapitel Unternehmensführung, Kunden und Produkte (Wealth Management und Corporate Banking), Mitarbeitende, Umwelt und gesellschaftliches Engagement.

Da die Berichterstattung freiwillig erfolgt, unterliegt dieser Bericht keinem regulatorischen Berichtsstandard.

Die ABN AMRO Bank N.V. Frankfurt Branch (in diesem Bericht „ABN AMRO in Deutschland“ genannt) ist handelsrechtlich eine selbstständige Zweigniederlassung der ABN AMRO Bank N.V. Amsterdam (in diesem Bericht „ABN AMRO Bank“ genannt) und bankaufsichtsrechtlich eine Zweigniederlassung nach § 53 b Kreditwesengesetz. Die Bethmann Bank ist Teil der ABN AMRO Bank N.V. Frankfurt Branch und die Marke für das Wealth Management der ABN AMRO in Deutschland. Neben dem Wealth Management gehört das Corporate Banking zur ABN AMRO Bank N.V. Frankfurt Branch.

Redaktioneller Hinweis:
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit verwenden wir nicht durchgehend die weibliche und männliche Form zur Bezeichnung von Personengruppen. Selbstverständlich sind immer alle Geschlechterformen gemeint.

Vorwort



Liebe Leserinnen und Leser,

Nachhaltigkeit ist weit mehr als ein strategisches Ziel unserer Bank – Nachhaltigkeit prägt unsere Haltung und unser tägliches Handeln. In unserem ABN AMRO-weiten Leitbild „Banking for better, for generations to come“ ist dieser Anspruch fest verankert und wir setzen ihn konsequent um – im Wealth Management genauso wie im Corporate Banking. Wir sind überzeugt: Zukunftsfähiges Wirtschaften bedeutet, Verantwortung zu übernehmen – gegenüber unseren Kundinnen und Kunden, unseren Mitarbeitenden, der Gesellschaft und der Umwelt. Deshalb engagieren wir uns aktiv für den ökologischen und sozialen Wandel, treiben die Klimatransformation mit voran, finanzieren die Kreislaufwirtschaft und setzen uns für mehr soziale Gerechtigkeit ein.

Auf diesem Weg haben wir als ABN AMRO in Deutschland unser Nachhaltigkeitsprogramm Ende 2024 planmäßig abgeschlossen und von unseren Zielen über 80 % erreicht. Ab diesem Jahr folgen wir einer aktualisierten Nachhaltigkeitsroute: Unser neu erarbeitetes Nachhaltigkeitsprogramm gibt uns bis 2026 die Richtung vor – als strategischer Kompass in den fünf Handlungsfeldern Unternehmensführung, Kunden und Produkte, Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft.

Im Wealth Management wurde 2024 erneut der weit überwiegende Teil der Kundeneugelder nach ESG-Kriterien investiert. Das spornt uns an, unser Angebot in der Vermögensverwaltung weiter Richtung Nachhaltigkeit auszubauen – immer unter Berücksichtigung aktueller Entwicklungen. Im vergangenen Jahr standen vor allem die Themen nachhaltige Ernährung und

Wasser als zwei zentrale Herausforderungen im Kontext globaler Nachhaltigkeit auf unserer Agenda und sind neu in unsere Anlageentscheidungen eingeflossen. Nachhaltig handeln – das bedeutet für uns auch, unser Angebot auf die verschiedenen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zuzuschneiden. Mit unserem NextGen Connect Programm greifen wir die spezifischen Anforderungen von Kundinnen und Kunden auf und gehen in der Branche der Privatbanken voran.

Im Corporate Banking leisten wir einen wachsenden Beitrag zur nachhaltigen Transformation der Wirtschaft. Immer häufiger stellen wir Finanzierungen und Anleihen gezielt für nachhaltige Projekte bereit und begleiten Emissionen, die auf eine zukunftsfähige Entwicklung ausgerichtet sind. Mit unserer Kreditvergabe finanzieren wir insbesondere die Energiewende, die



Hans Hanegraaf

CEO Bethmann Bank und Sprecher der Geschäftsleitung ABN AMRO Deutschland

Transformation hin zu nachhaltiger Mobilität sowie den Ausbau der Kreislaufwirtschaft. Auf dem Weg, bis 2050 eine Netto-Null-Wirtschaft zu erreichen, leitet uns die ABN AMRO-weite Klimastrategie.

Gesellschaftlichen Mehrwert schaffen – diesen Anspruch unserer Bank haben wir 2024 noch einmal deutlich gestärkt: Ein echter Meilenstein ist die Gründung der gemeinnützigen Bethmann Bank Stiftung aus der Überzeugung heraus, dass Stiftungen Zukunft gestalten. Mit der Bethmann Bank Stiftung wollen wir Projekte unterstützen, die sich für eine nachhaltige, lebenswertere Gesellschaft stark machen. Auch unsere Philanthropieberatung, die wir 2024 ins Leben gerufen haben, steht für unsere Verknüpfung von nachhaltigem Investieren und gesellschaftlichem Handeln – und für unsere Fokussierung auf aktuelle Kundenbedürfnisse.

Unsere Philanthropieberatung hilft Kundinnen und Kunden, die sich mit ihrem Vermögen gesellschaftlich engagieren möchten, die für sie passende Form zu finden.

All das, was wir 2024 vorangetrieben, ausgebaut und neu entwickelt haben, ist nur mit einem engagierten, zukunftsorientierten Team möglich gewesen – und einer Vielfalt an Perspektiven. Ich bin sicher: Vielfalt stärkt unsere Bank und lässt uns und unser Geschäft wachsen. Ich lade Sie nun herzlich ein, mit uns in den Dialog zu treten. Ihre Rückmeldungen helfen uns, unseren Zielen näherzukommen. Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und freuen uns auf den Austausch mit Ihnen.

Ihr

Unternehmens- porträt

Die ABN AMRO Bank N.V. Frankfurt Branch ist die deutsche Niederlassung der ABN AMRO Bank N.V., die ihren Hauptsitz in den Niederlanden hat. An 13 Standorten in Deutschland sind derzeit etwa 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für Privat- und Unternehmenskunden tätig.

Die Bethmann Bank ist die Marke der ABN AMRO in Deutschland für das Wealth Management „Echt. Nachhaltig. Privat.“ – dafür steht die Marke Bethmann Bank als eine der ersten Adressen unter den Privatbanken in Deutschland. Ihr Leistungsspektrum umfasst Private Banking, spezielle Dienstleistungen für Unternehmer und Unternehmen sowie den direkten Zugang zu Corporate-Banking-Dienstleistungen.

Im Wealth Management der Bethmann Bank stehen stets die individuellen Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden im Mittelpunkt. Entsprechend sind sämtliche Lösungen passgenau auf die Kundenbedürfnisse zugeschnitten, ganzheitlich aufgesetzt und langfristig ausgelegt. Das Angebot für die Kunden reicht von der Analyse ihrer Vermögensstruktur über die Verwaltung ihres Vermögens bis hin zu außerbörslichen Anlagechancen.

Ein Fokus liegt dabei auf nachhaltigen Investitionen, ausgerichtet an den jeweiligen Präferenzen der Kundinnen und Kunden.

Im Corporate Banking stellt die ABN AMRO Bank N.V. Frankfurt Branch zunehmend Kredite bereit und platziert Anleihen für nachhaltige Projekte. In enger Zusammenarbeit mit der Zentrale in den Niederlanden agiert der Bereich Corporate Banking auch international, beispielsweise im Sustainability-Expertise-Team.

Die Kompetenzen des Wealth Managements und des Corporate Bankings werden insbesondere im Bereich Entrepreneur & Enterprise gebündelt. Dieser Bereich bietet vor allem Familienunternehmen einen ganzheitlichen Betreuungsansatz, der die unternehmerischen und privaten finanziellen Anliegen der Kunden integriert betreut.

Künftig wird die ABN AMRO ihr Geschäft in Deutschland weiter ausbauen: Die Bankengruppe hat eine Vereinbarung mit der Fosun International Group (Fosun) zum Kauf der Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank AG (HAL) geschlossen. HAL ist eine der führenden deutschen Privatbanken. Mit der Übernahme plant die

ABN AMRO Bank N.V., ihr Leistungsangebot im Private Banking zu erweitern, und wird zum drittgrößten Anbieter von Wealth Management für vermögende Kunden im deutschen Markt. Gleichzeitig wird die ABN AMRO durch den Kauf von HAL zu einem der führenden Anbieter von Bankdienstleistungen in Deutschland für Familienunternehmen und den deutschen Mittelstand. Auch die Leistungen für institutionelle Kunden werden erweitert, insbesondere durch den Geschäftsbereich Asset Servicing von HAL, der durch die Verwahrung von Financial Assets, Real Assets und Digital Assets institutionellen Investoren Dienstleistungen rund um die Administration von Investmentprodukten bietet.



Das Wealth Management der Bethmann Bank: „Echt. Nachhaltig. Privat.“



Inhalt

Einleitung

Über diesen Bericht
1

Vorwort
2

Unternehmensportrait
4

Inhalt
6



02

Kunden und Produkte

Langfristig denken und investieren
30

Vertrauenswürdig handeln, transparent kommunizieren
35

Firmen- und institutionelles Kundengeschäft
42



04

Umwelt

Den ökologischen Fußabdruck reduzieren
80

Klimaschutz an unseren Standorten umsetzen
82

Ressourcen im Kreislauf halten
85



01

Unternehmensführung

Gemeinsam nachhaltig handeln
10

Nachhaltigkeit strategisch weiterdenken
20

Nachhaltigkeit umsetzen
24



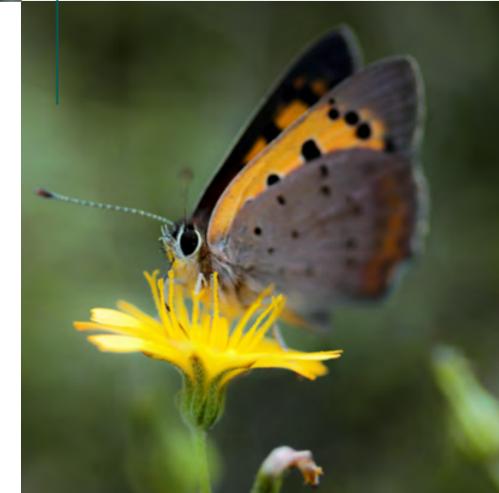
03

Mitarbeitende

Mit starken Teams zukunftsfähig aufgestellt
65

Körperliche und seelische Gesundheit stärken
70

Diversity als Erfolgsfaktor
71



05

Gesellschaft

Für eine lebenswerte Zukunft
90

Verantwortung übernehmen, Wirkung entfalten
91

Neugründung:
Bethmann Bank Stiftung
92

»NACHHALTIGKEIT IST FÜR UNS EIN FÜHRUNGS-
PRINZIP. SIE BEGINNT NICHT BEI EINZELNEN
PROJEKTEN, SONDERN IN DER ART, WIE WIR
ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN, VERANTWORTUNG
ÜBERNEHMEN UND ZUKUNFT DENKEN. UNSER
ANSPRUCH IST ES, MIT UNSEREN KUNDINNEN
UND KUNDEN DIE NACHHALTIGKEITSWENDE
VORANZUTREIBEN UND GESELLSCHAFTLICHEN
MEHRWERT ZU SCHAFFEN.«

Agnes Brelik | Vorsitzende des Sustainability Execution Boards

01

Unternehmens- führung

Gemeinsam nachhaltig handeln

Die gruppenweite Nachhaltigkeitsstrategie der ABN AMRO Bank N.V.

Als Bank, Kreditgeber, Berater und Arbeitgeber übernimmt die ABN AMRO Bank eine zentrale Rolle in der Gesellschaft. Ein klares Ziel prägt dabei sämtliche Aktivitäten: Die Welt für zukünftige Generationen lebenswert zu erhalten. Dieses Handeln wird durch den Purpose „Banking for better, for generations to come“ geleitet. Die ABN AMRO Bank setzt dieses Leitbild konsequent in die Praxis um und strebt nicht nur an, den Wandel hin zu mehr Nachhaltigkeit zu ermöglichen, sondern ihn aktiv zu beschleunigen. Dabei geht die Bank mit gutem Beispiel voran, gibt ihr Wissen an die Kunden weiter und stellt Produkte und Dienstleistungen bereit, die Unternehmen und Privatpersonen bei der Umstellung auf nachhaltigere Praktiken unterstützen.

Nachhaltigkeit bildet – neben Kundenerlebnis und zukunftssicherer Bank – eine der drei Säulen der gruppenweiten Unternehmensstrategie der ABN AMRO Bank, zu der auch die ABN AMRO in Deutschland gehört. Damit ist Nachhaltigkeit fest im Geschäftsmodell verankert, und die Bank verfolgt an allen Standorten das Ziel, die Nachhaltigkeitswende zu beschleunigen.

Wesentliche Themen ermittelt

In Vorbereitung auf die Umsetzung der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) führte die ABN AMRO Bank 2023 eine doppelte Wesentlichkeitsbewertung durch. Diese orientierte sich an den Grundsätzen und Anforderungen der European Sustainability Reporting Standards (ESRS) – also jenen Standards, nach denen Unternehmen berichten müssen, um die Anforderungen an die CSRD-Berichterstattung zu erfüllen. 2024 erfolgte in der Bank eine Aktualisierung der Bewertung. In den kommenden Jahren entscheidet die ABN AMRO Bank – je nach Veränderungen im Geschäftsumfeld, ihres Kreditportfolios und der Gesetzgebung – ob eine Aktualisierung oder eine vollständige Neubewertung erforderlich ist.

Im Rahmen der doppelten Wesentlichkeitsanalyse betrachtete die ABN AMRO Bank Nachhaltigkeitsaspekte aus zwei Perspektiven: von innen nach außen (Inside-out-Perspektive) und von außen nach innen (Outside-in-Perspektive). Bei der Inside-out-Perspektive bewertete sie, in welchen Themenbereichen die ABN AMRO Bank

wesentliche positive sowie negative Auswirkungen auf Menschen, Umwelt und Gesellschaft hat oder mit ihnen in Verbindung steht (Wesentlichkeit der Auswirkungen). Mit der Outside-in-Perspektive ermittelte sie die Themen, die jetzt oder potenziell in Zukunft wesentliche finanzielle Auswirkungen auf die ABN AMRO Bank und ihren Unternehmenserfolg haben (finanzielle Wesentlichkeit).

Im Ergebnis sind dies die 14 wesentlichen ESRS-Themen der ABN AMRO Bank:

- ▶ Klimaschutz
- ▶ Transitorische Klimarisiken
- ▶ Physische Klimarisiken
- ▶ Luftverschmutzung
- ▶ Wasserverschmutzung
- ▶ Biologische Vielfalt
- ▶ Kreislaufwirtschaft

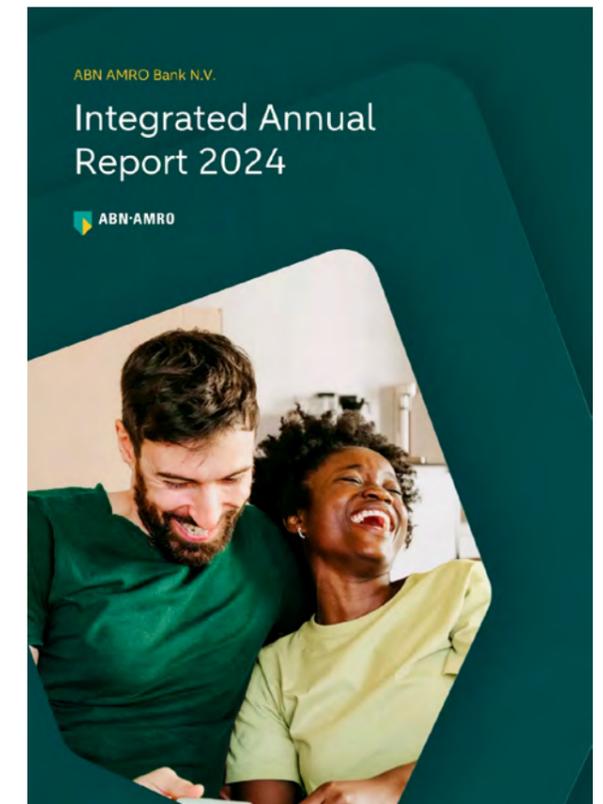
- ▶ Vielfalt & Inklusion (eigene Belegschaft)
- ▶ Arbeitsbedingungen (Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette)
- ▶ Kinder- und Zwangsarbeit (Arbeitskräfte in der Wertschöpfungskette)
- ▶ Geeignete Produkte und Dienstleistungen
- ▶ Schutz von Kundendaten
- ▶ Soziale Inklusion
- ▶ Integrität der Kunden

Anhand der doppelten Wesentlichkeitsanalyse wird deutlich, welche Themen die Bank angehen muss, um nachhaltiger zu handeln – im Einklang mit ihren strategischen Pfeilern und wertschöpfenden Themen sowie mit den regulatorischen Anforderungen. So kann sie ihr Leitbild umsetzen: Banking for better, for generations to come.

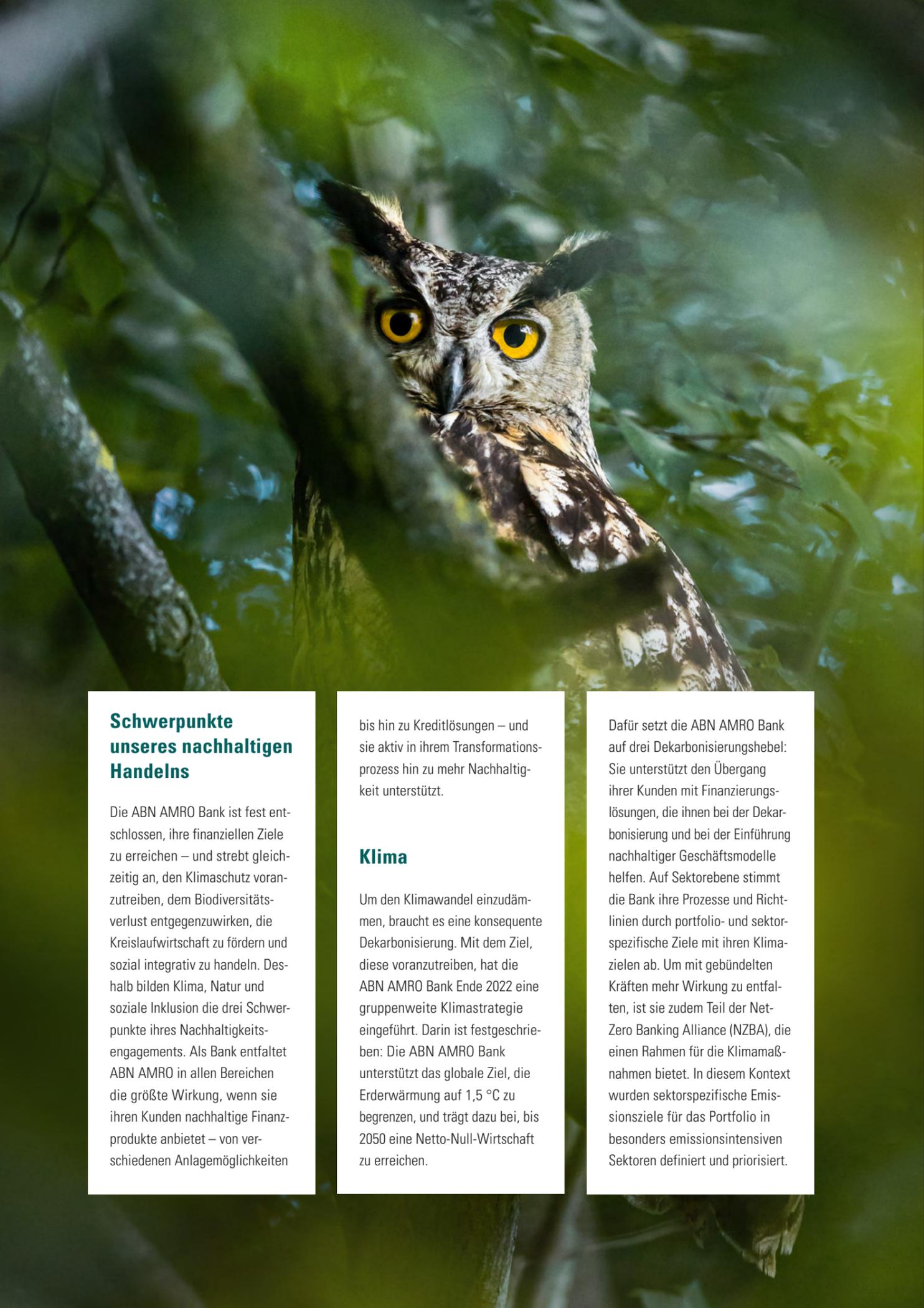


Je besser wir die Auswirkungen verstehen, die wir und andere Unternehmen auf die Gesellschaft haben, desto effektiver können wir die Nachhaltigkeit überwachen und beschleunigen.

Solange Rouschop
Chief Sustainability Officer der ABN AMRO Bank



Im Jahresbericht 2024 erfüllt die ABN AMRO Bank erstmals vollständig die Anforderungen der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) der Europäischen Kommission. Dieses Rahmenwerk zielt darauf ab, Transparenz zu fördern und die Qualität von Nachhaltigkeitsinformationen großer Unternehmen zu verbessern.



Schwerpunkte unseres nachhaltigen Handelns

Die ABN AMRO Bank ist fest entschlossen, ihre finanziellen Ziele zu erreichen – und strebt gleichzeitig an, den Klimaschutz voranzutreiben, dem Biodiversitätsverlust entgegenzuwirken, die Kreislaufwirtschaft zu fördern und sozial integrativ zu handeln. Deshalb bilden Klima, Natur und soziale Inklusion die drei Schwerpunkte ihres Nachhaltigkeitsengagements. Als Bank entfaltet ABN AMRO in allen Bereichen die größte Wirkung, wenn sie ihren Kunden nachhaltige Finanzprodukte anbietet – von verschiedenen Anlagemöglichkeiten

bis hin zu Kreditlösungen – und sie aktiv in ihrem Transformationsprozess hin zu mehr Nachhaltigkeit unterstützt.

Klima

Um den Klimawandel einzudämmen, braucht es eine konsequente Dekarbonisierung. Mit dem Ziel, diese voranzutreiben, hat die ABN AMRO Bank Ende 2022 eine gruppenweite Klimastrategie eingeführt. Darin ist festgeschrieben: Die ABN AMRO Bank unterstützt das globale Ziel, die Erderwärmung auf 1,5 °C zu begrenzen, und trägt dazu bei, bis 2050 eine Netto-Null-Wirtschaft zu erreichen.

Dafür setzt die ABN AMRO Bank auf drei Dekarbonisierungshebel: Sie unterstützt den Übergang ihrer Kunden mit Finanzierungslösungen, die ihnen bei der Dekarbonisierung und bei der Einführung nachhaltiger Geschäftsmodelle helfen. Auf Sektorebene stimmt die Bank ihre Prozesse und Richtlinien durch portfolio- und sektorspezifische Ziele mit ihren Klimazielen ab. Um mit gebündelten Kräften mehr Wirkung zu entfalten, ist sie zudem Teil der Net-Zero Banking Alliance (NZBA), die einen Rahmen für die Klimamaßnahmen bietet. In diesem Kontext wurden sektorspezifische Emissionsziele für das Portfolio in besonders emissionsintensiven Sektoren definiert und priorisiert.



Klima, Natur und soziale Inklusion bilden die drei Schwerpunkte unseres Nachhaltigkeitsengagements.



Wie unterstützt die ABN AMRO Bank ihre Kunden bei der Dekarbonisierung?

Die ABN AMRO Bank unterstützt ihre Kunden bei der Dekarbonisierung ihrer Geschäftsmodelle und der Reduzierung ihres CO₂-Fußabdrucks durch Kapital, Expertise und Partnerschaften – und das in verschiedenen Entwicklungsstadien. Kapital ist für Investitionen nötig: in innovative Technologien, beispielsweise in Wasserstoff-Brennstoffzellen, erneuerbare Energien und CO₂-Speicher. Als Bank baut sie ihre Finanzierungen für entsprechende Technologien aus und bietet passende Finanzierungslösungen für Alternativen zu fossilen Energieträgern.

Die ABN AMRO Bank begleitet ihre Kunden durch die Transformation mit Finanzierungen sowie umfassender Expertise in den verschiedenen Sektoren. In ihre Beratung bindet sie auch ihr Know-how

zum Klimaschutz mit ein. So unterstützt sie die Kunden bei der Entwicklung und Umsetzung ihrer Netto-Null-Pläne, der Bewertung ihrer Klimaleistung und dem Identifizieren von Investitionsmöglichkeiten. Außerdem bringt sie ihre Kunden aus verschiedenen Branchen in Partnerschaften mit anderen Akteuren zusammen, wie beispielsweise akademische Institutionen oder eigene Kooperationspartner, sodass alle gemeinsam an innovativen Lösungen zur Bewältigung der Klimakrise arbeiten können.

Natur

Die ABN AMRO Bank arbeitet daran, die Natur zu schützen, denn saubere Luft und sauberes Wasser, gesunde Böden und florierende Ökosysteme sind für das Wohlergehen, die Wirtschaft und die Lebensgrundlagen der Menschheit unerlässlich. Ihre Kunden unterstützt die Bank dabei,

gegen die Hauptursachen des Biodiversitätsverlusts – nämlich Umweltverschmutzungen – anzugehen. 2024 hat die ABN AMRO Bank ihr erstes Nature Statement veröffentlicht. Es dient als übergeordneter Leitfaden für die Maßnahmen der Bank im Bereich Natur. Sechs Grundsätze sind darin verankert, die ihr Handeln leiten: Natur in die Kerngeschäftspraktiken einbeziehen, ökologische Aspekte in Transformationspläne integrieren, sektor- und standortspezifische Informationen gezielt als Entscheidungshilfe nutzen, Kunden durch aktiven Dialog einbinden und inspirieren, Schäden durch eine klare Hierarchie der Schadensminderung minimieren sowie Maßnahmen und Fortschritte transparent offenlegen.

Soziale Integration

Die ABN AMRO Bank setzt sich für soziale Gerechtigkeit und gesellschaftliche Integration ein. Ziel ist es, soziale Ungleichheit und Menschenrechtsverletzungen zu minimieren, die finanzielle Widerstandsfähigkeit zu stärken und den Zugang zu Finanzdienstleistungen für alle zu erleichtern. Die ABN AMRO Bank bietet ihren Kunden Finanzlösungen und Services, die ihren Bedürfnissen entsprechen. Indem die ABN AMRO Bank diese Grundsätze fest in ihren Produkten, Geschäftsabläufen und Partnerschaften verankert, schafft sie soziale Wirkung und eröffnet neue Chancen für eine Vielzahl von Menschen. Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement der ABN AMRO Bank N.V. finden Sie in ihrem Integrated Annual Report, der unter folgendem Link zum Download bereitsteht:

► [Integrated Annual Report 2024 der ABN AMRO Bank](#)



Für Unternehmen und Privatkunden vor Ort: ABN AMRO in Deutschland

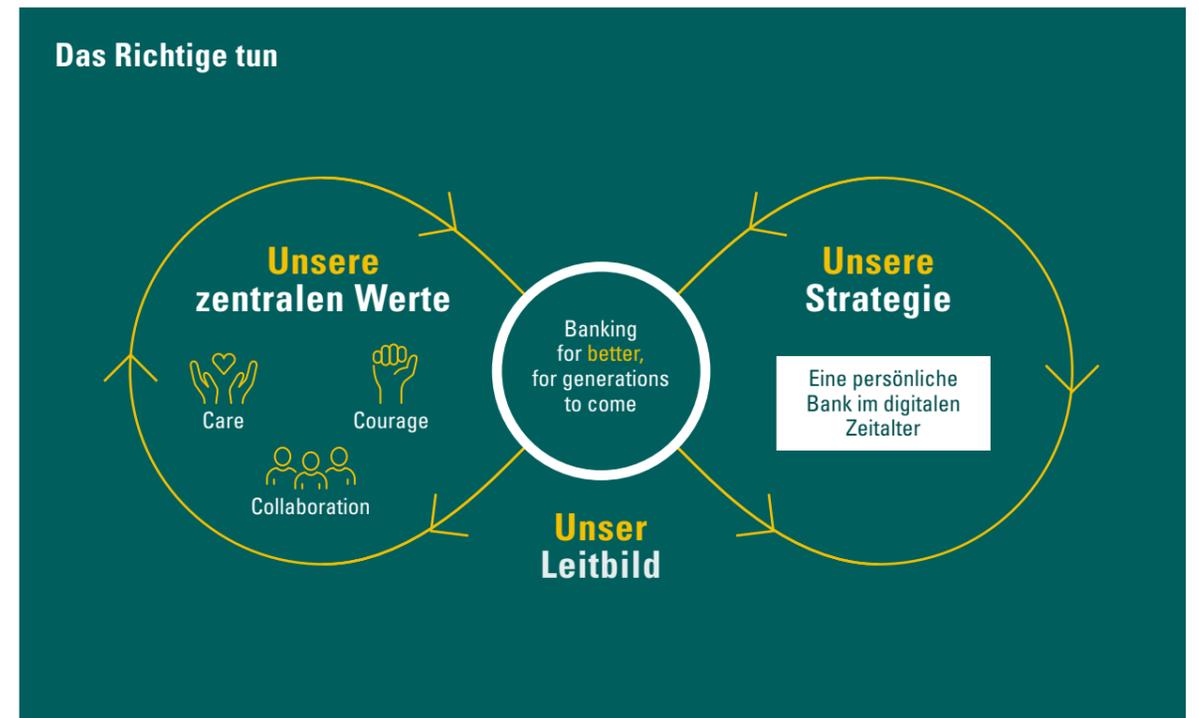
In der ABN AMRO Bank N. V. Frankfurt Branch sind die Aktivitäten der ABN AMRO Bank in Deutschland gebündelt. Unter dem Dach der ABN AMRO in Deutschland vereinen wir die Bereiche Corporate Banking und Wealth Management unter der Marke Bethmann Bank. Auch in Deutschland leitet uns die gruppenweite Unternehmensstrategie der ABN AMRO Bank mit den drei Säulen Nachhaltigkeit, Kundenerlebnis und zukunftssichere Bank.

Die ABN AMRO Bank verfügt über eine gruppenweite Nachhaltigkeitsstrategie, die auch in der ABN AMRO in Deutschland zur Anwendung kommt. Darüber hinaus setzen wir in Deutschland eigene Akzente in unserem nachhaltigen Handeln. Wir bauen unsere ESG-Kompetenzen vor

Ort weiter aus und ergänzen das Sustainability Expertise Team des Corporate Bankings im Amsterdamer Headquarter durch unsere lokale Expertise.

„Kundenerlebnis“ – das beinhaltet für uns vor allem, dass wir unsere Kundinnen und Kunden bestmöglich in ihrer individuellen Lebens- oder Unternehmenssituation unterstützen: durch unsere ganzheitliche Beratung in allen Vermögens- und Finanzierungsfragen und erstklassige Produkte. Darüber hinaus sind wir der vertrauensvolle Partner, wenn es um Fragen der Nachfolgeplanung und -regelung geht, und stehen mit unserer Philanthropieberatung zur Seite, wenn unsere Kunden sich als Förderer engagieren oder eine eigene Stiftung gründen wollen. Wir begleiten unsere Kunden mit fachlicher Kompetenz und

Nachhaltigkeitswissen und legen Wert auf persönliche Kundennähe. Wir sind für unsere Kunden sowohl vor Ort da als auch über digitale Kanäle, erarbeiten mit ihnen gemeinsam individuelle Lösungen und bauen langfristige, vertrauensvolle Partnerschaften auf. Somit dient die Säule „Kundenerlebnis“ dazu, unsere Wettbewerbsfähigkeit zu stärken, und zahlt auf unser Ziel ein, wirtschaftlich nachhaltig zu agieren (weitere Informationen zu unserer Kundenorientierung finden Sie im Kapitel Kunden & Produkte). Um eine zukunfts-sichere Bank zu sein, harmonisieren wir außerdem das Produktangebot, digitalisieren sukzessive alle Prozesse und entwickeln unsere technische Infrastruktur permanent weiter. Dabei verlieren wir dennoch nie die persönliche Beratung aus den Augen.



