



Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Allgemeine Informationen zur Sparkasse Berchtesgadener Land (Stand: 31.12.2021)..... | 5 |
| Kurzpräsentation des Unternehmens | 5 |
| Produkte und Dienstleistungen | 9 |
| Das Unternehmen und Gemeinwohl..... | 10 |
| A1 Menschenwürde in der Zulieferkette | 12 |
| A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette | 12 |
| Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette | 16 |
| A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette | 17 |
| A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen | 17 |
| A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette | 18 |
| Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen | 19 |
| A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette | 19 |
| A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette..... | 19 |
| Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette... | 20 |
| A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette | 21 |
| A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen..... | 21 |
| A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette | 22 |
| B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln | 23 |
| B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung | 23 |
| B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung..... | 24 |
| B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen | 24 |
| B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln..... | 27 |
| B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung | 27 |
| Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel..... | 27 |
| B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung..... | 29 |
| B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen..... | 29 |
| B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung | 32 |
| Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen | 33 |
| B4 Eigentum und Mitentscheidung | 33 |
| B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur..... | 33 |
| Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme | 34 |
| C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz..... | 35 |
| C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur | 35 |



| | |
|---|-----------|
| C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz | 40 |
| C1.3 Diversität und Chancengleichheit..... | 44 |
| Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen | 47 |
| C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge..... | 49 |
| C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes | 49 |
| C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit | 51 |
| C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance..... | 53 |
| Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge..... | 54 |
| C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden..... | 56 |
| C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit..... | 56 |
| C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz | 58 |
| C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung | 60 |
| Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung/Duldung unökologischen Verhaltens. | 61 |
| C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz..... | 61 |
| C4.1 Innerbetriebliche Transparenz | 61 |
| C4.2 Legitimierung der Führungskräfte | 63 |
| C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden | 64 |
| Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates..... | 66 |
| D1 Ethische Kundenbeziehungen | 66 |
| D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden | 67 |
| D1.2 Barrierefreiheit | 71 |
| Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen | 72 |
| D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen | 73 |
| D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen..... | 73 |
| D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen | 75 |
| Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen | 76 |
| D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen | 77 |
| D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)..... | 77 |
| D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz) | 79 |
| Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen | 81 |
| D4 Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz..... | 81 |
| D4.1 Kunden-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung | 81 |
| D4.2 Produkttransparenz | 83 |
| Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen | 84 |



| | |
|--|-----|
| E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen | 84 |
| E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben..... | 85 |
| E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen..... | 87 |
| Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen..... | 91 |
| E2 Beitrag zum Gemeinwesen | 91 |
| E2.1 Steuern und Sozialabgaben..... | 91 |
| E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens..... | 93 |
| Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung..... | 101 |
| Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention | 102 |
| E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen | 103 |
| E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie | 103 |
| E3.2 Relative Auswirkungen | 112 |
| Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen..... | 112 |
| E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung | 113 |
| E4.1 Transparenz | 113 |
| Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung | 114 |
| Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation..... | 115 |
| Ausblick | 116 |
| Kurzfristige Ziele | 116 |
| Langfristige Ziele..... | 116 |
| Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz | 117 |



Allgemeine Informationen zur Sparkasse Berchtesgadener Land

(Stand: 31.12.2021)

Firmenname: Sparkasse Berchtesgadener Land

Rechtsform: Anstalt des öffentlichen Rechts

Branche: Finanzdienstleistungen

Website: www.sparkasse-bgl.de

Firmensitz: Bad Reichenhall, Deutschland

Gesamtanzahl der Mitarbeitenden: 337, davon 34 Auszubildende

Vollzeitäquivalente: 286,86 (inkl. ruhender Mitarbeitende, ATZ in der Freistellungsphase, Reinigungskräfte, Auszubildende und Vorstände).

Anzahl der Geschäftsstellen: 16 Geschäftsstellen

Kundenanzahl: 68.533 Einzelpersonen

Bilanzsumme: 2,012 Milliarden Euro

Berichtszeitraum: Geschäftsjahre 2020 und 2021

Kurzpräsentation des Unternehmens

Seit ihrer Gründung im Jahr 1840 in Berchtesgaden ist unsere Sparkasse Berchtesgadener Land ein unverzichtbarer Bestandteil des Lebens in der Region - als selbständiges Kreditinstitut mit einem öffentlichen Auftrag, als wichtiger Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb und als bedeutender Steuerzahler sowie aktiver Förderer des Gemeinwohls.

In unseren sechs Unternehmenswerten, die wir unter dem Punkt D1 „Ethische Kundenbeziehungen“ detailliert aufschlüsseln, sind unsere Spitzenleistungen zu Werten verdichtet. Sie stellen unsere Glaubwürdigkeit dar und beschreiben unseren spezifischen Charakter (unsere „DNA“).

Unsere Versprechen:

- Durch den Erhalt unserer Selbständigkeit sichern wir unseren örtlichen Charakter und unsere besondere Leistungsfähigkeit für die Region. Damit fördern wir auch den Wettbewerb in der regionalen Kreditwirtschaft.
- Wir stellen unsere Leistungen allen zur Verfügung und wollen Marktführer im Privatkunden-, Firmen- und Kommunkunden-Geschäft im Berchtesgadener Land bleiben. Dabei stehen ausschließlich die Ziele und Wünsche unserer Kunden im Vordergrund.
- Unsere Innovationskraft konzentrieren wir auf unsere Kundschaft und bleiben so auch in Zukunft leistungsfähig und erfolgreich.
- Wir verfolgen eine solide und sicherheitsorientierte Geschäftspolitik und gehen nur kalkulierbare Risiken ein.



Unsere Leistungen:

- Mit unserem flächendeckenden Filialnetz, unserem Kunden-Service-Center und mit Hilfe neuer Medien bieten wir unseren Kunden Nähe und gute Erreichbarkeit.
- Freundlichkeit, Seriosität, Fairness und Vertrauen stehen im Mittelpunkt unserer Geschäftsbeziehungen.
- Wir sind für unsere Kundschaft ein versierter Experte und Ratgeber in allen Finanzthemen. Wir kennen die regionalen Verhältnisse wie kein Anderer und bieten Beurteilungs- und Entscheidungskompetenz vor Ort.
- Wir entwickeln individuelle Lösungen und Konzepte für unsere Kundschaft, denn begeisterte Kundinnen und Kunden sind die Basis unserer Existenz.
- Die hervorragende Qualifikation und das persönliche Engagement unserer Mitarbeitenden gewährleisten die hohe Qualität unserer Dienstleistungen.
- Unsere Produkte und Dienstleistungen sind einfach & verständlich und entsprechen den Wünschen unserer Kundschaft.

Unsere Mitarbeitenden:

- Wir bieten unseren Mitarbeitenden attraktive und sichere Arbeitsplätze in der Region.
- Wir fördern die Entwicklung und Qualifikation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und bieten berufliche Chancen durch vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten.
- Wir unterstützen das eigenverantwortliche Engagement unserer Mitarbeitenden und fördern und fordern ein lebenslanges Lernen, weil wir den Wandel der Zeit als Chance sehen.
- Jeder Mitarbeitende ist sich seiner Verantwortung für die Region bewusst und trägt mit Engagement und Leidenschaft zur Erreichung unserer Vision bei.

Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist als Anstalt des öffentlichen Rechts in besonderem Maße dem Gemeinwohl verpflichtet und unter allen Finanzdienstleistern die einzige Institution mit einem öffentlichen Auftrag.

Träger der Sparkasse Berchtesgadener Land ist der Sparkassenzweckverband Berchtesgadener Land. Mitglieder des Sparkassenzweckverbands sind der Landkreis Berchtesgadener Land, die Städte Freilassing und Laufen und die Marktgemeinde Teisendorf. Das erste von insgesamt drei Vorgängerinstituten, die Bezirkssparkasse Berchtesgaden, wurde 1840 errichtet, um die kreditwirtschaftliche Versorgung der Bevölkerung, der mittelständischen Wirtschaft und der öffentlichen Hand zu sichern sowie die finanzielle Eigenvorsorge der Bürgerinnen und Bürger zu stärken und die Entwicklung der Region zu fördern. Besonders in der Corona-Pandemie stellten die Sparkasse ihren ursprünglichen Gründungsgedanken unter Beweis.

Wir handeln in erster Linie gemeinwohlorientiert. Und arbeiten rentabel, um unsere Kapitalbasis für die Zukunft zu stärken. Erträge, die wir nicht zur Stärkung unseres Eigenkapitals verwenden, fließen in die Region zurück zur Finanzierung gesellschaftlich wichtiger Projekte und Strukturen. Als Sparkasse fördern wir mit unserer Geschäftstätigkeit verlässlich die Entwicklung von Wirtschaft, Gesellschaft und Lebensqualität in der Region.

Wir leben nicht über unsere Verhältnisse, sondern verfolgen eine verantwortungs- und risikobewusste Geschäftspolitik. Wir refinanzieren uns hauptsächlich über unsere Einlagen oder im Interesse unserer Kundschaft bei Förderbanken.



Wir kennen unsere Kundinnen und Kunden persönlich und betreuen sie langfristig. Deshalb finanzieren wir Investitionen mit Maß und Weitblick. Unsere geschäftspolitischen Ziele machen wir transparent. Wir verhalten uns fair und respektieren die Gesetze.

Wir verwenden die Einlagen unserer Kundschaft vorrangig zur Refinanzierung von Krediten an kleine und mittlere Unternehmen, private Personen und Kommunen in der Region. Wir ermöglichen auch wirtschaftlich schwächeren Personen die Teilnahme am Wirtschaftsleben, stellen Basis-Bankdienstleistungen für jedermann bereit und geben bzw. vermitteln Kredite zu fairen und verlässlichen Konditionen.

Der Erfolg unserer Geschäftstätigkeit bemisst sich an der umfassenden Gestaltungskraft, die wir als kommunal verankertes Kreditinstitut in unserem Geschäftsgebiet entwickeln. Betriebswirtschaftliche Solidität, gesellschaftliche bzw. soziale Teilhabe und eine gesunde, funktionsfähige Umwelt sind die Fundamente für unseren wirtschaftlichen Erfolg.

Verantwortung in der Region und das Wirtschaften nach nachhaltigen Prinzipien bestimmen heute das Nachhaltigkeitsverständnis der Sparkasse Berchtesgadener Land. Dieses wird maßgeblich geprägt durch den öffentlichen Auftrag und zusätzlich durch die Grundsätze für verantwortungsbewusstes Bankwesen der Vereinten Nationen.

Das Nachhaltigkeitsverständnis erstreckt sich auf die ökonomische, soziale und ökologische Dimension der Nachhaltigkeit und bezieht alle Unternehmensbereiche mit ein.

Nachhaltigkeit ist in die bestehende Unternehmenskultur integriert und als Führungsaufgabe definiert.

Das Nachhaltigkeitsmanagement umfasst daher Ziele und Maßnahmen

- im Kundengeschäft,
- Personalbereich,
- Geschäftsbetrieb,
- für Finanzierungen und Eigenanlagen
- sowie im lokalen Förderengagement.

Die Sparkasse versteht es als ihre Aufgabe, in ihrem Geschäftsgebiet Wirtschaft, private Personen und Gesellschaft bei ihrer Transformation zu mehr Nachhaltigkeit durch geeignete Finanzdienstleistungen zu unterstützen.

Leitsätze, Ziele und Maßnahmen werden regelmäßig überprüft und mit externen wie internen Anspruchsgruppen diskutiert. Daraus leiten sich ggf. neue Ziele und Maßnahmen ab. Leitsätze, Ziele und Maßnahmen werden darüber hinaus in verständlicher Weise an Stakeholder kommuniziert. Dabei sind die Bestandteile des Nachhaltigkeitsmanagements nicht isoliert voneinander zu sehen, sondern greifen ineinander.

Als führendes Kreditinstitut im Berchtesgadener Land machen wir es uns zur Aufgabe, gemeinsam mit unseren Partnern vor Ort und in der Sparkassen-Finanzgruppe die Transformation zu einer nachhaltigen regionalen Wirtschafts- und Infrastruktur zu fördern. Bereits heute finanzieren wir verlässlich Investitionen in Umwelt- und Klimaschutz sowie Ressourceneffizienz in Unternehmen, Kommunen und privaten Haushalten.



Darüber hinaus ermöglichen wir unseren Kunden die Geldanlage in Anlageprodukte mit besonderem ökologischen oder sozialen Nutzen. Durch spezifische Beratungs- und Informationsangebote fördern wir das Umweltbewusstsein bei unseren Kundschaft und bringen uns in regionale Initiativen ein. Beispiel hierfür ist die Teilnahme an dem regionalen Unternehmens-Netzwerk „Verantwortungsvoll wirtschaften“. Diese Anstrengungen werden wir künftig verstärken.

Produkte und Dienstleistungen

Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist ein verlässlicher Partner aller privaten, gewerblichen und kommunalen Kundschaften. Die ganzheitliche Beratung von Privatpersonen, Unternehmen und Kommunen sowie die Finanzierung ihrer Vorhaben sehen wir als unsere Kernaufgaben an.

Wir nutzen das Sparkassen-Finanzkonzept zur ganzheitlichen Beratung unserer Kundinnen und Kunden. Die Grundidee des Beratungsansatzes ist dabei, der Kundschaft anhand seiner finanziellen Bedürfnisse und Wünsche entsprechende Möglichkeiten und Lösungen vorzuschlagen.



Ganzheitlich. Gemeinsam. Auf den Punkt.

Das Sparkassen-Finanzkonzept besteht aus sechs modularen Themenfeldern, die bei jedem Kunden individuell ausgeprägt sind und genauso individuell optimiert werden können. Alle relevanten Finanzthemen werden mithilfe des Finanzfächers beleuchtet.