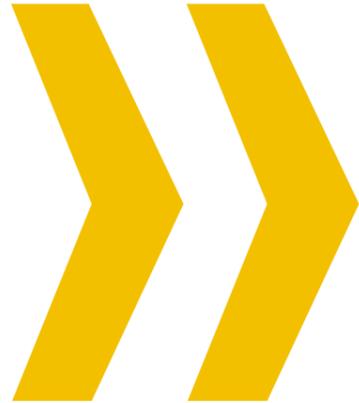
Integrität leben

Glaubwürdigkeit ist die Grundlage, um das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden sowie unserer Partner und Stakeholder zu gewinnen und zu erhalten. In unserem Handeln orientieren wir uns daher an Gesetzen sowie an unternehmens-internen Richtlinien und einer Kultur der Integrität. Die Compliance-Abteilung überwacht, dass die Bank im Einklang mit den geltenden Regularien im Bereich Nachhaltigkeit agiert. Der Verhaltenskodex der ABN AMRO Bank dient auch allen Mitarbeitenden der ABN AMRO in Deutschland als Leitfaden, um die richtigen Entscheidungen zu treffen – oder mit anderen Worten: das Richtige zu tun. Er enthält Grundprinzipien und Werte, an denen alle Mitarbeitenden der ABN AMRO ihr

Verhalten ausrichten sollen. Die Basis des Verhaltenskodex bildet das ABN AMRO-weite Leitbild „Banking for better, for generations to come“.

Die zentralen Werte der ABN AMRO Bank – Care, Courage, Collaboration (auf Deutsch Fürsorge, Mut, Zusammenarbeit) – sind aus ihrem Leitbild abgeleitet. Sie dienen auch uns bei der ABN AMRO in Deutschland als Orientierung im Umgang mit Menschen und unserer Umwelt und prägen unsere Entscheidungen sowie unser Handeln. Diese Werte helfen jedem Einzelnen in der Bank, auch in herausfordernden Situationen das Richtige zu tun. Zudem ergänzen und verstärken sie sich gegenseitig: So kann Zusammenarbeit Mut erfordern, während Fürsorge zu mutigem Handeln anregen kann.

Innerhalb der Bank pflegen wir eine Speak-up-Kultur, die offene Kommunikation fördert – insbesondere bei ethischen Fragen oder Bedenken im Arbeitsalltag. Unsere Mitarbeitenden sollen sich ermutigt fühlen, mögliche Widersprüche zwischen unserem Handeln und unserem Zweck, unserer Mission oder unseren Werten offen mit Kollegen oder Vorgesetzten zu besprechen – ohne Angst vor negativen Konsequenzen. Zudem haben wir eine Whistleblowing-Hotline eingerichtet, um Regelverstöße aufzudecken.



ENTSCHEIDEND IST EINE OFFENE UND EHRliche KOMMUNIKATION.

Michael Pleske ist Country Risk Officer und gehört seit 2018 der Geschäftsleitung der Bethmann Bank an. Zudem ist er Management Sponsor der Diversity Initiative. Wir sprachen mit ihm darüber, warum eine hohe Identifikation der Mitarbeitenden mit den Unternehmenswerten und der Kultur den entscheidenden Unterschied macht.

Herr Pleske, was zeichnet die Corporate Identity der ABN AMRO in Deutschland aus?

Im Kern sind es die drei Werte, die unsere Bank auszeichnen: Klarheit, Nachhaltigkeit und Kundenorientierung. Begleitet werden diese Eckpfeiler unseres Wertesystems von den globalen Attributen des Konzerns: Care, Courage und Collaboration – also Fürsorge, Mut und Zusammenarbeit. Klarheit, die einhergeht mit Transparenz und Glaubwürdigkeit, ist dabei die Basis für das Vertrauen unserer Kundinnen und Kunden, unserer Mitarbeitenden, Partner und Stakeholder: Wir orientieren uns an Gesetzen und internen Richtlinien und leben eine echte Kultur der Integrität.

Warum genau ist die Identifikation der Mitarbeitenden mit den Attributen ihrer Corporate Identity so wichtig?

Um unsere Haltung als Bank und unsere Leistungen authentisch und ehrlich nach außen zu tragen, müssen die Mitarbeitenden sie verinnerlichen, mit ihnen übereinstimmen und sie tagtäglich mit Leben füllen. Gerade unsere Werte Klarheit, Nachhaltigkeit und Kundenorientierung halten wir für wichtige Erfolgsfaktoren im täglichen Kundengeschäft.

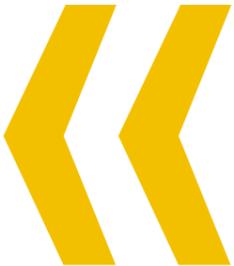
Gibt es konkrete Maßnahmen, mit denen Sie aus der Unternehmensführung heraus diese Kultur begleiten?

Entscheidend ist in jedem Fall eine ebenso kontinuierliche wie offene und ehrliche Kommunikation innerhalb der Bank – als Basis für Transparenz und Glaubwürdigkeit, aber auch zur Vermittlung von Nachhaltigkeitsthemen und nicht zuletzt für den Teamspirit. Neben Informationen im Intranet sind dafür zwischenmenschliche



Michael Pleske

Country Risk Officer
Mitglied der Geschäftsleitung



Dialoge wichtig. Wir führen regelmäßig zum Beispiel Mitarbeiterveranstaltungen, Kamingespräche, die bei uns im Hause „Let’s talk“ heißen, oder Geschäftsleitungs-Talks (GL-Talks) durch. Aber auch individuelle persönliche Gespräche tragen dazu bei.

Gibt es hier auch neue Projekte, von denen Sie uns schon berichten können?

Ja, ebenso wie die Corporate Identity ist eine Corporate Language ein Markenzeichen und ein Kernelement unserer Beratung und Betreuung. 2024 haben wir deshalb damit begonnen, eine nahbare, wenig technische und moderne Sprache für die Bethmann Bank zu entwickeln, mit der wir uns vom Wettbewerb absetzen und die wie ein Corporate Design für die Marke Bethmann Bank steht. Unsere Markenwerte spiegeln sich auch in der Sprache wider. Insbesondere möchten wir, dass bereits unsere Sprache klar, persönlich und nachhaltig ist. Sprache kann einen Unterschied machen, wir nennen das Mehrwirkung. Zurzeit erarbeiten wir einen konkreten Sprachleitfaden, anschließend wird die Implementierung folgen.

Gibt es weitere konkrete Ziele mit Blick auf Nachhaltigkeit?

Ja. Bis Ende 2026 wollen wir verschiedene Maßnahmen umsetzen, die dafür sorgen, dass sich die Geschäftsleitung gemeinsam mit den Mitarbeitenden noch stärker mit der Nachhaltigkeitsstrategie identifiziert. Das heißt im Umkehrschluss nicht, dass sich bisher nur wenige mit dem Thema Nachhaltigkeit identifizieren – dann wären wir nicht da, wo wir jetzt sind. Das heißt vielmehr, dass wir qualitativer und regelmäßiger in den Austausch zu Nachhaltigkeitsthemen gehen wollen. Ein Beispiel: Es wird nun quartalsweise aus dem Sustainability Execution Board (SEB) in die Geschäftsleitung berichtet und auch die Berichterstattung auf den internen Kommunikationskanälen wird systematisiert, um eine höhere Reichweite zu erzielen. Unterm Strich wollen wir noch transparenter werden und alle Mitarbeitenden auf unserer Nachhaltigkeitsroute noch stärker einbinden: zum Wohle der Kundinnen und Kunden und mit einem gesellschaftlichen und ökologischen Mehrwert.

Wealth-Management-Expertin: die Bethmann Bank

Die Bethmann Bank gehört zu den führenden Anbietern im Private Banking in Deutschland.

Nachhaltiges Handeln ist seit jeher fest in unserem Selbstverständnis als Bank verankert. Es durchzieht unser Leistungsportfolio – mit Schwerpunkt auf der nachhaltigen Vermögensverwaltung – und prägt zugleich unser gesellschaftliches und ökologisches Engagement. Unsere Expertise verbindet nachhaltige Investmentstrategien mit exzellenter Vermögenskompetenz im Sinne und zum Wohle unserer Kundinnen und Kunden. Wir bieten unseren Kundinnen und Kunden erstklassige nachhaltige Vermögenslösungen, die generationenübergreifend und flexibel auf jede Lebenssituation abgestimmt werden. Bereits vor rund dreizehn Jahren haben wir den ersten nachhaltigen Fonds initiiert und unsere Vermögensverwaltung auf Nachhaltigkeitskriterien ausgerichtet. Bei der Gesamtbeurteilung eines Investments berücksichtigen wir daher nicht nur eine fundierte Analyse und konsequentes Risikomanagement, sondern auch ökologische, soziale sowie unternehmensethische Faktoren (Environment, Social, Governance – ESG). Die Auswahl unserer nachhaltigen Anlagen sowie die zugrunde liegenden Kriterien werden zudem von einem unabhängigen externen Nachhaltigkeitsbeirat begleitet, der unsere Strategie kritisch reflektiert und weiterentwickelt.

Nachhaltigkeit bedeutet für uns aber nicht nur ein Angebot an unsere Kunden. Wir verstehen darunter auch, selbst bereichsübergreifend verantwortungsvoll und zukunftsorientiert zu handeln.

Initiativen und Standards

Um unserer Haltung als Bank und der Verpflichtung zu nachhaltigem Handeln Ausdruck zu verleihen, sind wir Mitglieder bzw. Unterzeichner folgender Initiativen und Standards:

- ▶ OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen
- ▶ Frankfurter Erklärung zum Finanzplatz Frankfurt; Initiator: Deutsche Börse
- ▶ UN Global Compact
- ▶ UN Principles of Responsible Investing (UNPRI)



Nachhaltigkeit strategisch weiterdenken

Nachhaltigkeit ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmensstrategie – sowohl in unserem Corporate als auch in unserem Wealth Management in Deutschland. Gemeinsames Ziel der gesamten ABN AMRO Bank ist es, die Nachhaltigkeitswende zu beschleunigen. Dafür setzen auch wir in Deutschland die gruppenweite Klimastrategie gemeinsam mit allen Standorten weltweit um. Zudem arbeiten wir eng mit dem zentralen ABN AMRO Sustainability Centre of Excellence zusammen, das unter der Leitung des Chief Sustainability Officer steht.

Die frühere Bethmann Bank AG, die 2023 auf die ABN AMRO Bank N. V. verschmolzen worden ist, hat 2021 eine Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt – unter Einbeziehung der im selben Jahr bei der ABN AMRO Bank identifizierten wesentlichen Themen. Somit war die Wesentlichkeitsanalyse strategisch an den Konzern angelehnt (weitere Informationen zum Prozess der Wesentlichkeitsanalyse 2021 entnehmen Sie bitte unseren Nachhaltigkeitsberichten 2022 und 2023). In der Analyse wurden vier wesentliche Handlungsfelder für die Bethmann Bank ermittelt: Unternehmensführung, Kunden und Produkte, Mitarbeitende und Umwelt. Basierend auf

diesen Handlungsfeldern wurde ein Nachhaltigkeitsprogramm bis 2025 mit 17 Zielen, Leistungsindikatoren (Key Performance Indicators – KPIs) und Maßnahmen entwickelt. In den darauffolgenden Jahren folgte die Umsetzung.

2024 hat die ABN AMRO in Deutschland das Nachhaltigkeitsprogramm ab 2025 aktualisiert. Denn das bisherige Nachhaltigkeitsprogramm war größtenteils abgeschlossen und auf Konzernebene wurden neue Nachhaltigkeitsziele definiert, die auch für die Tochtergesellschaften gelten. Außerdem haben wir unser Portfolio um die Philanthropieberatung sowie die Bethmann Bank Stiftung erweitert. Diese sind bisher nicht im Nachhaltigkeitsprogramm berücksichtigt, sollen aber in Zukunft weiterentwickelt werden.

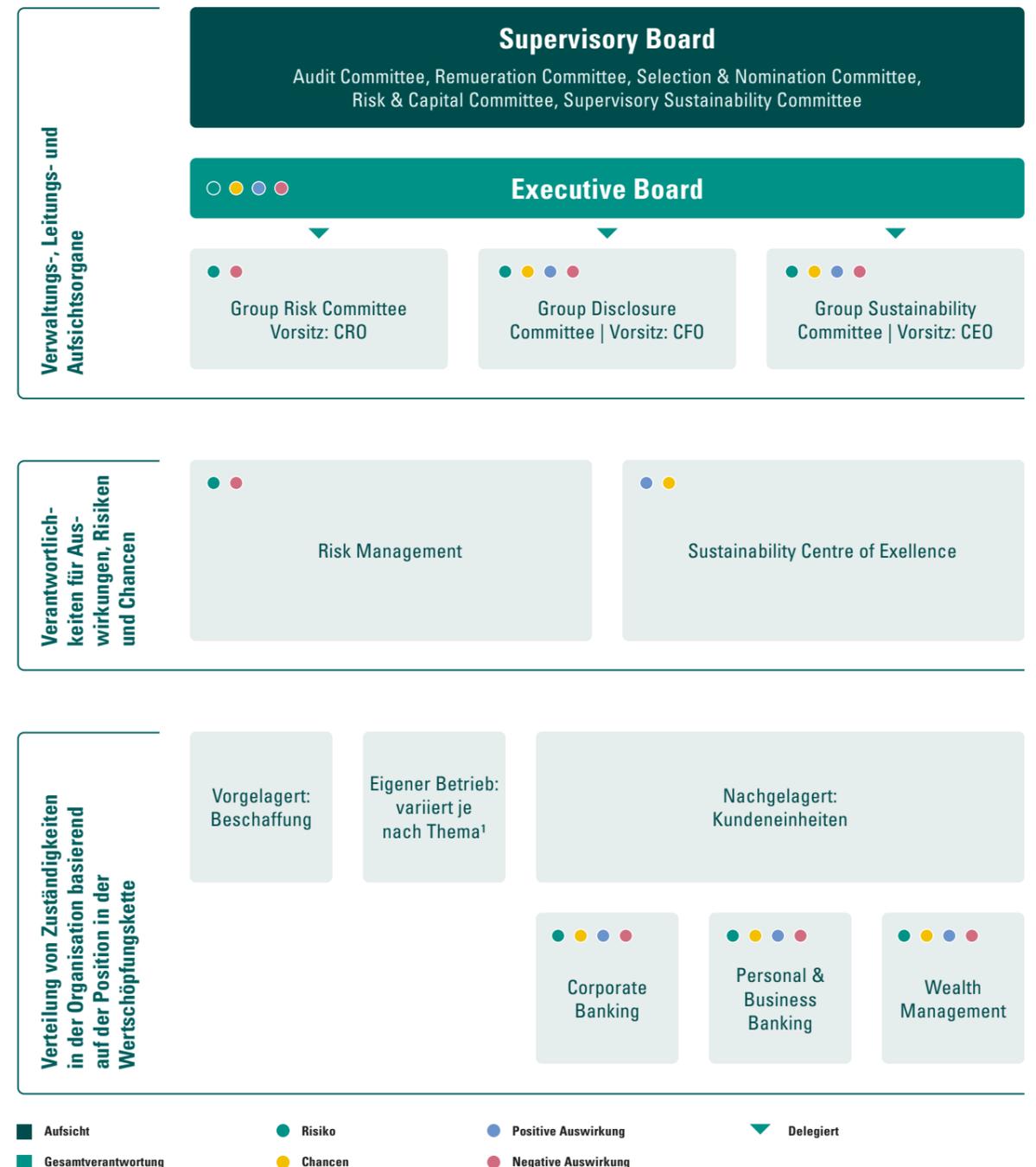
Im ersten Schritt haben wir anhand des aktuellen Status quo die vier Handlungsfelder auf Aktualität geprüft. Der Abgleich machte deutlich, dass zwei weitere Felder für uns entscheidend sind: Gesellschaft und Corporate Banking. Zudem haben wir für jedes Handlungsfeld Ansprüche, Leitziele, operative Ziele und Maßnahmen erarbeitet – und somit unsere Route gesteckt. Im Dezember 2024 verabschiedete

das Sustainability Execution Board (SEB) ein einheitliches Zielbild für jedes Handlungsfeld.

Die Umsetzung des neuen Nachhaltigkeitsprogramms startet 2025. Das geschärfte Nachhaltigkeitsprogramm wird uns bis Ende 2026 als strategischer Kompass für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten dienen und mit 18 Leitzielen in den nun fünf Handlungsfeldern Unternehmensführung, Kunden und Produkte, Mitarbeitende, Umwelt und Gesellschaft Richtung geben. Den Zeithorizont haben wir aufgrund des Kaufs der Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank AG (HAL) durch die ABN AMRO Bank N. V. bewusst auf nur zwei Jahre angelegt. In Zukunft sollen dann auch die Nachhaltigkeitsaspekte der HAL berücksichtigt sowie eine weitere Harmonisierung mit den neuen wesentlichen ESRS-Themen der ABN AMRO Bank N. V. erfolgen.

Wo wir bei der Zielerreichung des bisherigen Nachhaltigkeitsprogramms bis Ende 2024 stehen, ist in der Übersicht auf Seite 22 dargestellt. Die Grafik auf Seite 21 zeigt die Governance-Prozesse, die zur Überwachung, Steuerung und Beaufsichtigung von Nachhaltigkeitsthemen auf Konzernebene eingerichtet wurden.

Sustainability-Governance-Struktur der ABN AMRO Bank



¹ Zuständigkeit für wesentliche Themen in unserem eigenen Betrieb: eigene Mitarbeitende (HR), Schutz von Kundendaten (COO), Geeignete Produkte und Dienstleistungen (Compliance), soziale Inklusion (SCE).

Ziele der Nachhaltigkeitsstrategie bis 2025

Handlungsfeld	Ziele	Status	Zieljahr
Unternehmensführung	Verabschiedung einer unternehmensweiten CR-Strategie.	🎯	2021
	Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in unternehmensweite Entscheidungen.	🎯	2024
	Nachhaltigkeit als fester Bestandteil der persönlichen Zielvereinbarungen aller Mitarbeitenden.	🎯	2021
	Wahrnehmung der Bethmann Bank als Privatbank mit nachhaltiger Investmentphilosophie.	🎯	2024
Kunden & Produkte	Die Bethmann Bank liefert ein qualitativ hochwertiges, ambitioniertes Produkt- und Serviceangebot in der nachhaltigen Vermögensanlage, unter Berücksichtigung regulatorischer Standards.	🎯	2023
	Die Bethmann Bank setzt sich das unternehmensweite Ziel, das Kredit- und Anlageportfolio für Kunden in Einklang mit dem 2-Grad-Szenario zu bringen und den Übergang zu einer Netto-Null-Wirtschaft (hinsichtlich CO ₂ -Belastung) im Jahr 2050 zu unterstützen.	⚙️ ¹	2024
	Steigerung des Anteils der nachhaltigen Vermögensverwaltung am Gesamtvermögen in der Vermögensverwaltung auf 80 Prozent.	⊗ ²	2023
	Jeder Kunde erhält ein aussagekräftiges Nachhaltigkeitsreporting zu seinen Vermögensanlagen.	🎯	2023
	Unsere Corporate Identity transportiert glaubwürdig, transparent, mutig und ehrlich unsere Haltung und unsere Leistungen als echt nachhaltig privates Bankhaus.	🎯	2025
	Steigerung oder mindestens Beibehaltung der Kundenzufriedenheit (Basisjahr 2020: NPS-Wert: +31 für Bethmann Bank, +13 für One PB).	🎯	2025
	Publikation eines Nachhaltigkeitsberichts der Bethmann Bank.	🎯	2023
	Angebot einer nachhaltigen Anlageberatung, deren Gegenstand Aktien, Bonds und AI, nicht nur Investmentfonds, sind.	🎯	2024
Die Produkte genügen höchsten Ansprüchen an Klarheit, Vollständigkeit und Eindeutigkeit.	🎯	Fortlaufend	
Mitarbeitende	Etablierung eines unternehmensweiten Future-of-Work-Konzepts.	🎯	2021
	Förderung von Diversity im Unternehmen, insbesondere hinsichtlich der Förderung von Frauen und von jungen Talenten.	🎯	2023
	Ausbau der Positionierung als attraktiver Arbeitgeber.	🎯	2023
Umwelt	Die Bethmann Bank ist ein klimaneutrales Unternehmen (DEKRA-zertifiziert).	🔄	Umstellung der Erfassung

Erreicht
 In Arbeit
 Unterbrochen
 Nicht erreicht

¹80 %, Rest in 2025.

²Die Bethmann Bank hat in den vergangenen Jahren eine maßgebliche Erhöhung des Anteils nachhaltiger Anlagen in der Mandatsstruktur erreicht. Mit Einführung einer regulatorisch vorgegebenen Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen von Kunden bleibt die Bethmann Bank eine produkt-offene Bank, die Kundinnen und Kunden Auswahlmöglichkeiten zwischen Anlageprodukten mit vier verschiedenen Nachhaltigkeitspräferenzen bietet. Die Bethmann Bank sieht es als ihre Aufgabe, Kunden zu beraten, aber letztlich Vermögensverwaltungsdienstleistungen für unterschiedliche Kundenpräferenzen abbilden zu können. Die Entscheidung über die Nachhaltigkeit der Vermögensverwaltung obliegt unseren Kunden und ist damit außerhalb des Einflussbereiches der Bank.



Das Nachhaltigkeitsleitbild der Bethmann Bank

Unser Nachhaltigkeitsleitbild untermauert unsere Nachhaltigkeitsstrategie und macht deutlich, wie wir Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft verankern. Es beschreibt unsere fünf zentralen Handlungsfelder:

1.

Wir übernehmen Verantwortung in der Unternehmensführung als nachhaltige und partnerschaftliche Bank.

2.

Wir übernehmen Verantwortung für generationenübergreifende Kundenbeziehungen sowie nachhaltige Vermögens- und Kreditkompetenz.

3.

Wir übernehmen Verantwortung als moderner und zukunftsfähiger Arbeitgeber.

4.

Wir übernehmen Verantwortung für den Schutz unserer Umwelt.

5.

Wir übernehmen Verantwortung als aktiver Teil der Gesellschaft.

Nachhaltigkeit umsetzen



Das Sustainability Execution Board

Um Nachhaltigkeit in alle Geschäftsbereiche der Bank zu integrieren, binden wir Vertreterinnen und Vertreter aus allen relevanten Geschäftsfeldern in die Steuerung mit ein. Zu unserem bereichsübergreifenden Sustainability Execution Board (SEB) gehören derzeit Mitglieder aus Facility-Management, IT, Kommunikation, Personal, Diversity, Produktlösungen, Vertrieb, Recht und Strategie. Vorsitzende des Boards ist Agnes Brelik, Mitglied der Geschäftsleitung.

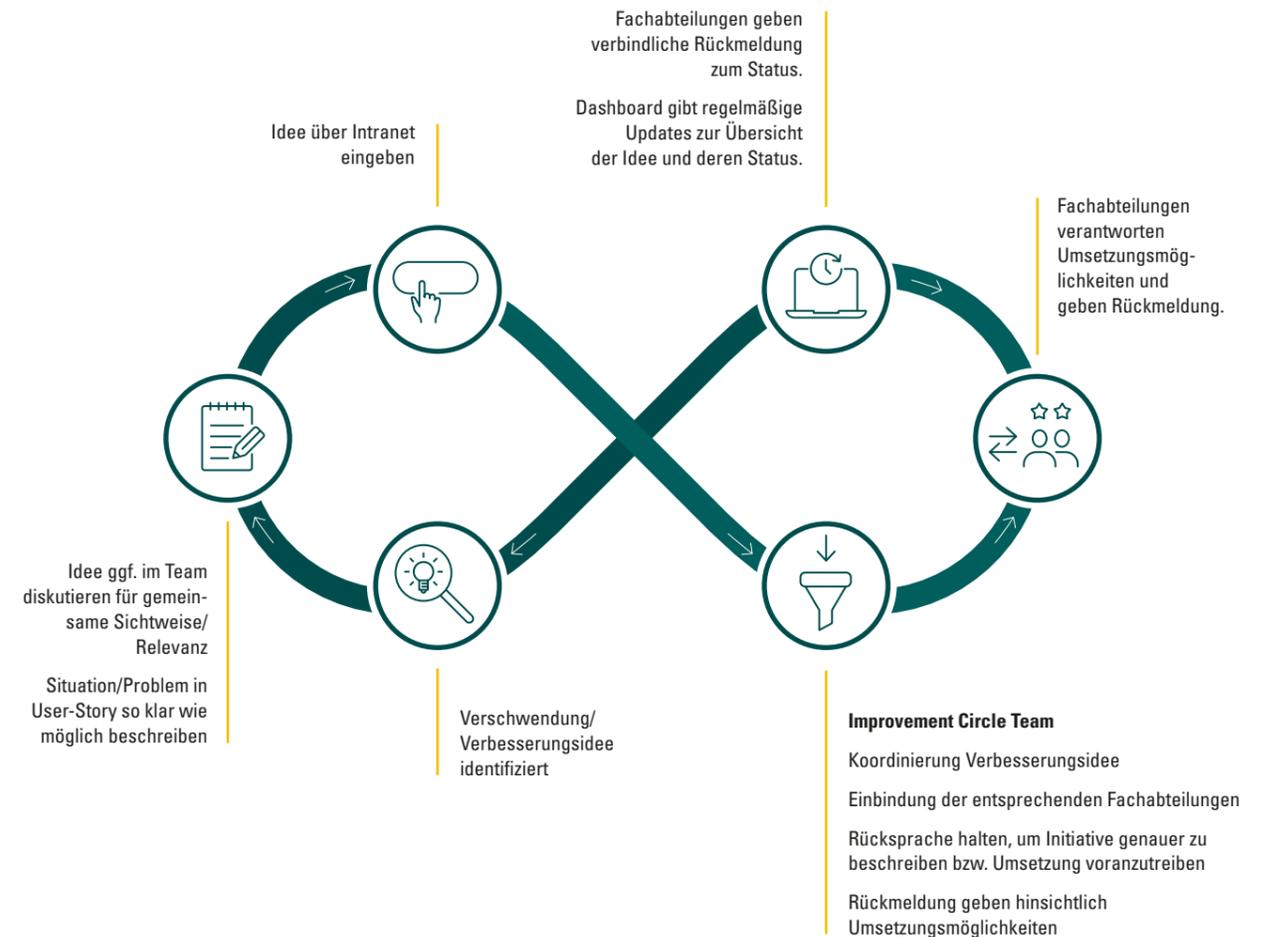
Das Sustainability Execution Board ist für die Umsetzung des Nachhaltigkeitsprogramms und die Koordination der Nachhaltigkeitsaktivitäten bei der ABN AMRO in Deutschland verantwortlich. Es überprüft regelmäßig den Status des Nachhaltigkeitsprogramms, tagt regelmäßig und berichtet direkt an die Geschäftsleitung.

In den Aufgabenbereich des SEB fällt auch, Nachhaltigkeitsinitiativen, die von der Zentrale der ABN AMRO Bank angestoßen werden, in der ABN AMRO in Deutschland umzusetzen. Nicht zuletzt nimmt das SEB eine wichtige Rolle ein, wenn es um Kritik oder kreative neue Ideen geht, und leitet entsprechend

Verbesserungsvorschläge ein, etwa wenn Mitarbeitende, Kunden oder Geschäftspartner eine Handlung der Bank als nicht ausreichend nachhaltig empfinden oder neue Konzepte und Einfälle eingebracht werden, zum Beispiel in unserer Ideenwerkstatt für Mitarbeitende.

Jede Idee zählt

Wir gestalten die Zukunft gemeinsam. In unserer Ideenwerkstatt sind deshalb kreative Vorschläge von Mitarbeitenden immer willkommen. Egal ob effizientere Prozesse, innovative Produkte oder neue Arbeitstools – das Improvement Circle Team (ICT) prüft und bewertet jede Idee nach einem einheitlichen Standard. Überzeugt ihr Nutzen das ICT, wird sie in der entsprechenden Fachabteilung umgesetzt, unterstützt von unseren Spezialisten aus den Bereichen Kommunikation, Nachhaltigkeit und Vertrieb.



Der unabhängige Nachhaltigkeitsbeirat

Um den Herausforderungen unserer Zeit zu begegnen, haben wir bereits im Jahr 2011 einen unabhängigen Nachhaltigkeitsbeirat gegründet. Das mit fünf herausragenden Persönlichkeiten besetzte Gremium unterstützt uns dabei, neue

wissenschaftliche Erkenntnisse und gesellschaftliche Entwicklungen bei der Gestaltung unserer nachhaltigen Vermögensverwaltung zu berücksichtigen. Die Beiratsmitglieder beraten uns bei ESG-Aspekten und geben uns immer wieder neue Impulse. So fließen sozial-ethisches und naturwissenschaftliches Know-how in die Diskussion ein. Der

Beirat wird kontinuierlich über alle Transaktionen unserer nachhaltigen Mandate informiert. Alle fünf Mitglieder des Nachhaltigkeitsbeirats befassen sich im Rahmen ihrer Fachgebiete, wie beispielsweise Klimaforschung, Umweltschutz und Nachhaltigkeitsstrategien, intensiv mit Fragestellungen nachhaltiger Anlagen.

Impulse aus dem Nachhaltigkeitsbeirat

Unser Nachhaltigkeitsbeirat verfolgt vielfältige Denkansätze und verfügt über eine breite Expertise. Diese wollen wir in der Bank und mit unseren Kunden teilen, um gemeinsam Veränderungen zu initiieren – auf dem Weg zu einer zukunftsfähigen Wirtschaft und Gesellschaft. Deshalb veröffentlichen wir einmal im Quartal die „Impulse aus dem Nachhaltigkeitsbeirat“. Mitglieder berichten darin kurz und prägnant über ein Thema, das sie zuvor in einer Beiratssitzung als Impulsvortrag thematisiert haben. Dabei wird nicht nur Wissen vermittelt, sondern zum Nachdenken und Diskutieren angeregt. In der ersten Ausgabe beispielsweise berichtet der Vorsitzende des Nachhaltigkeitsbeirats Ulf Doerner über den umstrittenen Meeresbodenbergbau (Deep Seabed Mining).

Die Publikation erhalten alle Vermögensverwaltungskunden per E-Mail. Weitere Impulse sind bereits geplant: zu den Themen Klima und Biodiversität.

[▶ Zu den Impulsen](#)

Die Mitglieder des unabhängigen Nachhaltigkeitsbeirats



Prof. Dr. Daniela Jacob

▶ Meteorologin und Direktorin des Climate Service Center Germany

Prof. Dr. Daniela Jacob zählt zu den international führenden Expertinnen für Fragen zum Klimawandel und Klimaschutz und war eine der koordinierenden Leitautorinnen des Sonderberichts des UN-Gremiums IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) über die Auswirkungen der globalen Erwärmung um 1,5 Grad über dem vorindustriellen Niveau. Ihre Forschungsschwerpunkte sind die regionale Klimamodellierung, der Wasserkreislauf und die Anpassung an die Auswirkungen des Klimawandels.



Christine von Weizsäcker

▶ Biologin und Umweltaktivistin für die Biodiversität

Christine von Weizsäcker beschäftigt sich als Biologin insbesondere mit der Gentechnik und dem Schutz der biologischen Vielfalt. Dabei geht es ihr neben den ökologischen Auswirkungen neuer Technologien auch immer um die sozioökonomische Folgenabschätzung. Sie ist Präsidentin von Ecoropa (European Network for Ecological Reflection and Action) und nimmt als solche an den Umwelt- und Nachhaltigkeitsverhandlungen der Vereinten Nationen teil. Außerdem hat sie zahlreiche Publikationen veröffentlicht und ist Mitglied des Beirats der Vereinigung Deutscher Wissenschaftler.



Ulf Doerner

▶ Dipl.-Ing. Elektrotechnik (TU)

Ulf Doerner ist der Vorsitzende des unabhängigen Nachhaltigkeitsbeirates seit der Gründung im Jahr 2011. Als gelernter Diplom-Ingenieur für Elektrotechnik berät er Unternehmen in vielfältigen Angelegenheiten – Corporate Social Responsibility und Change Management sind dabei zwei seiner Schwerpunkte. Zudem erhielt er bereits zahlreiche internationale Umweltpreise und ist Mitglied des Club of Rome.



Sonja Schweizer

▶ Unternehmerin und Vorstandsmitglied des Verbands deutscher Unternehmerinnen im Landesverband Württemberg, Mitglied bei FidAR e. V.

Sonja Schweizer stammt aus einer Unternehmerfamilie in fünfter Generation. Nachhaltige Entwicklung hat für sie eine besondere Priorität, sowohl mit Blick auf das Family Office, das sie gemeinsam mit ihrem Mann führt, als auch ihres eigenen im Jahr 2011 gegründeten Unternehmens. Seit 2018 nimmt Sonja Schweizer verschiedene Beiratstätigkeiten im Finanz- und Nachhaltigkeitsbereich sowie bei der Beratung von Start-ups wahr. Ihr besonderes Interesse gilt der Förderung von Unternehmerinnen und Frauen in Führungspositionen.



Dr. Verena Schuler

▶ Expertin für unternehmerische Nachhaltigkeit

Die strategische Verankerung von Nachhaltigkeit in allen Facetten in multinationalen Unternehmen ist einer ihrer Schwerpunkte. Darüber hinaus war sie Mitglied des Arbeitskreises Impact Investing des Bundesverbandes deutscher Stiftungen und Co-Leiterin des Organisational Exploratory Programme des internationalen „The Wellbeing Project“ für Sozialunternehmer.



Kunden und Produkte

»ALS BANK TRAGEN WIR VERANTWORTUNG, NICHT NUR IM HEUTE ZU DENKEN, SONDERN AUCH FÜR DIE ZUKUNFT UNSERER KINDER UND ENKELKINDER ZU HANDELN. NACHHALTIGKEIT IST DER SCHLÜSSEL, UM EINE GERECHTERE GESELLSCHAFT ZU SCHAFFEN, IN DER WIRTSCHAFTLICHER ERFOLG IM EINKLANG MIT ÖKOLOGISCHER UND SOZIALER VERANTWORTUNG STEHT.«

Eike Torben Lange | Commercial Chief of Staff

02

Langfristig denken und investieren

Das Private-Banking-Geschäft in Deutschland führen wir unter der Marke Bethmann Bank. Unsere Kundinnen und Kunden im Wealth Management begleiten wir mit jahrzehntelanger Erfahrung in der Beratung vermögender Privatkunden, einem leistungsfähigen, internationalen Netzwerk und einem zukunftsorientierten Verständnis von Beratung und Verantwortung. Darauf aufbauend bieten wir ihnen Lösungen, die zu ihrem Leben und ihren Zielen passen. Unser Portfolio reicht von der ganzheitlichen Vermögensstrukturierung und -verwaltung über die aktive Anlageberatung und Nachfolgeplanung bis hin zur Stiftungs-

beratung. Einen besonderen Fokus legen wir auf nachhaltige Anlagelösungen und das Impact Investing. Denn Nachhaltigkeit ist für uns eine Selbstverständlichkeit, die sich wie ein roter Faden durch unser Handeln zieht. Die Kunden finden bei uns eine große Bandbreite an Möglichkeiten, wie sie mit ihrem Investment negative Auswirkungen auf Nachhaltigkeitsfaktoren reduzieren können.

In persönlichen Gesprächen ermitteln wir, welche Anlagestrategien zu den individuellen Bedürfnissen des jeweiligen Kunden passen. In unseren Anlageempfehlungen

orientieren wir uns an den unterschiedlichen Nachhaltigkeitspräferenzen der Kunden. Diese reichen von neutral bis stark ausgeprägt. Darüber hinaus binden wir bei der Gestaltung der Anlagen aktuelle wissenschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen ein. Über unsere aktuellen Analysen informieren wir unsere Kundinnen und Kunden regelmäßig in der Publikation „Investing for better“.

Nachhaltige Ernährung und Wassermanagement

Im Jahr 2024 haben wir uns im Rahmen der nachhaltigen Vermögensverwaltung intensiv mit den Themen nachhaltige Ernährung und Wasser auseinandergesetzt – zwei zentrale Herausforderungen im Kontext globaler Nachhaltigkeit. Im Bereich Ernährung haben wir nachhaltige Lebensmittel als langfristigen Investitionstrend identifiziert und gezielt in unsere nachhaltige Vermögensverwaltung integriert.

Besonderes Augenmerk legen wir auf den Verbrauchsgütersektor, dessen Unternehmen häufig im Spannungsfeld globaler Lieferketten und ökologischer wie sozialer Risiken stehen. Kontroversen – etwa zu Biodiversitätsverlust oder Menschenrechtsverletzungen – fließen konsequent in unsere Investitionsentscheidungen ein. Für unsere nachhaltige Vermögensverwaltung filtern wir Lebensmitteleinzelhändler heraus,

die Vorreiter bei der Bewältigung der ernährungsbedingten Gesundheitskrise sind – etwa aufgrund von starkem Übergewicht.

Darüber hinaus schließen wir in unseren ESG- und Impact-Investing-Produkten Unternehmen aus, die mehr als fünf Prozent ihrer Umsätze mit genetisch veränderten Organismen erzielen – zum Schutz der genetischen Saatgutvielfalt. ▶



Nachhaltige Lebensmittel sind ein langfristiger Investitionstrend.



Das exponentielle Wachstum der Weltbevölkerung und die globale Erwärmung führen zu einer immer größeren Kluft zwischen Wasserbedarf und Wasserangebot. Deshalb ist auch das Thema Wasser ein integraler Bestandteil unseres ESG-Investmentprozesses. Wir analysieren Wasserrisiken – etwa in der IT-, Kosmetik- oder Produktionsbranche – sowie das Wassermanagement einzelner Unternehmen. Diese Faktoren entscheiden darüber, ob Unternehmen für unsere ESG- und Impact-Portfolios infrage kommen.

Darüber hinaus treten wir direkt mit Unternehmen in den Dialog, um die Transparenz über wasserbezogene Risiken und Chancen zu verbessern – beispielsweise über das Carbon Disclosure Project. Über diese Non-Profit-Organisation bündeln Vermögensverwalter ihre Stimme und treten geschlossen mit Forderungen an Unternehmen heran. So konnten wir bereits 2023 das global tätige Unternehmen Equinix, das weltweit mehr als 200 Rechenzentren betreibt und in das wir derzeit im Rahmen mehrerer unserer Strategien investieren,

zur Offenlegung seiner Wasserdaten bewegen. Mit den drei ESG-Mechanismen ist Wasser insgesamt in unsere ESG-Investitionspolitik integriert.

Unsere Auszeichnungen

Auch 2024 wurden wir wieder für unser nachhaltiges Angebot ausgezeichnet. Im Rating „Nachhaltigkeit im Private Banking 2024/25“ der FUCHS | RICHTER Prüfinstanz (im Test: über 60 Banken und Vermögensverwalter) sind wir in diesem Jahr in die Spitzenkategorie „Großmeister“ aufgestiegen: Wir wurden mit der Note „sehr gut“ ausgezeichnet. Überzeugen konnten wir beispielsweise in den Kategorien „Fokus im Gesamtunternehmen“, „Qualität der persönlichen Beratung“, „Anlagevorschlag“ und „Respektierung des Wertesystems des Kunden“. Die Prüfinstanz bescheinigt der Bethmann Bank eine stringente und strukturierte Anlagepolitik, die auf vier Grundsätzen beruht, und hebt hervor, dass aktives Management, breite Streuung und strenge Nachhaltigkeitskriterien im Mittelpunkt stehen. Die Bethmann Bank zielt laut FUCHS | RICHTER darauf ab, langfristig die besten risikoadjustierten Renditen zu erreichen, ohne auf ökologische und soziale Verantwortung zu verzichten. Ein weiterer Erfolg: Wir haben die bisher beste Platzierung im Stiftungstest der Fuchsbriefe erreicht.

Auch der Aktienfonds „Bethmann Aktien Nachhaltigkeit“ stand 2024 erneut auf dem Siegereppchen: Er erhielt vom Forum für Nachhaltige Geldanlagen erneut das FNG-Siegel, den Qualitätsstandard für nachhaltige Investmentfonds im deutschsprachigen Raum. Das FNG-Siegel erhalten nur Fonds, die einen gewissen Mindeststandard erfüllen. Dazu zählen Transparenzkriterien und die Berücksichtigung von Arbeits- und Menschenrechten, Umweltschutz sowie Korruptionsbekämpfung. Erstmals erreichte unser Anlagekonzept die Spitzenprämierung von drei Sternen für den Managementansatz. Laut der Jury zeichnet sich der Fonds „Bethmann Aktien Nachhaltigkeit“ durch eine hohe institutionelle Glaubwürdigkeit und eine professionelle Auswahlstrategie aus. Die Fachjury lobte zudem die Weiterentwicklung im aktiven Unternehmensdialog der Bethmann Bank mit Portfoliounternehmen. So wurden auch 2024 wieder aktive Gespräche mit Zielunternehmen geführt, um Themen der nachhaltigen Unternehmensführung zu festigen.

Eine weitere Bestnote verlieh uns die „Gesellschaft für Qualitätsprüfung“. Im „Private Banking Test 2024“, der in 169 Banken aus dem deutschsprachigen Raum erfolgte, wurde die Bethmann Bank nach 2023 erneut mit dem Prädikat „Exzellente Beratungsqualität“ ausgezeichnet.

Ergänzende Informationen zu den oben genannten Auszeichnungen sind auf unserer Website sowie der Website des FNG-Siegel einsehbar.

- ▶ [Auszeichnungen für Vermögensverwaltung](#)
- ▶ [FNG-Siegel 2024](#)

Frauen im Fokus: Female Banking

Kundinnenbedürfnisse sind vielfältig und unterscheiden sich in manchen Aspekten durchaus von den Bedürfnissen der männlichen Kunden. Wir wollen Frauen dabei unterstützen, ihre finanzielle Zukunft passgenau zu gestalten und ihr Vermögen entsprechend ihren Präferenzen zu verwalten und anzulegen. Deshalb haben wir ein Female-Banking-Angebot entwickelt – und füllen damit eine Lücke im Privatbankensektor. Dieses Angebot umfasst nicht nur Bankleistungen, sondern bietet auch jede Menge Möglichkeiten zu Austausch und Vernetzung. Künftig werden wir maßgeschneiderte Angebote und Veranstaltungen auf einer Onlineplattform bündeln, die wir derzeit erarbeiten.

Nachhaltig und individuell

Mit individuell zugeschnittenen Lösungen berücksichtigen wir die spezifischen

persönlichen oder geschäftlichen Situationen unserer Kundinnen. Dazu gehört beispielsweise, dass wir Unternehmerinnen bei der Nachfolgeplanung unterstützen.

Austauschen und Netzwerken

Wir bieten unseren Kundinnen die Möglichkeit, an Veranstaltungen teilzunehmen, die speziell für sie und potenzielle Interessentinnen an verschiedenen Standorten konzipiert sind. Diese Events sind wertvolle Gelegenheiten zum Netzwerken und zum Aufbau von Beziehungen auf beruflicher Ebene.

Durch den Zugang zur exklusiven Bethmann Community, die aus erfolgreichen Unternehmerinnen, LinkedIn Top Voices und Investorinnen besteht, erhalten unsere Kundinnen spannende Einblicke und

Unterstützung. Das Netzwerk bietet eine Plattform für den Austausch von Erfahrungen und Wissen, die Frauen in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung stärkt. Ganz neu ist auch der Women's Wealth Circle, ein Onlinekurs mit verschiedenen Masterclasses, exklusiv für weibliche Vermögende und Unternehmerinnen. Mit „Digital Safe“ als erster Folge wird die Initiative ins Leben gerufen, weitere Module wird es zu den Themen Wealth Planning und Investments geben.

Auch unsere Unterstützung von Netzwerken wie Encourageventures, dem größten Frauennetzwerk für Investorinnen in der DACH-Region, schafft für unsere Kundinnen Netzwerkmöglichkeiten. Diese Verbindungen eröffnen unseren Kundinnen den Zugang zu wertvollen Ressourcen, die für ihren Erfolg in der Finanzwelt entscheidend sind.



Vermögensplanung mit Weitblick: NextGen Connect

Mit NextGen Connect haben wir ein Angebot entwickelt, mit dem wir uns exklusiv an die nächste Generation ab 35 Jahren richten. Gerade in diesem Alter ist vieles in Bewegung, beispielsweise durch Erben, Vermögensnachfolge oder einen Generationenwechsel im Familienunternehmen. Daraus ergeben sich vielfältige Fragen – nicht nur für die Gestaltung der eigenen Zukunft, sondern auch für die Vermögensplanung und -strukturierung. Das Wealth Planning der Bethmann Bank unterstützt die NextGen bei der Beantwortung dieser Fragen mit individuellen und strategisch ausgerichteten Lösungskonzepten. Dazu gehört beispielsweise ein Family Round Table ebenso wie ein unverbindlicher Portfolio-Check oder die Simulation zukünftiger Vermögensentwicklungen unter der Annahme verschiedener Prämissen. Ziel ist es sicherzustellen, dass die Vermögensstruktur sowohl zur aktuellen Lebenssituation als auch zu den langfristigen Zielen der Kundinnen und Kunden passt. Die

Beratung geht über die bloße Finanzplanung hinaus – das Team Wealth Planning fungiert als strategischer Partner im gesamten Lebenszyklus. Beim Angebot des Family Round Table wird daher auch die ganze Familie an den Tisch geholt, sodass die Familienmitglieder die Möglichkeit haben, gemeinsam mit den Spezialisten der Bank unterschiedliche Vermögensthemen offen anzusprechen und einer Lösung zuzuführen.

Ein besonders anspruchsvolles Thema ist die maßgeschneiderte Beratung für die Nachfolgeplanung im Familienunternehmen. Ob jemand in ein Familienunternehmen einsteigen oder es weiterführen möchte – unsere Wealth Planner stehen mit umfassender Expertise und einem erprobten Netzwerk an Fachberatern zur Seite. Die innovative App „Walk of Change“ unterstützt potenzielle Nachfolger und Nachfolgerinnen dabei, den für sie persönlich besten Weg zu finden und nachhaltige

Entscheidungen zu treffen. Die Walk-of-Change-App, die wir als Bank gesponsert haben, bietet ein Selbstinterview zum Thema Unternehmensnachfolge. Insgesamt zehn Fragen helfen dabei, sich als Unternehmerin oder Unternehmer, aber auch als potenziell Nachfolgende über die eigenen Wünsche und Bedürfnisse klar zu werden.

Zudem laden wir unsere NextGen-Kundinnen und -Kunden ein, Teil der NextGen-Community zu werden und an regelmäßigen Events teilzunehmen. Diese Events bieten nicht nur Inspiration durch renommierte Speaker und Investoren-Pitches, sondern fördern auch den Austausch zu aktuellen Finanz- und Gesellschaftsthemen. So entsteht ein Raum, der das Netzwerk erweitert und wertvolle Einblicke in nachhaltiges Wirtschaften geben kann.

Mit NextGen Connect trägt die Bank dazu bei, dass der Generationswechsel nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance zur nachhaltigen Vermögens- und Lebensplanung darstellt. Gemeinsam wollen wir die finanzielle Zukunft der Kunden und Kundinnen sichern – und die der kommenden Generationen.



NextGen-Event in Hamburg im November 2024:
Wealth Planner Gordon Gifaldi und
Dr. Thomas Diehn (Notare Bergstraße) referieren
zum Thema „Planung für Lebende“.



Vertrauenswürdig handeln, transparent kommunizieren

Wir verstehen uns als verlässlicher Partner unserer Kunden. Ob Privatkunde, Unternehmer oder gemeinnützige Stiftung – ihre Zufriedenheit ist unser täglicher Antrieb. Sie sollen in der ABN AMRO in Deutschland einen vertrauenswürdigen und verlässlichen Ansprechpartner sehen, der sie in allen Vermögensfragen individuell und auf höchstem Niveau berät.

Um kontinuierlich besser zu werden, führen wir jährlich eine anonyme Kundenbefragung durch. Die Ergebnisse zeigen uns, mit welchen Leistungen und Services wir unsere Kundinnen und Kunden überzeugen,

und machen ebenso sichtbar, wo noch Optimierungspotenzial besteht. Daraus leiten wir Maßnahmen ab und setzen diese um.

Da Nachhaltigkeit für immer mehr Unternehmen, private und institutionelle Kunden eine wichtige Rolle spielt, leisten wir auch mit unseren nachhaltigen Produkten einen wesentlichen Beitrag zur langfristigen Kundenzufriedenheit.

Offen und glaubwürdig

Wir legen unser Handeln offen dar, unterstreichen damit unsere Glaubwürdigkeit und stärken unsere Kundenbeziehungen. Wir stellen Transparenz über das Maß regulatorischer Vorgaben hinaus her, beispielsweise durch freiwillige Verpflichtungen und Zertifizierungen.

So bekennen wir uns beispielsweise zur Einhaltung des Europäischen Transparenzkodex für Nachhaltigkeitsfonds. Außerdem machen wir unser Engagement sichtbar, indem wir jährlich über dieses berichten.

Anregend und informativ

Unsere Kundinnen und Kunden und andere Stakeholder informieren wir regelmäßig über Nachhaltigkeitsthemen, teilen mit ihnen Inspirationen und eröffnen neue Perspektiven: beispielsweise mit unseren Magazinen Character und Investing for better sowie unserem Nachhaltigkeitsblog Te:nor auf unserer Website und über verschiedene Social-Media-Kanäle.

In „Investing for better“ legen wir den Schwerpunkt auf nachhaltiges Investieren und nachhaltige Entwicklungen in der Gesellschaft. Dabei richten wir den Fokus auf die 17 UN Development Goals, beispielsweise die Energiewende, Anlagechancen in Unternehmen der Kreislaufwirtschaft oder die Impact-Messung von Unternehmen. Auf diese Weise bieten wir nicht nur hilfreiche Informationen, sondern sensibilisieren die Kunden auch für den Aspekt der Nachhaltigkeit bei Investmententscheidungen. „Investing for better“ ist damit einer der Hebel, mit dem wir den Anteil der nachhaltig verwalteten Kundengelder steigern wollen. Wenn sich unsere Kundinnen und Kunden aus dem Onlinebanking ausloggen, erscheint außerdem der Newsroom „Strategie und Märkte“, der ihnen

wertvolle Informationen zu aktuellen Finanzthemen liefert. Neben unseren schriftlichen Kommunikationsmitteln nutzen wir auch unterschiedliche Veranstaltungsformate, um mit unseren Stakeholdern wie Mitarbeitende, Kunden oder der Gesellschaft in den Austausch zu gehen und sie in unsere Entscheidungsprozesse einzubinden. Denn wir sind davon überzeugt: Die Transformation zu einer nachhaltigen Zukunft braucht gebündelte Kräfte.

Kundenzentrierung als Leitprinzip

Unsere Client Centricity Principles bilden den Rahmen für einen verantwortungsvollen und kundenorientierten Geschäftsbetrieb. Sie helfen unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, bei allen Entscheidungen – sei es bei der Entwicklung von Produkten, bei Dienstleistungen oder im persönlichen Kontakt – die Interessen unserer Kundinnen und Kunden stets an erste Stelle zu setzen.

Die sechs Prinzipien lauten:

- ▶ Wir verstehen die Bedürfnisse, Eigenschaften und das Verhalten unserer Kundinnen und Kunden.
- ▶ Unsere Produkte und Dienstleistungen sind geeignet und stellen einen Mehrwert für unsere Kundinnen und Kunden dar.
- ▶ Wir stellen sicher, dass unsere Kundinnen und Kunden unsere Produkte und Dienstleistungen verstehen.
- ▶ Wir liefern, was wir versprechen.
- ▶ Unsere Preise sind erklärbar und transparent.
- ▶ Wir agieren im Interesse unserer Kundinnen und Kunden.

Die sechs Grundsätze werden durch gezielte Leitfragen ergänzt, die den Mitarbeitenden als praktische Entscheidungshilfe dienen. Sie unterstützen dabei, unterschiedliche Perspektiven zu berücksichtigen und bestmöglich im Interesse der Kundinnen und Kunden zu handeln. Wie genau ein Prinzip umgesetzt wird, hängt jeweils vom Produkttyp, der Kundenbeziehung, der Dienstleistung und der konkreten Rolle der Bank ab – sei es als Anbieterin, Beraterin oder Vermittlerin.

Nachhaltige Wirkung transparent machen

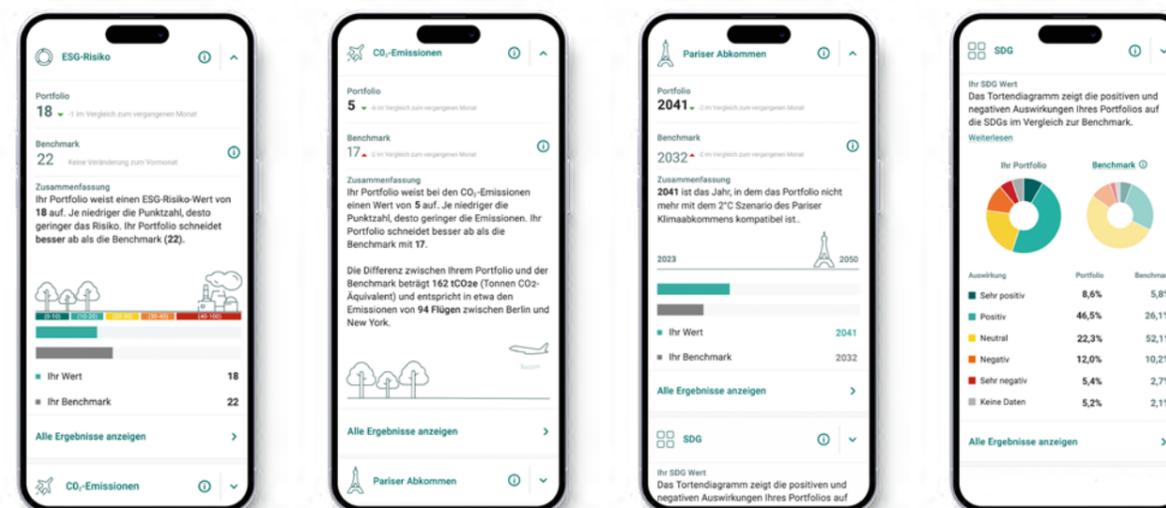
Als erste europäische Bank bieten wir unseren Kundinnen und Kunden eine individuelle Übersicht zur nachhaltigen Wirkung – verständlich und digital aufbereitet. In einem persönlichen Dashboard zeigen wir auf, welche ESG-Risiken mit dem Portfolio verbunden sind, wie hoch sein CO₂-Fußabdruck ist, wie es zur Erreichung der Sustainable Development Goals der United Nations beiträgt und inwiefern das Portfolio mit dem Pariser Klimaschutzabkommen

übereinstimmt. Die Daten werden anhand externer Untersuchungen aufbereitet. So nutzen wir etwa Sustainalytics für die Daten zum ESG-Risiko-Rating und ISS ESG für den CO₂-Fußabdruck. Das Reporting ist direkt über das persönliche Onlinebanking-Portal zugänglich.

2023 haben wir unser Reporting erweitert: Neben Informationen zu Aktien gibt es nun auch Informationen zu Unternehmens-

anleihen, unter Berücksichtigung der individuellen Benchmarks der Kunden. Zudem nennen wir künftig verkürzte Konzernnamen anstatt langer, komplizierter Bezeichnungen für Aktien oder Unternehmensanleihen, um die Informationen noch verständlicher zu transportieren.

Dashboard des nichtfinanziellen Reportings*



* Hinweis: Diese Grafik ist ein illustratives Beispiel aus dem Nachhaltigkeitsbericht 2023.



Unkompliziert und digital

Unsere digitalen Angebote schneiden wir auf die Kundenbedürfnisse zu und entwickeln sie entsprechend kontinuierlich weiter. Damit zahlen wir auch auf das Ziel ein, die Kundenzufriedenheit zu halten bzw. zu steigern, und reduzieren zudem unseren ökologischen Fußabdruck. Unsere Onlinebanking-App „Mein Portal“ haben wir noch kundenfreundlicher gestaltet: Im zweiten Quartal 2024 haben wir die pushTAN-App mit Face-ID eingeführt, um die Anmeldung zu vereinfachen. In die App haben wir zudem interessante Informationen zur Wertentwicklung der Kundeninvestments aufgenommen, z. B. Details zu Wertpapiertransaktionen und -erträgen sowie personalisierte Hinweise zu Investmentpublikationen unseres Hauses, die

digital im Newsroom abgerufen werden können. Neben der Einbindung der Informationen in die App führt unser neu eingeführtes Video-Ident-Verfahren in Verbindung mit E-Signaturen zur Papiereinsparung. Über 90 Prozent unserer Verträge und Dokumente können per E-Signatur unterzeichnet werden. Mit dem Video-Ident-Verfahren kann der Start der Kundenbeziehung so nahezu nahtlos digital erfolgen und führt zu einer Reduktion unseres ökologischen Fußabdrucks, weil Ausdrucke und Versand sowie Anfahrtswege der Kunden zur Bank entfallen. Durch den Einsatz eines Workflow-Tools konnten wir auch unsere internen Prozesse bereits weitgehend digitalisieren, was ebenfalls zu Ressourceneinsparungen führt.

Kompetent und auf dem neuesten Stand

Qualifizierte Beraterinnen und Berater sind entscheidend für den Erfolg unseres Geschäfts. Durch kontinuierliche Weiterbildung sorgen wir dafür, dass sie immer den neuesten Stand der Gesetzgebung kennen sowie verinnerlichen und in allen wichtigen Feldern bestens qualifiziert sind: von der Service- über die Kunden- oder auch Teamkompetenz bis hin zu spezifischem Fachwissen.

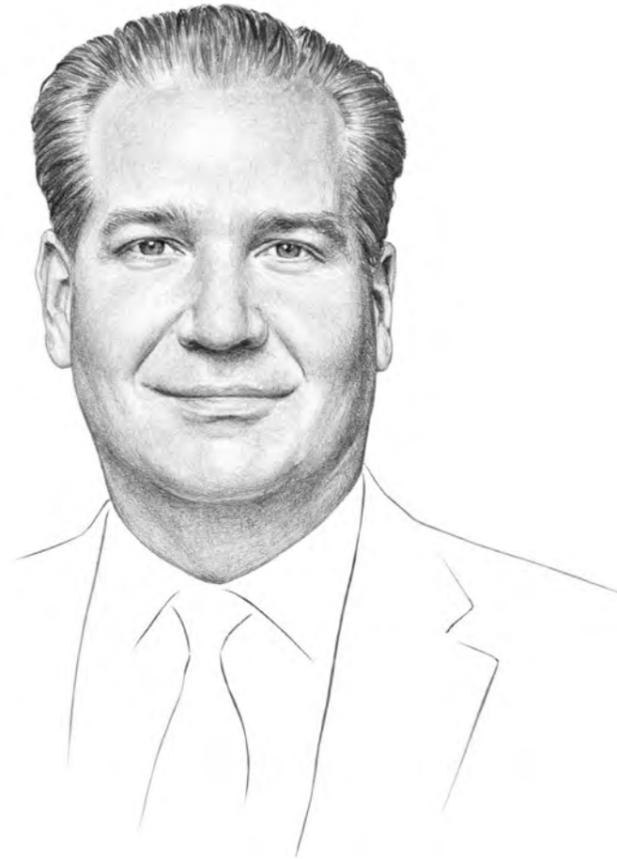
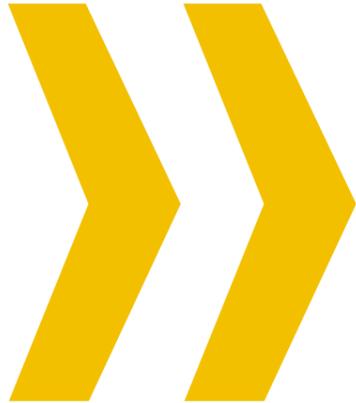
Einheitlich und auf hohem Niveau

Wir haben einen hohen Anspruch an Qualität – und den wollen wir durch einheitliche Standards umsetzen. Deshalb definiert unser Qualitätsmanagement, das 2024 zum Regulatory Business Office weiterentwickelt wurde, Standards für ein bankweites Vorgehen in Beratungsgesprächen und die transparente Weitergabe von Informationen an unsere Kunden. In den Niederlassungen ist jeweils der Regional Quality Officer dafür verantwortlich, ein einheitlich hohes Niveau der Servicequalität sicherzustellen.

Unsere Dienstleistungen sind passgenau auf die Anlageprofile abgestimmt und darauf, den persönlichen Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden. Um die Qualität unserer Beratung und Dienstleistungen aus Kundensicht zu bewerten, führen wir jährlich eine Zufriedenheitsumfrage durch. Diese gibt uns wertvolle Hinweise darauf, wie unsere nachhaltige Ausrichtung und unser nachhaltiges Angebot wahrgenommen werden. Darüber hinaus zeigt die Befragung, dass wir in engem Austausch mit unseren Kunden stehen. Regelmäßige Strategiegespräche sorgen dafür, dass unsere Ausrichtung kontinuierlich an ihre Erwartungen und Bedürfnisse angepasst wird.

Beschwerdemanagement regeln

Kommt es einmal zu Kundenbeschwerden, so können diese persönlich, telefonisch oder schriftlich eingereicht werden. Unsere Abteilung Beschwerdemanagement bearbeitet jedes Anliegen in einem standardisierten Verfahren und setzt alles daran, eine schnelle und zufriedenstellende Lösung für die Kunden zu finden. Unsere [Grundsätze zum Beschwerdeverfahren](#) sind öffentlich auf unserer Homepage einsehbar.



Stefan Meine

Chief Commercial Officer
Mitglied der Geschäftsleitung

Stefan Meine verantwortet in der Geschäftsleitung als Chief Commercial Officer das Kundenressort. In diesem Interview erläutert er, wie das Wealth Management Kundinnen und Kunden individuell berät, warum es Nachhaltigkeitspräferenzen auslöst und welche nachhaltigen Anlageformen die Bank anbietet.

Herr Meine, wie sieht eine Anlageberatung bei der Bethmann Bank aus?

Wir beraten unsere Kundinnen und Kunden individuell, denn wir wollen ihnen keine Anlage von der Stange bieten, sondern vielmehr Lösungskonzepte, die auf ihre jeweiligen Bedürfnisse im Lebenszyklus ausgerichtet sind. Deshalb nehmen wir uns für die Beratung auch viel Zeit. Im ersten Schritt ist es wichtig, dass wir den Vermögensstatus vollständig ermitteln und verstehen. Nachdem wir uns einen umfassenden Überblick verschafft haben, bilden wir die Vermögenswerte und Verbindlichkeiten in einer Vermögensbilanz ab. Im weiteren Verlauf der Beratung fragen wir die Kundin oder den Kunden nach ihren bzw. seinen Bedürfnissen und Zielen, den kurzfristigen und den langfristigen. Aus diesen Informationen entwickeln wir sodann eine bedarfsorientierte Vermögensstrategie,

die sich an der Erreichbarkeit der individuellen Vermögensziele orientiert. Es ist uns dabei sehr wichtig, immer das gesamte Vermögen zu betrachten, da in Abhängigkeit von den Zielvorgaben unserer Kundinnen und Kunden stets auch Wechselwirkungen beachtet werden müssen. Die auf diese Weise erarbeiteten Lösungskonzepte eignen sich aufgrund ihres Vollständigkeitscharakters ideal für eine Überprüfung aufgrund veränderter Rahmenbedingungen, sei es durch die Märkte, durch steuerliche oder rechtliche Anpassungen oder auch Veränderungen im privaten Umfeld.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in der Beratung von Kundinnen und Kunden?

Wir fragen alle Kundinnen und Kunden nach ihrer Nachhaltigkeitspräferenz und schneiden unser Angebot darauf zu. Das heißt: Die Kundin bzw. der Kunde entscheidet, ob sie bzw. er in eine klassische oder eine ESG-Anlage investiert. Wenn der Wunsch besteht, das Geld nachhaltig anzulegen, bieten wir auch bevorzugt eine nachhaltige Anlage an. Damit unsere Beraterinnen und Berater dafür immer auf dem neuesten Stand sind, schulen wir sie regelmäßig zum Thema Nachhaltigkeit, zuletzt 2024. Denn auch im Bereich Nachhaltigkeit dreht sich die Welt weiter und es ist wichtig, das Wissen stets aktuell zu halten.

WIR BERATEN INDIVIDUELL UND MIT VIEL ZEIT.