- Konten & Karten
- Sparen & Anlegen
- Wohnen & Immobilie
- Kredite & Konsum
- Absicherung
- Altersvorsorge

Als Allfinanz-Institut bieten wir unseren Sparkassen-Kundinnen und -Kunden ein breites Produkt- und Leistungsspektrum an. Das primäre Angebot unserer Sparkasse umfasst Produkte und Dienstleistungen zu den Themen:

| Produktgruppe | Produkte |
|-----------------|--|
| Geldanlage | Spareinlagen, Eigenemissionen, Termingelder, täglich fällige Gelder |
| Zahlungsverkehr | Girokonten, Karten |
| Finanzierung | Kontokorrentkredit, Investitionskredit, Leasing, Privatkredite, Wohnbaufinanzierungen |
| Bausparen | Bausparvertrag |
| Immobilien | Vermittlung von Immobilien, Vermittlung von Vermietung, Vermietung |
| Versicherungen | Sach- und Lebensversicherungen, Krankenversicherungen, Betriebliche Altersvorsorge, Gewerbliche Versicherungen |
| Wertpapiere | Aktien, Investmentfonds, Anleihen, Renten, Beteiligungen |

Die Sparkasse Berchtesgadener Land definiert den Umsatz als Saldo aus der Summe folgender Komponenten der Gewinn- und Verlustrechnung nach HGB: Zinserträge, Zinsaufwendungen, laufende Erträge aus Aktien etc., Erträge aus Gewinngemeinschaften etc., Provisionserträge, Provisionsaufwendungen und sonstige betriebliche Erträge. Der Umsatz beträgt für den Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2021: 43.097 TEUR.



| Produktgruppe | Volumen (Stichtag: 31.12.2021) | Veränderung 2020-2021 |
|--|-----------------------------------|-----------------------------|
| Verbindlichkeiten gegenüber Kunden (Spareinlagen, Eigenemissionen, Termingelder, täglich fällige Gelder) | 1.553.651 TEUR | + 3,2 % (+ 48.003 TEUR) |
| Kredite an Kunden | 1.164.187 TEUR | + 6,1 % (+ 66.956 TEUR) |
| Kundenanlagen (Verbindlichkeiten ggü. Kunden und Wertpapier-Volumen) | 1.871.042 TEUR | + 7,5 % (+ 130.967 TEUR) |
| Bausparen | 68.758 TEUR | - 2,9 % (- 2.083 TEUR) |
| Versicherungen | nicht verfügbar | |

Das Unternehmen und Gemeinwohl

Dinge ändern sich. Aufgaben ändern sich. Aber große Werte bleiben bestehen - darunter der Wert, Verantwortung für das gesellschaftliche Miteinander zu übernehmen. In der Verfassung des Freistaates Bayern, Artikel 151, heißt es zur Wirtschaftsordnung im Land: *„Die gesamte wirtschaftliche Tätigkeit dient dem Gemeinwohl, insbesondere der Gewährleistung eines menschenwürdigen Daseins für alle und der allmählichen Erhöhung der Lebenshaltung aller Volksschichten.“*. Ein guter Auftrag, den niemand anzweifeln kann. Gleichwohl: Er muss immer wieder aufs Neue zeitgemäß gelesen werden.

Als die Landesverfassung 1946 in Kraft trat, hatten die Menschen andere Themen vor Augen als heute. Die großen Herausforderungen rund um Klimawandel und Umweltschutz waren damals noch nicht im öffentlichen Bewusstsein angekommen; sie sind erst ab den 1970er-Jahren nach und nach verstanden worden. Seitdem fielen neue gesellschaftliche Aufgaben an - die nicht nur gelöst, sondern auch mit dem traditionellen Gemeinwohlauftrag in Einklang gebracht werden wollen. Mittlerweile wird sehr viel über Nachhaltigkeit gesprochen. Dies ist nicht, wie viele glauben, ein rein ökologisches Thema, sondern auch ein soziales und wirtschaftliches. Nur, wenn Ökologie, Soziales und Wirtschaft zusammenfinden, ist dem Gemeinwohl wirklich gedient. Wer Verantwortung trägt, muss alle - und alles - ins Auge fassen. Die Sparkasse Berchtesgadener Land stellt sich ihrer Verantwortung zum Wohle der Region und der hier lebenden Menschen auf vielfältige Weise. Dies haben wir mit unserer ersten Gemeinwohl-Bilanz transparent gemacht und möchten es mit der Rezertifizierung für die Geschäftsjahre 2020 und 2021 erneut belegen.

Über das Engagement der GWÖ sind wir über unseren Partner EM-Chiemgau, Herrn Fischer, aufmerksam geworden.

Ansprechpartner für die Gemeinwohl-Bilanz der Sparkasse Berchtesgadener Land:

Theresia Petram, Abteilungsleiterin Marketing/Vorstandsstab

E-Mail: theresia.petram@sparkasse-bgl.de, Telefon: 08651 707-1300

Dr. Michael Schürz, Referent Kommunikation und stv. Abteilungsleiter Marketing/Vorstandsstab

E-Mail: michael.schuerz@sparkasse-bgl.de, Telefon: 08651 707-1320



Dieses Zertifikat bestätigt die Gültigkeit des durchlaufenen GWÖ Auditprozesses und berechtigt zum Führen des Labels:

GEMEINWOHL ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft
 Bilanzierendes Unternehmen mit externem Audit

| | | | |
|----------------|------------------------|--------------------------|---|
| Testat: | Externes Audit | Gemeinwohl-Bilanz | Sparkasse Berchtesgadener Land |
| | M5.0 Vollbilanz | 2020/2021 | Auditor*In: Gitta Walchner Regina Soergel |

| Wert | MENSCHENWÜRDE | SOLIDARITÄT UND GERECHTIGKEIT | ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT | TRANSPARENZ UND MITENTSCHEIDUNG |
|---|--|--|--|--|
| Berührungsgruppe | | | | |
| A: LIEFERANT*INNEN | A1 Menschenwürde in der Lieferkette: 20 % | A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Lieferkette: 40 % | A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Lieferkette: 30 % | A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Lieferkette: 20 % |
| B: EIGENTÜMER*INNEN & FINANZ-PARTNER*INNEN | B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 40 % | B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln: 80 % | B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung: 40 % | B4 Eigentum und Mitentscheidung: 60 % |
| C: MITARBEITENDE | C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz: 70 % | C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge: 60 % | C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden: 40 % | C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz: 50 % |
| D: KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN | D1 Ethische Kund*innenbeziehungen: 70 % | D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen: 50 % | D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen: 40 % | D4 Kund*innen Mitwirkung und Produkttransparenz: 50 % |
| E: GESELLSCHAFTLICHES UMFELD | E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen: 50 % | E2 Beitrag zum Gemeinwesen: 70 % | E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen: 50 % | E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung: 50 % |

Testat gültig bis:
28.02.2025

BILANZSUMME:
517

Mit diesem Testat wird das Audit des Gemeinwohl-Berichtes bestätigt. Das Testat bezieht sich auf die Gemeinwohl-Bilanz 5.0.
 TestatID: jpf18
 Nähere Informationen zur Matrix und dem Auditsystem finden Sie auf www.ecogood.org

Hamburg, 14.02.2023

Bridget Knapper and Manfred Jotter / Executive Directors
 International Federation for the Economy for the Common Good e.V, VR 24207

INTERNATIONAL FEDERATION
 for the Economy for the Common Good e.V.



A1 Menschenwürde in der Zulieferkette

A1.1 Arbeitsbedingungen und gesellschaftliche Auswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Produkte/Dienstleistungen werden zugekauft? Nach welchen Kriterien werden Lieferant*innen ausgewählt?
- Wie werden soziale Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Wie wird geprüft, ob Verstöße gegen die Menschenwürde bei den Lieferant*innen vorliegen?
- Wie wird auf Lieferant*innen eingewirkt, um die Menschenwürde gegenüber ihren Berührungsgruppen stärker zu leben?
- Welche Zertifikate haben die zugekauften Produkte?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen in Tabellenform

Sparkassenverbundunternehmen im Vermittlungsgeschäft (= Produktpartnerunternehmen)

Hinweis: Die Spalte „Kostenvolumen“ wurde bewusst auf 0 gesetzt, da durch die Verbundpartner im Vermittlungsgeschäft keine Kosten entstehen.

| Verbundunternehmen | Eingekaufte Produkte/Dienstleistungen | Kostenvolumen 2020 und 2021 | Anteil am gesamten Einkauf in % | MA-Anzahl des Verbundunternehmens | Geschäftsbeziehung seit | Lieferantenfragebogen / Auskunft vorhanden (J/N) | Ökologische Zertifizierung | Soziale Zertifizierung | Nachhaltigkeitsbericht | Entfernung (Aspekt der Regionalität) |
|---|---|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--|---|---|------------------------|--------------------------------------|
| DekaBank Deutsche Girozentrale | Vermittlung von Investmentfonds, Verwaltung von Fondsanteilen | 0 | n.a. | 4.854 | mehr als 30 Jahren | N | Umweltnorm DIN EN ISO 14001 | n.a. | ja | 540 km |
| Versicherungskammer Bayern (VKB) | Vermittlung von Versicherungen und Vorsorgeleistungen | 0 | n.a. | 7.070 | mehr als 30 Jahren | N | Platin nach LEED, INTERNORGA Zukunftspreis; Unterzeichner „Principles for Responsible Investment“ (PRI) | Auszeichnung als ehrenamts- und helferfreundliches Unternehmen; Unterzeichner „Principles for Responsible Investment“ (PRI) | ja | 133 km |
| LBS Bay. Landes- | Vermittlung von Bauspar- | 0 | n.a. | 601 | mehr als 30 Jahren | N | ISO 14001 (Zertifikat) | n.a. | n.a. | 141 km |



| Verbundunternehmen | Eingekaufte Produkte/Dienstleistungen | Kostenvolumen 2020 und 2021 | Anteil am gesamten Einkauf in % | MA-Anzahl des Verbundunternehmens | Geschäftsbeziehung seit | Lieferantenfragebogen / Auskunft vorhanden (J/N) | Ökologische Zertifizierung | Soziale Zertifizierung | Nachhaltigkeitsbereich | Entfernung (Aspekt der Regionalität) |
|--|--|-----------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|--|---|------------------------|------------------------|--------------------------------------|
| bausparkasse | verträgen und Finanzierungen | | | | | | Umweltmanagementsystem, EMAS Zertifikat | | | |
| Sparkassen-Immobilien-Vermittlungs GmbH (S-Immo) | Vermittlung von Immobilien | 0 | n.a. | 50 | mehr als 30 Jahren | N | Ökostromzertifizierung | n.a. | n.a. | 136 km |
| Bayerische Landesbank (Bayern LB) | Vermittlung von Wertpapieremissionen, Finanzierungen sowie Sorten und Edelmetalle | 0 | n.a. | 8.368 | mehr als 30 Jahren | N | Umwelterklärung; ISO 14001 (Zertifikat) Umweltmanagementsystem, EMAS Zertifikat | Familienpakt Bayern | ja | 140 km |
| Deutsche Leasing (DL) | Vermittlung Leasing von Kfz, Anlagegütern, IT sowie Servicedienstleistungen zu Fuhrparkmanagement, Begleitung bei komplexen IT-Projekten | 0 | n.a. | 2.755 | mehr als 30 Jahren | N | n.a. | n.a. | n.a. | 142 km |
| S-Kreditpartner GmbH (SKP) | Vermittlung von Auto- und Konsumfinanzierungen | 0 | n.a. | 583 | 2017 | N | n.a. | n.a. | n.a. | 136 km |

Lieferant*innenliste (gemäß [Anlage](#))

Übersicht der Verwaltungsaufwendungen (gemäß [Anlage](#))

Der Anteil der zugekauften Produkte/Dienstleistungen am gesamten Einkaufsvolumen betrug 72,76 % im Jahr 2020 und 72,08 % im Jahr 2021.

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden
Nach unserem aktuellen Kenntnisstand 100 % der oben dargestellten Dienstleistungen. Eine detaillierte Erhebung dazu hat nicht stattgefunden.

Durch unser Geschäftsmodell bestehen keine Zulieferketten bzw. -beziehungen im klassischen Sinne, wie z. B. im produzierenden Gewerbe. Wir unterhalten dazu Geschäftsbeziehungen zu Unternehmen aus dem Sparkassenverbund, deren Produkte und Dienstleistungen wir an unsere Kundschaft vermitteln, und Unternehmen aus und außerhalb des Sparkassenverbundes, deren Produkte und Dienstleistungen wir selbst beziehen und nutzen.

Wir haben dazu für Liefer-/Dienstleistungsunternehmen im Handlungsfeld „Effizienz und Produktivität“ unserer Geschäftsstrategie folgende strategische Positionierungen für den Zukauf von Dienstleistungen von außen festgelegt:

- Wir nehmen Auslagerungen von Aktivitäten und Prozessen grundsätzlich immer dann vor, wenn damit wirtschaftliche oder operative Vorteile (z. B. wesentliche Qualitätsverbesserungen, Verringerung von Risiken insbesondere von Personalrisiken) realisiert werden können.
- Wir bevorzugen soweit wirtschaftlich vertretbar gemeinwohlorientierte/-zertifizierte und/oder regionale Liefer-/Dienstleistungsunternehmen.
- Wir begegnen unseren Liefer-/Dienstleistungsunternehmen stets auf Augenhöhe und handeln nach unseren Unternehmenswerten.
- Wir zielen stets auf Produkte, die unter fairen Arbeitsbedingungen hergestellt wurden, und auf eine lange und enge Geschäftsbeziehung zu unseren Liefer-/Dienstleistungsunternehmen ab.

Der Großteil unserer betrieblichen Aufwendungen für ausgelagerte Dienstleistungen - wie z.B. Kernbankensystem, Ratingdienstleistung(en) - ist aufgrund des Verbundgedankens bei zentralen Unternehmen innerhalb der Sparkassenorganisation beauftragt und in vielen Fällen für uns auch „alternativlos“ (FI, SR, dwpbank, Deka usw.), womit ein Wechsel des Dienstleistungsunternehmens unter wirtschaftlich vertretbaren Rahmenbedingungen nicht möglich ist. Im Rahmen des Sparkassenverbunds bestehen für uns in diesen Fällen grundsätzlich mittelbare Einflussnahmemöglichkeiten über die bestehenden Gremienstrukturen der Sparkassen-Finanzgruppe. Diese Ausführungen treffen grundsätzlich auch auf die Unternehmen aus der Sparkassen-Finanzgruppe zu, deren Produkte und Dienstleistungen wir an unsere Kundschaft vermitteln. Aufgrund der unterschiedlichen Gremienstrukturen und der damit verbundenen unterschiedlichen Einflussnahmemöglichkeiten sehen wir von einer weiteren, detaillierten Beschreibung ab.

Damit haben wir meist nur geringe unmittelbare Gestaltungsspielräume, insbesondere bei Unternehmen außerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe. Dort wo diese für uns z. B. im Rahmen von Direktgesprächen/-verhandlungen gegeben sind - wie z.B. Kurierdienst, Hausmeisterservice, Reinigungsdienst -, versuchen wir diese auch entsprechend zu nutzen. Exklusivrechte bestehen für uns aber in keinem Fall. Eine Auflösung der Geschäftsverbindung und ein Wechsel des Dienstleistungsunternehmens bzw. die Eigenfertigung ist für uns in diesen Fällen möglich.

Daneben gilt für uns in diesen Fällen stets das in der Sparkassenordnung verankerte Regionalitätsprinzip, welches nach unserer Auslegung ebenfalls besagt, die Aufträge möglichst an Firmen aus dem eigenen Geschäftsgebiet, vorzüglich an unsere Kundschaft zu vergeben. Den Grundsatz des fairen Wettbewerbs lassen wir dabei jedoch nicht außer Acht. Gerade über unsere Kundschaft sind wir aufgrund der in der Regel langjährigen Geschäftsbeziehungen sehr gut informiert.



Nahezu alle unsere Dienstleistungsunternehmen unterliegen hinsichtlich ihrer Arbeitsbedingungen deutschem bzw. europäischem Recht bzw. einem gültigen Tarifvertrag. Damit können wir mit hoher Sicherheit davon ausgehen, dass die Einhaltung der wesentlichen Rahmenbedingungen in deren Arbeitsumfeld gesichert sind und keine sozialen Risiken bestehen.