Welche Inhalte wurden in der Schulung konkret vermittelt?

Wir haben zum einen die Rolle von Banken im Kontext von globaler Nachhaltigkeit beleuchtet, und zwar in Kooperation mit der University of Amsterdam. Zum anderen haben wir bankinternes Wissen vermittelt, insbesondere wie die ABN AMRO Bank in nachhaltigen Themen vorangeht, und haben konkrete Beispiele vorgestellt, wie etwa den Menschenrechtsbericht oder das Future Generation Board. Daneben haben wir Nachhaltigkeit im Wealth Management der Bethmann Bank thematisiert. Damit es nicht bei der Theorie bleibt, gab es auch einen praxisorientierten Teil. Darin haben wir trainiert, wie ich als Beraterin oder Berater eine gute Konversation mit meinem Kunden über Nachhaltigkeit führe. Die Schulung hat insgesamt gezeigt: Nachhaltigkeit ist bei uns kein leeres Versprechen, sondern wird tagtäglich gelebt.

Welche nachhaltigen Produkte bietet die Bethmann Bank ihren Kundinnen und Kunden an?

Wir bieten die meisten nachhaltigen Strategien als Mandat und als Publikumsfonds an. Vor allem mit unserem Impact-Mandat heben wir uns hervor. Denn diese Anlageform bieten nur wenige Wettbewerber auch an. Das Angebot im Wertpapierbereich ist sehr umfangreich und bietet zahlreiche Möglichkeiten, also ganz unterschiedliche Mandate. Wir bieten allein acht Standardmandate an, drei davon mit nachhaltiger Ausrichtung mit sechs verschiedenen Risikoprofilen – von risikoreich bis risikoarm, je nach Zielen und Wünschen unserer Kundinnen und Kunden.

Können Sie einmal zwei Beispiele für Standardmandate nennen?

Ja, gerne. Beim Nachhaltigkeitsmandat etwa investieren wir aktuell in europäische und internationale Renten, darunter auch Hochzinsanleihen und Schwellenländeranleihen, jedoch alle in

Euro. Aktien investieren wir global mit den entsprechenden Währungsrisiken. Die Titelauswahl folgt unserem Nachhaltigkeitsansatz. Das Impact-Mandat bieten wir derzeit in unterschiedlichen Kombinationen von Aktien- und Rentenanlagen an. Aktien investieren wir global mit den entsprechenden Währungsrisiken. Die Titelauswahl erfolgt nach unserem Impact-Ansatz.

Und wie sieht es speziell im Bereich Private Equity mit dem Thema Nachhaltigkeit aus?

Die Bethmann Bank managt selbst keine Private-Equity-Fonds, sondern verschafft Kundinnen und Kunden Zugang zu aussichtsreichen Fonds anderer Anbieter, kann auch auf spezifische ESG-Risiken bei Einzeltiteln hinweisen und beschäftigt sich in diversen Publikationen mit dem Thema. Wir sitzen aber nicht am Steuer, wenn es um die Ausgestaltung der Fonds geht. Was wir im Markt beobachten, ist ein eher heterogenes Bild im Bereich Private Equity. Aufgrund offener regulatorischer Fragestellungen war die Branche etwas zögerlich, sich in das Feld von nach Artikel 8 oder 9 Offenlegungsverordnung regulierte Private-Equity-Fonds zu bewegen. Inzwischen scheint es sich zu etablieren, Private-Equity-Fonds anzubieten, die nach Artikel 8 Offenlegungsverordnung reguliert sind. Reines Impact-Investing nach Artikel 9 Offenlegungsverordnung besetzt jedoch nach wie vor eher eine Nische.

Sind Sie als Bank auch im Kreditbereich für Unternehmen nachhaltig aufgestellt?

Ja, das sind wir in der Tat. Denn als Bank entfalten wir die größte Wirkung, wenn wir nicht nur unseren privaten Kundinnen und Kunden nachhaltige Finanzprodukte anbieten, sondern auch unsere Unternehmenskunden mit entsprechenden Kreditlösungen aktiv bei der Transformation in eine nachhaltige Zukunft unterstützen. Näheres über unsere nachhaltigen Kreditlösungen für Unternehmen erfahren Sie auf den nachfolgenden Seiten.

Firmen- und institutionelles Kundengeschäft

Die Nachhaltigkeitswende finanzieren

Der Wandel hin zu einer nachhaltigeren Welt erfordert Expertise, Kapital und Innovationskraft, um neue Lösungen zu entwickeln. Mit unserem breiten Angebot für Firmenkunden und institutionelle Kunden sind wir ein starker Partner in dieser Transformation – und treiben insbesondere in den Schlüsselbranchen Energie, Digitalisierung & Konsumgüter sowie Mobilität & Produktion den nachhaltigen Fortschritt voran. Unseren Unternehmenskunden bieten wir das gesamte Spektrum an Corporate-Banking-Dienstleistungen: von Finanzierungen für Groß- und Mittelstandskunden, über Transaction Banking und Cash Management bis hin zu CO₂-Emissionshandel und Clearing. Zudem stellen wir Investment-Banking-Produkte wie die Begleitung

bei Börsengängen (Equity Capital Markets) und Corporate Finance/M&A-Beratung bereit. Wir sind in der Lage, die vielfältigen Bedürfnisse unserer Kunden im deutschsprachigen Raum zu bedienen – vom Mittelstandsunternehmen über große kapitalmarktorientierte Unternehmen bis hin zu institutionellen Kunden wie Banken, Versicherungen oder FinTechs. Im Mittelstandssegment verknüpfen wir die geschäftlichen Bedürfnisse von Unternehmen mit den privaten Bedürfnissen von Familienunternehmen im Geschäftsbereich Entrepreneur & Enterprise (E&E). Seit Mitte 2024 ist die ABN AMRO in Deutschland auch akkreditierter Partner für die Vergabe von Förderdarlehen der KfW-Bankengruppe an E&E-Kunden. ▶





An unserem Leitprinzip „Banking for better, for generations to come“ orientieren wir uns auch in der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda. Dementsprechend sind ESG-Faktoren bei der Finanzierung von Unternehmenskunden relevant und wir betrachten sowohl die Risiken als auch die Chancen. Bei der Analyse von Nachhaltigkeitsrisiken von Unternehmen stehen beispielsweise folgende Fragen im Fokus: Ist das Geschäftsmodell zukunftssicher? Hat das Unternehmen schon potenzielle klimabezogene physische und Transformationsrisiken berücksichtigt? Werden Daten zum eigenen CO₂-Fußabdruck und zu anderen wichtigen nichtfinanziellen Kennzahlen systematisch erfasst? Aus der Chancenperspektive stellen wir diese Fragen: Wie lassen sich Nachhaltigkeitsziele eines Unternehmens systematisch in die Finanzierungsstrategie integrieren? Welches Investitionsvolumen ist für die Transformation und ein zukunftssicheres Unternehmensmodell notwendig? Welche Nachhaltigkeitsfaktoren spielen für Investoren eine wichtige Rolle? Wie kann der Zugang zu Fremd- und Eigenkapital gesichert werden – und was sind Marktstandards in der nichtfinanziellen Kommunikation und Zielsetzung?

Im engen Austausch mit den Unternehmen

Um unsere Kunden bestmöglich zu unterstützen, arbeiten unsere Kundenberater und Produktspezialisten eng mit Nachhaltigkeitsexperten zusammen. In der übergeordneten Funktion des Sustainability Coordinators entwickeln sie beispielsweise im engen Austausch mit den Unternehmen Finanzlösungen, die ESG-Kriterien gemäß internationaler Standards¹ integrieren. Darüber hinaus begleiten unsere Teams



Der Themenbereich ESG ist äußerst dynamisch, daher ist es für Nachhaltigkeitsexpertinnen und -experten unerlässlich, sich mit verschiedenen Stakeholdern regelmäßig auszutauschen.

Julia Schmitjans
Sustainability Advisor



Im Jahr 2024 haben wir uns deshalb verstärkt nicht nur im Kundendialog oder über eigene Veranstaltungen in die Diskussionen eingebracht. Wir haben im Firmenkundenbereich auf Konferenzen die Bankenperspektive zum Thema ESG gezielt geteilt und im Gegenzug mehr Perspektiven aus der Realwirtschaft und Politik mitgenommen. Genau dieser Austausch ermöglicht es uns, unseren Kunden mit ganzheitlichen Perspektiven zur Seite zu stehen.

Kunden bei branchenspezifischen Nachhaltigkeitsthemen – von neuen Offenlegungsanforderungen über klimabezogene Risiken bis hin zu Nachhaltigkeitsbewertungen und regulatorischen Vorgaben. Wir bieten auch wertvolles Feedback bei der Integration von Nachhaltigkeitszielen in Geschäftsstrategien. 2024 organisierten wir in Zusammenarbeit mit den ESG Partners (einem Zusammenschluss von ESG-spezialisierter Anwaltskanzlei, Beratung und Softwareanbieter) drei regionale Kundenveranstaltungen in Frankfurt, Stuttgart und München zum Thema Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Unsere Kunden und Mitarbeitenden erhielten dadurch Einblicke in die Regulatorik und ihre operative Umsetzung sowie Input für die

Berichterstattungspflichten. Im Nachgang gab es noch die Möglichkeit für Austausch und Networking unter den Teilnehmenden.

Unsere gruppenweiten interdisziplinären Expertenteams begleiten unsere Kunden und unterstützen bei Bedarf auch andere Abteilungen innerhalb der Bank. Sie entwickeln Prozesse und Produkte, die für die verschiedenen Firmenkundensegmente gelten. Sie geben in Schulungen ihr Know-how an Kolleginnen und Kollegen weiter und unterstützen sie bei der Produktentwicklung unter ESG-Aspekten. Im Jahr 2024 haben die Expertenteams auch unser CASY-Tool weiter verbessert. CASY steht für „Client Assessment Sustainability“ – also eine Kundenanalyse basierend auf

Nachhaltigkeitsaspekten. Wir nutzen dieses Tool, um bei einer Kreditfinanzierung unterschiedliche Nachhaltigkeitsaspekte unserer Unternehmenskunden zu beurteilen. Die Weiterentwicklung unseres CASY-Tools ermöglicht es uns, die sektorspezifische Sicht auf potenzielle ESG-Risiken zu optimieren und die Leistung der Kunden im Vergleich zu Risiken in jedem Sektor besser zu bewerten. Unsere Nachhaltigkeitsexperten haben entsprechende Schulungen für die Firmenkundenbetreuer durchgeführt.

¹ Siehe beispielsweise Leitlinien zu nachhaltigen Finanzierungsprodukten der Loan Market Association, International Capital Market Association sowie relevante EU-Standards (z. B. EU-Green-Bond-Standard, EU-Taxonomie).



Dr. Matthias Herrmann

Geschäftsführer und CFO der Helrom GmbH

HELROM Trailer Rail revolutioniert den Gütertransport durch die effiziente Beförderung von Lkw-Anhängern auf Schienen mittels des weltweit patentierten Helrom-Trailer-Wagens. Dieses innovative Modell kombiniert Straßen- und Schienenlogistik und reduziert dadurch erheblich die CO₂-Emissionen im Langstreckentransport. Mit einem Fokus auf umweltfreundliche Alternativen unterstützt HELROM Unternehmen dabei, ihre Nachhaltigkeitsziele zu erreichen, und trägt zu einer grüneren Logistik bei. Wie genau – das erläutert CFO Dr. Matthias Herrmann in diesem Interview.

Herr Dr. Herrmann, als CFO von HELROM sprechen Sie auf Ihrem LinkedIn-Kanal nicht nur über Finanzen, sondern auch über Nachhaltigkeit. Wie verbinden sich diese beiden Themen in Ihrer Rolle?

Beides hat für mich hohe Relevanz. Ich habe eine intrinsische Motivation bei beiden Themen. Bei Helrom liegt das Thema Nachhaltigkeit direkt beim Produkt und in der für Kunden erbrachten Dienstleistung, d. h., wir leisten mit jedem transportierten Sattelaufleger eine deutliche Einsparung bei CO₂ und Entlastung der Straßeninfrastruktur. Für mich verbinden wir als Unternehmen finanziellen Erfolg mit Nachhaltigkeit. Wir bieten eine verlässliche Lösung an mit niedrigen Eintrittsbarrieren für unsere Kunden und einem hohen Servicelevel, bei dem wir eine Pünktlichkeit von ca. 96 % erzielen und somit für unsere Kunden einen mehrfachen Mehrwert bieten. Dies trägt auch zum finanziellen Erfolg von Helrom bei.

NACHHALTIGKEIT SPIELT BEI DER AUSWAHL UNSERER PARTNER EINE WICHTIGE ROLLE.



Wie genau trägt das Geschäftsmodell von HELROM zur Reduzierung von CO₂-Emissionen im Güterverkehr bei und welche messbaren Erfolge haben Sie bisher erzielt?

Wir transportieren aktuell jeden Tag im Schnitt zwischen 200 und 250 Sattelaufleger. Für einzelne Kunden ist das Thema Einsparung von CO₂ in der Supply Chain ein absolutes Entscheidungskriterium. Wir sparen rund 90 % an CO₂-Emissionen gegenüber dem Transport auf der Straße ein. Wir haben mit unserer Dienstleistung allein in Q1 2025 dazu beigetragen, knapp 20.000 Tonnen CO₂ einzusparen. Mit jedem weiteren Wagen, den wir auf die Gleise setzen, werden zusätzliche CO₂-Einsparungen erreicht.

Das Geschäftsmodell von HELROM gilt als zukunftsicher und innovativ. Welche Bedeutung hat in diesem Kontext noch die traditionelle Nachhaltigkeitsberichterstattung für Ihr Unternehmen?

Wir sehen dies als wirksames Mittel, insbesondere da es ein bekanntes Format ist und somit für viele interessierte Personen und Institutionen auch eine gute Basis bildet, um Vergleiche zu ziehen. Vor allem bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung gibt

es viel Bewegung auch mit Blick auf die EU-Taxonomie und die damit einhergehenden Themen, welche sich auch in einer fortlaufenden Weiterentwicklung befinden. Für Helrom bietet die Nachhaltigkeitsberichterstattung die Möglichkeit, die Vorteile der erbrachten Dienstleistung und die einhergehenden CO₂-Einsparungen an ein breites Publikum zu kommunizieren und somit weitere Kunden zu gewinnen, um noch größere Einsparungen an CO₂ zu realisieren.

Welchen Mehrwert bietet die Zusammenarbeit mit der ABN AMRO/Bethmann Bank in Bezug auf Finanzierungs- und Nachhaltigkeitsthemen?

Wir sehen großen Mehrwert bei zwei konkreten Sachverhalten. Zum einen ist es für uns als Unternehmen sehr wichtig, besser zu verstehen, welchen Blick und welche Anforderungen eine führende Bank auf das Thema Nachhaltigkeit hat. Auf diese Weise können wir ableiten, welche Schwerpunkte für unsere Finanzierungspartner von Interesse sind und wie diese idealerweise aufbereitet sein müssen. Zum anderen suchen wir unsere Partner nach verschiedenen Aspekten aus. Da zählt für uns auch das Thema Nachhaltigkeit und dort sehen wir bei unseren Finanzierungspartnern die ABN AMRO/Bethmann Bank als führendes und verlässliches Bankhaus.

Nachhaltigkeitsstrategie auf Gruppenebene

Die Nachhaltigkeitsstrategie der ABN AMRO Bank basiert, wie im Kapitel Unternehmensführung dargelegt, auf drei zentralen Fokusthemen: Klima, Natur (insbesondere Kreislaufwirtschaft und Biodiversität) sowie soziale Auswirkungen (Social Impact). Vor allem bei der Kreditrisikobewertung, aber auch beim Angebot verschiedener Finanzierungslösungen orientiert sich die ABN AMRO in Deutschland an den gruppenweiten strategischen Fokusthemen.

In Bezug auf das Thema Klima, insbesondere die Dekarbonisierung der Wirtschaft, hat die ABN AMRO Gruppe ihre Anstrengungen zur Finanzierung von erneuerbaren Energien und Kohlenstoffreduzierungstechnologien verstärkt. 2024 hat sie ihr Finanzierungsziel gemessen an Kreditrahmencumsums von 4 Mrd. EUR bis 2025 auf 10 Mrd. EUR bis 2030 angehoben. Bereits Ende 2023 hatte die Bank ihr Ziel von 4 Mrd. EUR erreicht.

Im Einklang mit ihrer Klimastrategie und ihrer Verpflichtung gegenüber der Net-Zero Banking Alliance (NZBA) hat die ABN AMRO Bank Ziele für mehrere kohlenstoffintensive Sektoren der NZBA festgelegt und veröffentlicht (Landwirtschaft, Gewerbe- und Wohnimmobilien, Öl und Gas, Stromerzeugung und Verkehr). Die Ziele decken derzeit 95 % des Portfolios in kohlenstoffintensiven Sektoren nach NZBA ab.

Die ABN AMRO Bank möchte dazu beitragen, die Kreislaufwirtschaft auf Kunden- und Mitarbeiterseite zu unterstützen, um innerhalb der planetarischen Grenzen zu agieren und

wertvolle Rohstoffe zu schonen. So finanziert die Bankengruppe beispielsweise Unternehmen, die Abfallstoffe wiederverwenden oder ihr Produktdesign kreislauffähig gestalten (siehe Beispiel Runden Group Interview auf den Folgeseiten). 2024 hat die ABN AMRO gruppenweit über 321 Mio. EUR an zirkulären Darlehen vergeben und damit ein Gesamtvolumen von 2,4 Mrd. EUR erreicht. Das Ziel eines Darlehensvolumens von 3,5 Mrd. EUR bis 2024 wurde um drei Jahre erweitert, bis Ende 2027.

Im Jahr 2024 hat die ABN AMRO Bank ihr gruppenweites Nature Statement mit strategischen Leitlinien für unsere naturbezogenen Maßnahmen eingeführt. Dieser Rahmen basiert auf sechs Grundsätzen: Einbeziehung der Natur in unsere Kerngeschäftspraktiken, Einbindung von Naturbelangen in integrierte Übergangspläne, die Nutzung sektor- und standortspezifischer Informationen als Entscheidungsgrundlage, die Einbeziehung der Kunden durch einen effektiven Dialog, die Anwendung der Minderungshierarchie zur Minimierung von Schäden und die Gewährleistung von Transparenz bei unseren Maßnahmen und Fortschritten.

[► Zum Nature Statement der ABN AMRO Bank](#)

Die drei Säulen der Nachhaltigkeitsstrategie der ABN AMRO Bank N.V.



Klima



Natur



Soziale Auswirkungen





Lisa Runden

CEO/Sustainability Management
Runden Group

Die familiengeführte Runden Group mit Sitz im Oldenburger Münsterland umfasst insgesamt neun Gesellschaften, die in unterschiedlichen Branchen agieren, aber eine gemeinsame Basis haben: den EU Green Deal. Die Schwerpunkte der Aktivitäten liegen im Logistik- und Gebäudesektor – beispielsweise im europaweiten Pooling und Inverkehrbringen von Mehrwegtransportverpackungen für die Lebensmittellieferkette oder dem Neubau und der Sanierungen von Netto-Null-Emissionsimmobilien. Damit trägt die Runden Group mit ihren Gesellschaften insbesondere im Bereich Zirkularität einen wichtigen Teil zu den Zielen des europäischen Green Deals bei. Was die Runden Group antreibt, wie sie zirkuläre Ansätze in Transportverpackungen und im Immobilienbereich umsetzt und warum sie als Vorreiter für Nachhaltigkeit einen Podcast betreibt – darüber spricht Lisa Runden, CEO/Sustainability Management, in diesem Interview.

Frau Runden, wie ist das Thema Nachhaltigkeit bei einem familiengeführten Mittelstandsunternehmen wie der Runden Group einzuordnen?

Unser Anspruch ist es, das Thema innerhalb unseres Ökosystems völlig neu zu denken. Nicht als Thema, das so mitläuft oder gar als lästig empfunden wird, sondern tatsächlich den Dreh- und Angelpunkt jedes Geschäftsmodells darstellt. Als mein Bruder und ich im Jahr 2020 die Nachfolge unseres Vaters angetreten sind, ist der EU Green Deal unser Treiber gewesen. Er prägt jegliche Aktivitäten aller Gesellschaften bis heute – von der Gründung über den Aufbau bis hin zur Marktreife. Wenn Nachhaltigkeit von Anfang an mitgedacht und als Basis verstanden wird, dann profitieren alle Seiten davon – von Mitarbeitenden bis hin zu Geschäftspartnern – und das bedeutet tatsächlich auch, dass Ökologie und Ökonomie im Einklang stehen können. Der häufige Trugschluss ist, dass Nachhaltigkeit nur sehr viel Geld kostet und nichts erwirtschaftet. Wir haben genau die gegenteilige Erfahrung gemacht. Langfristig gesehen sind nachhaltige Lösungen auch immer die effizienteren, was Kosten betrifft. Die tiefe Überzeugung unserer Familie und intrinsische Motivation, Unternehmertum neu zu denken, begeistert auch unsere Mitarbeitenden und wirkt sich somit positiv auf die Unternehmenskultur aus. Wenn man als

WIR WOLLEN ZEIGEN, DASS EINE TRANSFORMATION MÖGLICH IST.



familiengeführtes Mittelstandsunternehmen nicht hinter den Aktivitäten steckt, sondern diese nur aus einer Pflicht, sei es gesellschaftlich oder gesetzlich, heraus erfüllt, spüren die Mitarbeitenden das sofort, zweifeln an der Authentizität und tragen es dementsprechend auch nicht mit. Dies erleben wir daher bei uns glücklicherweise nicht und sind sehr stolz auf unsere Ausrichtung.

Bei Ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung gehen Sie weit über das regulatorisch geforderte hinaus: Ihr Nachhaltigkeitsbericht von 2023 ist bereits im Einklang mit der Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD) und Sie investieren in externe Zertifizierungen auf Produkt- und Firmenebene (z. B. Cradle to Cradle oder EcoVadis). Was motiviert Sie im Bereich Nachhaltigkeit, eine Vorreiterrolle zu übernehmen?

Vor allem als familiengeführte Unternehmensgruppe sind wir uns der Verantwortung für unsere Mitarbeitenden und nachfolgende Generationen durchaus bewusst. Wir wissen, dass Unternehmen mitunter zu den größten Emittenten zählen; genügend wissenschaftliche Ausarbeitungen bestätigen dies immer wieder. Auch wenn unser Wirkungsgrad sicherlich nicht als global zu verstehen ist, macht jede Bemühung einen Unterschied und es braucht Vorreiter, die zeigen, dass eine Transformation möglich ist. Wir wollen Marktbegleitern und Geschäftspartnern zeigen, dass es eine Alternative zur konventionellen linearen Wirtschaft gibt. Wir

wollen zeigen, dass zirkuläre Ansätze zukunftsfähig und gesetzliche Vorgaben keine Bürde, sondern eine Anleitung zur Transformation sind. Ähnlich sehen wir es mit den Zertifizierungen: Durch Cradle to Cradle und EcoVadis haben wir viele wichtige Stellschrauben in unseren Prozessen entdecken und optimieren dürfen. Natürlich wenden wir für die Auseinandersetzung mit solchen Tools Ressourcen auf, profitieren aber gleichzeitig durch die Erkenntnisse und das daraus entstehende Wachstum. Hinzu kommt, dass es bei den jeweiligen gesetzlichen Anforderungen und Zertifizierungen auch durchaus Überschneidungen gibt, sodass man erarbeitete Inhalte auch wiederverwenden und erneut einsetzen kann – dies ist genau im Sinne unserer Philosophie zu Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz. Außerdem verkürzen solche Engagements auch punktuell Entscheidungswege; Geschäftspartner, die ebenfalls auf nachhaltige Praktiken bedacht sind, können die Bemühungen hinter EcoVadis und Cradle to Cradle gut einschätzen, sodass wir uns auf diese Weise das Beantworten langer Fragebögen oder Interviews sparen können, wenn es um Audits oder anderweitige Bewertungen geht. In puncto Nachhaltigkeitsberichterstattung gilt: Nur was wir kennen, können wir auch verbessern. Wir nutzen unsere jährliche Berichterstattung einerseits, um unsere Unternehmensziele zu tracken und einen Überblick über etwaige Einsparungen und Fortschritte zu erhalten; andererseits auch, um ein Verständnis dafür zu schaffen, was wir alles bereits erreicht haben und wo wir noch hinhöchten. Der Bericht ist daher sowohl extern als auch intern sehr wichtig für unsere tägliche Arbeit und die Weiterentwicklung der Unternehmen. ▶

Bleiben wir beim Thema Kreislaufwirtschaft und der Cradle-to-Cradle-Zertifizierung. Worum handelt es sich hier genau und warum ist das Thema Kreislaufwirtschaft so relevant für die Runden Group?

Cradle to Cradle steht für „Von der Wiege zur Wiege“ und ist als Pendant zu einer konsequenten Kreislaufwirtschaft zu verstehen, während Cradle to Grave die lineare Wirtschaft meint. Das Prinzip ist in den 90er-Jahren vom Chemiker Michael Braungart und dem Architekten William McDonough entworfen worden. Durch diesen Produktdesign-Ansatz sollen Ressourcen unendlich im Kreislauf geführt werden können, sodass Abfälle vermieden und Primärressourcen geschont werden. Die Zertifizierung geht zusätzlich über die Kreislauffähigkeit von Produkten hinaus: Hier werden auch die Einhaltung von sozialen Faktoren wie Menschen- und Arbeitsrechten entlang der Lieferkette überprüft und bewertet. Durch die Rezertifizierung, die alle zwei Jahre stattfindet, verstetigt sich der Qualitätsanspruch an unsere Produkte. Wir lassen unsere Mehrweg-Transportverpackungen zertifizieren und tragen somit zu einem hohen Standard in der Lebensmittellieferkette bei. Mit Blick auf die planetaren Grenzen ist Kreislaufwirtschaft der für uns einzige Weg, verträglich zu wirtschaften. Sechs der neun Grenzen sind derzeit schon überschritten, was zeigt, dass der bisherige Umgang mit Ressourcen und die Konzentration auf fossile Rohstoffe nicht die Zukunft sein können. Die Relevanz innerhalb unserer Geschäftsmodelle zeigt sich vor allem im Bereich der Mehrweg-Transportverpackungen und der Gebäudesanierungen und -neubauten. Während Mehrweglösungen den zirkulären Designansatz von Grund auf erfüllen, lassen sich Ressourcen auch innerhalb des Gebäudesektors erfüllen. Die Emissionen in diesem Bereich machen einen erheblichen Teil der gesamten Treibhausgasemissionen in der EU aus und durch Recycling-Beton, Zisternen, Gebäudeleittechnik oder auch PV-Anlagen lassen sich diese merklich mindern. Natürliche Ressourcen werden genutzt und wiederverwendet, sodass ein Gebäudebetrieb nahe der Netto-Null schon heute möglich ist. Und auch das ist nicht nur ökologisch, sondern auch ökonomisch wertvoll: Grünstrom wird außerhalb der sonnigen Jahreszeit am Spotmarkt zugekauft, Regenwasser wird für Toilettenspülungen verwendet, die elektrifizierte Firmenflotte wird mit dem Grünstrom der eigenen PV-Anlagen angetrieben und Licht, Musik, Beschattung und Belüftung werden automatisiert und energieeffizient gesteuert – je nach Wetter, Uhrzeit und Betrieb im Gebäude.

Sharing is caring sagt man so schön – in Ihrem eigenen Podcast „Inside the green hype“ teilen Sie Ihre gewonnenen Einblicke rund um die europäischen Berichtspflichten, insbesondere die Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD). Sie geben allen Personen, die sich mit den regulatorischen Anforderungen auseinandersetzen, einen praktischen Leitfaden für die Umsetzung an die Hand. Was ist Ihre Erfahrung im Austausch mit anderen Mittelständlern und was ist die Motivation, Ihr gesammeltes Wissen auf diesem Wege zu teilen?

Als die finale Version der Richtlinie zur Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD) inklusive der Europäischen Standards für Nachhaltigkeitsberichterstattung (ESRS) erschienen ist, haben wir uns sofort an die Erarbeitung der dafür erforderlichen internen Prozesse gesetzt, da es zu diesem Zeitpunkt noch keine Unterstützungsangebote wie die jetzige Plattform des Deutschen Nachhaltigkeitskodex gab. Unternehmen hatten an der Stelle also noch keinen Zugang zu Tools, die die Richtlinien verständlich und nutzerfreundlich bereitstellen. Je tiefer wir in die Thematik einstiegen, desto schneller wuchs die Erkenntnis, dass sicherlich nicht jedes Unternehmen diese Ressourcen aufbringen kann oder möchte, um die ESRS gewissenhaft umzusetzen. Gleichwohl sind wir der Auffassung, dass echte Transparenz, Vergleichbarkeit und Transformation nur gelingen können, wenn diese Vorgaben ernst genommen werden. Entsprechende Unterstützung auf dem Weg zur Umsetzung schadet dabei nie, um Abwehrhaltungen zu entkräften und das Angebot entsprechend niedrigschwellig zu gestalten. Getreu dem Sustainable Development Goal 17 „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“ wollten wir unser gewonnenes Wissen also teilen und empfanden die Podcast-Plattform im Business-Kontext als sinnvollste, um damit gezielt Nachhaltigkeitsmanager und -koordinatoren zu unterstützen. Zusätzlich haben wir das Format auch für Aufklärungsarbeit konzipiert und wollten unsere Auffassung, dass die ESRS eine Chance und keine lästige Mehrarbeit darstellen, breit streuen – in der Hoffnung, dass wir einige Unternehmensvertreterinnen- und -vertreter auf dieser Mission mitnehmen und dafür begeistern können. Diese Entscheidung fußt natürlich auch auf bisherigen Erfahrungswerten aus dem Austausch mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern. Diese sind oft überrascht von unseren Aktivitäten, bewerten diese auch positiv, aber sehen oftmals in den eigenen Reihen wenig Ansätze für nachhaltige Praktiken. Gleichzeitig gibt es jedoch auch tolle strategische Partnerunternehmen, mit denen wir größere Bauprojekte angehen oder die Rückführungs- und Reinigungslogistik von Mehrweg-Transportverpackungen noch praktikabler gestalten.



Sustainability Linked Loans bieten die Möglichkeit, Nachhaltigkeitsziele in die Finanzierungsstrategie zu integrieren.



Fremdkapitalfinanzierung für die nachhaltige Unternehmensentwicklung

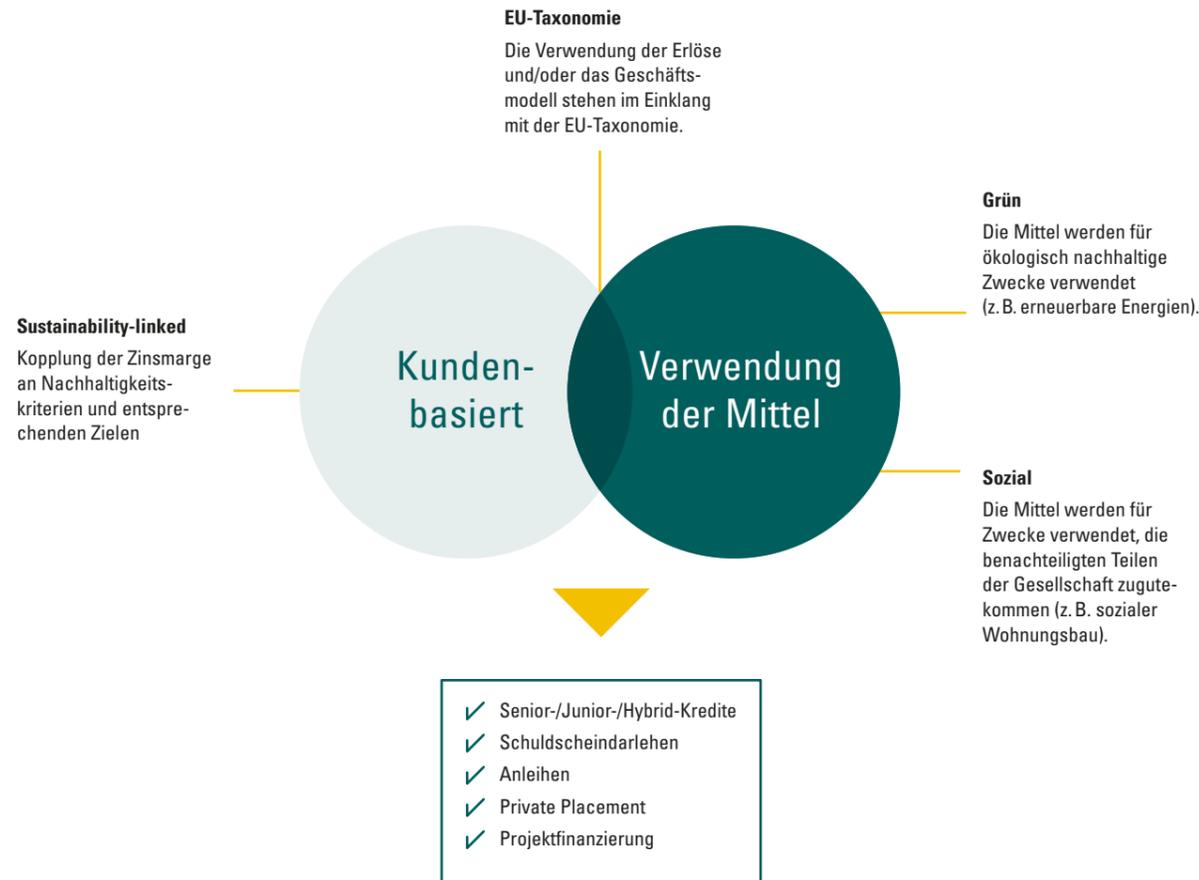
Die ABN AMRO in Deutschland bietet ihren Unternehmenskunden ein umfangreiches Portfolio an Corporate-Banking- und Investment-Banking-Dienstleistungen. Die angebotenen Finanzierungsinstrumente können aktiv genutzt werden, um die nachhaltige Transformation von Unternehmen und Institutionen voranzutreiben.

Zu den Finanzierungsprodukten im Bereich Nachhaltigkeit gehören sogenannte Sustainability-linked-Produkte. Bei Sus-

tainability-linked-Finanzierungsprodukten ist der Zins eines Kredites an die Erreichung vertraglich vereinbarter Nachhaltigkeitsziele des kreditnehmenden Unternehmens gekoppelt. Daneben gibt es Kredite, deren Mittelverwendung sozialen oder grünen Projekten dienen. Sie werden folglich nach dem Verwendungszweck der Mittel klassifiziert, wie etwa die Finanzierung von sozialen Wohnungsbauprojekten oder Solarprojekten. Mit der EU-Taxonomie wurde erstmals ein einheitliches Rahmen-

werk geschaffen für die Einstufung nachhaltiger Wirtschaftstätigkeiten innerhalb der EU. Die Klassifizierung von EU-Taxonomie-konformen Finanzierungsinstrumenten kann sowohl auf die geschäftlichen Aktivitäten eines Unternehmens als auch auf den konkreten Verwendungszweck der Mittel angewendet werden. Die Übersicht auf der folgenden Seite veranschaulicht die unterschiedlichen Finanzierungsinstrumente im Bereich Nachhaltigkeit. ▶

Übersicht der Finanzierungsinstrumente im Bereich Nachhaltigkeit



Im Bereich der nachhaltigen Unternehmensfinanzierung unterstützt die ABN AMRO Bank ihre Kunden insbesondere in Bezug auf grüne, soziale und nachhaltige² Anleihen. 2024 wurden gruppenweit 34 solcher Anleihen mit einem Gesamtvolumen von 17,6 Milliarden Euro im Auftrag unserer Kunden strukturiert, emittiert und vertrieben. Zu den Höhepunkten im deutschen Markt für das Jahr 2024 und Anfang 2025 gehörten die grünen Anleihen für die Eurogrid GmbH und für E.ON.

2024 hat die ABN AMRO Bank ihr eigenes Green Bond Framework im Hinblick auf

die Übereinstimmung mit der Verordnung über europäische grüne Anleihen (welche die Konformität mit der EU-Taxonomie beinhaltet) aktualisiert. Im Februar 2025 war sie damit das erste Finanzinstitut, das eine grüne Anleihe in Übereinstimmung mit dieser Verordnung emittiert hat.

Sustainability Acceleration Standard

Die ABN AMRO Bank hat auf Gruppenebene für die Kreditvergabe den sogenannten Sustainability Acceleration

Standard (SAS) entwickelt. Dieser beschreibt mehrere Formen der Nachhaltigkeitsfinanzierung, die mit unserem strategischen Ziel übereinstimmen, die Transformation hin zu mehr Nachhaltigkeit voranzutreiben. Mittels SAS lässt sich zudem die Berichterstattung über das Kreditvolumen überwachen, das diesen Kriterien entspricht. Beispiel dafür sind unsere Sustainability-linked-Kredite, mit denen wir unseren Kunden Anreize für nachhaltigere Geschäftspraktiken bieten und als Sustainability Coordinator aktiv mit unseren Kunden zentrale Indikatoren und jährliche Ziele identifizieren. Andere mögliche

Kategorien sind Darlehen an Kunden, deren Kerngeschäft zu Umwelt- und Sozialzielen beiträgt oder bei denen die Verwendung der Darlehensmittel dementsprechend zu solchen Zielen beiträgt. Mögliche Kategorien sind beispielsweise erneuerbare Energien, saubere Transportlösungen oder zirkuläre Geschäftsmodelle.

Auf Gruppenebene wurde das Ziel, bis 2024 27 % der Corporate-Kredite als Sustainability Acceleration Finance zu klassifizieren, erreicht bzw. mit 28 % in 2024 übertroffen.³ Laut Stand 2024 stehen wir im deutschen Portfolio bei 33,3 % im Großkundensegment (Corporate & Institutional Clients/CIC) und 43,6 %⁴ im Mittelstandssegment (Entrepreneur & Enterprise/E&E). Die relativen Anteile im Bereich E&E sind aufgrund des Wachstumsstatus des Kundensegments noch relativ volatil, gemessen am Gesamtportfolio. Innerhalb des Großkundensegments konnte im Jahr 2024 vor allem im Bereich Projektfinanzierung ein hoher Anteil (mehr als 50 %) an SAS-Finanzierungen verbucht werden – getrieben unter anderem durch Energieeffizienzmaßnahmen im Bereich Digitalisierung wie etwa dem Glasfaserausbau. Im Mittelstandssegment sind vor allem Finanzierungen von Unternehmen im Bereich erneuerbare Energien (bspw. Projektentwickler im Bereich erneuerbare Energien) für das SAS-Volumen verantwortlich.

² Eine Kombination aus grünen und sozialen Kriterien.

³ Die Definition des Sustainability-(Acceleration-) Finance-Volumens basiert auf den ABN AMRO-Sustainability-Acceleration-Standards. Diese Standards enthalten interne Definitionen in Bezug auf die Nachhaltigkeitspolitik, -praxis und -steuerung der Kunden.

Serviceleistungen im Bereich Nachhaltigkeit

Finanzierungslösungen

- ▶ Sustainability-Coordinator in der Strukturierung von Sustainability-linked Krediten
- ▶ Erstellung von sogenannten Sustainable Finance Frameworks (Dokumente zur Festlegung der nachhaltigen Mittelverwendung bzw. Nachhaltigkeitsindikatoren für den Kreditnehmer bzw. Darlehensemittenten bei nachhaltigen Finanzierungsinstrumenten)
- ▶ Anwendung internationaler Standards nach Loan Market Association, International Capital Market Association und relevanten EU-Standards
- ▶ Carbon Environmental Solutions – Beratung und Dienstleistungen zum europäischen CO₂-Emissionshandel

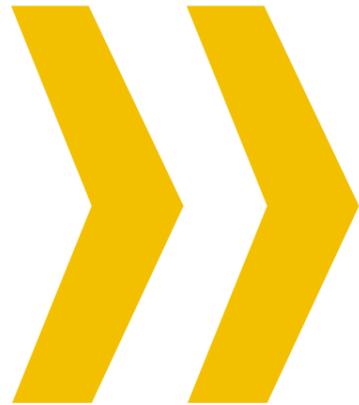
Nachhaltigkeitskommunikation und Austausch

- ▶ Sparringpartner bei ESG-Strategien und dem Umgang mit ESG-Ratings
- ▶ Austausch zu Nachhaltigkeitsaspekten bei Börsengängen

Berichterstattung:

- ▶ Austausch zur nichtfinanziellen Berichterstattung bzw. Corporate Sustainability Reporting Directive und der EU-Taxonomie sowie Teilnahme am Stakeholder-Dialog bei der doppelten Wesentlichkeitsanalyse nach CSRD unserer Unternehmenskunden

⁴ Die Angaben sind nicht auditiert. Der zur Ermittlung der Daten herangezogene bankinterne Standard kann von demjenigen Berechnungsstandard abweichen, der für die Angaben hierzu im Jahresbericht 2024 der ABN AMRO Bank N.V. herangezogen worden ist.



UNSERE KUNDEN KÖNNEN DURCH UNS KfW-FÖRDERMITTEL ERHALTEN.

Die KfW-Bankengruppe ist eine der führenden Förderbanken der Welt. Im Auftrag des Bundes und der Länder setzt sie sich seit 1948 dafür ein, die wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Lebensbedingungen auf der Welt zu verbessern. Die ABN AMRO in Deutschland ist seit 2024 dafür akkreditiert, KfW-Fördermittel zu vergeben. Wie Kunden davon profitieren können und was das mit Nachhaltigkeit zu tun hat – darüber sprechen Nicole Juncker, Direktor Expertise Lending Financial Solutions Germany, und Wilhelm Weber, Direktor und Senior Banker Entrepreneur & Enterprise (E&E), in diesem Interview.

Wie erfolgt die Förderung und was ist der Vorteil?

Die KfW bietet eine Vielzahl von Fördermittelprogrammen an. Banken, die bei der KfW akkreditiert sind, können diese Förderprogramme als Refinanzierung von Darlehen ihrer Kunden beantragen. Das Ausfallrisiko des Darlehens verbleibt jedoch bei der Hausbank. Der Vorteil der Fördermittelprogramme liegt in einer günstigeren Refinanzierung über die KfW im Vergleich zum Kapitalmarkt. Dieser Zinsvorteil wird von der Hausbank des Unternehmens, beispielsweise der ABN AMRO Deutschland, an das Unternehmen weitergereicht, sodass ein geringerer Zinssatz als bei einem nicht geförderten Kredit anfällt. Hinzu kommt, dass manche Förderprogramme auch eine Zuschusskomponente beinhalten können.

In bestimmten Konstellationen übernimmt die KfW auch eine Haftungsfreistellung. Sollte das von der KfW refinanzierte Darlehen vom Kreditnehmer nicht zurückgezahlt werden können, entfällt zu einer bestimmten Höhe die Rückzahlungsverpflichtung gegenüber der Hausbank.

Wie erfolgt die Beantragung?

Für Investitionsmaßnahmen und in Einzelfällen auch für Betriebsmittel können Unternehmen über ihre Hausbank KfW-Fördermittel beantragen. Das Unternehmen bespricht mit dem Berater seiner Hausbank den Finanzierungszweck. Daraufhin wird das passende Fördermittelprogramm von der Hausbank bei der KfW beantragt. Nach Zusage durch die KfW kann der Darlehensbetrag von der Hausbank abgerufen und an den Kunden ausgezahlt werden. Das Darlehen ist immer ein Darlehen mit fester Laufzeit, einem festen Zinssatz und in Abhängigkeit der Gesamtlaufzeit mit einem oder zwei Tilgungsfreijahren.

Was wird gefördert und welchen Fokus legt die KfW?

Die KfW bietet eine breite Palette an Förderprogrammen, sowohl für Privatpersonen als auch Unternehmen und sogar Kommunen. Die Anwendbarkeit der Fördermittelprogramme und die Voraussetzungen sind jeweils spezifisch festgelegt. Generell fördert die KfW gesellschaftlich gewünschte Entwicklungen, aktuell beispielsweise die Energiewende und die Digitalisierung. Die Programme



Nicole Juncker

Direktor Expertise Lending
Financial Solutions Germany

Wilhelm Weber

Direktor und Senior Banker
Entrepreneur & Enterprise (E&E)

decken eine Vielzahl von Anwendungen ab, u. a. die energetische Sanierung von Gebäuden oder den Neubau von Energieeffizienzhäusern, den Ausbau von Ladeinfrastruktur oder auch den Erwerb einer digitalisierten oder energieeffizienteren Maschinenanlage.

Inwiefern passt das Fördermittelprogramm zur Nachhaltigkeitsstrategie der ABN AMRO in Deutschland?

Die ABN AMRO in Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, auch ihr Kreditportfolio in Einklang mit dem 2-Grad-Szenario zu bringen und die Kunden bei einem sozialen und inklusiven Übergang zu einer Netto-Null-Wirtschaft zu unterstützen. Vor diesem Hintergrund ermöglichen die spezifischen Förderprogramme der KfW eine zinsvergünstigte Kreditvergabe für Investitionen, mit denen die Kunden ihre Transformation voranbringen können.

Eigenkapital- investitionen mit dem ABN AMRO Sus- tainable Impact Fund

Der ABN AMRO Sustainable Impact Fund (SIF) ist einer der größten privaten Impact-Fonds in den Niederlanden. Innerhalb dieses Fonds beteiligt sich ABN AMRO auf Gruppenebene mit Eigenkapital an Unternehmen in Nordwesteuropa, um den Nachhaltigkeitswandel in Schlüsselsektoren zu beschleunigen. Mit einem Engagement von 500 Millionen Euro, das ausschließlich von ABN AMRO finanziert und verwaltet wird, investiert die Bank durch direkte Kapitalbeteiligungen in wichtige Transformationssektoren und konzentriert sich auf die Energiewende, Netto-Null-Lösungen für den Gebäude- und Bausektor sowie den nachhaltigen Konsum durch Dekarbonisierung der Wertschöpfungsketten im Verbrauchermarkt. 2024 erwarb der Sustainable Impact Fund eine Beteiligung an Urban Mine, einem führenden Unternehmen im Bereich nachhaltiges Bauen und Betonrecycling. Diese strategische Investition unterstützt Urban Mine dabei, das bestehende Werk in Zaandam zu optimieren und die Voraussetzungen für eine zweite Anlage in den Niederlanden zu schaffen. Das ermöglicht Urban Mine, seine Mission weiter umzusetzen – nämlich die Betonindustrie durch nachhaltige, zirkuläre Lösungen zu revolutionieren.

Carbon Environmental Solutions

Die Lösungen der ABN AMRO Bank im Bereich Carbon Environmental Solutions (CES) umfassen Dienstleistungen im Bereich des Handels mit Emissionsberechtigungen. Der Handel mit Emissionsberechtigungen ist ein Mechanismus zur Verringerung der Treibhausgasemissionen, indem ein Gesamtlimit für Emissionen festgelegt und der Handel unter den Teilnehmern ermöglicht wird. Emissionsberechtigungen repräsentieren das Recht, eine bestimmte Menge Kohlendioxid und andere Treibhausgase auszustoßen.

Die Emissionsberechtigungen werden auf Märkten wie dem Emissionshandelssystem der Europäischen Union (EU ETS) gehandelt. In diesem System können Unternehmen die Berechtigungen bzw. Zertifikate ihrem Emissionsniveau entsprechend kaufen oder verkaufen. Das EU ETS ist der bedeutendste Emissionshandel der Welt, der nach dem Cap-and-Trade-Prinzip funktioniert und finanzielle Anreize für Unternehmen setzt, ihre Emissionen entweder direkt zu reduzieren oder unter Inkaufnahme zusätzlicher Kosten weitere Berechtigungen zu erwerben. Die ABN AMRO Bank unterstützt bei diesen Transaktionen, indem sie Plattformen, Beratungsdienste und Finanzprodukte anbietet, um Marktteilnehmer bei der Navigation und Optimierung ihrer Teilnahme am Emissionshandel zu unterstützen.

Die CES-Abteilung wurde 2023 ins Leben gerufen und konzentrierte sich zunächst auf den maritimen Sektor. Als bedeutender Schiffsfinanzierer nutzt die ABN AMRO



Bank ihre Expertise im Handel und Clearing, um ein umfassendes Beratungs- und Servicepaket anzubieten, und weitet dieses Angebot auf andere Branchen aus, die zukünftig dem verpflichtenden Emissionshandel unterliegen.

Bewertung von Nachhaltigkeitsrisiken

Der Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken ist ein maßgeblicher Bestandteil des Risikomanagements der ABN AMRO Bank. Um

stets aktuelle Anforderungen und Standards zu erfüllen, wird das Rahmenwerk für den Umgang mit Nachhaltigkeitsrisiken regelmäßig überprüft. Dabei fließen neue Erkenntnisse, Praktiken, interne wie externe Entwicklungen sowie die Ansichten der Stakeholder in den Überprüfungs- und Anpassungsprozess mit ein. Zudem stellt die Bank sicher, dass das Rahmenwerk stets den neuesten aufsichtsrechtlichen Vorgaben entspricht. Zusammenfassungen von Richtlinien des Rahmenwerkes finden Sie auf der ABN AMRO-Website. ▶

▶ [Richtlinien des Nachhaltigkeitsrahmenwerks](#)

Sustainability Risk Policy

Nachhaltigkeits-
risikorichtlinien

Standards | Standards:

▶ Sustainability Acceleration Standard

Nachhaltigkeits-
beschleunigungsstandard

▶ Sustainability Risk Standard for Defence

Nachhaltigkeitsrisikostandard
für die Rüstungsindustrie

▶ Sustainability Risk Standard for Project Finance

Nachhaltigkeitsrisikostandard
für Projektfinanzierung

▶ Sustainability Risk Standard with Client Requirements

Nachhaltigkeitsrisikostandard
mit Kundenanforderungen

Exclusions | Ausschlüsse:

▶ Exclusion list

Ausschlussliste

▶ Controversial weapons list

Liste umstrittener Waffen

Das Rahmenwerk wird unterstützt von verschiedenen Tools beispielsweise zur Evaluierung von Kundeninformationen in Bezug auf Nachhaltigkeitsrisiken. Die Grafik auf der rechten Seite zeigt unsere Grundprinzipien nachhaltiger Mindestanforderungen an unsere Firmenkunden, die in höheren Risikosektoren agieren.

Obwohl die allgemeinen Grundprinzipien (s. Grafik) unverändert geblieben sind, hat die ABN AMRO Bank den zugrunde liegenden Standard 2024 erweitert (jetzt: Nachhaltigkeitsrisikostandard mit Kundenanforderungen, vorher: Nachhaltigkeitsrisikostandard für Sektorspezifikationen), sodass er nun einheitlich für alle Kunden gilt und mit den in der Richtlinie verwendeten Bestimmungen hinsichtlich der

Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen (CSRD) und den damit verbundenen europäischen Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung (ESRS) übereinstimmt. Der verbesserte Standard berücksichtigt auch den Reifegrad eines Kunden auf seinem ESG-Weg, indem er die Größe und/oder den Sektor berücksichtigt, in dem der Kunde tätig ist.



Grundprinzipien

Grundprinzipien definieren die minimalen Nachhaltigkeitsanforderungen an Firmenkunden, die in höheren Risikosektoren agieren.



Kunden halten an geltenden Gesetzen und Vorschriften fest und können Transparenz in Bezug auf ihr verantwortungsbewusstes Geschäftsverhalten nachweisen.



Kunden haben eine zufriedenstellende ESG(Umwelt, Soziales und Unternehmensführung)-Leistungsbilanz.



Kunden ergreifen Maßnahmen zur Förderung der Kreislaufwirtschaft und zur Reduzierung des Einsatzes von Primärrohstoffen und Abfall (z. B. durch Design, Recycling, Lebensdauererlängerung), sofern anwendbar.



Kunden sind sich bewusst, wie ihr Geschäftsmodell von Ökosystemdienstleistungen (d. h. Ressourcen, Bestäubung) abhängt, und ergreifen Maßnahmen zur Erhaltung dieser Dienstleistungen.



Kunden sind sich bewusst, welche Auswirkungen ihr Geschäft auf die Artenvielfalt, Wasser, Luft und Boden hat, und ergreifen geeignete Maßnahmen zur Verhinderung des Verlusts von Artenvielfalt und Umweltverschmutzung.



Kunden kennen die wesentlichen Risiken für die Menschenrechte im Zusammenhang mit ihren eigenen Aktivitäten und Geschäftsbeziehungen und ergreifen Maßnahmen zur Bewältigung dieser Risiken.



Kunden haben potenziell betroffene Gruppen und andere relevante Stakeholder identifiziert und arbeiten konstruktiv und offen mit ihnen bei der Bewertung und Bewältigung der Risiken für die Menschenrechte zusammen sowie bei der Lösung von Beschwerden.



Kunden erfassen ihre Treibhausgasemissionen und ergreifen Maßnahmen, um sie im Einklang mit den Zielen des Pariser Klimaabkommens zu reduzieren.



Kunden sind sich bewusst, was die Umstellung auf eine Netto-Null-Wirtschaft für ihr Geschäftsmodell bedeutet, und ergreifen geeignete Maßnahmen, um sich auf diese Umstellung vorzubereiten.



Kunden sind sich der physischen Risiken des sich ändernden Klimas für ihr Geschäftsmodell bewusst und ergreifen angemessene Abhilfemaßnahmen.

»EIN ATTRAKTIVER ARBEITGEBER UND EINE AUTHENTISCHE ARBEITGEBERMARKE ENTSTEHEN DORT, WO WERTE NICHT NUR KOMMUNIZIERT, SONDERN GELEBT WERDEN. UNSER ANSPRUCH IST ES, MENSCHEN FÜR EINE AUFGABE ZU GEWINNEN, DIE MEHR IST ALS EIN JOB – NÄMLICH EIN BEITRAG ZU EINER BESSEREN ZUKUNFT. „EINFACH. GEMEINSAM. WACHSEN.“ – DAS IST NICHT NUR UNSER MOTTO, SONDERN UNSER TÄGLICHER ANTRIEB.«

Alexander Julino | Head of Human Resources Germany

03

Mitarbeitende





Vielfalt führt zu einem Ganzen, das größer ist als die Summe seiner Teile.



Mit starken Teams zukunftsfähig aufgestellt

Unsere Bank setzt sich aktiv für eine nachhaltige Zukunft ein: in unserem Geschäft, mit unseren Kunden und durch unser gesellschaftliches Engagement. Mitarbeitende, die zukunftsorientiert denken und verantwortungsvoll handeln, sind für uns deshalb ein wichtiger Erfolgsfaktor. Entsprechend ist es gerade in Zeiten des Fachkräftemangels eines unserer zentralen Anliegen, engagierte Talente zu gewinnen, an uns zu binden und gemeinsam mit ihnen unsere Werte zu leben. Wir halten es zudem für wichtig, dass unsere Bank die Vielfalt in der Gesellschaft widerspiegelt – und wir uns gegenseitig ergänzen und stärken. Denn Vielfalt führt zu einem Ganzen, das größer ist als die Summe seiner Teile. So legen wir großen Wert auf die Förderung von Frauen. Allen Mitarbeitenden wollen wir ein attraktives Arbeitsumfeld bieten, in dem sie ihr Potenzial voll entfalten können und vielseitige Entwicklungsmöglichkeiten haben. Mit flexiblen Arbeitsmodellen ermöglichen wir außerdem eine ausgeglichene Work-Life-Balance. Damit wir

wissen, welche konkreten Bedarfe unsere Mitarbeitenden an ihrem Arbeitsplatz haben, beziehen wir sie durch Befragungen und andere Formate kontinuierlich in die Ausgestaltung mit ein. Die Steuerung der zentralen Human-Ressources-Themen liegt in den Händen der Personalabteilung. Sie entwickelt möglichst nachhaltige Rahmenbedingungen für unsere Mitarbeitenden, in enger Zusammenarbeit mit der Abteilung Kommunikation und Marketing sowie dem Sonderbereich Diversity.

Junge Perspektiven für die Zukunft

Die Gewinnung, Entwicklung und Bindung engagierter Talente ist ein zentraler Bestandteil einer zukunftsfähigen Personalstrategie. Innerhalb der ABN AMRO Bank wurde mit dem Future Generations Board ein Format geschaffen, das gezielt die Perspektive der jungen Generation einbindet. Nachwuchskräfte bringen hier ihre

Impulse zu strategischen Fragestellungen ein und tragen so aktiv zur Weiterentwicklung des Geschäfts bei. Denn das Future Generations Board arbeitet mit Vorstand und Aufsichtsrat zusammen und hat einen Sitz im Group Sustainability Committee. Damit hat die junge Generation Möglichkeiten, direkten strategischen Einfluss zu nehmen.

Mobil arbeiten

Mobiles Arbeiten ist ein Hebel, um die Vereinbarkeit von Privatem und Beruflichem zu erleichtern. Zudem schaffen wir vielfältige Anreize, die unsere Mitarbeitenden dabei unterstützen, auf eine umweltfreundliche Mobilität für den Arbeitsweg umzusteigen.

Flexibel und mobil

Im Büro arbeiten und dennoch flexibel bleiben – das ermöglicht unser Arbeitsplatzkonzept, das wir an allen 13 Standorten der ABN AMRO in Deutschland umsetzen. Unsere Büroflächen enthalten keine festen Arbeitsplätze, sondern unterschiedliche Bereiche, die unsere Mitarbeitenden je nach aktueller Tätigkeit nutzen können. Ihnen stehen Arbeits-, Rückzugs- und Meetingräume zur Verfügung, an den großen Standorten gibt es überdies Veranstaltungsflächen. Einheitliche Videokonferenzräume sind technisch so ausgestattet, das auch hybride Meetings jederzeit möglich sind. Indem wir eine offene Bürokultur leben, fördern wir neue Formen der Zusammenarbeit und Interaktion und ermöglichen gleichzeitig ruhiges, konzentriertes Arbeiten in den dafür vorgesehenen Bereichen. Die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten innerhalb Deutschlands können unsere Mitarbeitenden seit der Coronakrise bis zu drei Tage pro Woche nutzen – vorausgesetzt, die geschäftlichen Belange verlangen keine Präsenz. Dadurch wollen wir sie dabei unterstützen, Beruf und persönliche Bedürfnisse besser in Einklang zu bringen.

Zusätzlich haben unsere Mitarbeitenden die Möglichkeit, bis zu zwei Wochen pro Jahr aus dem EU-Ausland oder der

Schweiz zu arbeiten. 2024 haben von diesem Angebot Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an insgesamt 352 Arbeitstagen Gebrauch gemacht und aus 16 Ländern heraus gearbeitet. Unterstützt wird das mobile Arbeiten auch durch technische Tools, wie digitale Unterschriftslösungen.

Umweltfreundlich unterwegs

Neben der Umstellung unserer Dienstwagenflotte auf E-Autos bieten wir unseren Mitarbeitenden seit 2024 die Möglichkeit, aufs Fahrrad umzusteigen. Wir stellen sowohl tariflich als auch außertariflich vergüteten Mitarbeitenden auf Wunsch ein hochwertiges Fahrrad, E-Bike oder Pedelec zur Verfügung. Dies können die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rahmen einer Entgeltumwandlung dienstlich und privat nutzen. Zudem dürfen sie sowohl den Händler als auch das Modell selbst auswählen.

Außerdem bezuschussen wir das Deutschlandticket. Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, sich das Deutschlandticket von unserem Vertragspartner VAG Nürnberg bequem direkt auf das Mobiltelefon zu bestellen, und zahlen nur noch den reduzierten Betrag für deutschlandweite Mobilität. Auf diese Weise steigern wir die Attraktivität des öffentlichen Personennahverkehrs, setzen einen Anreiz zum Umstieg vom Auto auf Bus und Bahn und tragen somit dazu bei, unsere Klimaziele zu erreichen.



Nachfragen und Verbesserung erzielen

Wir wollen, dass unsere Mitarbeitenden gerne bei uns arbeiten, sich einbringen und weiterentwickeln können. Deshalb ist uns ihre Rückmeldung wichtig. In mehreren Mitarbeiterbefragungen pro Jahr ermitteln wir, was ihnen an der Arbeit in unserer Bank Spaß macht und wo sie sich Verbesserungen wünschen. Aus den Ergebnissen leiten wir Verbesserungsmaßnahmen ab.

Nachgefragt, ausgewertet, optimiert

Wo wir mit unserer Arbeitskultur stehen und was wir in den Augen unserer Mitarbeitenden noch besser machen können – das ermitteln wir einmal im Jahr im Rahmen der Employee Engagement Survey (EES). Die Employee Engagement Survey misst, wie jede und jeder Einzelne die Arbeit bei der ABN AMRO erlebt und sich als Markbotschafter der ABN AMRO Bank versteht. Die Ergebnisse der EES, die sich an alle Mitarbeitenden im Konzern richtet, nutzen

wir gemeinsam, um mögliche Verbesserungen zu besprechen und in die Wege zu leiten. 2024 haben wir intensiv daran gearbeitet, das Feedback aus 2023 in konkrete Maßnahmen umzusetzen. Zudem fand erneut eine EES statt.

Um die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung tiefergehend zu analysieren und die Hintergründe hinter den Zahlen zu erkunden, haben wir im Februar 2024 in Frankfurt und im Raum Berlin einen Engagement Circle veranstaltet. Zu dieser interaktiven Diskussionsrunde im Fischbowl-Format kamen Mitarbeitende und die Geschäftsleitung zusammen. Während die Mitarbeitenden offen verschiedene Themen diskutierten, übernahm die Geschäftsleitung die Rolle der Zuhörenden und konzentrierte sich darauf, die Perspektiven und Gedanken der Teilnehmenden nachzuvollziehen. Das Format bot Raum für einen offenen und ehrlichen Austausch in geschützter Atmosphäre – und zugleich die Möglichkeit für die Geschäftsleitung, die

Beweggründe hinter dem Feedback ungefiltert zu erfassen. Auf dieser Basis konnten konkrete Maßnahmen für positive Veränderungen entwickelt werden – unter aktiver Einbindung der Mitarbeitenden.

Aus den Antworten der Befragung und dem offenen Austausch im Engagement Circle haben sich vier Schwerpunkte herauskristallisiert: Zum einen wünschten sich die Mitarbeitenden von der Geschäftsleitung, dass schnelle Entscheidungen getroffen und klare Prioritäten gesetzt werden und dass eine transparente Zukunftsplanung erfolgt. Zudem sehen sie Verbesserungspotenzial im Performance Management, wenn es um Strategien zur Aufrechterhaltung des Wohlbefindens während eines intensiven Arbeitstages geht. Ein weiteres wichtiges Anliegen: eine gute, übergreifende Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Teams und Abteilungen. Und nicht zuletzt äußerten die Mitarbeitenden den Bedarf nach verständlicheren und anwenderfreundlicheren Prozessen und Verfahren. ▶

Transparent leiten

Um die Prioritäten der Geschäftsleitung sichtbar und damit nachvollziehbarer zu machen, werden sie in verschiedenen Formaten wie dem Geschäftsleitungs-Talk (GL-Talk), Dialog-Foren und Newslettern klar kommuniziert. Neu ist auch das Quarterly-Update im Leaders Update Call, das einmal pro Quartal stattfindet, um den Führungskräften einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen zu ermöglichen.

Projekte priorisieren

Das Project Portfolio Decision Board (PPDB) kümmert sich um eine stringenter Priorisierung von Projekten. Es entscheidet anhand festgelegter KPIs, welche Projekte wichtig sind und Priorität haben. Dabei berücksichtigt das PPDB auch die Ressourcen der Mitarbeitenden

und das vorhandene Budget. Im Bereich Strategy & Transformation beispielsweise hat die Einführung eines Intakes für neue komplexe Projektanfragen zur Verbesserung der Transparenz in den Aspekten Umfang, erforderliche Kapazitäten und Terminplanung geführt.

Übergreifend zusammenarbeiten

Mit dem Ziel, sich besser kennenzulernen, auszutauschen und zusammenzuarbeiten, können die verschiedenen Teams Kolleginnen und Kollegen aus anderen Bankbereichen zu Bereichsmeetings oder Management-Team-Meetings einladen. Viele nutzen diese Möglichkeit bereits und betrachten den bereichsübergreifenden Austausch als sehr fruchtbar. Einmal im Quartal findet zudem ein gemeinsames Townhall-Meeting der Product Unit Wealth (PUW) und

der Regulatory Business Unit (RBU) statt, in dem die Geschäftsleitung über aktuelle Entwicklungen, globale Trends und andere relevante Themen informiert. Auch die Zusammenarbeit und Vernetzung mit den globalen Teams haben wir in vielen Bereichen intensiviert und beispielsweise regelmäßige gemeinsame Offsites veranstaltet.