In unseren in der Regel jährlich durchgeführten, regelmäßigen Dienstleistungsgesprächen wurden in den letzten Jahren verstärkt Aspekte wie Nachhaltigkeit, Ökologie, Menschenwürde etc. thematisiert. Diese Vorgehensweise wollen wir auch weiter beibehalten und künftig auch in den dabei erstellten Dokumentationen schriftlich festhalten. Dabei sind uns keinerlei Verstöße unserer Dienstleistungsunternehmen bekannt geworden. Dies trifft auch auf die Erkenntnisse des zu unserer Dienstleistungssteuerung gehörenden laufenden Dokumentenstudiums (Dienstleistungsberichte, Presseartikel usw.) zu.

Die gesetzliche Vorgabe zur Einhaltung des Mindestlohngesetzes überwachen wir bei den darunterfallenden Dienstleistungsunternehmen durch Einholung entsprechender Bestätigungen konsequent. Dies machen wir auch deshalb konsequent, da es für uns nicht immer möglich ist, zu beurteilen, ob die erbrachten Dienstleistungen alle im Geltungsbereich der Europäischen Union vollzogen werden.

Zu diesem Themengebiet haben wir bis dato keine Befragungen bei den Mitarbeitenden der beauftragten Dienstleistungsfirmen durchgeführt bzw. durchführen lassen. Eine Durchführung dieser Art von Befragung(en) planen wir auch künftig nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Regionalitäts- und Ökologiefokus im Bestellwesen/Einkauf weiter intensiviert.
- Einheitlichen Verhaltenskodex im Bestellwesen/Einkauf in Geschäftsstrategie integriert und damit den handelnden Personen einen verbindlichen Rahmen vorgegeben.
- Wesentliche Liefer- und Dienstleistungsunternehmen aktiv in Bezug auf unsere geschäftsstrategische Ausrichtung informiert.
- Zur kompletten Eigenfertigung im Inlandszahlungsverkehr zurückgekehrt (Geschäftsverbindung zur DSGF gelöst).
- Dienstleistungsunternehmen im Bereich der Büro- und Verbrauchsmaterialien (von der Office Mix GmbH zur Schmaus GmbH) gewechselt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ab 2022: Bei Bedarf einheitlichen Verhaltenskodex im Bestellwesen/Einkauf weiter konkretisieren/verfeinern, dokumentieren und den handelnden Personen anweisen.
- ab 2022: Aktuell führen wir bei keinem unserer beauftragten Dienstleistungsunternehmen schriftliche Nachfragen durch, ob diese ggf. Zertifikate zu humanitären Arbeitsbedingungen, Umweltverträglichkeitsgutachten, ergonomische Arbeitsplatzgestaltung oder Ähnliches vorliegen haben. Bei der Neuauswahl von Dienstleistungsunternehmen stellt gerade in den letzten Jahren die Vorlage dieser Zertifikate, bestehender Umweltsiegel, erstellte Nachhaltigkeitsberichte etc. jedoch ein hochgewichtetes Auswahlkriterium dar. Dies wollen wir in Zukunft noch weiter intensivieren und die Einbeziehung in die Auswahlkriterien nun auch schriftlich (z. B. Auswahlkatalog für Dienstleistungsunternehmen) anweisen und uns Nachweise zum ökologischen Handeln verbindlich vorlegen lassen.



- ab 2022: Aspekte wie Nachhaltigkeit, Ökologie, Menschenwürde in den regelmäßigen Dienstleistungsgesprächen weiter und wiederkehrend thematisieren sowie in den dabei erstellten Dokumentationen schriftlich festhalten.
- ab 2022: Anteil der bezogenen nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen weiter erhöhen.
- ab 2022: Regionalitäts- und Ökologiefokus im Bestellwesen/Einkauf weiter intensivieren.
- ab 2023: „Grünen Saalachstrom“ von den Stadtwerken Bad Reichenhall grundsätzlich an allen unseren Standorten (Ausnahmen GS Berchtesgaden und GS Freilassing aufgrund vertraglicher Bindung erst ab 01.01.2025) beziehen und damit komplett zu einem „grünen“, regionalen Energiedienstleistungsunternehmen (Abkehr von EON) wechseln.

Negativ-Aspekt A1.2 Verletzung der Menschenwürde in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Bereiche der Zulieferkette weisen eine besondere Gefährdung der Menschenwürde auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren und zu vermeiden?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte, die ethisch riskant bzw. ethisch unbedenklich sind
Wird aktuell nicht gesondert erhoben. Nach unserem Kenntnisstand dürfte der Wert bei 0 % der in A1.1 dargestellten Dienstleistungen liegen.

Wir kaufen keine ethisch riskanten oder bedenklichen Produkte ein. Bereiche unserer „Zulieferkette“, die eine besondere Gefährdung der Menschenwürde aufweisen, sind uns aktuell nicht bekannt. Die Erkenntnisse unserer Dienstleistungssteuerung (siehe Aufgabenblock A1.1) liefern dazu aktuell keine Anhaltspunkte. Durch die enge Verknüpfung mit unseren regionalen Dienstleistungsunternehmen und den Dienstleistungsunternehmen der Sparkassen-Finanzgruppe sind uns zudem die handelnden Personen und/oder Firmen seit vielen Jahren bekannt. Tiefergehende Überprüfungshandlungen haben wir nicht durchgeführt.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.



A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette

A2.1 Faire Geschäftsbeziehungen zu direkten Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Wie wird für faire und solidarische Geschäftsbeziehungen mit direkten Lieferant*innen gesorgt, insbesondere durch Ausgestaltung der Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen sowie im operativen Tagesgeschäft?
- Wie zufrieden sind die Lieferant*innen mit den Preis-, Zahlungs- und Lieferbedingungen?
- Mit welchen Maßnahmen wird dazu beigetragen, dass die Lieferant*innen über einen fairen Anteil an der Wertschöpfung verfügen?

Verpflichtende Indikatoren

- **Durchschnittliche Dauer der Geschäftsbeziehung zu Lieferant*innen**
Wird nicht gesondert erhoben. Geschätzt dürfte diese jedoch bei größer 10 Jahren liegen (mit vorangegangenen Firmen, z. B. IZB-Soft als eine der FI vorangegangenen Firmen, vermutlich sogar deutlich mehr). Die Einschätzung wird durch die ausgewählten Unternehmen in der Lieferant*innenliste bestätigt.
- **Geschätztes Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen Unternehmen und Lieferant*innen**
Wird aktuell nicht gesondert erhoben. Geschätzt müsste ein ausgewogenes Verhältnis (50:50) bestehen.

Wir begegnen unseren geschäftlich verbundenen Unternehmen stets auf Augenhöhe und handeln nach unseren Unternehmenswerten. Aufträge vergeben wir daher vornehmlich an unsere Kundschaft in der Region. Wenngleich ein angemessenes Preis-Leistungsverhältnis Grundlage jeder Vergabeentscheidung ist, verzichten wir überwiegend auf preisgetriebene Beschaffungsprozesse. Wir pflegen deshalb auch jahrzehntelange, nachhaltige und enge Beziehungen zu den meisten unserer geschäftlich verbundenen Unternehmen. Die durchschnittliche Dauer von Geschäftsbeziehungen erheben wir dazu jedoch nicht gesondert.

Über eine entsprechende Vertragsgestaltung versuchen wir eine faire und solidarische Geschäftsbeziehung zu unseren Dienstleistungsunternehmen aufzubauen. Durch die Maßnahmen der Dienstleistungssteuerung halten wir dies konsequent nach. Als stets seriöser und verlässlicher Gegenüber halten wir Preis- und Zahlungsbedingungen bei entsprechender Gegenleistung ein. Mahnungen, Beschwerden oder konkrete Hinweise aus den Dienstleistungsgesprächen haben wir nicht erhalten bzw. sind uns nicht bekannt.

Das Verhältnis des Anteils an der Wertschöpfung zwischen uns und unseren Dienstleistungsunternehmen erheben wir aktuell nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt/Verbesserungspotenziale/Ziele:

In den Ausführungen zu A1.1 mit enthalten.



A2.2 Positive Einflussnahme auf Solidarität und Gerechtigkeit in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategien verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen fairen und solidarischen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie überprüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt.
Wird aktuell nicht gesondert erhoben.
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein fairer und solidarischer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.
Wird aktuell nicht gesondert erhoben.

Unsere „Zulieferketten“ sind in der Regel kurz und damit teilweise gut überschaubar. Wir leben unseren geschäftlich verbundenen Unternehmen Respekt, Fairness, Zuverlässigkeit und Seriosität vor. Dabei kommunizieren wir, dass dies nicht nur unser Selbstverständnis, sondern auch eine Erwartung an alle unsere geschäftlich verbundenen Unternehmen darstellt. Da der überwiegende Teil unserer Dienstleistungsunternehmen Teil der Sparkassen-Finanzgruppe sind, haben diese ein ähnliches Selbstverständnis wie wir selbst als öffentlich-rechtliches Kreditinstitut, welches auftragsgemäß nicht nach Gewinnmaximierung strebt. Wie wir uns dabei strategisch aufgestellt haben, wurde in den vorstehenden Aufgabenblöcken bereits ausführlich geschildert.

Sanktionen bei Zuwiderhandlungen haben wir in aller Regel vertraglich festgelegt. Sofern wir in der Zusammenarbeit mit unseren geschäftlich verbundenen Unternehmen Probleme feststellen, sprechen wir diese unverzüglich sowie konsequent an und drängen dabei auf eine baldige Problembeseitigung. Im äußersten Fall sind wir auch dazu bereit, eine Geschäftsbeziehung zu beenden/zu wechseln, sofern dies unter vertraglichen wie wirtschaftlichen Gesichtspunkten möglich bzw. vertretbar ist. Dazu hatten wir in den letzten Jahren jedoch keine Veranlassung. Eine generelle Überprüfung eventuell vorhandener Risiken und Missstände hinsichtlich Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette führen wir aktuell nicht durch. Den Anteil der eingekauften Produkte, die ein Label tragen, das Solidarität und Gerechtigkeit berücksichtigt, erheben wir ebenfalls nicht.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

Negativ-Aspekt A2.3 Ausnutzung der Marktmacht gegenüber Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Inwiefern besitzt das Unternehmen Marktmacht gegenüber Lieferant*innen und wie wird sie eingesetzt?
- Hat das Unternehmen Hinweise darauf, dass seine Lieferant*innen unter seiner Marktmacht, insbesondere hinsichtlich Zahlungs- und Lieferbedingungen, leiden?
- Welche Beschwerden bzw. negative Berichterstattung gab es im letzten Jahr diesbezüglich?

Wir haben über unsere Dienstleistungsunternehmen keine spezielle Marktmacht oder üben diese aus. Einkäufe, die direkt von uns getätigt werden, erfolgen vornehmlich über unsere Kundschaft. Insofern ist ein faires Miteinander gewährleistet. Es bestehen daher auch keine Hinweise, dass unsere geschäftlich verbundenen Unternehmen unter einem etwaigen Marktdruck durch uns leiden. Unserem internen Beschwerdemanagement liegen diesbezüglich keine Beschwerden vor.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

A3.1 Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche und wie viele Rohstoffe und Materialien werden in der Produktion aufgewendet?
- Welche Art von Energie, Material und welche Technologien werden in der Produktion eingesetzt?
- Nach welchen Kriterien werden Rohware, Produkte und Dienstleistungen ausgewählt?
- Wie werden ökologische Risiken in der Zulieferkette evaluiert?
- Welche schädlichen Umweltauswirkungen gibt es in der Zulieferkette bzw. bei zugekauften Produkten?
- Welche ökologischen Kriterien werden bei der Auswahl der Produkte und Lieferant*innen berücksichtigt?
- Durch welche Maßnahmen wird eine Reduktion der Umweltauswirkungen bei den direkten Lieferant*innen und in der gesamten Zulieferkette erreicht?
- Welche Unterschiede gibt es zum Mitbewerber hinsichtlich ökologischem Einkauf?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen sind
Wird aktuell nicht gesondert erhoben.
- Anteil der Lieferant*innen, die zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen
Wird aktuell nicht gesondert erhoben/bewertet.



Als Dienstleistungsunternehmen spielen Rohstoffe und Materialien in unserer Produktion keine besondere Rolle. Wir unterhalten damit mit unserem Geschäftsmodell keine Produktion im herkömmlichen Sinn. Unser Schwerpunkt liegt somit hauptsächlich im Bezug von Energie. Wie wir uns dazu aufgestellt haben und was wir zu einer steten Verbesserung unternehmen, haben wir im Aufgabenblock E3 sehr ausführlich beschrieben. Den Anteil der eingekauften Produkte und Dienstleistungen, die ökologisch höherwertige Alternativen darstellen, haben wir aktuell nicht erfasst. Allerdings achten wir insbesondere beim Einkauf/Bezug von Büro-/Verbrauchsmaterialien, Geräten und Maschinen auf entsprechende Umwelt-Labels. Den Anteil der geschäftlich verbundenen Unternehmen, welche zur Reduktion ökologischer Auswirkungen beitragen, bewerten wir aktuell nicht. Darüber, ob bzw. inwieweit unsere Mitwerbenden ökologisch einkaufen, liegen uns weder umfassende noch fundierte Erkenntnisse vor.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Handelnde Personen in Einkauf/Beschaffung auf Wiederverwertbarkeit von Produkten, Richtlinien für die Rücknahme von Produkten nach Ablauf von deren Lebensdauer und Erfüllung von Umwelt-Labels (z. B. Energy Star) oder ähnlicher Normen weiter sensibilisiert sowie konsequent (z. B. schriftlich in Form eines Verhaltenskodexes) angehalten.
- Gemeinwohlerzertifizierten bzw. -nahen Unternehmen - wenn möglich - Vorrang bei Einkaufsentscheidungen eingeräumt, um damit deren Berücksichtigung von ökologischen Kriterien in ihrer Geschäftstätigkeit zu gewährleisten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ab 2022: Weiteren gemeinwohlerzertifizierten bzw. -nahen Unternehmen - wenn möglich - Vorrang bei Einkaufsentscheidungen einräumen, um damit deren Berücksichtigung von ökologischen Kriterien in ihrer Geschäftstätigkeit zu gewährleisten.
- ab 2022: Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung von Investitionen definieren.

Negativ-Aspekt A3.2 Unverhältnismäßig hohe Umweltauswirkungen in der Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Lieferant*innen bzw. Produkte der Zulieferkette weisen besonders hohe schädliche Umweltauswirkungen auf?
- Welche Maßnahmen werden getroffen, um diese Auswirkungen zu reduzieren?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte/Dienstleistungen, die mit unverhältnismäßig hohen Umweltauswirkungen einhergehen

Dazu konnten keine Zahlen erhoben werden – nicht darstellbar.

Zu keinem unserer geschäftlich verbundenen Unternehmen liegen uns Erkenntnisse und Informationen zu einer Produktion unter besonders hohen schädlichen Umweltauswirkungen vor. Daher konnten wir dazu auch keine Maßnahmen treffen. Der Anteil der eingekauften Produkte und Dienstleistungen, mit denen unverhältnismäßig hohe Umweltbelastungen einhergehen, ist nicht darstellbar.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette

A4.1 Transparenz und Mitentscheidungsrechte für Lieferant*innen

Berichtsfragen

- Welche Informationen werden in welchem Umfang Lieferant*innen zur Verfügung gestellt?
- Wie und in welchem Umfang wird Lieferant*innen in relevanten Situationen und Bereichen Mitentscheidung ermöglicht?
- Wie zufrieden sind Lieferant*innen mit der Informationspolitik und den Mitentscheidungsrechten des Unternehmens?

Im Zuge der Auftragsvergaben können sich unsere geschäftlich verbundenen Unternehmen bei unseren einkaufsverantwortlichen Mitarbeitenden vollumfänglich informieren. Auch informieren wir unsere geschäftlich verbundenen Unternehmen insbesondere im Rahmen der jährlichen Dienstleistungsgespräche über unsere Geschäftstätigkeit und bevorstehende Entwicklungen. Durch die Informationen auf unserer Sparkassen-Homepage (u. a. mit dem Gemeinwohlbilanzbericht) haben unsere geschäftlich verbundenen Unternehmen zudem die Möglichkeit, sich über unsere Geschäftstätigkeit vollumfänglich zu informieren.

Wir sind Mitglied der Sparkassen-Finanzgruppe. Für unsere Verbundunternehmen im Vermittlungsgeschäft sowie für viele unsere Dienstleistungsunternehmen trifft dies ebenfalls zu. Zur Sicherstellung, dass die Zusammenarbeit im Verbund funktioniert, wurden für die Mitglieder der Sparkassen-Finanzgruppe entsprechende Regeln zur Zusammenarbeit definiert und in der Regel vertraglich fixiert. Womit auch ein laufender, umfangreicher und transparenter Informationsaustausch über die Sparkassenverbände (z. B. über Rundschreiben) bzw. über die Gremienstruktur der Dienstleistungsunternehmen (z. B. über Rundschreiben, Gremienprotokolle) bzw. direkt untereinander (z. B. über jährliche Dienstleistungsgespräche, individueller Schriftverkehr) sichergestellt ist. Damit ergibt sich für uns die Situation, dass Mitentscheidungsrechte und Einflussnahmemöglichkeiten sowohl durch uns bei unseren Dienstleistungsunternehmen, als auch durch unsere Dienstleistungsunternehmen bei uns (z. B. Einsatz entsprechender Hard- und Software auf Vorgabe unseres Rechenzentrums) je nach Vertragssituation gegeben sind. Aufgrund der Unterschiedlichkeit und der Komplexität der dabei vorherrschenden Konstellationen verzichten wir auf eine detailliertere Darstellung der einzelnen Möglichkeiten. Eine Umfrage über die Zufriedenheit mit unserer Informationspolitik und den bestehenden Mitentscheidungsrechten unter unseren geschäftlich verbundenen Unternehmen planen wir nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Regelmäßige Dienstleistungsgespräche und laufende Dienstleistungssteuerung.
- Einheitlichen Verhaltenskodex im Bestellwesen/Einkauf in Geschäftsstrategie integriert und damit den handelnden Personen einen verbindlichen Rahmen vorgegeben.
- Wesentliche Liefer- und Dienstleistungsunternehmen aktiv in Bezug auf unsere geschäftsstrategische Ausrichtung informiert.



Verbesserungspotenziale/Ziele:

- ab 2022: Bei Bedarf einheitlichen Verhaltenskodex im Bestellwesen/Einkauf weiter konkretisieren/verfeinern, dokumentieren und den handelnden Personen anweisen.

A4.2 Positive Einflussnahme auf Transparenz und Mitentscheidung in der gesamten Zulieferkette

Berichtsfragen

- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen, um innerhalb seines Einflussbereichs entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander zu gewährleisten?
- Mit welchen Maßnahmen fordert und fördert das Unternehmen entlang der Zulieferkette einen transparenten und partizipativen Umgang aller Beteiligten miteinander?
- Wie prüft und sanktioniert das Unternehmen diesbezüglich eventuell vorhandene Risiken und Missstände?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der eingekauften Produkte und Rohwaren, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt
Wird aktuell nicht gesondert erhoben.
- Anteil der Lieferant*innen, mit denen ein transparenter und partizipativer Umgang mit Anspruchsgruppen thematisiert wurde bzw. die auf dieser Basis ausgewählt wurden.
Nach unserem aktuellen Kenntnisstand 100 % der in 1.1 dargestellten Dienstleistungen.

Wir versuchen unsere Unternehmenswerte vorzuleben. Darum erwarten wir insbesondere Transparenz, Offenheit und Verlässlichkeit auch von unseren Dienstleistungsunternehmen. Hier unterliegen wir zudem weitgehend den in der Sparkassen-Finanzgruppe getroffenen Regelungen (siehe auch Aufgabenblock A 4.1). Optimierungsmöglichkeiten regen wir dabei konsequent an (z. B. Deka/Produktausschuss).

Da wir im Einkauf außerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe stark auf Unternehmen aus der Region zurückgreifen, die vielfach auch als Kundschaft mit uns in einer Geschäftsbeziehung stehen, bestehen laufende Austausch- und Vernetzungsmöglichkeiten (z. B. bei regionalen Veranstaltungen und/oder Veranstaltungen für die Kundschaft der Sparkasse).

Der Anteil der eingekauften Produkte, die ein Label tragen, welches Transparenz und Mitentscheidung berücksichtigt, wird von uns aktuell nicht erhoben.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Regelmäßige Dienstleistungsgespräche und laufende Dienstleistungssteuerung.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Informationsaustausch - gerade außerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe - noch weiter intensivieren.

B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B1.1 Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung

Berichtsfragen

- Wie kann eine ausreichende Risikodeckung durch Eigenmittel gesichert werden?
- Welche unterschiedlichen Möglichkeiten des Gewinns von Eigenmitteln wurden in Betracht gezogen?

Verpflichtende Indikatoren

- Eigenkapitalanteil und durchschnittlicher Eigenkapitalanteil der Branche.

Harte Kernkapitalquote (CET1-Quote):

| Werte in % | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------|-------|-------|
| Sparkasse Berchtesgadener Land | 16,24 | 16,59 |
| SVB | 16,09 | 15,09 |
| Branchendurchschnitt ¹ | 15,62 | 15,48 |

Aufgrund ihrer Rechtsform können Sparkassen, im Gegensatz zu Genossenschaften und Kapitalgesellschaften, ihr Kernkapital nur durch die Thesaurierung von Gewinnen stärken. Das Eingehen von nachrangigen Verbindlichkeiten, z. B. durch Sparkassenbriefe mit Nachrangabrede, war für die Sparkasse Berchtesgadener Land im Berichtszeitraum keine Option.

Um erwartete und unerwartete Risiken durch Eigenkapital entsprechend abdecken zu können, hat die Sparkasse Berchtesgadener Land ein Risikomanagement/-controlling eingerichtet. Zu den wesentlichen Aufgaben des Risikomanagements gehören die bewusste Übernahme, aktive Steuerung und gezielte Transformation von Risiken. Zur Darstellung des Risikomanagementsystems hat die Sparkasse ein Risikohandbuch erstellt, in dem der grundsätzliche Umgang mit allen Risikoarten dokumentiert ist. Entsprechend ihrer Risikostrategie geht die Sparkasse nur Risiken ein, die für eine kontinuierliche Wertsteigerung der Sparkasse erforderlich sind. Die Sparkasse verfolgt grundsätzlich eine risikoneutrale Position. Dies bedeutet, dass das Verhältnis von Chancen und Risiken bewusst abgewogen wird und nur kalkulierte Risiken eingegangen werden, für die ausreichend Deckungsmassen zur Verfügung stehen.

Unsere Eigenkapitalquote liegt deutlich über den gesetzlichen Anforderungen. Auch der Vergleich mit dem Durchschnittswert der bayerischen Sparkassen (SVB) und dem Branchendurchschnitt zeigt unsere Eigenkapitalstärke. Diese Kennziffern spiegeln unsere Selbstständigkeit und finanzielle Unabhängigkeit wider, die unsere Sparkasse vor unerwünschten externen Einflüssen, insbesondere Finanzrisiken, schützen.

Hauptertragsquelle zur Erhaltung und Stärkung unseres Eigenkapitals ist das operative Kundengeschäft. Dabei verfolgen wir nicht das Prinzip der Gewinnmaximierung, sondern orientieren uns an den Bedürfnissen der Kundschaft. Dieses Konzept wird durch entsprechende Vertriebsziele und einem strukturierten Führungsprozess wirkungsvoll unterstützt und umgesetzt und im Rahmen des Vertriebscontrollings regelmäßig überprüft.

¹ Pressemitteilungen der EZB: Statistiken der Bankenaufsicht für das jeweilige Jahresschlussquartal



Zusätzlich führen wir Kundenzufriedenheitsbefragungen durch, um Strategien, Konzepte und angebotene Produkte zu optimieren.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Thema Nachhaltigkeitsrisiken wurde noch stärker in das Risikomanagement und -controllingsystem integriert: Einführung der Nachhaltigkeitsinventur in 2021. Die Nachhaltigkeitsinventur vermittelt ein grundlegendes Verständnis über die Art und Weise, wie unterschiedliche Aspekte von Nachhaltigkeit auf ein Institut wirken. Sie schafft somit Transparenz über die Betroffenheit eines Instituts von Nachhaltigkeit. Dabei werden sowohl Nachhaltigkeitsrisiken, die von außen auf das Institut einwirken (Outside-in-Perspektive) als auch die vom Institut ausgehenden Risiken für Nachhaltigkeit (die sogenannte Inside-out-Perspektive) betrachtet.
- Erste Erfahrungen zum Thema „ESG-Score“ im Kundenkreditgeschäft.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- In den folgenden Jahren wird die Sparkasse Berchtesgadener Land das Thema Nachhaltigkeitsrisiken, insbesondere im Bereich Kundenkreditgeschäft (ESG-Scoring) noch stärker in das Risikomanagement und -controllingsystem integrieren.

B1.2 Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung

Berichtsfragen

- Welche Form und Anteile von Finanzierung durch Berührungsgruppen und/oder über Ethikbanken können umgesetzt werden bzw. sind relevant?
- Wie können konventionelle Kredite abgelöst und Finanzrisiken konkret verringert werden?

Verpflichtende Indikatoren

- Fremdkapitalanteil (%-Anteil Fremdkapital)
- Finanzierung, aufgeschlüsselt nach Finanzierungsart (in Tsd. EUR)

Die Sparkasse Berchtesgadener Land hat keine von Dritten zur Verfügung gestellten Eigenkapitalbestandteile (vgl. B1.1; 1. Absatz). Fremdfinanzierungen bestehen produktbedingt im Zusammenhang bei Weiterleitungsdarlehen. Zur Liquiditätsbeschaffung werden temporär Refinanzierungen (Tendergeschäfte) mit der Bundesbank/EZB abgeschlossen.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

B1.3 Ethische Haltung externer Finanzpartner*innen

Berichtsfragen

- Welche Finanzpartner*innen hat das Unternehmen?
- Wie sind die Finanzpartner*innen in Bezug auf ethisch-nachhaltige Ausrichtung zu bewerten?

Verpflichtende Indikatoren

Bis zu drei wesentliche Finanzpartner*innen; jeweils Partner*inneninstitut, Finanzprodukt und Geschäftsumfang (Jahresvolumen).

Viele unserer vermittelten Produkte im Kundengeschäft sind Bestandteil der Produktpalette unserer Finanzpartner. Als Sparkasse sind wir Mitglied der Sparkassen-Finanzgruppe und haben damit den Vorteil mit vielen anderen Verbundpartnern eng zusammenarbeiten zu können.

Unsere wichtigsten externen Finanzpartner:

| Partner in der S-Finanzgruppe | Zusammenarbeit im Bereich: | Eigenanlagen 31.12.2020 (in TEUR) | Eigenanlagen 31.12.2021 (in TEUR) |
|---|--|-------------------------------------|---|
| Bayern LB | Wertpapieremissionen und Finanzierungen, Sorten und Edelmetalle | 80.221 | 113.396 |
| Deka Investments | Investmentfonds, Verwaltung von Fondsanteilen | 210.780 | 223.057 |
| Kreditpartner | Geldmarkt „Evergreen“ | 60.000 | 30.000 |
| Kreditpartner | Darlehen | 65.000 | 65.000 |
| Partner in der S-Finanzgruppe | Zusammenarbeit im Bereich: | Vermittlungsgeschäft 2020 (in TEUR) | Vermittlungsgeschäft 2021 (in TEUR) |
| Deka Investments | Vermittlung von Investmentfonds, Verwaltung von Fondsanteilen | 56.350 Bruttoabsatz | 148.725 Bruttoabsatz |
| LBS | Bausparverträge und Finanzierungen | 31.069 | 16.584 Neugeschäft Bausparsumme* |
| Sparkassen Immobilien VERMITTLUNGS GMBH | Bayernweites Angebot von Immobilien und Grundstücken | 33.214 | 46.972 Neugeschäft Objektwert* |
| VER SICHER KAMMER BAYERN UNGS | Versicherungen und Vorsorge | 23.805 | 12.378 Neugeschäft Leben-Beitragssumme* |
| Deutsche Leasing | Leasing von KFZ, Anlagegütern und IT, Servicedienstleistungen wie Fuhrparkmanagement und Begleitung bei komplexen IT-Projekten | 253 | 1.163 Neugeschäft Volumen* |
| Kreditpartner | Vermittlung von Konsumentenkrediten | 6.700 | 5.100 Neugeschäft Volumen |

* Quelle: S-IBUS / Verbundstatistiken

Bei der Wahl unserer Verbundpartner wird darauf geachtet, dass diese Ihrer Verantwortung in gesellschaftlicher, ökonomischer, ökologischer und sozialer Hinsicht nachkommen.



Berichterstattungen unserer Finanzpartner zum Thema Nachhaltigkeit:

Bayerische Landesbank (BayernLB):

- [Nachhaltigkeitsratings](#)
- [Nachhaltigkeitsreporting](#)
- [Grundlegende Nachhaltigkeitsstandards](#)
- [Nachhaltigkeitsstandards im Rahmen der Finanzierung](#)
- [Nachhaltigkeitsstandards für Handels- und Kapitalmarktgeschäfte:](#)
- [Umweltmanagement](#)
- [Klimaschutz](#)
- [Klimafreundliche Mobilität](#)
- [Nachhaltige Beschaffung](#)
- [Kennzahlen Umweltschutz](#)
- [Spenden](#)
- [Arbeitgeber](#)
- [Gleiche Chancen für alle Beschäftigten](#)

Deka:

- [Nachhaltigkeit in der Deka-Gruppe](#)
- [Nachhaltigkeitsratings](#)
- [Nachhaltige Unternehmensführung](#)
- [Nachhaltiges Personalmanagement](#)
- [Nachhaltiger Bankbetrieb](#)
- [Nachhaltige Produkte](#)
- [Gesellschaftliches Engagement](#)
- [Deka als Arbeitgeber](#)

Versicherungskammer Bayern:

- [Soziales Engagement](#)
- [Arbeitgeber](#)

Deutsche Leasing:

- [Arbeitgeber](#)
- [Soziales Engagement](#)

S-Kreditpartner:

- [Nachhaltigkeit - SKPlab am Gendarmenmarkt.](#)

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln

B2.1 Solidarische und gemeinwohlorientierte Mittelverwendung

Berichtsfragen

- Welche notwendigen Zukunftsausgaben konnten ermittelt werden und wie weit sind ihre Deckung und zusätzliche Risikovorsorge möglich?
- Welche Ansprüche stellen die Eigentümer*innen an ihre Kapitalerträge mit welcher Begründung?