Prozesse vereinfachen

Aufgrund der Rückmeldungen, dass Verfahren und Prozesse einfacher gestaltet werden sollten, haben wir erneut viele Aktivitäten zur Vereinfachung initiiert, insbesondere unterstützt durch die Simplify-Initiative. Zahlreiche Ideen konnten bereits erfolgreich umgesetzt werden. Über den aktuellen Stand werden alle Mitarbeitenden im SharePoint informiert.

Lernen und Entwickeln

Neben der Mitarbeiterbeteiligung legen wir großen Wert darauf, dass sich jede und jeder Einzelne in der Bank bestmöglich und kontinuierlich weiterentwickeln kann – in Formaten, die sich problemlos in den Arbeitsalltag integrieren lassen. In jährlichen Entwicklungsdialogen legen die Führungskräfte mit jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter individuelle Entwicklungsschritte fest und besprechen Weiterbildungsmöglichkeiten.

Individuell weiterentwickeln

2024 haben wir unser Lern- und Entwicklungsangebot neu strukturiert, sodass es die besonderen Bedürfnisse der unterschiedlichen Bereiche noch besser abdeckt. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können nun gezielt nach Angeboten suchen, die auf ihre persönlichen Lernbedürfnisse und spezifischen Fähigkeiten zugeschnitten sind.

Neben verpflichtenden Trainings, wie etwa zu regulatorischen Themen, können die Mitarbeitenden ihrem Bedarf entsprechend Weiterbildungen in verschiedenen Bereichen wahrnehmen. Dazu zählen: General Skills, Business Skills, Leadership Skills, Wellbeing und Interesting Insights. Unsere Weiterbildungsangebote konzentrieren sich auf virtuelle Formate, um den Zugang so niedrigschwellig wie möglich zu gestalten. Diese digitalen Lösungen ermöglichen es allen Mitarbeitenden, jederzeit und von überall aus an Schulungen teilzunehmen und ihr Wissen zu erweitern.

Im Bereich General Skills steht ihnen eine breite Palette an Angeboten zu 38 Skills zur Verfügung. Die Mitarbeitenden können

in den Bereichen Soft Skills, Digital Skills und Language Skills ihre Kompetenzen weiter ausbauen.

Im Bereich Business Skills gibt es beispielsweise Weiterbildungen zur Erweiterung des allgemeinen Bankwissens oder zu spezifischem Fachwissen. Neben einem breiten Onlineangebot werden einzelne Seminare auch in Präsenz von den Fachabteilungen durchgeführt.

Weiterbildungen zum Thema Wellbeing sind Formate, um das Wohlbefinden der Mitarbeitenden zu verbessern. Über das Jahr verteilt finden verschiedene Veranstaltungen statt, sodass die Mitarbeitenden regelmäßig innehalten und aktiv etwas für ihre Gesundheit tun können.

Mit unserem internen Programm Interesting Insights fördern wir den Wissensaustausch unter den Mitarbeitenden abseits reiner Bankthemen. Zudem inspirieren wir Mitarbeitende dazu, interessante Gesprächspartner für Kunden zu sein, indem sie Wissen und Erfahrungen teilen, die über berufliche Fähigkeiten hinausgehen. In Teams-Sessions teilen die Mitarbeitenden ihr persönliches Know-how miteinander, zum Beispiel über nachhaltige Technologien oder Kommunikationsmethoden.

Nachhaltigkeit verankern

Nachhaltigkeit ist bei uns unmittelbar mit dem Bankgeschäft verbunden. Schulungen zum Thema Nachhaltigkeit sind deshalb während der Einarbeitungsphase für unsere angehenden Nachwuchskräfte verpflichtend. Unsere Berater und Produktspezialisten erhalten sowohl Onlinetrainings als auch Präsenzs Schulungen zum Thema

Nachhaltigkeit. Im Jahr 2024 stand beispielsweise ein intensives mehrtägiges ESG-Training mit Unterstützung der University of Amsterdam auf dem Programm. Für eine große Anzahl an Mitarbeitenden sind außerdem Nachhaltigkeitsschulungen der Circle Academy vorgeschrieben – ein Angebot der ABN AMRO Bank zur Sustainable Finance Regulation. Die Schulungen schlagen eine Brücke zwischen Nachhaltigkeitstheorie und Praxis im Arbeitsalltag – und vermitteln Wissen rund um Themen wie Klimawandel, Kreislaufwirtschaft und sozialen Impact. Die Onlineformate werden durch Vor-Ort-Sessions und Expeditionen ergänzt.

Darüber hinaus legen Mitarbeitende und Führungskräfte in ihren jährlichen Zielvereinbarungen ein Nachhaltigkeitsziel als Ergebnis- oder Verhaltensziel fest. Verhaltensziele können zum Beispiel sein: die Rolle eines Diversity Ambassadors in der Abteilung übernehmen, sich innerhalb der lokalen CSR-Aktivitäten engagieren oder an der Entwicklung nachhaltiger Produkte mitarbeiten. Auf diese Weise binden wir alle Beschäftigten unmittelbar in die nachhaltige Entwicklung unserer Bank mit ein und beschleunigen sie.

Körperliche und seelische Gesundheit stärken

Eine gute Gesundheit und psychische Ausgeglichenheit sind essenziell, um den Herausforderungen der modernen Arbeitswelt gewachsen zu sein. Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden deshalb dabei, fit und energiegeladener zu bleiben. Die betriebliche Gesundheitsförderung entwickeln wir kontinuierlich weiter, um den Krankenstand zu senken und die langfristige Leistungsfähigkeit der Teams zu unterstützen. Ein wichtiger Baustein ist dabei die Stärkung der individuellen Resilienz. Zudem bietet der betriebsärztliche Dienst persönliche Beratungen sowie jährliche Grippe-schutzimpfungen an.

Unterstützung und Bewegung

Zur Förderung der Gesundheit stehen den Mitarbeitenden verschiedene Angebote zur Verfügung. Die externe Mitarbeiterberatung (Employee Assistance Programme) der pme Familienservice GmbH bietet Unterstützung in Gesundheitsfragen und schwierigen Lebenssituationen. Zudem bestehen Kooperationen mit Fitnessstudios, die vergünstigte Trainingsmöglichkeiten bieten. Ergänzend dazu fördert das Jobrad-Angebot eine regelmäßige körperliche Aktivität und trägt zur gesundheitlichen Prävention bei.

Mit der 2022 in der Bank eingeführten digitalen Gesundheitsplattform machtfit möchten wir unsere Mitarbeitenden ermutigen, aktiv zu werden, Neues auszuprobieren und Ihre Vitalität zu steigern. Auf der Plattform erhalten alle Angestellten der ABN AMRO in Deutschland Zugang zu zahlreichen lokalen und bundesweiten Sport- und Gesundheitsangeboten. Die Mitarbeitenden können Ernährungs- und Gesundheitstipps nutzen und im machtfit-



Gemeinsam aktiv:
Mitarbeitenden-Lauftreff in Frankfurt

Diversity als Erfolgsfaktor

Vielfalt ist ein wesentlicher Bestandteil unserer gruppenweiten Unternehmenskultur und der ABN AMRO Bank. Die ABN AMRO Bank fördert ein Arbeitsumfeld, in dem alle Beschäftigten unabhängig von ethnischer Zugehörigkeit, Alter, Religion, Geschlecht, Hautfarbe, sexueller Orientierung oder Behinderung die gleichen Chancen haben. „Echt. Verschieden. Tolerant.“ – das ist das Diversity-Statement der ABN AMRO Bank, das sie als Institution, die sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst ist, Tag für Tag leben möchte. Sie setzt gezielt auf Diversity-Initiativen, um ein inklusives Arbeitsumfeld zu schaffen, das die unterschiedlichen Talente ihrer Mitarbeitenden fördert und wertschätzt.

Als ein wichtiges Zeichen für Diversität und Wertschätzung im Unternehmen ist die ABN AMRO Bank Deutschland außerdem Unterzeichner der Charta der Vielfalt.

Shisel Stenger ist seit dem 01. Januar 2025 für die strategische Entwicklung und operative Umsetzung von Diversity-Themen bei der ABN AMRO in Deutschland und damit auch bei der Bethmann Bank zuständig. Sie ist die Ansprechpartnerin für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Fragen und Anliegen rund um das Thema Diversity in der Bank und tauscht sich kontinuierlich mit den Gremien des Hauses aus.

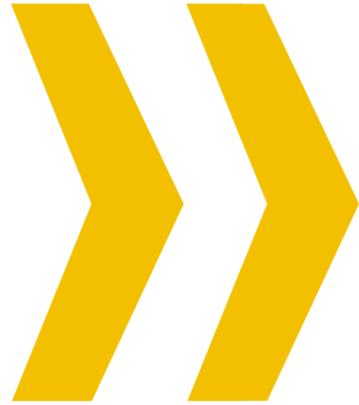
Onlineshop Sport- und Gesundheitsartikel erwerben. Zahlungspflichtige Angebote auf der Plattform unterstützt die Bank mit jährlich 200 Euro pro Mitarbeiter. Die Plattform, die sowohl in der Bank als auch von zu Hause aus aufgerufen werden kann, stößt auf breiten Zuspruch: 97 Prozent unserer Mitarbeitenden haben sich registriert und machen mit. Die beliebteste Kategorie ist Entspannung, vor allem Massagen werden viel gebucht. Auch der Bereich Ernährung stößt auf breiten Zuspruch, etwa zum Bestellen von Kochboxen.

Zusammen aktiv sein und gegeneinander antreten: Das ist die Idee hinter der Step2gether Active Challenge, zu der die Bank 2024 bereits zum vierten Mal aufgerufen hat. Vier Wochen lang haben die Mitarbeitenden per App an allen Standorten in selbst zusammengestellten Teams Schritte gesammelt. Insgesamt nahmen an der Challenge 138 Mitarbeitende in 22 Teams teil, davon liefen 17 Teams ins Ziel ein. Die stolze Gesamtbilanz: Die Teilnehmenden haben zusammen 47.521.603 Schritte zurückgelegt, was einer Strecke von 38.017 Kilometern entspricht.



Echt. Verschieden. Tolerant.
Das ist unser
Diversity-Statement.





Shisel Stenger

Diversity-Beauftragte

Die ABN AMRO in Deutschland fördert eine Unternehmenskultur, in der alle Beschäftigten die gleichen Chancen haben. Wie gelebte Diversität zum internen und externen Erfolgsfaktor wird, erklärt die Diversity-Beauftragte Shisel Stenger in diesem Interview.

Diversity, Equity & Inclusion sind für die ABN AMRO in Deutschland kein Nice-to-have, sondern haben eine grundsätzliche strategische Bedeutung. Warum?

Vielfalt trägt ganz wesentlich zu unserem Erfolg als Bank bei, damit ist sie ein nicht zu unterschätzender Businessfaktor. Wo verschiedene Kulturen, Geschlechter, Generationen und Lebensentwürfe zusammentreffen, erweitern sich die Perspektiven, entsteht Raum für Innovation und Entwicklung. Davon profitieren unsere Teams und unsere Kundinnen und Kunden, etwa durch zielgruppenspezifische Angebote. Und nicht zuletzt: Arbeitgeber, die Vielfalt leben, erhöhen auch ihre Attraktivität für potenzielle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – das ist gerade mit Blick auf den demografischen Wandel und den damit verbundenen Fachkräftemangel ein entscheidender Faktor.

VIELFALT IST EIN NICHT ZU UNTERSCHÄTZENDER BUSINESSFAKTOR.



Wie spiegelt sich die Vielfalt unserer Gesellschaft in der Bank wider? Und wo sehen Sie noch Handlungsbedarf?

Unser Team bei der ABN AMRO in Deutschland ist bereits vielfältig aufgestellt und bei Neueinstellungen wird das Thema immer mitgedacht. Einer Herausforderung aber stehen wir noch im Vertrieb gegenüber: In diesem Bereich möchten wir den Anteil der Beraterinnen weiter erhöhen. Erste Erfolge zeigen bereits unsere Initiativen speziell für Frauen wie das Netzwerk „Women on the Move Germany“ oder unsere Networking-Events für Bankerinnen in Frankfurt und Hamburg. Auch unsere auf Frauen und Familien zugeschnittenen Benefits, wie die Kooperation mit Kitas, steigern unsere Attraktivität als Arbeitgeber. So konnten wir bereits mehr Beraterinnen für die ABN AMRO Bank in Deutschland gewinnen – und wollen in Zukunft weitere für uns begeistern.

Was ist Ihre konkrete Aufgabe als Diversity-Beauftragte – und wie bringen Sie sich strategisch in die Entwicklung der Bank ein?

Als Diversity-Beauftragte bin ich Ansprechpartnerin für alle Mitarbeitenden zu dem Thema, Schnittstelle zu den Gremien ebenso wie zu den Diversity-Beauftragten anderer ABN AMRO-Branches. Ich treibe das Thema hier in Deutschland voran und arbeite außerdem eng mit den anderen Ländern zusammen. Ich tracke beispielsweise die Diversity-Entwicklung im Management einmal im

Quartal und teile sie mit den internationalen Kolleginnen und Kollegen, auch andere Entwicklungen besprechen wir regelmäßig. Weil wir außerdem ein „strengeres Auge“ auf unsere KPIs haben möchten, darf ich das Management challengen und neue Ideen einbringen, die ich dann mit dem Diversity Circle bespreche. Neben der Förderung von Frauen und jungen Talenten möchte ich noch stärker das Thema Inklusion als dritte strategische Säule verankern.

Wie gelingt es, Diversity als echten Business-Enabler zu verankern?

Wenn wir Diversity ernst nehmen, verinnerlichen und tagtäglich in der Bank leben, dann spüren das auch unsere Kundinnen und Kunden – und es schlägt sich in unseren Angeboten nieder. Denn je mehr Perspektiven wir einbringen, um so spezifischer können wir die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden bedienen und Neugeschäft generieren. Ein diverses Team in der Kundenbetreuung trägt nachweislich zu einem besseren Kundenerlebnis bei. Ein gutes Beispiel dafür ist unser Female-Banking-Angebot, mit dem wir eine Lücke im Privatbankensektor füllen. Es umfasst nicht nur Bankleistungen, sondern bietet Frauen auch verschiedenste Möglichkeiten zu Austausch und Vernetzung. Durch dieses Angebot können wir Neukundinnen gewinnen – somit ist Diversity hier ein klarer Business-Enabler.

Diversity verankern

Ein zentraler Bestandteil unserer Diversity-Strategie ist der lokale Diversity Circle, der Initiativen zur Förderung von Alters- und Geschlechtervielfalt unterstützt. Dieser lokale Circle ist eng mit dem internationalen Diversity, Equity & Inclusion (DEI)

Circle verbunden, der einen umfassenderen Ansatz verfolgt und Diversität in all ihren Facetten fördert. Gemeinsam mit sieben weiteren Gruppen innerhalb der ABN AMRO Bank arbeiten wir daran, Vielfalt in der Bank auf allen Ebenen zu verankern. Ein starkes Signal für die Bedeutung des Themas ist das Engagement von Michael

Pleske, der als Sponsor aus der Geschäftsleitung den Diversity Circle unterstützt. Er begleitet die strategische Weiterentwicklung von Anfang an und treibt Vielfalt als zentrales Thema mit Management-Aufmerksamkeit aktiv voran.

Globale DE&I-Fokusgruppen



Unsere Diversity-Bemühungen werden von Choy van der Hoeft Cheong, Mitglied des Wealth Management Executive Boards und internationale Sponsorin des Themas Diversity, unterstützt. Mit ihrer persönlichen Verbindung zu dieser Thematik, die aus ihrer Herkunft aus Curaçao und ihrem Aufstieg als Frau in eine Führungsposition im Wealth Management resultiert, inspiriert sie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Führend in der Geschlechtergerechtigkeit

Im Jahr 2025 hat die ABN AMRO insgesamt ein bedeutendes Ziel erreicht: eine 50/50-Geschlechterquote im Executive Board. Mit Mitgliedern aus der Schweiz, Deutschland und einer Französin als erster weiblicher CEO der ABN AMRO Bank repräsentiert das Board eine bemerkenswerte Vielfalt an Nationalitäten. Diese Errungenschaften machen die Bank zu einem führenden Beispiel in Europa, wie eine kürzlich durchgeführte Studie der Boston Consulting Group bestätigt, die ABN AMRO 2024 als führend in Sachen Geschlechtergleichheit unter 30 europäischen Banken auszeichnete. Unsere Vorreiterrolle teilen wir auch mit unseren Corporate-Kunden durch Seminare, in denen wir unsere Erfahrungen und unser Wissen weitergeben, denn durch die Sustainability Linked Loans haben Unternehmen weltweit nun auch finanzielle Anreize, Vielfalt in ihre Agenda aufzunehmen.



LinkedIn-Kampagnenmotiv:
Nachhaltigkeit braucht Persönlichkeit

Frauennetzwerke auf- und ausbauen

Neben dem Diversity Circle ist „Women on the Move Germany“ ein wichtiger Diversity-Arbeitskreis. „Women on the Move Germany“ ist ein Frauennetzwerk, in dem sich Mitarbeiterinnen in der Bank vernetzen, Erfahrungen austauschen und Wissen teilen können. Von weiblichen Trainees wird dieses Netzwerk als starkes Argument für die ABN AMRO in Deutschland wahrgenommen. Das zeigt: Diversity hat auch eine sehr große Bedeutung für die Gewinnung von Nachwuchskräften. Die Diversity-Beauftragte ist auch Leitung des Frauennetzwerks, der Arbeitskreis ist außerdem mit dem globalen Team Diversity, Equity & Inclusion vernetzt.

Ergänzt wird „Women on the Move Germany“ durch das Netzwerk für Female Leaders, das mit seinem jährlichen Female Leader's Day besonders wichtig für Frauen ist, die in ihren Bereichen Pionierarbeit leisten. Seit 2024 unterstreichen wir im Rahmen des Netzwerks unsere Positionierung für Vielfalt mit der LinkedIn-Kampagne „Nachhaltigkeit braucht Persönlichkeit“. Wöchentlich präsentieren wir inspirierende Geschichten von Frauen innerhalb der ABN AMRO in Deutschland, wobei die Mitarbeiterinnen mit Foto und einem Statement zu ihrem Fachbereich in Verbindung mit Diversity oder Female Banking vorgestellt werden. So wurde beispielsweise Agnes Brelik, Mitglied der Geschäftsleitung, mit dem Zitat „Vielfalt ist ein Businessfaktor, den man nicht unterschätzen darf“ vorgestellt. ▶

2024 haben wir einen weiteren wichtigen Schritt gemacht: Wir haben ein Netzwerk für Bankerinnen gegründet – und damit eine Lücke gefüllt. Denn in vielen Banken mangelt es noch an speziellen Förderangeboten für Frauen. Wir veranstalten jährliche Netzwerktreffen in Frankfurt und Hamburg, zu denen wir auch Frauen von anderen Banken einladen. Neu und einzigartig im gesamten deutschen Markt ist auch unser Newsletter für Bankerinnen. So haben auch die Mitarbeiterinnen von anderen Banken die Möglichkeit, unterjährig Teil dieser Community zu sein und Updates zu erhalten.

Seit 2024 unterstützen wir zudem die studentische Initiative She Leads in Berlin. Unser gemeinsames Ziel: Frauen frühzeitig ermutigen, MINT-Berufe anzustreben und ein Netzwerk für die spätere Karriere aufzubauen. She Leads hat dafür eine Community ins Leben gerufen, in der Studentinnen sich austauschen, vernetzen und verwirklichen können – durch Workshops, Netzwerkevents und den Kontakt zu erfolgreichen Frauen aus der Geschäftswelt. Gemeinsam mit She Leads haben wir 2024 erstmals ein Netzwerkevent im Impact Hub in Berlin veranstaltet, in dessen Mittelpunkt Female Empowerment stand. Dort konnten Studentinnen in MINT-Fächern Kontakte knüpfen, sich vernetzen und voneinander lernen. Agnes Brelik, Mitglied der Geschäftsleitung der Bethmann Bank, hat das Event eröffnet und über ihre persönlichen Erfahrungen und ihren Weg

in die Führungsebene einer der ältesten Privatbanken Deutschlands berichtet. In einer Fragerunde hatten die Studentinnen anschließend die Möglichkeit, sich Tipps von ihr einzuholen, die sie in den ersten Schritten im Arbeitsleben anwenden können.

Wir regen auch unsere Mitarbeiterinnen dazu an, sich über die Unternehmensgrenzen hinweg zu vernetzen – etwa bei Encourageventures, einem Netzwerk aus Investorinnen und Investoren sowie Mentorinnen und Mentoren, das divers geführte Start-ups mit mindestens einer Gründerin im Gründungsteam fördert. Damit wird das Ziel verfolgt, die Sichtbarkeit von Frauen in der Start-up-Welt zu erhöhen und insgesamt mehr Vielfalt in die Start-up- und Business-Angel-Landschaft zu bringen. Die Bethmann Bank unterstützt als strategische Netzwerkpartnerin seit 2023 Projekte innerhalb des Encourageventures-Ökosystems.

»
**Wir haben ein
Netzwerk für Bankerinnen
gegründet.**
«

Junge Mitarbeitende fördern

Neben der Förderung von Frauen legen wir großen Wert auf Altersvielfalt. Für junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gibt es bei der ABN AMRO in Deutschland seit 2022 ein einjähriges Mentoring-Programm. Darin unterstützen Mentorinnen und Mentoren junge Fachkräfte in ihrer Entwicklung, um ihnen den Weg zu potenziellen Führungspositionen zu erleichtern.

Damit erreichen wir eine nachhaltige Bindung junger Mitarbeitender an unsere Bank und fördern den generationenübergreifenden Austausch. Auch das Netzwerk Young ABN AMRO bietet speziell entwickelte Angebote für junge Talente, darunter den jährlichen Summit, der bei der ABN AMRO Bank in verschiedenen Ländern stattfindet und den Teilnehmenden die Möglichkeit bietet, ein internationales Netzwerk zu knüpfen.

Weiterhin wollen wir das Thema Diversity mit gezielten Aktionen vorantreiben. So nehmen wir den Weltfrauentag jedes Jahr zum Anlass, pro Frau im Netzwerk „Woman on the Move Germany“ drei Euro für einen wohltätigen Zweck zu spenden. 2024 gingen die Spenden an eine Initiative der Caritas gegen Gewalt an Frauen. Außerdem beteiligen wir uns jedes Jahr am Diversity-Tag, den die Charta der Vielfalt veranstaltet.



Umwelt

»ALS BANK WOLLEN WIR KUNDEN BEI IHRER NACHHALTIGEN TRANSFORMATION UNTERSTÜTZEN UND SELBST MIT GUTEM BEISPIEL VORANGEHEN. WIR ARBEITEN KONTINUIERLICH DARAN, UNSEREN ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCK DURCH CO₂-REDUKTIONEN UND EINEN SCHONENDEN UMGANG MIT RESSOURCEN ZU REDUZIEREN, ETWA DURCH DEN NACHHALTIGEN BETRIEB UNSERER BÜRO-IMMOBILIEN. GLEICHZEITIG BIETEN WIR UNSEREN MITARBEITENDEN EIN GESUNDES ARBEITSUMFELD.«

Claudia Richter | Head of Property & Facility Management Services

04

Den ökologischen Fußabdruck reduzieren

Der Betrieb der Bank erfordert zwar nur einen überschaubaren Energie- und Materialeinsatz. Doch selbstverständlich benötigen auch wir für unseren Geschäftsbetrieb Strom und Wärme, insbesondere für unsere IT-Infrastruktur. Zudem verbrauchen wir Papier und Wasser und nutzen Transportmittel für unsere Mobilität. Umso wichtiger ist es uns, diesen Ressourcenverbrauch so gering wie möglich zu halten und unsere CO₂-Emissionen Stück für Stück zu reduzieren. Dafür setzen wir unter der Verantwortung des ABN AMRO-Facility-Managements Klima- und Umweltschutzmaßnahmen an unseren Standorten um und nehmen laufend in den Blick, wie wir unseren Geschäftsbetrieb noch umwelt- und klimafreundlicher gestalten können – auf Basis der gruppenweiten Procurement Sustainability Roadmap der ABN AMRO Bank.

Auf dem Weg zur Netto-Null

Unsere bankweite Klimastrategie konzentriert sich darauf, sich mit dem globalen Ziel, die Erderwärmung auf 1,5 °C zu begrenzen, in Einklang zu bringen und den Übergang zu einer Netto-Null-Wirtschaft bis 2050 zu unterstützen. Dieser Anspruch besteht neben dem Klimaplan der ABN AMRO Bank.

Seit 2019 messen wir jährlich den CO₂-Fußabdruck und leiten aus den Ergebnissen CO₂-Reduktionsmaßnahmen ab. Für die Berichtsjahre 2019–2021 haben wir unsere Treibhausgasbilanz von der DEKRA anhand der Daten erstellen lassen, die wir für die deutschen Standorte der Bank ermittelt und zugeliefert haben.

Seit dem Berichtsjahr 2022 stellen wir unsere CO₂-Emissionen für den Konzernbericht zur Verfügung. Die Erstellung der Treibhausgasbilanz erfolgt dabei anhand des Greenhouse-Gas-Protokolls, dem anerkannten internationalen Standard zur Treibhausgasbilanzierung von Unternehmen und Projekten. In die Berechnung einbezogen werden sowohl die direkten als auch die indirekten Emissionen – also Scope 1, Scope 2 sowie Scope 3 – unserer Geschäftstätigkeit. Die Daten unter Scope 2 werden anhand der Market-based-Methode ermittelt – einem weltweit anerkannten Ansatz zur CO₂-Bilanzierung. Die marktbasierende Methode berücksichtigt bei der Treibhausgasbilanzierung die individuellen Strombeschaffungsentscheidungen eines Unternehmens. Das heißt: Die Emissionen werden auf Basis der Stromlieferverträge des Unternehmens berechnet.



Es ist uns wichtig, den Ressourcenverbrauch so gering wie möglich zu halten.

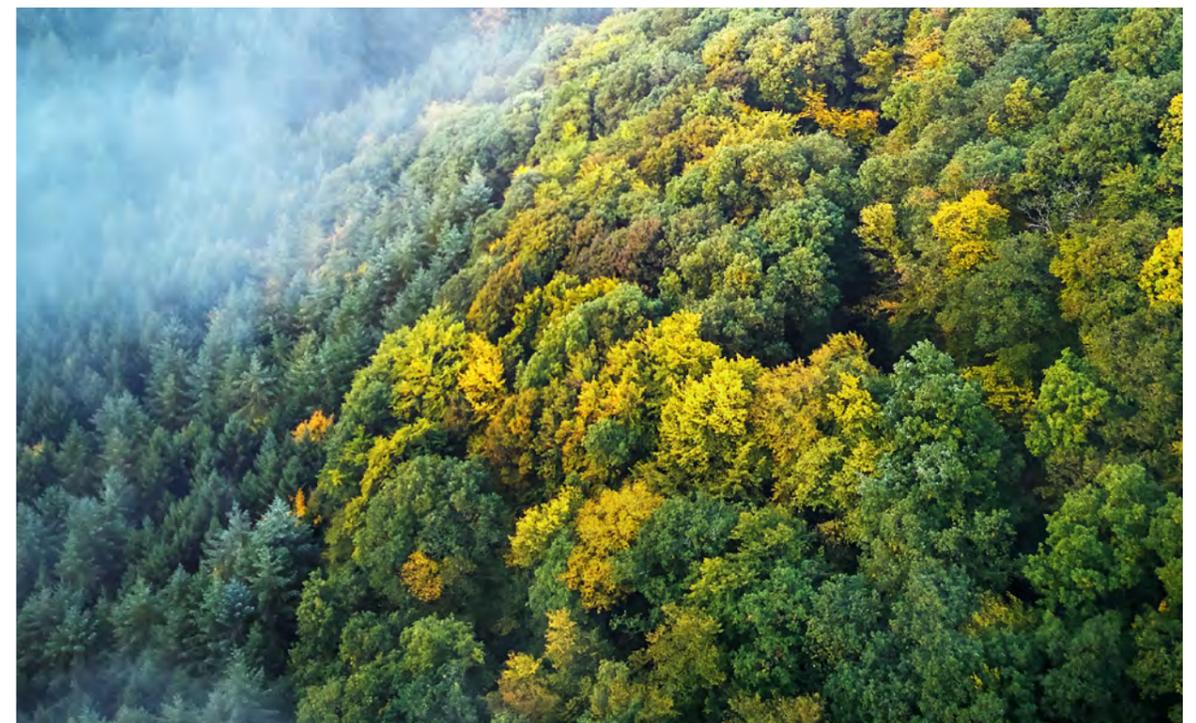


Nicht vermeidbare CO₂-Emissionen ausgleichen

In jedem Geschäftsbetrieb gibt es Bereiche, in denen sich der CO₂-Ausstoß nicht komplett vermeiden lässt. Deshalb haben wir 2024 in der gesamten ABN AMRO Bank unsere eigenen Kohlenstoffdioxidemissionen durch sogenannte Carbon credits ausgeglichen, die nach dem Verified Carbon Standard (VCS) zertifiziert sind. Dabei handelt

es sich um CO₂-Zertifikate, die für Projekte erteilt werden, die erfolgreich Emissionen vermindern. Mit den von der ABN AMRO Bank erworbenen Carbon credits werden Biogasanlagen in Nordbrabant in den Niederlanden finanziert, die Gülle und andere Quellen vergären, um erneuerbaren Strom zu erzeugen, der in das Stromnetz einge-

speist wird. Gruppenweit ist es unser Ziel, bis 2030 im Vergleich zu 2015 insgesamt 95 % unserer tatsächlichen Emissionen aus Scope 1, 2 und 3 inklusive Geschäftsreisen zu reduzieren und die wenigen verbleibenden Emissionen auszugleichen.





Klimaschutz an unseren Standorten umsetzen

An unseren Standorten sorgen wir mit verschiedenen Klimaschutzmaßnahmen dafür, die CO₂-Emissionen in unserer Geschäftstätigkeit weiter zu verringern. Dabei orientieren wir uns an den verbindlichen Richtlinien und Vorgaben für Klima- und Umweltschutz sowohl der Bank als auch unserer Lieferanten. Am meisten CO₂ sparen wir durch den Bezug von Strom aus regenerativen Quellen ein. Anfang 2025 wechselten wir deutschlandweit zu einem

neuen Stromanbieter, der ausschließlich Ökostrom vertreibt. Zudem arbeiten wir kontinuierlich daran, unseren Stromverbrauch weiter zu minimieren.

Dazu tragen auch die Größe und die Ausstattung unserer Büroflächen bei. Denn: Je weniger Fläche wir beanspruchen, desto weniger Energie benötigen wir für deren Betrieb. Insofern führt unser Desksharing-Prinzip, das wir im Zusammenhang mit

unserer Betriebsvereinbarung zum mobilen Arbeiten umsetzen, auch zur CO₂-Reduktion.

In München etwa sind wir im Dezember 2024 in ein Bestandsgebäude am Oberanger umgezogen. Indem wir dort unser neues Desksharing-Konzept umsetzen, sparen wir über 60 % Bürofläche im Vergleich zu unserem ehemaligen Standort ein – und dadurch auch Energie und CO₂-Emissionen.

Bei der Ausstattung unserer Büros legen wir Wert auf umweltfreundliche Materialien. Zudem nutzen wir unser Mobiliar so lange wie möglich und tauschen, soweit es machbar ist, nur Zubehörteile aus. Ist es dennoch einmal nötig, Bestandsmobiliar auszusortieren, führen wir es dem Recycling zu oder spenden es. So haben wir in München unser Mobiliar beim Umzug mitgenommen und lediglich durch neues Zubehör ergänzt. Das restliche Mobiliar haben wir vorübergehend eingelagert, um es für ein zukünftiges Standortprojekt aufzubewahren. Außerdem haben wir 37 Bürodrehstühle an ein Recyclingunternehmen zur weiteren Verwertung verkauft. Und nachdem wir im Oktober 2024 unseren Dortmunder Bürostandort aufgegeben hatten, wurde das Mobiliar an den Nachmieter veräußert. Wir selbst konnten es aufgrund der Konfiguration und Maße nicht weiterverwenden.