Verpflichtende Indikatoren

- Mittelüberschuss aus laufender Geschäftstätigkeit (in Tsd. EUR)
- Gesamtbedarf Zukunftsausgaben (in Tsd. EUR)
- Getätigter strategischer Aufwand (in Tsd. EUR)
- Anlagenzugänge (in Tsd. EUR)
- Zuführung zur Rücklage (in Tsd. EUR)
- Auszuschüttende Kapitalerträge (in Tsd. EUR, in % vom Stamm- oder Grundkapital)

Wie unter B1.1 bereits erläutert, erwirtschaftet die Sparkasse Berchtesgadener Land ihren Ertrag überwiegend im operativen (Kunden-)Geschäft, und deckt damit ihre jährlichen Aufwendungen, inklusive Maßnahmen zur Risikovorsorge. Darüber hinaus konnte das Eigenkapital regelmäßig durch Zuführungen gestärkt werden. Durch eine jährlich zu aktualisierende Kapitalplanung, mit einem Planungshorizont von fünf Jahren, ist der Erhalt der Zukunftsfähigkeit der Sparkasse sichergestellt.

Wesentliche Kennzahlen/Indikatoren:

| Werte in TEUR | 2020 | 2021 |
|---|--------|--------|
| Verwaltungsaufwand | 27.405 | 28.018 |
| Betriebsergebnis vor Bewertung | 11.318 | 12.439 |
| Bewertungsergebnis | -5.919 | 88 |
| Ergebnis vor Steuern | 5.311 | 10.535 |
| Zuführungen zu den Rücklagen (inkl. Vorsorgereserven) | 1.790 | 7.481 |

Quelle: BV-Wertbereich; absolut; Tabellen 65-68

Ausschüttungen an die Eigentümer fanden in der Vergangenheit nicht statt und sind auch künftig nicht geplant/absehbar.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

Negativ-Aspekt B2.2 Unfaire Verteilung von Geldmittel

Berichtsfragen

- Aus welchem Grund wird/wurde ein Standort trotz Gewinnlage verlagert oder geschlossen?
- Aus welchem Grund werden im Unternehmen trotz stabiler Gewinne Arbeitsplätze abgebaut?



- Aus welchem Grund werden zweistellige Renditen als Kapitalerträge an nicht im Unternehmen tätige Gesellschafter*innen ausbezahlt?

Im Berichtszeitraum (2020/2021) wurden keine personenbesetzten Standorte geschlossen. Alle bisherigen und künftigen Filialschließungen/-zusammenlegungen erfolgten/erfolgen aufgrund des veränderten Kundenverhaltens, welches derzeit primär vom digitalen Ausbau unseres Serviceangebots geprägt ist. Durch die vielfältigen Möglichkeiten, die das Online-/Mobile-Banking und die bequemen Zahlungsmöglichkeiten per Karte oder Smartphone (24/7) bieten, ist das Aufsuchen einer örtlichen Sparkasse nicht mehr so häufig zu beobachten. Zusätzlich steht unser Kunden-Service-Center für Kundenfragen montags bis freitags von 08:00 bis 19:00 Uhr zur Verfügung. Dies ermöglicht, dass die Vielzahl der Kundenwünsche telefonisch geklärt und fallabschließend bearbeitet werden können. Die Filial-Schließungen/-Zusammenlegungen führten nicht zu betriebsbedingten Kündigungen. Die Sparkasse ist weiterhin in jeder politischen Gemeinde des Geschäftsgebiets vertreten.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.



B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverwendung

B3.1 Ökologische Qualität der Investitionen

Berichtsfragen

- Welche Sanierungsziele an/in der eigenen Anlage haben ökologisches Verbesserungspotenzial?
- Welche Mittel werden für die Realisierung benötigt und welche Förderprogramme können genutzt werden?
- Wie wird bei Investitionsentscheidungen das Berücksichtigen ökologischer und sozialer Aspekte gesichert?
- Welche Sanierungen wurden/werden konkret vorgenommenen?

Verpflichtende Indikatoren

- Investitionsplan inkl. ökologischer Sanierungsbedarf (in Tsd. EUR).
 - Realisierung der ökologischen Sanierung (in Tsd. EUR und %-Angaben)
- Ein Auszug aus den Ausgaben-/Investitionsplänen der Geschäftsjahre 2020 und 2021 inkl. des ökologischen Sanierungsbedarfs und dessen Realisierungsgrad.

| Bezeichnung der Investition/Ausgabe | Ansatz [TEUR] | | IST ökologisch [TEUR] | | IST ökologisch [%] | |
|--|---------------|------------|-----------------------|-------|--------------------|------|
| | Gesamt | ökologisch | 2020 | 2021 | 2020 | 2021 |
| Nachrüstung elektronische Schlösser für Wertgelasse gemäß Stufenplan (incl. Einbau und Inbetriebnahme) | 17 | 17 | 17 | 0 | 100 | 0 |
| Errichtung Wohn- und Geschäftshaus Jennerstraße 1 und 3, Ainring/Mitterfelden (für bezahlbaren Wohnraum - Anschluss Fernwärme) | 5.900 | 400 | 400 | 0 | 100 | 0 |
| Umbau Geschäftsstelle Piding | 612 | 133 | 133 | 0 | 100 | 0 |
| (Klein)Umbau Geschäftsstelle Laufen | 120 | 10 | 10 | 0 | 100 | 0 |
| Umgestaltung Grünfläche zu Wiese Objekt Luitpoldstraße 1; Bad Reichenhall | 1 | 1 | 1 | 0 | 100 | 0 |
| Sanierung Wohnung Objekt Marktplatz 24; Berchtesgaden | 60 | 6 | 6 | 0 | 100 | 0 |
| Sanierung Objekt Marktplatz 24, Berchtesgaden | 1.700 | 1.000 | 0 | 1.100 | 110 | 0 |
| Sanierung Wohnung Objekt Egerländerstraße 9; Piding | 24 | 2 | 2 | 0 | 100 | 0 |
| Sanierung Wohnung Objekt Egerländerstraße 9; Piding | 34 | 3 | 0 | 3 | 0 | 100 |



| Bezeichnung der Investition/Ausgabe | Ansatz [TEUR] | | IST ökologisch [TEUR] | | IST ökologisch [%] | |
|---|---------------|--------------|-----------------------|--------------|--------------------|------|
| | Gesamt | ökologisch | 2020 | 2021 | 2020 | 2021 |
| Errichtung Ladestation für Elektrofahrräder am Objekt Luitpoldstraße 3, Bad Reichenhall | 7 | 7 | 7 | 0 | 100 | 0 |
| Modernisierung Verrohrung und Heizungsanlage (inkl. Umrüstung auf Gas) Objekt Tittmoninger Straße 10, Laufen | 58 | 58 | 0 | 58 | 0 | 100 |
| Umbau von Büroräumen in 2 Wohnungen Objekt Tittmoninger Straße 10, Laufen | 268 | 54 | 0 | 56 | 0 | 104 |
| Sanierung Wohnung Bahnhofstraße 19; Bad Reichenhall | 22 | 3 | 0 | 3 | 0 | 100 |
| Neubau Wohn- und Geschäftshaus Hauptstraße 2a, Freilassing mit Kindertagesstätte als gewerblichen Mieter (sowie mit Photovoltaikanlage, Blockheizkraftwerk, Dachbegrünung etc.) | 5.800 | 1.160 | 0 | 1.160 | 0 | 100 |
| Anbindung Hauptstellenkomplex (Bahnhofstraße 17, 19 und Luitpoldstraße 3) Bad Reichenhall an Fernwärme | 35 | 35 | 0 | 38 | 0 | 109 |
| Umrüstung Zugangssysteme Hauptstelle Bad Reichenhall, Geschäftsstelle Berchtesgaden und Geschäftsstelle Freilassing auf biometrisches Fingerabdrucksystem | 43 | 43 | 0 | 43 | 0 | 100 |
| Summe | 14.701 | 2.932 | 576 | 2.461 | | |

Bei jeder Investitionsentscheidung achten wir auf Möglichkeiten, unseren ökologischen Fußabdruck durch Energieeinsparung, Verringerung des CO₂-Ausstoßes, Einhaltung ökologischer Prinzipien bzw. durch Zusammenarbeit mit privaten und juristischen Personen (insbesondere Kundschaft) aus der Region zu reduzieren.

Der Umgang mit unseren Eigenanlagen und die dabei zugrunde gelegten Anlagerichtlinien und -prämissen haben wir im Aufgabenbereich B 3.2 näher beschrieben. Ziel bei zurückliegenden und zukünftigen Sanierungen und Investitionen war und ist unseren Energieverbrauch zu reduzieren, damit unsere CO₂-Emissionen und unseren CO₂-Fußabdruck zu minimieren und so auch unsere laufenden Betriebs- und Unterhaltskosten von Immobilien und Mobilien nachhaltig zu senken.

| | |
|--|-----------|
| Investitionsplan ökologische Sanierungen [EUR] im Berichtszeitraum | 2.932.000 |
| Realisierung ökologische Sanierungen [EUR] im Berichtszeitraum | 3.037.000 |
| Realisierung ökologische Sanierungen [in % Plan] im Berichtszeitraum | 104 |



Alle unsere Investitionen sind grundsätzlich Einzelfallentscheidungen. Im Rahmen der Entscheidungsfindung spielen für uns auf Basis betriebswirtschaftlicher Leitplanken ökologische und soziale Aspekte eine bedeutende Rolle.

Alle regional beziehbaren Bau-, Handwerks- und Dienstleistungen vergeben wir nach Möglichkeit ausschließlich an Firmen in unserem Geschäftsgebiet, vordringlich an unsere Kundschaft.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- 1 Photovoltaikanlage am Objekt Hauptstraße 2a, Freilassing installiert und in Betrieb genommen.
- 1 Blockheizkraftwerk im Objekt Hauptstraße 2a, Freilassing installiert und in Betrieb genommen.
- Hauptstellenkomplex (Bahnhofstraße 17, 19 und Luitpoldstraße 1) Bad Reichenhall an Fernwärme angebunden.
- Heizungsanlage und Verrohrung Objekt Tittmoninger Straße 10, Laufen erneuert.
- Grünfläche in Blühwiese mit Apfelbäumen umgestaltet (Objekt Luitpoldstraße 1, Bad Reichenhall).
- Ladestation für Elektrofahrräder am Parkplatz Objekt Luitpoldstraße 3, Bad Reichenhall errichtet.
- Wohn- und Geschäftshaus Jennerstraße 1 und 3, Ainring/Mitterfelden zur Schaffung von bezahlbarem Wohnraum errichtet.
- Wohn- und Geschäftshaus Hauptstraße 2a, Freilassing mit Kindertagesstätte errichtet.
- Mit Sanierung Wohn- und Geschäftshaus Marktplatz 24, Berchtesgaden (Dach, Fenster, Außenhülle) begonnen.
- Geschäftsstellen Piding und Laufen (hier Kleinumbau) umgebaut.
- Diverse Gebäudeumgestaltungen und Wohnungsrenovierungen durchgeführt.
- Zugangssystem in der Hauptstelle Bad Reichenhall sowie in den Geschäftsstellen Berchtesgaden und Freilassing auf biometrische Fingerabdruckererkennung umgestellt.
- Wertgelasse mit elektronischen Schlössern nachgerüstet.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- 2022: Sanierung Objekt Marktplatz 24, Berchtesgaden (Entwässerung usw.) abschließen.
- 2022: Praxisräume in Wohnung umwandeln sowie 3 Wohnungen renovieren (Objekt Maximilianstraße 6, Berchtesgaden).
- 2022: Geschäftsstelle Marktschellenberg umbauen/neugestalten.
- 2022: Wohnung Objekt Marktstraße 31, Teisendorf renovieren.
- 2022: E-Car-Sharing Stellplatz errichten und in Betrieb nehmen.
- 2022: 16 E-Ladestationen in nicht öffentlich-zugänglichen Bereichen (z. B. für Dienst-Kfz, Mitarbeitende und Mietende) errichten.
- 2022: 2 Vorstands-Kfz mit Verbrennermotor durch Elektrofahrzeuge ersetzen.
- ab 2022: Biometrische Zugangskontrollen sukzessive auch in den Geschäftsstellen einrichten.
- 2023: Geschäftsstellen Aufham und Ramsau umbauen/neugestalten.
- 2023: Heizungsanlage Objekt Egerländer Straße 7, Piding austauschen/erneuern.
- 2023: Photovoltaikanlage am Objekt Jennerstraße 1 und 3, Ainring/Mitterfelden installieren und Mieterstrom anbieten.



- 2023: Objekt Münchener Straße 1 Freilassing optisch und energetisch neugestalten.
- 2023: 1 Dienst-Kfz mit Verbrennermotor durch Elektrofahrzeug ersetzen.
- 2023: E-Dienstfahrzeug gegen neues leistungsfähigeres tauschen.
- ab 2023: E-Ladestationen (in der Regel in Kooperationsform) in öffentlichen Bereichen zur Förderung der Elektromobilität errichten und ggf. betreiben.
- ab 2023: Objekt Ludwigstraße 8, Bad Reichenhall an Fernwärme anschließen (sobald infrastrukturelle Voraussetzungen durch Stadtwerke Bad Reichenhall geschaffen).
- Projekt zum Aufbau von Humus mit Investitionen in Bodenproben und Kauf von CO₂-Zertifikaten durchführen/fortführen.

B3.2 Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Berichtsfragen

- In welchem Ausmaß beteiligt sich das Unternehmen an solidarischen Finanzierungsformen sozial-ökologischer Projekte?
- Woher werden Informationen über die erwarteten sozial-ökologischen Wirkungen der Projekte oder angebotenen Nachhaltigkeitsfonds bezogen?

Verpflichtende Indikatoren

- Finanzierte Projekte (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)
- Fonds-Veranlagungen (in Tsd. EUR; % v. Veranlagung)

Anlage von freien Mitteln / Eigenanlagen der Sparkasse. Als passivlastiges Institut (Einlagen von Kunden > Ausleihungen an Kunden) legt die Sparkasse überschüssige Mittel am Geld- und Kapitalmarkt in Form von Tages- und Termingeldern bzw. Wertpapieren an.

Übersicht nach Emittentengruppen:

| | 31.12.2020 | 31.12.2021 |
|-----------------------------|--------------------|--------------------|
| | Euro | Euro |
| Immobilienfonds | 35.374.151 | 36.308.944 |
| Spezialfonds | 175.547.638 | 179.844.295 |
| Kreditinstitute | 267.272.770 | 247.092.340 |
| Staatsanleihen | 69.578.892 | 58.918.435 |
| Unternehmensanleihen | 24.056.715 | 21.003.440 |
| Gesamt | 571.830.165 | 543.167.454 |

Die Sparkasse nimmt jährlich an einem bundesweiten Betriebsvergleich bzgl. Eigenanlagen teil. Diese von der DekaBank angebotene Analyse beinhaltet auch einen sogenannten Nachhaltigkeits-Check. Dazu hat die Nachhaltigkeitsratingagentur imug auf Initiative der Abteilung Nachhaltigkeitsmanagement der DekaBank exklusiv einen Nachhaltigkeitsfilter für die Sparkassen-Eigenanlagen entwickelt. Dieser Nachhaltigkeitsfilter umfasst Ausschlusskriterien zu den Themenfeldern Umwelt, Rüstung, ILO-Kernarbeitsnormen, Korruption, Fossile Brennstoffe und Tabak. In 2021 ist dabei kein Titel als nicht akzeptabel, im Sinne des „Sparkassen-Nachhaltigkeitsfilter kompakt“ aufgefallen.