Wenn wir neue Büroflächen anmieten, suchen wir vorrangig Räumlichkeiten in nachhaltigen, zertifizierten Gebäuden mit geringem Energiebedarf. Denn das ermöglicht uns einen CO₂-neutralen Betrieb. Die ABN AMRO Bank verfolgt insgesamt das Ziel, dass sämtliche Standorte bis 2030 „Paris Proof“ sind. Das bedeutet: Die Gebäude erfüllen¹ die Anforderungen des Pariser Klimaabkommens und der Energieverbrauch darf nicht über 70 Kilowattstunden pro Quadratmeter und Jahr liegen. Zur Erreichung dieses Ziels tragen viele verschiedene Maßnahmen bei. An unserem Standort in Stuttgart senken wir beispielsweise durch die Umstellung auf LED-Leuchtmittel im Jahr 2025 den Energieverbrauch.

Die Nachhaltigkeitsklassifizierungen der von uns genutzten Immobilien sind weiterhin auf unterschiedlichem Niveau, vor allem weil wir vielfach langfristige Bestandsmietverträge haben. Wir prüfen

deshalb regelmäßig, ob wir Bestandsmietverträge kündigen und durch eine Standortveränderung und Flächenreduzierung unsere CO₂-Emissionen minimieren können. Jedoch stehen nicht in allen Städten, in denen wir Büros haben, Gebäude zur Verfügung, die sowohl nachhaltig zertifiziert sind, als auch unsere sonstigen Anforderungen an einen adäquaten Bürostandort erfüllen. Deshalb bemühen wir uns, mit unseren Vermietern Green-Lease-Vereinbarungen zu treffen. In diesen legen wir gemeinsam Maßnahmen fest, um den CO₂-Fußabdruck der Bestandsgebäude zu reduzieren. 2024 konnten wir in drei Mietverträgen jeweils individuell auf die Immobilie abgestimmte Green-Lease-Vereinbarungen integrieren.

An den folgenden Standorten haben wir bereits zertifizierte Gebäude angemietet:

- ▶ **Düsseldorf:**
Kö-Bogen (LEED for Core & Shell Platinum, September 2014)
- ▶ **Hannover:**
Haus am Aegi (DGNB-Zertifikat in Silber für nachhaltige Büro- und Verwaltungsgebäude, Oktober 2016)
- ▶ **Frankfurt:**
Marienforum (LEED 2009 Core & Shell Development Platinum, Juli 2019)
- ▶ **Würzburg:**
Neubau (DGNB-Zertifikat in Gold; Baustelle DGNB-zertifiziert, Oktober 2022)

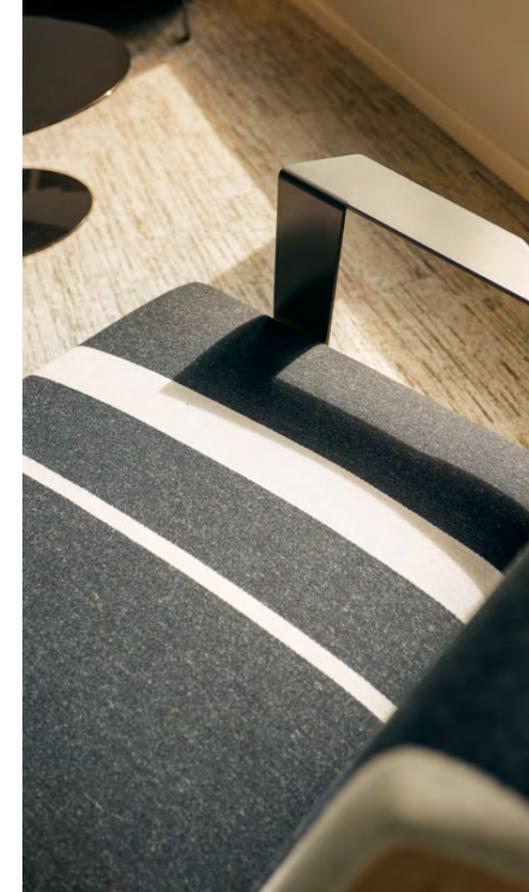


Bild linke Seite und oben: Kundenbereich an unserem Standort im Frankfurter Marienforum

Diese Übereinkommen beinhalten unterschiedliche Maßnahmen, dazu zählen: den Allgemeinstrom eines Gebäudes auf Ökostrom umstellen, eine Heizungsanlage von Ölbetrieb auf Holzpellets umbauen, eine E-Ladeinfrastruktur installieren, die Akkus von Geräten für die Bewirtschaftung von Grünflächen mit Ökostrom betreiben und die Haustechnik energieeffizienter betreiben. Darüber hinaus haben wir mit allen Vermietern festgelegt, dass wir einmal im Jahr zu einem Nachhaltigkeitsdialog zusammenkommen, um gemeinsam weitere Möglichkeiten zu ermitteln, um gemeinsam weitere Möglichkeiten zu ermitteln, wie der Gebäudebetrieb kontinuierlich klima- und umweltfreundlicher gestaltet werden kann.

¹ <https://edge.tech/de/article/press/die-bank-abn-amro-verwandelt-in-einer-partnerschaft-mit-edge-ihren-standort-amsterdam-zuidoost-in-ein-hochmodernes-buerogebaeude>

Neuer Lieferantenkodex

Unsere Procurement-Policy schreibt Nachhaltigkeitskriterien für den Ausschreibungs- und Vergabeprozess vor. Bei vergleichbaren Angeboten mehrerer Anbieter wählen wir den nachhaltigeren aus. 2024 haben wir zudem einen verpflichtenden Lieferantenkodex eingeführt. Diesen müssen unsere Lieferanten akzeptieren oder sie müssen nachweisen, dass sie über einen eigenen mindestens gleichwertigen Standard verfügen. Der Kodex basiert auf unserer Erwartung, dass Lieferanten ihre Geschäfte in der gesamten Wertschöpfungskette integer und mit Respekt für Mensch und

Umwelt üben. Er umfasst Anforderungen in sechs Bereichen, einer dieser Bereiche ist die ökologische Nachhaltigkeit. Um diese sicherzustellen, müssen die Lieferanten ihre Due-Diligence-Prozesse zur Identifizierung und Abschwächung von Umwelt Risiken darstellen, die Umweltauswirkungen ihres Geschäftes offenlegen und aufzeigen, wie sie ihren ökologischen Fußabdruck reduzieren – im Einklang mit dem 1,5-Grad-Ziel. Zudem erwarten wir von unseren Lieferanten, dass sie die biologische Vielfalt und Ökosysteme schützen und die Prinzipien der Kreislaufwirtschaft unterstützen.

Energieeffiziente IT-Landschaft

Unsere IT-Infrastruktur ist essenziell für nahezu jeden Geschäftsprozess. Aber: Sie ist natürlich auch der größte Stromverbraucher in unserer Bank. Deshalb überprüfen wir kontinuierlich, an welchen Stellen in unserer IT-Landschaft wir Energie einsparen können. So müssen etwa unsere IT-Produkte wie Notebooks, Smartphones etc. mit dem TCO-Siegel zertifiziert sein, der weltweit führenden Nachhaltigkeitszertifizierung für IT-Produkte. Sie erfüllen Kriterien, die eine sozialverträgliche Produktion, geringe Umwelt-

belastung und Energieeffizienz sicherstellen. Zur Steigerung der Energieeffizienz haben wir 2023 auch das Projekt Sustainable Network Environment gestartet, das Ende 2024 beendet wurde. In diesem Projekt reduzierten wir die Anzahl der Netzwerkkomponenten oder tauschten sie gegen energieeffizientere Geräte aus. Dadurch konnten wir eine Stromersparnis für Netzwerkkomponenten von ca. 40 % erzielen. Zudem geben wir unserer Hardware nach dem Ende ihrer Nutzung in der Bank ein neues Leben. Wir bereiten sie auf und stellen sie zum Beispiel Initiativen und Bildungseinrichtungen zur Weiterverwendung zur Verfügung.

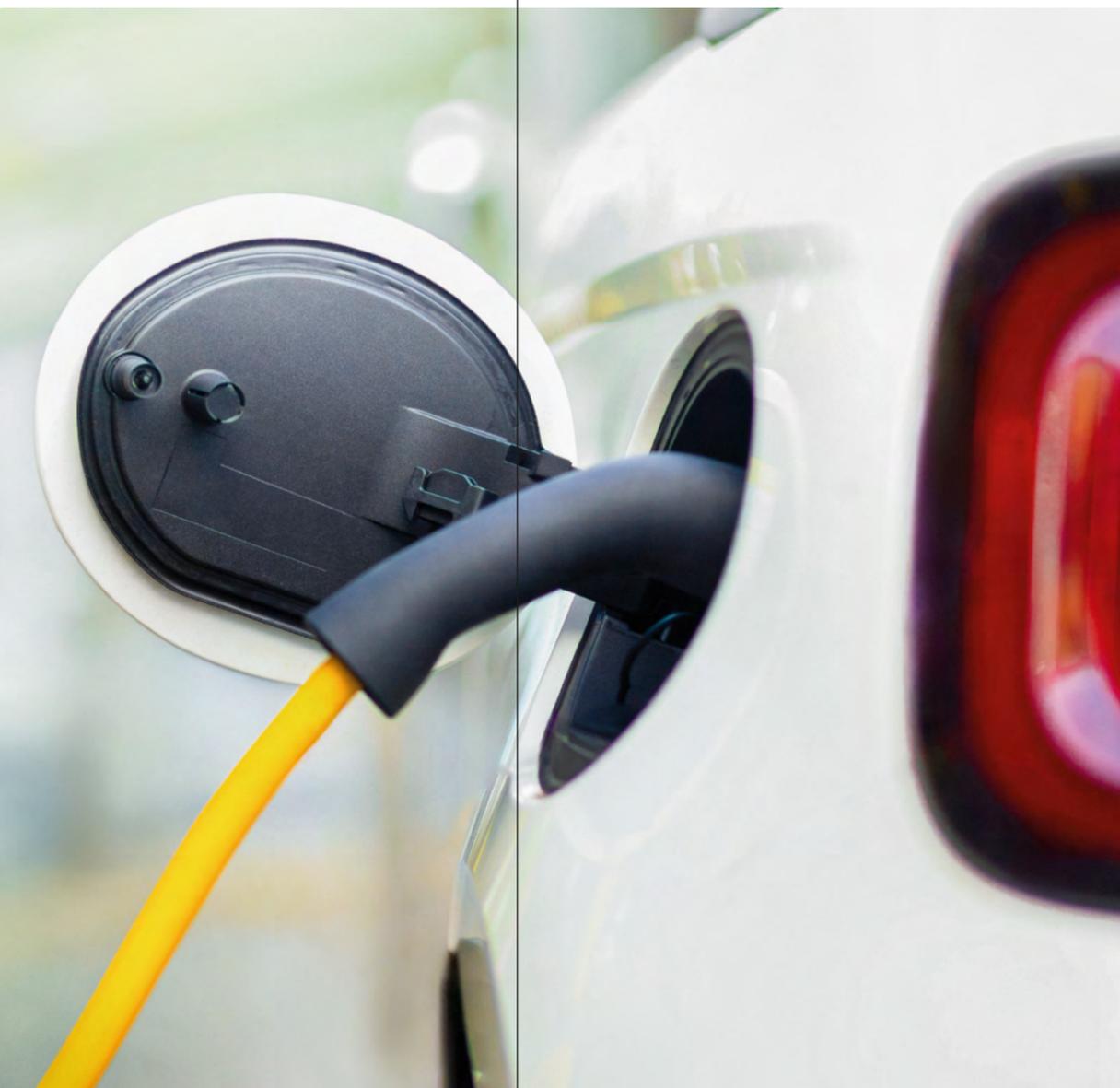
Ressourcen im Kreislauf halten

Klimaschonend unterwegs

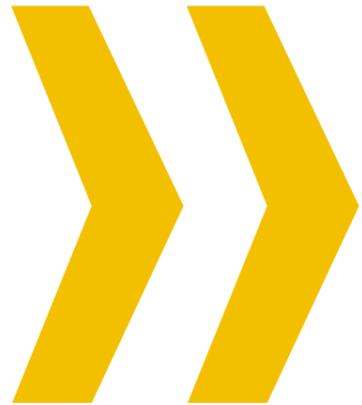
Um unsere Mobilität zunehmend klimafreundlich zu gestalten, stellen wir unsere Dienstwagenflotte auf Basis unserer Car-Policy sukzessive auf E-Autos um. An den Standorten Frankfurt, Stuttgart, Bremen und Düsseldorf wurden im Berichtsjahr neue E-Poolfahrzeuge in die Flotte aufgenommen. Seit Januar 2024 schaffen wir an allen Standorten als Neuwagen nur noch Elektrofahrzeuge an. Die Umstellung der gesamten Dienstwagenflotte auf Elektroantrieb wollen wir bis Ende 2027 abschließen. Unser ursprüngliches Ziel, bis Ende 2026 nur noch Elektrofahrzeuge zu nutzen, können wir aufgrund sehr langer Lieferzeiten und Verzögerungen im Bestellprozess vermutlich nicht halten.

An allen Standorten, an denen es technisch möglich ist, haben wir zudem begonnen, eine Ladeinfrastruktur aufzubauen. Jüngster Neuzugang ist dabei seit 2024 die Infrastruktur am Standort Köln. Anfang 2025 haben wir auch unseren Standort in München mit E-Ladesäulen ausgestattet, um dort ein E-Poolfahrzeug in Betrieb zu nehmen. Auch für die private Nutzung von Dienstwagen übernimmt die Bank die Ladekosten. Dadurch wollen wir die Mitarbeitenden noch stärker motivieren, E-Mobilität zu nutzen und Emissionen einzusparen.

An den Standorten Hamburg und Hannover ist der Aufbau der Ladeinfrastruktur noch nicht abgeschlossen, da dort immer noch Genehmigungen der Vermieter und Netzbetreiber ausstehen.



Indem wir Wertstoffe so lange wie möglich im Kreislauf halten, schonen wir endliche Ressourcen und das Klima. Wir trennen unseren Abfall deshalb in die verschiedenen Abfallarten: Papier, Biomüll, Plastikverpackungen und Restmüll. Entsorgt werden die Abfälle gemäß dem Betriebskonzept des jeweiligen Gebäudeeigentümers beziehungsweise -betreibers, da wir in der Regel nur ein Mieter von mehreren im jeweiligen Bürogebäude sind. Bei uns erfolgt zudem eine separate Sammlung von Elektroschrott und Batterien, die wir fachgerecht entsorgen. Papier, auf das vertrauliche Daten gedruckt sind, sammeln wir selbstverständlich sicher in der verschlossenen Datentonne und vernichten es gemäß Datenschutz-Grundverordnung. Der Dienstleister, mit dem wir bei der Datenvernichtung zusammenarbeiten, führt das Papier nach dem Schreddern wieder dem Kreislauf zu.



KOPIEREN IST AUSDRÜCKLICH ERLAUBT.

Das Bürogebäude der ABN AMRO Bank an der Foppingadreef in Amsterdam wird „Paris Proof“: Über die nachhaltige Renovierung und Erweiterung der Immobilie spricht Charlotte Wessels, Sustainability Analyst der ABN AMRO Bank in den Niederlanden.

Bis 2030 sollen alle Büros und Filialen der ABN AMRO Bank „Paris Proof“ sein. Was bedeutet das?

Der Dutch Green Building Council hat den Standard „Paris Proof“ eingeführt. Der Standard bescheinigt, dass ein Gebäude so energieeffizient und nachhaltig gestaltet ist, dass es mit den Zielen des Pariser Abkommens für Klimaschutz vereinbar ist. Bei der ABN AMRO Bank verfolgen wir das Ziel, dass alle Standorte bis 2030 den Paris-Proof-Standard erfüllen und durchschnittlich weniger als 70 Kilowattstunden Energie pro Quadratmeter Nutzfläche pro Jahr verbrauchen, gemessen an dem WEii-3.0-Standard, also dem Wohngebäude-Energie-Infrastruktur-Index, der zur Orientierung für die Energieeffizienz von Immobilien dient. Natürlich hängt die Umsetzung dieses Ziels auch von den regionalen Möglichkeiten ab. In Deutschland etwa sind wir an den vielen regionalen Standorten keine Alleinnutzer von Immobilien und deshalb auf vorhandene Gebäude angewiesen.

In Amsterdam entsteht gerade ein neuer Bürokomplex der ABN AMRO Bank, indem ein bereits von der Bank genutztes Gebäude umfassend um- und ausgebaut wird. Was ist das Konzept dahinter?

Wir wollen der bevorzugte Bankpartner für umweltbewusste Kunden sein. Das setzt voraus, dass wir selbst unseren ökologischen Fußabdruck minimieren – und dies auch zeigen. Weil unsere Gebäude ein großer Faktor bei den CO₂-Emissionen aus unseren eigenen Aktivitäten sind, wollen wir unsere Büroräume nachhaltiger und energieeffizienter gestalten. Unser Gebäude am Foppingadreef in Amsterdam-Zuidoost eignet sich dafür hervorragend, sodass wir hier unsere Paris-Proof-Ambition verwirklichen können.

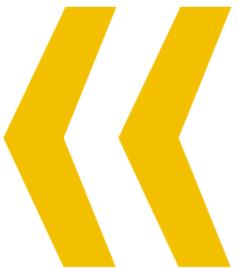
Welche Baumaßnahmen werden umgesetzt, um die Nachhaltigkeitskriterien des Paris-Proof-Standards zu erfüllen?

Zu den wichtigsten Maßnahmen zählt die Installation eines Solar-dachs in der Größe von zwei Fußballfeldern, LED-Beleuchtung im gesamten Gebäude und eine bedarfsgesteuerte Klimaanlage. Diese ermöglicht es, dass Beleuchtung und Belüftung nur dann eingeschaltet werden, wenn tatsächlich jemand im Gebäude anwesend ist und auch nur in den Räumen, in denen sich Personen



Charlotte Wessels

Sustainability Analyst der ABN AMRO Bank
in den Niederlanden



aufhalten. Weil ein Großteil der Energie durch die Solarpaneele auf dem Dach und an der Fassade erzeugt wird, streben wir an, mit dem Gebäude die BREEAM-Outstanding-Zertifizierung zu erhalten – die höchste Nachhaltigkeitsbewertung für Immobilien in den Niederlanden.

Und wie setzt die ABN AMRO Bank ihren Anspruch an Ressourcenschonung am Foppingadreef um?

In erster Linie schonen wir Ressourcen, indem wir ein bestehendes Gebäude renovieren und erweitern, anstatt von Grund auf ein neues Haus zu errichten. So nutzen wir die ursprüngliche Betonschale aus den 1980er-Jahren als Basis für die neue Struktur, was den Bedarf an neuen Materialien reduziert. Außerdem verwenden wir insgesamt so viele Materialien wie möglich wieder, einschließlich der Fassadenelemente. Hinzu kommt: Die neuen Y-Sektionen werden aus Holz statt Beton hergestellt, da bei der Betonproduktion bekanntermaßen große Mengen CO₂ entstehen. Und nicht zuletzt sorgen wir mit der Wahl von rohen, unbehandelten Materialien dafür, dass diese auch in der Zukunft wiederverwendet werden können – ganz im Sinne der Kreislaufwirtschaft.

Das Gebäude soll auch einen sozialen Zweck erfüllen. Welchen?

Unser Renovierungsprojekt liegt im Amsterdamer Bezirk Zuidoost, einem Stadtteil mit Potenzial für faire Chancen und gelebte Gemeinschaft. Als Bank nehmen wir unsere gesellschaftliche Verantwortung ernst und möchten die lokale Gemeinschaft aktiv unterstützen – zum Beispiel indem wir Räume für Budget-Coaches, Schulen und gemeinnützige Organisationen zur Verfügung stellen, Kurse zur finanziellen Selbstständigkeit anbieten oder Praktikumsplätze für Bewohnerinnen und Bewohner des Stadtteils schaffen.

Möchten Sie mit dem Gebäude zum Nachahmen anregen?

Natürlich ist es unser Ziel, das aus dem Projekt gewonnene Wissen auch mit unseren Kunden zu teilen und all unsere Erkenntnisse zu nachhaltigem Bauen anderen zugänglich zu machen. Kopieren ist ausdrücklich erlaubt.

»ALS BANK BETRACHTEN WIR NICHT NUR ZAHLEN, SONDERN ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG UND GESTALTEN DEN GESELLSCHAFTLICHEN WANDEL AKTIV MIT. DURCH INITIATIVEN, PARTNERSCHAFTEN UND DAS ENGAGEMENT UNSERER MITARBEITENDEN FÖRDERN WIR ZUSAMMENARBEIT UND EINE LEBENSWERTE ZUKUNFT – LOKAL UND DEUTSCHLANDWEIT. ZUDEM SCHAFFEN WIR MÖGLICHKEITEN FÜR UNSERE KUNDINNEN UND KUNDEN, SICH WIRKUNGSVOLL EINZUBRINGEN.«

Monika Peukert | Sustainability-Expertin

05

Gesellschaft



102.117,00 €

Gesamtausgaben
Spenden
im Jahr 2024

Für eine lebenswerte Zukunft

Als nachhaltig handelnde Bank sind wir mehr als der Partner für Vermögensfragen. Wir übernehmen Verantwortung gegenüber der Gesellschaft, in der wir agieren, und entfalten soziale und ökologische Wirkung. Durch vielfältige Maßnahmen, Spenden und Sponsorings fördern wir den gesellschaftlichen Zusammenhalt und eine nachhaltige Entwicklung. An all unseren deutschen Standorten unterstützen wir Initiativen, kooperieren mit Partnern, binden unsere Mitarbeitenden ein und machen unser Engagement sichtbar. Auch unsere Kunden unterstützen wir dabei, sich gesellschaftlich zu engagieren und damit langfristige Ziele zu erreichen. 2024 haben wir dafür als neues Angebot die Philanthropieberatung eingeführt. Zudem haben wir die Bethmann Bank Stiftung gegründet, in der auch unsere Kunden durch Zustiftungen Projekte für eine nachhaltige Gesellschaft fördern können.

Verantwortung übernehmen, Wirkung entfalten

Das Vertrauen von Kundinnen und Kunden, Geschäftspartnerinnen und Geschäftspartnern sowie der Öffentlichkeit in unsere Bank ist die Basis unseres langfristigen Erfolgs. Unser gesellschaftliches Engagement erhält und stärkt nicht nur unsere Glaubwürdigkeit, sondern schützt auch unsere Reputation und unterstreicht unsere nachhaltige Haltung im Markt. Indem wir über den Tellerrand blicken und Verantwortung für die Gesellschaft übernehmen, machen wir uns als Arbeitgeber attraktiver, gewinnen neue Talente und stärken die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden. Viele von ihnen sind selbst als Ehrenamtliche aktiv – und unterstützen Menschen in ihrem Umfeld: sei es als Mentor für Jugendliche, als Mitglied bei der freiwilligen Feuerwehr oder in Workshops für junge Mädchen. Gemeinsam packen unsere Mitarbeitenden außerdem am Social Day an. Dann tauschen sie ihre Arbeit in der Bank gegen einen Tageseinsatz in einem gemeinnützigen Projekt. Dabei helfen sie nicht nur in diversen Initiativen. Der Perspektivwechsel fördert auch ihre Zukunftskompetenzen wie Problemlösungsfähigkeit, Kreativität und Agilität. Und nicht zuletzt stärkt das gemeinsame Engagement den Teamgeist.

Richtlinie für Spenden und Sponsorings

Bei der Vergabe von Spenden- und Sponsoringsgeldern sowie bei Entscheidungen über Mitgliedschaften und Kooperationen, die im Zusammenhang mit unserem gesellschaftlichen Engagement stehen, orientieren wir uns an unserer Richtlinie für Spenden und Sponsorings. Folgende Förderschwerpunkte sind in der Richtlinie festgeschrieben:

- ▶ Umwelt und Klima
- ▶ Diversity und Chancengleichheit
- ▶ Gesundheit und Wohlergehen

Auf Basis unserer Leitlinien setzen wir uns insbesondere für Projekte ein, die eine messbare gesellschaftliche Wirkung erzielen, und überprüfen diese anhand von Evaluationen regelmäßig. Im folgenden Kapitel stellen wir Beispiele für verschiedene Formen unseres Engagements vor.

Neugründung: Bethmann Bank Stiftung

Stiftungen haben einen nachhaltigen und positiven Einfluss auf die Gesellschaft – sowohl für die heutigen als auch für die kommenden Generationen. Deshalb haben wir unser gesellschaftliches Engagement 2024 auf die nächste Stufe gehoben und eine gemeinnützige Stiftung gegründet: die Bethmann Bank Stiftung. Damit wollen wir Projekte unterstützen, die sich für eine nachhaltige und somit lebenswertere Gesellschaft stark machen – ob in der Bildung, im Umweltschutz oder der Altenhilfe. Entsprechend hat die Bethmann Bank Stiftung einen breiten Stiftungszweck.

Mit diesen Förderschwerpunkten fügt sich die Stiftung nahtlos in unser Engagement für nachhaltiges Wirtschaften ein, das zu den Kernwerten der Bethmann Bank gehört. Die Stiftung, die ihren Sitz in Hamburg hat, wurde zur Gründung mit einem Grundstockvermögen von einer Million Euro ausgestattet, das als Basis für die eigenen Aktivitäten dient. Darüber hinaus bietet sie Kundinnen und Kunden sowie anderen

Geschäftspartnern die Chance, durch separat verwaltete Zustiftungen selbst philanthropisch tätig zu werden, ohne hohe Ressourcen für eine eigene Stiftung aufwenden zu müssen.

Voraussichtlich ab 2026 wird die Bethmann Bank Stiftung einen jährlichen „Bethmann Bank Stiftungspreis“ verleihen. Damit sollen Organisationen, junge Unternehmer und Start-ups für Projekte und Produkte ausgezeichnet werden, die in besonderem Maße positive Beiträge für ökologische und soziale Nachhaltigkeit leisten.

Gründungsmitglieder des Stiftungsvorstands sind neben Stefan Meine, Chief Commercial Officer Bethmann Bank und Mitglied der Geschäftsleitung ABN AMRO Deutschland, Alexandra Vitt-Krauß, Leitung Kommunikation & Marketing ABN AMRO Deutschland und Bethmann Bank, York Asche, Seniorberater Stiftungen Bethmann Bank, Alen Nalbandian, Teamleiter Tax, Estate Planning, Philanthropy & Foundations

Bethmann Bank, und Monika Peukert, Sustainability-Expertin Bethmann Bank. Seit Juni 2025 ergänzen Tarek Hegazy, Philanthropy Specialist Bethmann Bank, und Markus Heilig, Geschäftsbereichsleiter Bethmann Bank, den Vorstand. Sie ersetzen Monika Peukert und Alen Nalbandian.

Dem Kuratorium gehören an: Hans Hanegraaf, Sprecher der Geschäftsleitung der Bethmann Bank, Axel Rogge, Geschäftsbereichsleiter Bethmann Bank, Matthias Schmolz, Geschäftsführer Stifterverband und Geschäftsführer Deutsches Stiftungszentrum, und Thomas Knoche, Vorsitzender des Gesamtbetriebsrats der Bethmann Bank. Den Vorsitz des Kuratoriums hat Hans Hanegraaf inne.

Der Stiftungszweck umfasst die Förderung

- ▶ von Wissenschaft und Forschung
- ▶ der Erziehung, Volks- und Berufsbildung einschließlich Studentenhilfe
- ▶ des öffentlichen Gesundheitswesens und der öffentlichen Gesundheitspflege
- ▶ der Jugend- und Altenhilfe
- ▶ des Naturschutzes und der Landschaftspflege, des Umweltschutzes, des Küstenschutzes und des Hochwasserschutzes
- ▶ der internationalen Gesinnung, der Toleranz auf allen Gebieten der Kultur und des Völkerverständigungsgedankens
- ▶ der Entwicklungszusammenarbeit
- ▶ des Wohlfahrtswesens, insbesondere der Zwecke der amtlich anerkannten Verbände der freien Wohlfahrtspflege, ihrer Unterverbände und ihrer angeschlossenen Einrichtungen und Anstalten
- ▶ des demokratischen Staatswesens im Geltungsbereich der Abgabenordnung; hierzu gehören nicht Bestrebungen, die nur bestimmte Einzelinteressen staatsbürgerlicher Art verfolgen oder die auf den kommunalpolitischen Bereich beschränkt sind
- ▶ der Tierzucht und der Pflanzenzucht

Engagement hat viele Gesichter: unsere Philanthropieberatung

Die Bank unterstützt ihre Kunden dabei, ihr Vermögen nicht nur zu sichern und zu mehren, sondern auch für gesellschaftlich wichtige Ziele einzusetzen. Aus unserer langjährigen Erfahrung heraus haben wir 2024 unser Angebot für potenzielle Förderer erweitert: um eine individuelle Philanthropieberatung. Damit helfen wir Kunden, die passende Form des gesellschaftlichen Engagements zu finden, sei es durch die Gründung einer eigenen Stiftung oder die Zusammenarbeit mit bestehenden gemeinnützigen Organisationen. Wir beraten unsere Kundinnen und Kunden systematisch mit dem Ziel, dass diese durch finanzielles oder zeitliches Engagement oder durch eigene Expertise beziehungsweise durch das eigene Netzwerk eine nachhaltig effektive Wirkung erzielen, idealerweise mit zusätzlicher Hebelwirkung über Hilfe zur Selbsthilfe.

Menschen, die sich für eine gute Sache einsetzen möchten, erhalten also Unterstützung bei den grundsätzlichen Überlegungen: Welches philanthropische Engagement passt zu mir und auf welche Art möchte ich mich einbringen? Um diese Fragen bestmöglich zu beantworten, entwickelt das Philanthropieteam mit der Kundin oder dem Kunden im ersten Schritt eine persönliche Philanthropiestrategie. In einem intensiven Austausch arbeiten sie gemeinsam die philanthropische Mission heraus. Sie klären die Spendenstruktur und den philanthropischen Ansatz und legen das Budget fest, das die Förderin oder der Förderer aufbringen möchte. Auf Wunsch beleuchten die Experten auch das Thema Philanthropie und Vermögensplanung – also welche Synergien sich aus dem Engagement für Familie, Unternehmen und die nächste Generation ergeben.

Im zweiten Schritt stellen die Experten des Philanthropieteam eine geprüfte Liste passender Institutionen beziehungsweise Projekte zusammen, die zur erarbeiteten Philanthropiestrategie passen. Dazu können Nichtregierungsorganisationen oder staatliche Projekte, private Institutionen oder Forschungseinrichtungen gehören.

Hat der Kunde eine Institution oder ein Projekt ausgewählt beziehungsweise mehrere in die Auswahl genommen, erhält er dazu detaillierte Informationen, um eine fundierte Entscheidung für sein persönliches philanthropisches Engagement treffen zu können – und nachhaltig Wirkung zu entfalten. Auf Wunsch begleiten die Beraterinnen und Berater auch bei den weiteren Schritten, etwa einer Stiftungsgründung oder einer Zustiftung.



**Wir unterstützen Menschen,
die sich für eine gute
Sache einsetzen möchten.**



**Liebe im Karton bedeutet,
eine Freude zu machen
und Hoffnung zu schicken.**



Soziale Projekte unterstützen

Die ABN AMRO in Deutschland unterstützt verschiedene soziale Projekte: durch Spenden oder tatkräftiges Engagement der Mitarbeitenden.

Weihnachtsfreude für Senioren

Seit 2019 fördern wir in der Vorweihnachtszeit das Projekt „Tannenbäumchen auf Rädern“ des Bürgerinstituts Frankfurt, das alleinstehenden Seniorinnen und Senioren eine kleine Freude macht: Sie werden mit einem Tannenbäumchen im Topf sowie einer ausgewählten Kleinigkeit beschenkt. Auch 2024 haben wir diese Tradition fortgeführt und uns wieder an dem Projekt beteiligt.

Gemeinsam Gutes tun

An regelmäßigen Social Days packen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in gemeinnützigen Projekten mit an – und bringen sich so aktiv in die Gesellschaft ein.