Leuchtturmprojekt „Bezahlbarer Wohnraum“ in Ainring (vgl. B3.1). Nach knapp 16 Monaten Bauzeit ist der erste Bauabschnitt unseres Leuchtturmprojekts fertiggestellt.

Auf zwei Geschossen befinden sich 16 schöne, barrierefreie Mietwohnungen, die ab 01.08.2020 bezogen wurden. Die gesamte Wohn- und Gewerbefläche in energiesparender Bauweise beträgt 2.000 Quadratmeter. Der Mietzins liegt durchschnittlich bei nur 7,50 Euro pro Quadratmeter und ist auf zehn Jahre festgeschrieben. So hat die Sparkasse, in Zusammenarbeit mit der Gemeinde, bezahlbaren Miet-Wohnraum in der Region geschaffen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Das Ziel aus dem Vorbericht „Fortführung der Idee Bezahlbarer Wohnraum in anderen Gemeinden des Landkreises“ wurde weiterverfolgt. Das größte Projekt „Neubau Wohn- und Geschäftshaus Hauptstraße 2a, Freilassing mit Kindertagesstätte als gewerblichen Mieter“ wurde Ende 2021 weitestgehend abgeschlossen (vgl. B3.1).
- Bei Eigenanlagen der Sparkasse wurden und werden verstärkt die Punkte „Nachhaltigkeit“ und Einhaltung der „ESG-Kriterien“ bei der Entscheidungsfindung berücksichtigt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Fortführung der Idee „Bezahlbarer Wohnraum“ in anderen Kommunen des Landkreises.

Negativ-Aspekt B3.3 Abhängigkeit von ökologisch bedenklichen Ressourcen

Berichtsfragen

- Welche ökologisch bedenklichen Ressourcen werden für das Geschäftsmodell eingesetzt?
- Welche Maßnahmen zur Reduktion entsprechender Abhängigkeit wurden geplant oder sind in Umsetzung und welche Wirkung wird damit erreicht?
- Was bedeutet ein Ausstieg aus fossilen Energieträgern für das Unternehmen?

Unser Geschäftsmodell sieht den Einsatz von ökologisch bedenklichen Ressourcen nicht vor. Deshalb setzen wir auch keine ökologisch bedenklichen Ressourcen ein und mussten in der Folge dazu auch keine Maßnahmen zur Reduzierung entsprechender Abhängigkeiten aufsetzen. Einen Ausstieg aus fossilen Energieträgern können wir ohne besondere Risiken und ohne nennenswerten Aufwand bewerkstelligen.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

B4 Eigentum und Mitentscheidung

B4.1 Gemeinwohlorientierte Eigentumsstruktur

Berichtsfragen

- Wer sind die Eigentümer*innen, über welche Anteile verfügen sie, welche Rechte, Pflichten und Haftungen folgen daraus?
- Welche Form von Mitentscheidung und Eigentumsbeteiligung konnte gefunden werden?
- Wie werden transparente Entscheidungsgrundlagen für alle Eigentümer*innen gesichert und wie werden neue Eigentümer auf diese Aufgaben vorbereitet?
- Wie wird das Erweitern und Verbreitern der Eigentümer*innenstruktur gefördert?



- Wie hat sich die Eigentümer*innenstruktur in den letzten Jahren entwickelt und wie wird die Veränderung abgesichert?

Verpflichtende Indikatoren

Verteilung des Eigenkapitals: (Eigenkapitalstruktur in %, jeweils von 0 bis 100 %)

- Unternehmer*innen
- Führungskräfte
- Mitarbeiter*innen
- Kund*innen
- Lieferant*innen
- weiteres Umfeld
- nicht mittätige Kapitalinvestor*innen

Eigentümer der Sparkasse ist der „Sparkassenzweckverband Berchtesgadener Land“:

| | |
|--------------------------------|------|
| Landkreis Berchtesgadener Land | 76 % |
| Stadt Freilassing | 11 % |
| Stadt Laufen | 8 % |
| Marktgemeinde Teisendorf | 5 % |

Statusänderungen (Änderungen, Auflösung und Abwicklung) sind in den §§ 12-14 der Satzung des Sparkassenzweckverbandes Berchtesgadener Land geregelt. Die o. g. Eigentümerstruktur besteht unverändert seit 1976.

Verbesserungspotenzial/Ziel:

Beibehaltung des o. g. Status.

Negativ-Aspekt B4.2 Feindliche Übernahme

Berichtsfragen

- Welche Begründung gibt es für eine bereits erfolgte oder geplante feindliche Übernahme?
- Wie kann das Unternehmen vor feindlichen Übernahmen geschützt werden?

Aufgrund der Rechtsform ist eine „Feindliche Übernahme“ unmöglich. Aktuell werden keine Fusionsgespräche mit anderen Sparkassen geführt und sind auch nicht geplant. Die Sparkasse Berchtesgadener Land bekennt sich in ihrem Leitbild ausdrücklich zur wirtschaftlichen Selbstständigkeit: „Durch den Erhalt unserer Selbstständigkeit sichern wir unseren örtlichen Charakter und unsere besondere Leistungsfähigkeit für die Region“.

Verbesserungspotenzial:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.



C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz

C1.1 Mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen und Prozesse für eine mitarbeiterorientierte Unternehmenskultur wurden bereits installiert?
- Wie wird mit Fehlern und Konflikten im Unternehmen umgegangen?
- Wie werden Selbstorganisation und Eigenverantwortung gefördert?

Verpflichtende Indikatoren

- **Fluktuationsrate:**
2020: 2,9 %
2021: 3,3 %
- **durchschnittliche Betriebszugehörigkeit:**
2020: 19,92 Jahre
2021: 19,91 Jahre
- **Anzahl an (Initiativ-)Bewerbungen:**
Initiativbewerbungen
2020: 19 Bewerbungen
2021: 16 Bewerbungen
Extern ausgeschriebene Arbeitsplätze
2020: 1 Arbeitsplatz - 4 Bewerbungen
2021: 2 Arbeitsplätze - 5 Bewerbungen
- **Anzahl und Regelmäßigkeit an Erhebungen zur Zufriedenheit am Arbeitsplatz bzw. zum Erleben der Unternehmenskultur:**
Umfassende Mitarbeiterbefragung im Jahr 2020 (3-jähriger Wiederholungsturnus geplant)
- **Angebot und in Anspruch genommene Entwicklungsmöglichkeiten (fachlich und persönlich) in Stunden pro Mitarbeitendem bzw. nach Führungsebene**
2020: 21,29 h/Mitarbeitende
2021: 27,53 h/Mitarbeitende

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Mit unserem Leitmotiv „Unsere Mitarbeitenden sind von der Sparkasse begeistert und geben diese Begeisterung an andere weiter“ unterstützen wir unsere Mitarbeitenden beim eigenverantwortlichen Engagement und fördern und fordern ein lebenslanges Lernen. Denn wir sehen den Wandel der Zeit als Chance. Jeder Mitarbeitende ist sich seiner Verantwortung für die Region bewusst und trägt mit Engagement und Leidenschaft zur Erreichung unserer Vision bei.

Die Sparkasse Berchtesgadener Land hat im Rahmen des Projektes „Sparkasse spüren“ Führungsgrundsätze definiert. Diese Führungsgrundsätze zeigen auf, wie die Sparkasse Berchtesgadener Land ihren Führungsalltag von innen nach außen spürbar und erlebbar macht. Das Thema „Sparkasse spüren“ ist in jeder Sitzung unseres Aufsichtsorgans (Verwaltungsrat, Verbandsversammlung, Aufsichtsgespräch) präsent.



| Unsere wertezentrierten Führungsgrundsätze | |
|--|---|
| kümmern | Wir sind aufmerksam, nehmen uns Zeit für individuelle Anliegen, handeln aktiv und lösungsorientiert. |
| verwurzelt | Wir zeigen die Verbundenheit zu unserer Region in all unserem Handeln. |
| beständig | Wir sind verlässlich, transparent, halten uns an Vereinbarungen und geben damit Sicherheit. |
| anspruchsvoll | Wir setzen uns ambitionierte Ziele, lernen aus Erfahrungen, wachsen über uns hinaus und entwickeln uns stetig weiter, um die höchsten Qualitätsansprüche zu erfüllen. |
| vorausschauend | Wir haben Mut, Bestehendes zu hinterfragen, Chancen für die Zukunft zu erkennen und diese zu nutzen. |
| vertraut | Wir leben einen offenen, ehrlichen und respektvollen Umgang miteinander vor und schaffen Raum für Entscheidungen. |
| unverzichtbar | „Hier bin ich richtig“. |
| Glossar | |

Führung ist für uns die Dienstleistung am Menschen und dabei das wichtigste Instrument, um Menschen für eine gemeinsame Vision zu begeistern. Jeglicher Führungskontakt soll daher von den Mitarbeitenden als Mehrwert empfunden werden. Wichtig hierbei ist es, nah am Menschen zu sein, die Eigenverantwortung der Mitarbeitenden zu stärken und diese nicht alleine zu lassen, aber auch nicht zu bemuttern. Dies geht einher mit der Ausrichtung des Handelns der Mitarbeitenden auf die Realisierung des Unternehmenszwecks und der daraus abgeleiteten Ziele.

Im Prozess der Rollendefinition haben wir bezüglich der Erwartungen (Aufgabenverständnis, Anforderungen an den Rollenträger) sowie der Kompetenzen (Entscheidungsbefugnisse) Klarheit für unsere Mitarbeitenden geschaffen. Es liegen klare Verantwortlichkeiten (fachliche und/oder persönliche) vor, die im Rahmen eines Kompetenzkataloges festgelegt sind. Jeder Mitarbeitende kennt seine Entscheidungsbefugnisse.

Es können nie alle Erwartungen zu Beginn einer Rollenübernahme im Detail geklärt werden. So beginnt ein Prozess, in welchem Schritt für Schritt die Erwartungen geklärt und angepasst werden müssen. Gerade in Führungsrollen ist diese permanente Klärung unumgänglich. Die Rollendefinition ist so ein ständiger, dynamischer Prozess, der im Einklang mit den Veränderungen in der Organisation stattfindet.

Wir wollen in der Region nicht nur bei unserer Kundschaft als vorausschauende Institution für die Entwicklung unserer Heimat als unverzichtbar wahrgenommen werden, sondern auch bei unseren Mitarbeitenden. Deshalb bieten wir unseren Mitarbeitenden attraktive und sichere Arbeitsplätze in der Region, in dem wir die Entwicklung und Qualifikation unserer Mitarbeitenden fördern und berufliche Chancen durch vielfältige Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bieten.

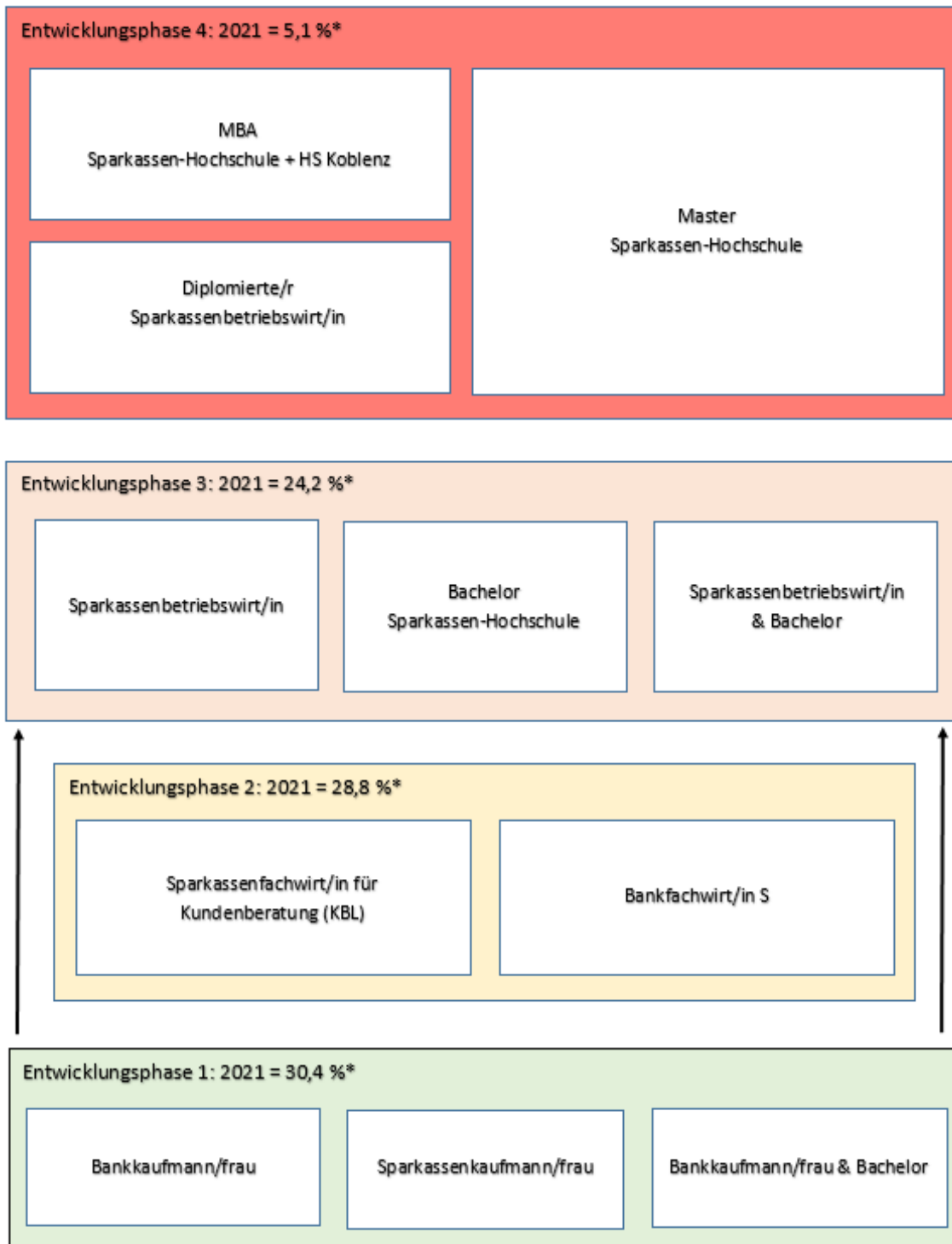


Die Sparkassenakademie Bayern in Landshut ist für die Sparkassen-Finanzgruppe Bayern mit ihren Sparkassen und ihren Verbundunternehmen zentrale Bildungseinrichtung.

Das Bildungsprogramm der Akademie umfasst Lehr- und Studiengänge, Seminare und Tagungen sowohl zur Grundbildung wie auch zur Aufstiegs-, Spezialisierungs-, Aktualisierungsweiterbildung und zur Stärkung der Persönlichkeit. Alle Mitarbeitenden erhalten jährlich die Möglichkeit daran teilzunehmen. Umfangreichere Maßnahmen der Aufstiegsmöglichkeiten sind durch ein hohes Maß an Engagement der Teilnehmenden, Kostenübernahme und bezahlte Arbeitsfreistellung durch die Sparkasse - kombiniert mit einer Fortbildungsvereinbarung - gekennzeichnet.



Unsere aktuelle **Qualifikationsstruktur**:



*Ausbildungsstruktur aller aktiv bankspezifisch Beschäftigten Mitarbeiter; davon sonstige 2021 = 11,5 %

Gemeinsam mit unserem Personalrat und der Betriebssportgemeinschaft organisieren wir jedes Jahr verschiedene Mitarbeiterveranstaltungen, um die Unternehmenskultur und die Zugehörigkeit zu fördern. Unter den Mitarbeitenden ist es bereits zu einem „Muss“ geworden, am Sommerfest, Betriebsausflug, an den hiesigen Bierzeltbesuchen, an der Josephifeier, beim Schafkopffrennen oder beim Skiausflug teilzunehmen. Für unsere betrieblichen Jubilare und unsere ehemaligen Mitarbeitenden in Rente/Pension findet ebenfalls einmal im Jahr eine



angemessene Feier statt. Daneben werden von Mitarbeitenden oftmals auf private Ebene weitere Team- oder Abteilungsausflüge und Feiern organisiert.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden in regelmäßigem Abstand weitere - teils auch etwas ungewöhnliche - arbeitgeberfinanzierte Veranstaltungen wie z.B. Cocktail-, Wein-, Näh- oder Motorsägen-Kurse zur Stärkung der Zusammengehörigkeit an. Zur Planung, Organisation und Durchführung gibt es eine enge Abstimmung zwischen Personalrat und den Abteilungen Marketing/Vorstandsstab und Personal. Freiwillige Mitarbeiterseminare werden oftmals auf Basis von Mitarbeiterwünschen/-vorschlägen und auch mit Mitarbeitenden als „Dozenten“ durchgeführt: Bsp.: Nähkurs, ehemals Langlaufkurse, Homöopathie-Vortrag.

Im Berichtszeitraum konnten unsere Veranstaltungen aufgrund der Corona-Pandemie leider nicht in der gewohnten und eigentlich geplanten Häufigkeit angeboten werden.

Mitarbeiterveranstaltungen im Berichtszeitraum:

| 2020 | 2021 |
|---------------------------------------|--|
| Nähkurs | Service-Workshops |
| Workshop „Putzen mit Mikroorganismen“ | Mitarbeiter-Bienenpatenschaften - Infoveranstaltung |
| Schrittzähler-Challenge | |

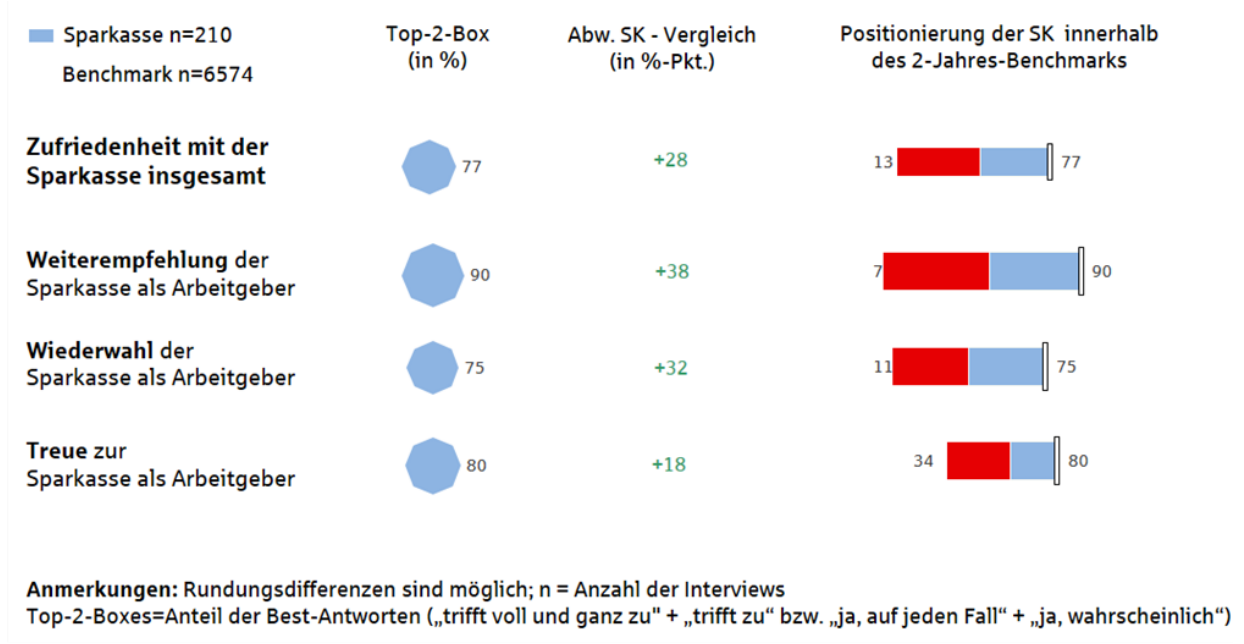
Im Jahr 2020 wurde erstmals eine freiwillige Mitarbeiterbefragung zu den Themen Gesamtzufriedenheit, Unternehmenskultur/Betriebsklima und Mitarbeiterbindung durchgeführt. Die Befragung erfolgt anlässlich eines konkreten Vorschlags aus dem Kreis der Markenverantwortlichen unseres Projektes „Sparkasse spüren“.

Die Befragung erfolgte über das Sparkassen-Marktforschungs-Informations-Portal der Sparkassen (S-MIP). Dieses steht den Sparkassen seit 2016 zur kostenfreien Nutzung für Befragungen zur Verfügung. Hierüber können bundesweit abgestimmte Fragebögen in den Sparkassen abgerufen werden (u.a. auch Mitarbeiterbefragungen). Ein großer Vorteil des Portals liegt in der bestehenden Vergleichsmöglichkeit der Ergebnisse in der Sparkassenorganisation.

Mit der Teilnahmequote unserer Mitarbeitenden (= 69 %) als auch mit den Ergebnissen der Befragung sind wir sehr zufrieden. Neben Top-Ergebnissen bei der Gesamtzufriedenheit und der Mitarbeiterbindung wurden in vielen weiteren Bereichen (Führungskräfte, Unternehmenskultur, Rahmenbedingungen) sehr erfreuliche Werte erreicht. Die Ergebnisse sind im Vergleich zu den anderen teilnehmenden Sparkassen weit überdurchschnittlich und stellen oftmals den Bestwert dar. Dennoch konnte in Einzelbereichen auch Verbesserungspotenzial festgestellt (z.B.: bereichsübergreifende Zusammenarbeit; Ausbau der Möglichkeiten für mobile Arbeit; Optimierung Vorschlagswesen) und mittlerweile auch umgesetzt werden.



Hier ein Auszug der wesentlichen Befragungsergebnisse (Überblick Gesamtzufriedenheit und Bindung) der Mitarbeiterbefragung 2020:



Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Mitarbeiterumfrage zu Ideen/Vorschläge für künftige freiwillige Mitarbeiterseminare Anfang 2023 geplant.
- Es ist geplant, im Jahr 2023 eine erneute Mitarbeiterbefragung durchzuführen.
- Zur Stärkung bzw. dem Erhalt unserer Unternehmenskultur sind weiterhin regelmäßige Mitarbeiterseminare und Mitarbeiterveranstaltungen geplant.

C1.2 Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz

Berichtsfragen

- Welche Maßnahmen wurden zur betrieblichen Gesundheitsförderung und zum Arbeitsschutz umgesetzt und wie werden sie evaluiert?
- Von welchen gesundheitlichen Herausforderungen bzw. Schädigungen könnten die Mitarbeitenden betroffen sein und welche Maßnahmen werden zum Schutz getroffen?

Verpflichtende Indikatoren

- **Gesundheits-/Krankenquote (in Abhängigkeit der demographischen Verteilung);**
 2020: 8,0 Krankheitstage pro Jahr/Mitarbeitenden
 2021: 8,6 Krankheitstage pro Jahr/Mitarbeitenden
 Im Vergleich: Durchschnittliche Krankheitstage der Sparkassen in Bayern
 2020: 12,2 Krankheitstage pro Jahr/Mitarbeitenden
 2021: 11,8 Krankheitstage pro Jahr/Mitarbeitenden
Anzahl der Tage, an denen Mitarbeitende trotz Krankheit in den Betrieb kommen
 Kein Fall bekannt
- **Anzahl und Ausmaß der Betriebsunfälle**
 2020: 8 Arbeitsunfälle, davon 6 Wegeunfälle
 2021: 6 Arbeitsunfälle, davon 5 Wegeunfälle



- **In Anspruch genommene Angebote durch die Mitarbeitenden: Inhalte + Anzahl der Stunden pro Mitarbeitenden:**
s. Tabelle

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Der betriebliche Gesundheitsschutz und die betriebliche Gesundheitsförderung tragen wesentlich zum Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit bei. Wir als Sparkasse haben ein hohes Interesse daran, dass unsere Mitarbeitenden möglichst selten wegen Krankheit ausfallen, gesundheitlich fit, leistungsfähig und leistungsbereit sind sowie ohne Einschränkungen bis zum Rentenalter arbeiten können. Dies ist auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels, der Verlängerung der Lebensarbeitszeit und dem zunehmend schwerer zu deckenden Fachkräftebedarf unerlässlich.

Einen wesentlichen und erfolgreichen Beitrag hierzu leisten wir im Rahmen des gesetzlich verpflichtenden Arbeits- und Gesundheitsschutzes, der der Bekämpfung betrieblich bedingter Ursachen von Krankheiten und Unfällen dient. In unserem Haus sind u.a. ein Arbeitsschutzausschuss, Ersthelfer und Ersthelfer nach einem Überfall implementiert. In diesen Gremien finden regelmäßige Treffen und Austausch statt. Getroffene Entscheidungen werden aufgrund von aktuellen Ereignissen hinterfragt und ggf. neu bewertet.

In regelmäßigem Abstand findet eine Begehung unserer Geschäftsstellen statt. Mit diesen Betriebsbegehungen soll festgestellt werden, wie weit der betriebliche Arbeits- und Gesundheitsschutz verwirklicht ist. Betriebsbegehungen vermitteln darüber hinaus den Führungskräften und allen Mitarbeitenden die Bedeutung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes innerhalb des Betriebs. Bei der Betriebsbegehung wird geprüft, ob die geltenden Arbeitsschutzbestimmungen und -regeln und darüber hinaus der Stand der Sicherheitstechnik und des Gesundheitsschutzes eingehalten werden. Dabei werden alle Gefährdungs- und Belastungsfaktoren berücksichtigt, die an den Arbeitsplätzen auftreten können. Mängel, die bei der Begehung auffallen, werden protokolliert und in einer festgelegten Frist behoben.

Neben dem Angebot, einen Seh- oder Hörtest durchführen zu lassen, bieten wir unseren Mitarbeitenden auch arbeitgeberfinanzierte Gripeschutzimpfungen und die Möglichkeit zur Darmkrebsvorsorge an.

| | Sehtest | Hörtest | Gripeschutzimpfung | Darmkrebsvorsorge |
|--------------|----------------|----------------|---------------------------|--------------------------|
| 2020: | 6 | 0 | 23 | kein Angebot |
| 2021: | 2 | 0 | 28 | 58 |

Zur Verhinderung der Ausbreitung des COVID 19 (Coronavirus SARS-CoV-2) haben wir umfangreiche Hygienemaßnahmen entsprechend der gesetzlichen Regelungen und darüber hinaus weitere interne Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeitenden und Kundschaft ergriffen - insbesondere auch um Menschen mit Vorerkrankungen zu schützen. An allen Eingängen, Toiletten sowie Schulungs- und Pausenräumen wurden Desinfektionsspender installiert. Allen Mitarbeitenden wurden unentgeltliche Schutzmasken am Arbeitsplatz zur Verfügung gestellt, um ein hohes Maß an Sicherheit zu gewährleisten. Es wurden auch - über den gesetzlich vorgeschriebenen Standard hinaus - unentgeltliche Schnelltests zur Verfügung gestellt.



Bereits frühzeitig haben wir die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten eingerichtet. Dafür wurden zusätzliche Notebooks angeschafft, um möglichst vielen Mitarbeitenden das Arbeiten auf Distanz zu ermöglichen.

Die Gesundheitsförderung ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe, an der wir uns, in Zusammenarbeit mit unserer Betriebssportgemeinschaft, mit vielfältigen Maßnahmen beteiligen. Unterstützung erfolgt überwiegend über Impulse/Angebote ggf. mit kleinen Anreizen (Gutscheine, Fitnessuhr, Coaching-Angebot ...). Unsere Krankheitszahlen - auch im Vergleich zur Sparkassengruppe - bestätigen unsere Maßnahmen zur Gesundheitsförderung.

Wir legen Wert darauf, dass wir nicht nur typische Gesundheitsmaßnahmen anbieten, sondern jährlich besondere **Impulse zum Thema Gesundheit** setzen. In den Jahren 2020 und 2021 fanden zusätzlich folgende Maßnahmen statt:

Schrittzähler-Challenge inkl. Fitness-Tracker (2020)

Die Weltgesundheitsbehörde WHO empfiehlt angesichts zunehmender Zivilisationskrankheiten mindestens 30 Minuten Bewegung am Tag. Wer 10.000 Schritte schafft, kommt je nach Schrittlänge auf sechs bis neun Kilometer pro Tag und bewegt sich in der Woche je nach Schrittempo fünf bis sieben Stunden. Um dies zu unterstützen, wurde im Jahr 2020 eine Schrittzähler-Challenge unter den Mitarbeitenden der Sparkasse Berchtesgadener Land durchgeführt. Die Challenge wurde in der Zeit von Aschermittwoch, 26.02.2020 bis 31.05.2020 durchgeführt. 116 Mitarbeitende nahmen aktiv teil und wurden mit einer Fitness-Tracker-Uhr einer regional ansässigen Firma ausgestattet. Endergebnis: Knapp 115 Mio. Schritte insgesamt = im Durchschnitt sind dies pro Person täglich 10.318 Schritte. Neben dem gesundheitlichen Aspekt für unsere Mitarbeitenden profitierte auch noch das Gemeinwohl im Landkreis. Die Sparkasse BGL stellt für eine Mitarbeiter-Spendenaktion über unsere Spendenplattform „Meine Sparkasse bewegt“ 10.000 Euro zur Verfügung.