In Frankfurt am Main haben beispielsweise verschiedene Abteilungen aus der Zentrale beim Malteser Hilfsdienst ganzen Einsatz gezeigt. Unter dem Motto „Buntes für den Alltag“ griffen die zwölf Kolleginnen und Kollegen zu Pinsel und Farbe und strichen zwei Klassenräume in der Albert-Schweizer-Schule. Das Ergebnis: eine verschönerte Lernumgebung, glückliche Kinderaugen und jede Menge positiver Teamgeist.

Das Team von Property & FM Services hat sich am Social Day 2024 für den Umweltschutz stark gemacht. Die elf Kolleginnen und Kollegen tauschten ihr Büro gegen das Lehrbiotop Assenheim des NABU Umweltwerkstatt Wetterau e. V. Aufgeteilt in Kleingruppen legten sie Lebensräume für verschiedene Tierarten an. Mit vereinten Kräften entstanden ein Käferkeller,

eine Blindschleichenpyramide und eine Steinpyramide für Eidechsen und andere wärmeliebende Arten. Insgesamt wurde so nicht nur die Tierwelt gestärkt, sondern auch der Zusammenhalt des Teams.

In Nürnberg und Würzburg stand der Social Day ganz im Zeichen von Solidarität und Teamgeist. Neun Mitarbeitende haben dort erneut das Projekt „Liebe im Karton“ unterstützt. Unter Anleitung von engagierten Mitgliedern des Vereins Liebe im Karton e. V. haben sie Pakete für Kinder und Jugendliche in der Ukraine und für die Würzburger Tafel gepackt. Jedes Päckchen stellten sie aus Kleidung, Spielsachen und dringend benötigten Lebensmitteln zusammen, um den jungen Menschen eine Freude zu machen und ein Stück Hoffnung zu schicken.



Mitarbeitende aus Nürnberg und Würzburg am Social Day 2024



Weihnachtsaktion 2024
der Young ABN AMRO

Young ABN AMRO im Einsatz für die ARCHE

Die ARCHE Frankfurt am Main liegt der ABN AMRO in Deutschland schon lange am Herzen. Der deutschlandweit tätige gemeinnützige Verein engagiert sich besonders für Kinder aus sozial

benachteiligten Familien. Seit einigen Jahren unterstützen wir die ARCHE Frankfurt am Main in verschiedenen Projekten und haben zu Weihnachten 2024 erneut Kinderaugen zum Leuchten gebracht. Organisiert von der Young ABN AMRO (YAA) – dem Netzwerk junger Kolleginnen und Kollegen in der Bank – haben 90 Mitarbeitende Geschenke im Wert von je 35 Euro besorgt, verpackt und im Marienforum gesammelt. Dort übergaben am 17. Dezember Stefan Meine, Mitglied der Geschäftsleitung, und einige Helfer aus der YAA

einem ARCHE-Mitarbeiter die 91 liebevoll verpackten Geschenke.

Das Charity Committee der YAA engagiert sich auch für andere soziale Projekte, wie etwa die Lebensmittel-pack-Aktion der ARCHE in Griesheim. Acht Kolleginnen und Kollegen haben im September 2024 dabei unterstützt, einen Lkw zu entladen und die Lebensmittel im Lager zu sortieren. Mehr als 120 Lebensmitteltüten wurden an diesem Tag gepackt und direkt von der ARCHE an die Familien ausgegeben.

Mitarbeiter-Safari 2024
beim Impact Hub Berlin



Inspirationen sammeln: New-Joiner-Safari

Gemeinsam mit dem Impact Hub haben wir 2024 auch die New Joiner der Bethmann Bank zur Erkundung des nachhaltigen Dschungels der Start-up-Szene in Berlin eingeladen. Die New Joiner konnten sich im Vorfeld für die Teilnahme bewerben. 15 von ihnen durften schließlich am 19. und 20. September mit auf Safari kommen und einen Perspektivwechsel erleben.

Bei der zweitägigen Veranstaltung erhielten sie jede Menge Inspirationen von Start-ups aus verschiedenen Nachhaltigkeitsbereichen: beispielsweise zu zirkulärem

Bauen, zum Waldum- und -aufbau mithilfe von Drohnen und pelletiertem Saatgut, zu Energielösungen für Unternehmen oder zur Integration von Migranten nach dem Studium.

Spannende Einblicke gab es auch bei der Führung durch das zirkuläre Gebäude, in dem der Impact Hub arbeitet. Entstanden auf dem Gelände der ehemaligen Kindl-Brauerei in Berlin Neukölln vereint der Bau die Kriterien Sozialverträglichkeit, Zugänglichkeit, Vielfalt, Umweltverträglichkeit, Ressourcenschonung und Abfallvermeidung.

Inspiziert durch die vielen Ideen und Eindrücke haben die Teilnehmenden schließlich in Kleingruppen erarbeitet, in welchen Punkten die Bank noch nachhaltiger werden könnte und was jede und jeder Einzelne für die eigene Arbeit mitnimmt. Nicht zuletzt blieb am Rande des Programms reichlich Zeit für den persönlichen Austausch und die Community-Bildung.

Ideen fördern: Kooperation mit dem Impact Hub Berlin

Seit 2019 kooperieren wir mit dem Impact Hub Berlin (IHB), der zu dem weltweit größten Netzwerk für Sozialunternehmertum gehört.

Der Impact Hub Berlin bietet Start-ups mit einer nachhaltigen oder sozialen Geschäftsidee einen kreativen Co-Working-Space, Beratungen, Workshops zu wirtschaftlichen und rechtlichen Fragen sowie zahlreiche Veranstaltungen. Daneben erhalten ausgewählte Entrepreneure, die sich noch in der Vor-Gründungsphase befinden, Zugang zu innovativen Förderprogrammen.

Im Zuge unserer Kooperation treten wir in Kontakt mit jungen Sozialunternehmen: durch Know-how-Transfer zum Thema Nachhaltigkeit, unter anderem bei Veranstaltungen, sowie durch ein Impact-Investoren-Netzwerk. Gemeinsam konnten wir bereits zehn Investor-Matchmakings organisieren, während in den letzten sechs Jahren über 100 Start-ups Teil unserer Partnerschaft waren. Zum anderen eröffnen wir jungen, unternehmerisch interessierten Kunden und Neukunden die Möglichkeit, beim IHB inspirierende Anregungen für den eigenen nachhaltigen Weg zu erhalten. Im Fokus des Impact Hub Berlin stehen insbesondere die Themen Circular Economy, Diversity, Equity and Inclusion (DEI), Sustainable Food and Green Tech.

► [Zum Impact Hub Berlin](#)



Mentale Hilfe für Kinder

Ein Dach über dem Kopf und ausreichend Essen – das allein genügt nicht, um Kinder in und aus Krisengebieten adäquat zu unterstützen. Vielmehr müssen die mentale Gesundheit der Kinder gestärkt und ihre Bildungschancen erhöht werden, damit sie das Erlebte verarbeiten und Vertrauen in eine bessere Zukunft gewinnen können. Die gemeinnützige Organisation War Child Deutschland macht sich deshalb für Kinder in Konfliktregionen wie der Ukraine oder dem Nahen Osten, aber auch für geflüchtete Kinder in Deutschland stark. Ihr Leitspruch: „Du kannst ein Kind aus dem Krieg holen. Aber wie holst du den Krieg aus dem Kind?“ Mit Kreativität und Wissenschaft ist die

Antwort. War Child setzt sich für den Schutz der Kinder ein und ermöglicht ihnen Zugang zu Bildungsangeboten und psychosozialer Unterstützung. Die ABN AMRO in Deutschland unterstützte die Arbeit von War Child 2024 mit einer Spende. Zehn Programme – von Spiel- und Bewegungsangeboten bis hin zu Tablet-Lernspielen – helfen Kindern, das Erlebte zu verarbeiten, emotionale Stabilität zu finden und ihre Widerstandskraft zu stärken. Die Programme sind wissenschaftlich fundiert und werden weltweit von Forschenden begleitet und evaluiert. 2024 konnte War Child über 1,3 Millionen Kinder erreichen, zusammen mit Partnern sogar noch mehr.

► [Weitere Informationen zu War Child und Spendenmöglichkeiten](#)

Bildquelle: War Child



Character: unser Gesellschaftsmagazin

Der Dialog über gesellschaftliche und wirtschaftliche Themen beschäftigt uns seit jeher. Als aktiver Part der Gesellschaft suchen wir den Austausch mit verschiedensten Menschen, weil wir davon überzeugt sind: Wir können voneinander lernen und miteinander eine

nachhaltige Entwicklung vorantreiben. In unserem Gesellschaftsmagazin Character beschäftigen wir uns deshalb mit ungewöhnlichen Lebenswegen, überraschenden Meinungen und neuen Perspektiven. In jeder Ausgabe porträtieren wir eine interessante Persönlichkeit, stellen Unternehmen vor, die den Wandel zu mehr Nachhaltigkeit gestalten und wagen einen Perspektivwechsel. Verfasst werden sämtliche Beiträge im Character-Magazin von erfahrenen Journalisten.

In der Ausgabe Character 26 porträtieren wir beispielsweise Oliver Berking, der die Silbermanufaktur Robbe & Berking in fünfter Generation leitet und die Werft Robbe & Berking Classics gegründet hat, die auf die Restaurierung edler Holzjachten spezialisiert ist. Wir sprechen mit ihm über regionale Verwurzelung, die Leidenschaft fürs Edle und die Nachfolgeplanung.

Zudem stellen wir das Traditionsunternehmen Mühldorf vor, seine Federbetten sorgen bei Gästen der Top-Hotellerie für angenehmen Schlaf. Außerdem lernen die Leserinnen und Leser die JUHI GmbH kennen. Sie bringt Ältere, die Hilfe brauchen, und Jüngere, die einen Zusatzverdienst mit Sinn suchen, zusammen. Wie per Phytomining Schwermetalle aus dem Boden geholt werden können und warum wir den Wert des Wassers ernst nehmen müssen als frühere Generationen – dies sind nur zwei von vielen weiteren inspirierenden Themen der Ausgabe.

► [Character-Ausgabe 26 online lesen](#)

Te:nor: Nachhaltigkeit in allen Facetten

Wie facettenreich das Thema Nachhaltigkeit ist, zeigt auch unsere Content-Plattform Te:nor. Das Onlineformat setzt sich umfassend mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander und eröffnet dabei neue Perspektiven in Form von Geschichten, Interviews und Themenschwerpunkten. Monatlich erscheinen bis zu sechs neue Beiträge in den Rubriken Nachhaltigkeit, Gesellschaft, Unternehmen und Vermögen. So wird beispielsweise über Leder-Alternativen berichtet, das Architekturprinzip Biomimikry vorgestellt oder die Alge als Superfood beleuchtet. Te:nor ist mit verschiedenen Social-Media-Kanälen

vernetzt, Beiträge können somit auch Diskussionen anregen, etwa auf LinkedIn oder Instagram. Dadurch erweitert Te:nor seine Leserschaft und erreicht auch eine jüngere Zielgruppe.

► [Te:nor online lesen](#)

Be.Wirken: Nachhaltigkeits-Newsletter

Im Juni 2024 haben wir unsere Medienfamilie um ein neues Format erweitert, mit dem wir vor allem die jüngere Generation ansprechen wollen: den Nachhaltigkeits-Newsletter Be.Wirken. Einmal im Monat präsentieren wir darin spannende Geschichten, interessante Einblicke und Reportagen sowie Interviews zu einem Fokusthema. Im Januar 2025 haben wir zum Beispiel das Thema Inklusion in den Mittelpunkt gestellt, die Februarausgabe widmete sich dem Thema Lebensmittel. Jedes Thema wird durch eine spannende Auswahl an interessanten Berichten, Reportagen und Interviews beleuchtet.

Wissensfabrik: Partner für Naturwissenschaften

Seit Mitte 2021 ist die Bank Mitglied im Wissensfabrik e.V. Der Verein mit Standort in Ludwigshafen wurde 2005 von namhaften deutschen Unternehmen (BASF, Robert Bosch GmbH, ThyssenKrupp und vielen mehr) gegründet, um die Innovationskraft Deutschlands zu stärken. Heute haben sich in diesem Netzwerk rund 130 Unternehmen und Stiftungen aller Branchen und Größen zusammengeschlossen. Zu den aktuellen Mitgliedern zählen zum Beispiel auch Microsoft Deutschland und Roche Diagnostics.

Eine Initiative des Vereins Wissensfabrik e.V. ist „KiTec – Kinder entdecken Technik“. Auf der Basis von insgesamt 3.200 Bildungspartnerschaften fokussiert das Projekt darauf, Kindern und Jugendlichen MINT-Fächer (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik) besser zugänglich zu machen und junge Talente in diesen Bereichen zu fördern. Die Bank hat drei Bildungspartnerschaften mit Schulen in Deutschland übernommen, um das Interesse von Kindern an Technik zu fördern: mit der Friedrich-Albert-Lange-Gesamtschule in Solingen, der Maria-Ward-Mädchenrealschule in Würzburg und dem Heisenberg-Gymnasium in

Hamburg-Harburg. 2024 haben wir bereits zum zweiten Mal an die Maria-Ward-Mädchenrealschule gespendet. Zudem haben wir drei Klassensätze City4Future für das Heisenberg-Gymnasium in Hamburg-Harburg finanziert. Neben unserem Engagement für KiTec unterstützen wir auch das Start-up-Projekt W-Economy des Vereins Wissensfabrik. So nahmen 2024 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bethmann Bank aus den Bereichen Entrepreneur & Enterprise und Tax, Estate Planning, Philanthropy & Foundations an sogenannten Speed-Mentorings mit Start-up-Gründerinnen und -Gründern teil und gaben ihr Know-how weiter.



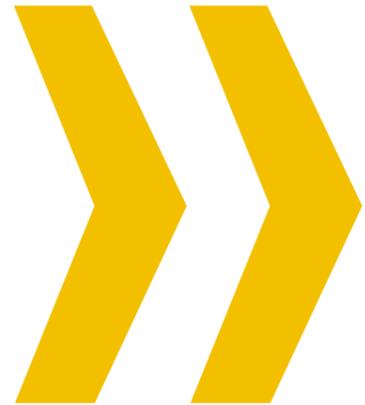
Innatura rettet Produkte und unterstützt gleichzeitig soziale Organisationen.



Die Warenretter: Unterstützung für innatura gGmbH

Bereits seit seiner Gründung 2013 unterstützen wir das gemeinnützige Kölner Sozialunternehmen innatura auf vielfältige Weise, unter anderem mit Social Days und finanziell mit einer jährlichen Weihnachtsspende. [innatura](#) wirbt fabrikneue, aber unverkäufliche Sachspenden aus Industrie und Einzelhandel ein und vermittelt sie bundesweit bedarfsgerecht und gegen eine geringe Gebühr dorthin weiter, wo sie dringend benötigt werden: zum Beispiel an Obdachlosen- oder Flüchtlingshilfen, Kinderhospize oder Frauenhäuser. Weil die Waren bei innatura wesentlich günstiger sind als im Handel, können die Organisationen das eingesparte Geld für ihren eigentlichen Zweck verwenden und Gutes damit tun. innatura wirkt damit im doppelten Sinne nachhaltig: Es werden deutlich weniger Produkte vernichtet und gleichzeitig werden soziale Organisationen unterstützt.





Alexandra Vitt-Krauβ

Leiterin Marketing & Kommunikation
ABN AMRO in Deutschland und Bethmann Bank

Alexandra Vitt-Krauβ, Leiterin Marketing & Kommunikation der ABN AMRO in Deutschland und der Bethmann Bank, ist stellvertretende Vorsitzende der neu gegründeten Bethmann Bank Stiftung. In diesem Interview gibt sie Einblicke in Ziele, Zustiftungen und Zukunftspläne der Stiftung.

Frau Vitt-Krauβ, welches Ziel verfolgt die neue Bethmann Bank Stiftung?

Nachhaltiges Handeln für künftige Generationen ist eines der Kernziele der ABN AMRO Bank und prägt seit jeher die Haltung der Bethmann Bank. Deshalb leitet sich auch das Ziel der Bethmann Bank Stiftung daraus ab: Wir wollen durch unser Engagement die nachhaltige Entwicklung fördern und zu einer lebenswerten Zukunft beitragen. Der Stiftungszweck ist entsprechend breit gefasst: von der Förderung von Wissenschaft, Forschung und Bildung über den Einsatz für das demokratische Staatswesen bis hin zur Unterstützung des Natur- und Klimaschutzes.

Was gab den Anstoß zur Gründung einer eigenen Stiftung?

Seit vielen Jahren begleiten wir Privatpersonen und Institutionen bei ihren philanthropischen Aktivitäten. Die Stiftungsberatung ist somit eine der Kernkompetenzen unserer Bank. Zudem übernehmen wir auch über unser Geschäft hinaus Verantwortung, indem wir uns gesellschaftlich engagieren, etwa durch Spenden, Sponsorings und das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeitenden. In der Gründung der gemeinnützigen Stiftung führen wir diese beiden Bereiche zusammen.

Warum haben Sie den Schritt 2024 gemacht?

Die Babyboomer-Generation, die jetzt nach und nach in den Ruhestand geht, hat oft über Jahrzehnte große Vermögen aufgebaut. Nicht selten erleben unsere Beraterinnen und Berater in Gesprächen, dass sich die Kundinnen und Kunden dieser Generation fragen: Wie kann ich mit einem Teil meines Vermögens etwas Gutes für die Gesellschaft tun, das dauerhaft Wirkung entfaltet? Außerdem wollten wir unser gesellschaftliches Engagement auf die nächste Stufe heben. Beides hat den Zeitpunkt mit beeinflusst.

WIR WOLLEN MIT DER BETHMANN BANK STIFTUNG DIE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG FÖRDERN.



Inwiefern ermöglicht die Bethmann Bank Stiftung den Kunden, den Wunsch zu realisieren, einen positiven Beitrag für die Gesellschaft zu leisten?

Die Stiftung ist mit einem Grundstockvermögen von einer Million Euro ausgestattet, als Basis für die eigenen Aktivitäten der Bethmann Bank Stiftung. Kundinnen und Kunden oder anderen Geschäftspartnern unseres Hauses bieten wir die Möglichkeit, sich durch sogenannte Zustiftungen den Wunsch nach einem sozialen, ökologischen oder demokratischen Engagement zu erfüllen. Bei einer Zustiftung bringt eine Privatperson oder auch eine Organisation einen bestimmten Betrag in die Stiftung ein. Sie kann festlegen, für welchen Stiftungszweck er verwendet werden soll, muss es aber nicht. Das zugestiftete Vermögen wird dann buchhalterisch vom Grundstockvermögen separiert, sodass sichergestellt ist, dass die Verwendung den Wünschen des Stifters entspricht. Entscheidend ist zudem: Beim Einbringen von Vermögen in eine Stiftung trennt sich der Stiftende dauerhaft und ohne irgendeine Gegenleistung von diesem Vermögen – das unterscheidet die Zustiftung auch von einer Sponsoringaktion.

Welche Möglichkeiten bietet eine solche Zustiftung den Kunden?

Durch eine Zustiftung können Kundinnen, Kunden oder Geschäftspartner die bestehenden Strukturen der Bethmann Bank Stiftung nutzen, einen der vielen Stiftungszwecke fördern und ihre

nachhaltigen Ziele verwirklichen. Das ist weitaus weniger aufwendig, als eine eigene Stiftung zu gründen, ermöglicht aber ein vergleichbares Engagement. Natürlich beraten wir aber auch weiterhin auf Wunsch bei Stiftungsgründungen mit umfassender Expertise. Dabei können wir auch auf das große internationale Netzwerk der ABN AMRO-Gruppe zurückgreifen.

Und wie wird die Bethmann Bank als Stifterin selbst aktiv?

Wir tauschen derzeit sehr viele Ideen aus, wie wir den Stiftungszweck auch durch eigene Projekte mit Leben füllen können. Ein Projekt steht bereits fest: Ab voraussichtlich 2026 werden wir jährlich den „Bethmann Preis für innovative Nachhaltigkeitsförderung“ vergeben. Im Fokus haben wir dabei Organisationen und vor allem auch junge Unternehmen und Gründer, die ökologisch oder sozial sinnvolle Projekte oder Produkte umsetzen. Auch die Förderung von wissenschaftlichen Untersuchungen oder Bildungsprojekten nehmen wir in den Blick. Ebenso sind Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen, mit denen wir den gesellschaftlichen Diskurs fördern, im Gespräch. Was die Auswahl der Förderprojekte angeht, gehen wir sehr sorgfältig vor und nehmen uns Zeit, um die Mittel bestmöglich einzusetzen. Ich freue mich sehr, im Vorstand den Weg der Stiftung mitzugestalten – und zu zeigen: Wir übernehmen Verantwortung für die Gesellschaft.

Daten, Fakten & Kontakt

Kennzahlen ABN AMRO Bank N.V. Frankfurt Branch 2024

Unternehmensführung	Einheit	2020	2021	2022	2023	2024
Schulungen zu Geldwäsche und Betrugsprävention ¹	Anzahl	4	5	5	5	6
Schulungen zu Nachhaltigkeitsaspekten ¹	Anzahl	4	1	6	9	4
Gesamtausgaben für Pflichtmitgliedschaften in Bankenverbänden	Euro	114.591,88	124.672,40	139.999,42	212.215,00	232.473,77
Gesamtausgaben für Parteispenden	Euro	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gesamtausgaben für Mitgliedschaften in Industrie- und Wirtschaftsverbänden ²	Euro	36.292,00	37.513,34	39.504,01	32.257,00	41.036,00
Erhaltene Auszeichnungen*	Anzahl	4	9	7	9	12
Anteil der Mitarbeiterinnen in den oberen zwei Gehaltsbändern ³	%	15	14	11	14	9

Kunden & Produkte (Wealth Management)	Einheit	2020	2021	2022	2023	2024
Anteil an Gesamtdepots in der Vermögensverwaltung, für welche ein Nachhaltigkeitsreporting erstellt wird*	%			> 90	100	100
Anteil der Kundengelder in Anlagekonzepten der Vermögensverwaltung, welche für wertorientierte Investoren geeignet sind*	%			62	60,30	57,20
Anteil Kundinnen an Gesamtkundschaft*	%	44,67	43,40	45,07	43	43

Kunden & Produkte (Corporate Banking)	Einheit	2020	2021	2022	2023	2024
Anteil an Sustainability-Acceleration-Standard-Volumen im deutschen Kreditbuch für das Corporate-& Institutional-Kundensegment	%			16,10	26,10	33,30
Anteil an Sustainability-Acceleration-Standard-Volumen im deutschen Kreditbuch für das Entrepreneur-& Enterprise-Kundensegment ⁴	%					43,60

*Markierte Kennzahlen beziehen sich nur auf den Geschäftsbereich Bethmann Bank.

¹ Betrachtung von Trainings mit einer Zielgruppe von mehr als 30 Mitarbeitenden.

² Betreffende Institutionen: IHK, Wirtschaftsrat der CDU, Stifterverband.

³ Anteil von Mitarbeiterinnen in oberen Gehaltsbändern E bis F (von A bis F).

⁴ Die Angaben sind nicht auditiert. Der zur Ermittlung der Daten herangezogene bankinterne Standard zur Berechnung kann von demjenigen Berechnungsstandard abweichen, der für die Angaben hierzu im Jahresbericht 2024 der ABN AMRO Bank N.V. herangezogen worden ist.

Mitarbeitende	Einheit	2020	2021	2022	2023	2024
Mitarbeitende gesamt	Anzahl	662	705	713	761	806
Weiblich	Anzahl	314	332	344	361	371
Männlich	Anzahl	348	373	369	400	435
Mitarbeitende nach Geschäftsbereich						
Corporate Investment Banking	Anzahl	50	48	49	66	82
Private Banking	Anzahl	612	657	664	695	724
Mitarbeitende mit unbefristetem Arbeitsvertrag gesamt	Anzahl	615	632	649	707	736
Weiblich	Anzahl	287	292	305	340	343
Männlich	Anzahl	328	340	344	367	393
Mitarbeitende mit befristetem Arbeitsvertrag gesamt	Anzahl	47	73	64	54	70
Weiblich	Anzahl	27	40	39	21	28
Männlich	Anzahl	20	33	25	33	42
Vollzeitbeschäftigte gesamt	Anzahl	538	546	562	599	639
Weiblich	Anzahl	206	216	220	231	238
Männlich	Anzahl	332	350	342	368	401
Teilzeitbeschäftigte gesamt	Anzahl	124	139	151	162	167
Weiblich	Anzahl	108	116	124	130	133
Männlich	Anzahl	16	23	27	32	34
Trainees gesamt	Anzahl	9	8	7	9	13
Weiblich	Anzahl	2	1	2	2	3
Männlich	Anzahl	7	7	5	7	10
Neue Mitarbeitende gesamt	Anzahl	82	103	111	133	148
Weiblich	Anzahl	39	44	50	57	59
Männlich	Anzahl	43	59	61	76	89
Mitarbeitende in Elternzeit gesamt	Anzahl	10	15	7	6	4
Weiblich	Anzahl	10	14	6	6	4
Männlich	Anzahl	0	1	1	0	0
Employer Engagement Survey (EES) Sustainability Score⁵	%	87	90	88	86	87
Fehlzeitenquote aufgrund von Krankheit⁶	%	2,52	2,29	3,81	./.	3,00
Mitarbeiterfluktuation⁷	Anzahl	63	55	106	95	101

⁵ Durchschnittliche positive Zustimmung zu fünf Fragen zum Thema Nachhaltigkeit in der jährlichen Mitarbeiterbefragung.

⁶ Die Krankenquote lässt sich für das Jahr 2023 aufgrund eines neuen Zeiterfassungssystems nicht darstellen. Durchschnittliche Jahreswerte.

⁷ Definition: Abgänge im Jahresverlauf insgesamt (inkl. altersbedingter Abgänge).

Umwelt	Einheit	2020	2021	2022	2023	2024
THG-Emissionen (Scope 1)⁸	t CO ₂ e	374	250	110	60	53
THG-Emissionen (Scope 2)⁹	t CO ₂ e	121	109	179	151	151
THG-Emissionen (Scope 3)¹⁰	t CO ₂ e	176	181	39	208	230
Senkung der THG-Emissionen (Scope 1–3) ggü. Basisjahr 2019¹¹	%	40,09	51,77	70,71	62,59	61,25
Energieverbrauch Strom gesamt (ohne Allgemeinstromanteil für Gebäudebetrieb)¹²	kWh	1.022.472	743.043	709.418	705.717	623.703
THG-Emissionen, verursacht durch Flugreisen (TTW)¹³	t CO ₂ e	27	20	1	142	150
THG-Emissionen, verursacht durch Hotelbesuche¹⁰	t CO ₂ e	5	7	0	36	31
Bürostandorte in Deutschland (Mietfläche in m²)	m ²	16.470	16.871	16.670	16.034	15.466,53
Anzahl voll ausgestatteter Arbeitsplätze (gem. ASR)	Anzahl	770	798	788	712	648
Mitarbeitende mit Zuschuss zum ÖPNV¹⁴	Anzahl	218	242	277	177	
Mitarbeitende mit Nutzung des bezuschussten Jobtickets¹⁵	Anzahl					368
Kunden, die auf Papierversand von Belegen verzichten¹⁶	%	53,30	74,80	80,00	83,00	85,00
Fuhrpark – Dieselfahrzeuge	Anzahl	82	60	42	24	2
Fuhrpark – Plug-in-Hybrid (Benzin/Diesel)	Anzahl	3	7	6	10	10
Fuhrpark – Elektrofahrzeuge	Anzahl	2	2	2	17	23

Gesellschaft	Einheit	2020	2021	2022	2023	2024
Gesamtausgaben für Kooperationen*	Euro	50.000,00	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00 €	50.000,00
Gesamtausgaben für Spenden*	Euro	112.960,17	82.177,63 €	126.458,95 €	95.602,00 €	102.117,00
Gesamtausgaben für Sponsorings*	Euro	54.713,80	34.907,60 €	71.375,00 €	55.464,92 €	134.644,00
Einzahlung Grundstockvermögen Bethmann Bank Stiftung¹⁷	Euro					330.000,00

*Markierte Kennzahlen beziehen sich nur auf den Geschäftsbereich Bethmann Bank.

⁸ Berechnet nach Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (Daten 2020–2022 pandemiebedingt nur geringfügig aussagekräftig); 2024-Daten beinhalten Emissionen aus BK-Abrechnungen für 2023 (Energiestandorte).

⁹ Berechnet nach Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (Daten 2020–2022 pandemiebedingt nur geringfügig aussagekräftig); market-based reporting; 2024-Daten beinhalten Emissionen aus BK-Abrechnungen für 2023 (Fernwärme).

¹⁰ Berechnet nach Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (Daten 2020–2022 pandemiebedingt nur geringfügig aussagekräftig).

¹¹ Berechnet nach Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard, Vergleichsjahr 2019: 1.244 tCO₂e (Daten 2020–2022 pandemiebedingt nur geringfügig aussagekräftig).

¹² Bezug von 100 % grünem Strom: klimaneutral, kompensiert durch Versorger; seit 01.01.2022 Bezug von 100 % Ökostrom aus regenerativen Quellen, keine Kompensation erforderlich.

¹³ Berechnet nach Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (Daten 2020–2022 pandemiebedingt nur geringfügig aussagekräftig), Tank-to-Wheel (TTW).

¹⁴ ÖPNV-Zuschuss bis Mai 2023. Von Mai 2023 bis Mai 2024 keine Begünstigung aufgrund staatlicher Angebote.

¹⁵ Seit Mai 2024 Arbeitgeberzuschuss von 15 Euro zum Deutschlandticket als Jobticket.

¹⁶ Prozentsatz in Bezug auf Nutzer von Mein Portal & Postbox, nicht Gesamtkundenzahl.

¹⁷ Erste von drei Tranchen in 2024.

Das Sustainability Execution Board

Unser Sustainability Execution Board setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Fachbereiche zusammen. Haben Sie Fragen, Anregungen oder Kritik zum Thema Nachhaltigkeit bei der ABN AMRO Bank in Deutschland oder Bethmann Bank, wenden Sie sich gerne per E-Mail an uns. Wir freuen uns auf Ihr Feedback.



Agnes Brelik

Vorsitzende des Sustainability Execution Boards
Mitglied der Geschäftsleitung
Head Wealth Products



Dr. Benjamin Contrael

Senior Legal Counsel



Alexandra Vitt-Krauß

Leiterin Marketing & Kommunikation



Eric Van Der Deijl

Country Operating Officer
Mitglied der Geschäftsleitung



Amandip Singh

Business Development Manager
Product Unit Wealth



Shisel Stenger

Business Managerin to CEO
Diversity-Beauftragte



Steffen Kunkel

Chief Investment Strategist



Monika Peukert

Sustainability Expertin, Koordinatorin des Sustainability Execution Boards



Eike Torben Lange

Commercial Chief of Staff



Claudia Richter

Head of Property & Facility Management Services



Julia Schmitjans

Sustainability Advisor



Katja Madhu Gäbel-Vadehra

Head of Strategy & Transformation



Alexander Julino

Country HR Manager

nachhaltigkeitsbericht@bethmannbank.de

Impressum und Kontakt

Herausgeber

Bethmann Bank,
ABN AMRO Bank N. V.
Frankfurt Branch
Mainzer Landstraße 1
60329 Frankfurt am Main
www.bethmannbank.de

Konzeption, Redaktion, Layout

Scholz & Friends Reputation

Ansprechpartnerinnen

Nachhaltigkeitskommunikation

Lisa Engelhardt
+49 152 58388540

Claudia Fleischer
+49 69 2177-3459

Kerstin Switala
+49 69 2177-4462

Alexandra Vitt-Krauß
+49 69 2177-1379

Carola Zimmermann
+49 69 2177-4112

nachhaltigkeitsbericht
@bethmannbank.de

Veröffentlichung

August 2025

Bildnachweise

ABN AMRO Bank N. V.: 5, 11, 26, 27,
34, 37, 45, 70, 75, 95, 96, 97, 98, 106, 107
Alex Habermehl Fotografie: 82, 83
Gettyimages: Titelbild, 1, 6, 7, 9, 12, 14,
19, 23, 24, 28, 31, 33, 35, 36, 38, 43, 44,
49, 53, 59, 60, 63, 64, 67, 68, 77, 78, 81,
84, 89, 90, 93, 99
Illustrationen von Oriana Fenwick: 3, 17,
40, 46, 50, 57, 72, 87, 100