Schmankerlbox (2021)

vgl. Ziffer 3.1

Fahrrad-Leasing (2021)

vgl. Ziffer 3.2

Coaching-Angebot für Mitarbeitende (2021ff)

Unsere Arbeitswelt befindet sich in einem rasanten Wandel. Bereits heute resultieren daraus zahlreiche Herausforderungen, die sich künftig weiter verstärken werden und denen sich die Gesellschaft zusehends stellen muss. Darüber hinaus wird die Arbeit der Zukunft für Teile der Beschäftigten mit deutlich höheren Komplexitäts-, Abstraktions- und Problemlösungsanforderungen verbunden sein. Menschen werden sich möglicherweise im Berufsleben einem hohen Maß an selbstgesteuertem Handeln, kommunikativen Kompetenzen und Fähigkeiten zur Selbstorganisation stellen müssen. Mit betrieblicher Prävention soll der Erhalt der Vitalität, Kreativität und Arbeitsfähigkeit der Menschen in einer Arbeitswelt gesichert werden, die durch dynamische und vernetzte Arbeitsformen im demografischen Wandel geprägt ist.

Es geht darum, Gesundheit als Ressource in der Arbeitswelt aufzubauen und möglichst lange zu erhalten, um die Arbeits- und Innovationsfähigkeit von Beschäftigten und Unternehmen zu stärken.

Aus diesem Grund bieten wir unseren Mitarbeitenden folgende Coachings an:

1. Mitarbeitercoaching

Das Coaching ist eine lösungs- und zielorientierte, zeitlich begrenzte Beratung. Durch Coaching werden individuelle Entwicklungen durch Förderung der Selbstreflexion und der Verbesserung der Wahrnehmung, des Erlebens und des Verhaltens angestoßen. Selbsterkenntnis und Selbsterfahrung sowie Bewusstsein und Verantwortung stehen dabei im Vordergrund.

Coaching bedeutet außerdem Ziele zu definieren und mitzuhelfen, diese in einem bestimmten Zeitrahmen zu realisieren.

Mögliche Coaching-Themen können sein:

- berufliche und arbeitsplatzbezogene Fragestellungen
- private, familiäre und soziale Probleme
- Überlastung, Stress, Über-/Unterforderung
- Sorgen, Ängste
- belastende Veränderungsprozesse
- Konflikte
- schwierige Lebenssituationen
- Beratung und Begleitung der Führungskraft

Durchgeführt wird das Coaching von einer Mitarbeiterin, die in der Zeit von Juni 2017 bis November 2019 in ihrer Freizeit eine Fortbildung zur systemischen Beraterin (480 UE) und Familientherapeutin (250 UE) absolviert hat und vom Dachverband DGSF als Systemische Beraterin zertifiziert ist. Seit Mai 2022 nimmt diese - zur vertiefenden fachlichen und persönlichen Weiterentwicklung - an dem 2-jährigen Weiterbildungskurs „Systemisches Coaching“ (570 UE) teil. Die Kosten der Weiterbildung werden von der Sparkasse Berchtesgadener Land getragen.

2. Gesundheitscoaching

Im Rahmen eines Gesundheitscoaching wird erarbeitet, ob im Bereich Bewegung, Entspannung oder mentalem Wohlbefinden Unterstützung gebraucht wird. Es wird ein individueller auf den Mitarbeitenden abgestimmter Plan erstellt.

Ein Gesundheitscoaching findet seine Anwendung in den Bereichen:

- Bewegung
- Ernährung
- Stressbewältigung/ Entspannung
- mentales Training

Die Sparkasse übernimmt die Kosten für das Kennenlorgespräch (ca. 1,5 Stunden) und 2 weitere Stunden. Das Coaching wird von einer Kundin in Bad Reichenhall durchgeführt. Diese führt eine selbständige Gesundheitspraxis und ist ausgebildete Physiotherapeutin, Ernährungsberaterin und Gesundheitscoach.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Wir planen weiterhin jedes Jahr besondere Gesundheitsaktionen in den Bereichen Ernährung, Bewegung und Achtsamkeit. Im Jahr 2022 wurden bereits unsere „Gesunden Wochen“ durchgeführt. Vier Wochen lang wurde ein Konzept aus den Bereichen Bewegung,



Entspannung, gesunde Ernährung und Gesundheitswissen umgesetzt. Täglich wurden Inhalte über das Intranet veröffentlicht oder die aktive Teilnahme an „bewegte Pause“ (2 x/Woche), gesunde alltagstaugliche Rezepte, Videos, einem Quiz um sein Gesundheitswissen zu testen, einer Schrittzähler-Challenge, die Möglichkeit gesunde Mittagssnacks zu bestellen und als Abschluss eine Kräuterwanderung mit Verkostung angeboten. DF

C1.3 Diversität und Chancengleichheit

Berichtsfragen

- Welche Rolle spielt Diversität bei der Aufnahme von sowie im Umgang mit Mitarbeitenden und welche Betriebsvereinbarungen bzw. Maßnahmen gibt es bereits?
- In welchen Bereichen könnten sich (potenzielle) Mitarbeitende benachteiligt fühlen und was wird dagegen getan?
- Welche Maßnahmen wurden bereits ergriffen, um (hierarchische) Unterschiede auszugleichen und besondere Talente zu fördern?

Verpflichtende Indikatoren

- Demografische Verteilung der Mitarbeitenden im Unternehmen in Hinblick auf Dimensionen der Diversität (z. B. Alter, Geschlecht, Ethnie, körperliche/psychische Einschränkungen, sexuelle Orientierung, Religion – sofern erhebbar und relevant) sowie getrennt nach Führungsebenen

Beschäftigte der Sparkasse Berchtesgadener Land

| Alter in Jahren | Kalenderjahr 2020 | | | | Kalenderjahr 2021 | | | |
|-----------------|-------------------|------------|----------------------|-----------|-------------------|------------|----------------------|-----------|
| | W | M | davon Führungskräfte | | W | M | davon Führungskräfte | |
| | | | W | M | | | W | M |
| unter 20 | 11 | 5 | - | - | 11 | 9 | - | - |
| 20 bis < 30 | 44 | 22 | 1 | - | 37 | 21 | - | - |
| 30 bis < 40 | 40 | 13 | 3 | 4 | 34 | 9 | 2 | 4 |
| 40 bis < 50 | 51 | 29 | 5 | 15 | 48 | 29 | 5 | 14 |
| 50 bis < 60 | 44 | 54 | 3 | 13 | 47 | 54 | 2 | 8 |
| 60 und älter | 21 | 19 | 1 | 3 | 17 | 19 | 1 | 1 |
| Gesamt | 211 | 142 | 13 | 35 | 194 | 141 | 10 | 27 |

davon 23 MA außerhalb Deutschlands geboren

davon 25 MA außerhalb Deutschlands geboren

- **Gesellschaftliche Diversität des Umfelds (zumindest nach den Kerndimensionen von Diversität):**
keine Auswertung möglich
- **Anzahl von Väter-/Mütter-Karenz in Monaten:**
2020: 3 Monate Väter-Elternzeit 142 Monate Mütter-Elternzeit
2021: 4 Monate Väter-Elternzeit 114 Monate Mütter-Elternzeit



- Nach den Dimensionen aufgeschlüsselte Anzahl von Neueinstellungen/Fluktuationen

Neueinstellungen

| Kalenderjahr 2020 | | | | |
|-------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Alter in Jahren | Einstellung Mitarbeitende weiblich | Einstellung Mitarbeitende männlich | Übernahme Azubi weiblich | Übernahme Azubi männlich |
| unter 20 | | | 6 | 2 |
| 20 bis < 30 | | | 1 | 3 |
| 30 bis < 40 | | | | |
| 40 bis < 50 | 1 | | | |
| 50 bis < 60 | | | | |
| 60 und älter | | | | |
| Gesamt | 1 | 0 | 7 | 5 |

| Kalenderjahr 2021 | | | | |
|-------------------|------------------------------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Alter in Jahren | Einstellung Mitarbeitende weiblich | Einstellung Mitarbeitende männlich | Übernahme Azubi weiblich | Übernahme Azubi männlich |
| unter 20 | | | 2 | 2 |
| 20 bis < 30 | 2 | 1 | | 1 |
| 30 bis < 40 | | | | |
| 40 bis < 50 | 1 | | | |
| 50 bis < 60 | | | | |
| 60 und älter | | | | |
| Gesamt | 3 | 1 | 2 | 3 |

Austritte

| Kalenderjahr 2020 | | | | |
|-------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Alter in Jahren | Austritt Mitarbeitende weiblich | Austritt Mitarbeitende männlich | Austritt Azubi weiblich | Austritt Azubi männlich |
| unter 20 | | | | |
| 20 bis < 30 | 5 | 4 | 1 | 1 |
| 30 bis < 40 | 3 | | | |
| 40 bis < 50 | 3 | | | |
| 50 bis < 60 | | | | |
| 60 und älter | 9 | 4 | | |
| Gesamt | 20 | 8 | 1 | 1 |



| Kalenderjahr 2021 | | | | |
|-------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Alter in Jahren | Austritt Mitarbeitende weiblich | Austritt Mitarbeitende männlich | Austritt Azubi weiblich | Austritt Azubi männlich |
| unter 20 | 1 | | | |
| 20 bis < 30 | 4 | 1 | | 2 |
| 30 bis < 40 | | 1 | | |
| 40 bis < 50 | | 3 | | |
| 50 bis < 60 | 1 | 1 | | |
| 60 und älter | 6 | 1 | | |
| Gesamt | 12 | 7 | 0 | 2 |

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Diversität und Vielfalt spielen für uns eine entscheidende Rolle. Wir sehen die vielfältigen Mitarbeitenden in unseren Teams als einen echten Gewinn an. Wir schätzen die Einzigartigkeit und Unterschiedlichkeit unserer Mitarbeitenden sowie ihre Erfahrungen, die sie mitbringen. Sie unterstützen uns dabei, Kreativität zu fördern und Innovationen voranzutreiben. Gleichbehandlung, Chancengleichheit sowie die Anerkennung von Diversität machen unseren Erfolg aus und sind grundlegende Faktoren für die tägliche Motivation unserer Mitarbeitenden.

Zu den Aufgaben unserer Führungskräfte gehört es Mitarbeitenden gegenüber aufmerksam zu sein, sich Zeit für individuelle Anliegen zu nehmen, aktiv und lösungsorientiert zu handeln. Ziel der Führungsaufgabe ist es u.a., die Mitarbeitenden so zu bestärken, dass eine offene Kommunikation darüber geführt werden kann, wenn sich Mitarbeitende benachteiligt fühlen.

Wir begegnen allen unseren Beschäftigten mit Respekt, Verständnis und Wertschätzung. Jede Art der Diskriminierung hat bei uns keinen Raum, denn sie widerspricht unserem Grundsatz von einem offenen und respektvollen Umgang miteinander, der Teil unserer Unternehmenskultur ist. So übernehmen z.B. auch Mitarbeitende mit fundierten Fremdsprachkenntnissen den Service bzw. die Beratung von fremdsprachigen Kundschaften. Dies wurde auf Grundlage eines Verbesserungsvorschlags umgesetzt.

Bei der Auswahl künftiger Mitarbeitender ist es für uns uninteressant, welches Geschlecht die Person hat, wie alt sie ist oder woher sie stammt. Die Anzahl der Mitarbeitenden mit Migrationshintergrund wird von uns nicht statistisch erfasst und hat auch keine Relevanz für uns. Ergebnis unserer Mitarbeiterbefragung hinsichtlich Bevorzugung/Benachteiligung aufgrund von Alter, Geschlecht, Herkunft bestätigt uns in unserem diskriminierungsfreien Handeln. Was auswertbar ist, sind die Mitarbeiter welche einen ausländischen Geburtsort haben, dies ist in der von uns angegebenen Statistik ersichtlich.

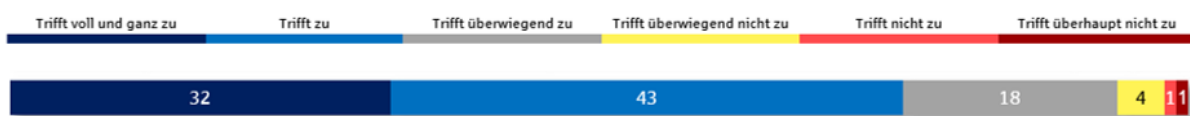
Für uns zählt hier vielmehr die Qualifikation für die ausgeschriebene Stelle und ob die Person zu unseren Werten und unserer Philosophie passt. Haben sich schwerbehinderte Menschen bei uns beworben, ist es für uns eine Selbstverständlichkeit, dass diese bei gleicher Eignung vorrangig eingestellt werden. Es gibt keine konkreten Arbeitsplätze für behinderte Mitarbeiter.

Die Schwerbehindertenquote lag 2020 bei 3,0% und 2021 bei 3,5%. Wir stehen der Einstellung von schwerbehinderten Mitarbeitenden sehr offen gegenüber, haben aber bei Neueinstellungen auch andere Kriterien, die uns wichtig sind. Letztendlich können wir unsere Schwerbehindertenquote allerdings nur sehr bedingt beeinflussen.

Wir als Unternehmen profitieren von vielen unterschiedlichen Erfahrungen, Potenzialen und fachlichen Kenntnissen, mit denen wir uns weiterentwickeln können und die uns voranbringen. In unserer Sparkasse gibt es beispielsweise keine Gender-Pay-Gap, denn unsere Vergütungsstruktur basiert auf tariflichen und hausinternen Vorgaben, welche keinen Geschlechterunterschied kennen. Allerdings sind trotz einem Frauenanteil von ca. 60 % unserer Beschäftigten auch in unserem Hause weibliche Führungskräfte noch unterrepräsentiert. Mit einem aktuellen Anteil von 32 % (Stand 07/2022) hat sich hier zwar im Vergleich zu den Vorjahren bereits einiges getan. Wir sehen es dennoch als unsere Aufgabe auch weiterhin gezielt Frauen zu fördern und zu unterstützen um den Frauenanteil in Führungspositionen mittelfristig weiter zu erhöhen. Maßnahmen wie z.B. Führung in Teilzeit oder Nutzung von mobilen Arbeitsmöglichkeiten sind in unserem Hause - wo möglich - etabliert.

Zur Wahrheit gehört aber auch, dass wir nur begrenzten Einfluss auf die Lebensplanung und die Familienstrukturen unserer Mitarbeitenden haben. Wir erleben in unserer ländlichen Region regelmäßig, dass viele Frauen - vor allem in Zeiten der Kinderbetreuung - bezüglich ihrer verfügbaren Zeit klare Prioritäten zugunsten der Familie setzen. Auch wenn wir uns dies oftmals anders wünschen würden, sehen wir keinen Grund, unsere Mitarbeiterinnen nicht auch hierbei zu unterstützen. So bieten wir eine Vielzahl von individuellen Rückkehr- und Arbeitszeitmodellen an, um diesen Mitarbeiterinnen langfristig eine qualifizierte Beschäftigung zu ermöglichen. Als Mitglied des „Familienpakts Bayern“ wollen wir Familienfreundlichkeit auch weiterhin nachhaltig etablieren.

Auch unsere Mitarbeitenden bescheinigen uns einen diskriminierungsfreien und chancengleichen Umgang. So wurde in unserer Mitarbeiterumfrage aus dem Jahr 2020 die Aussage „Kompetenz zählt, nicht Geschlecht, Herkunft oder Alter“ zu 93% positiv (75% sogar sehr positiv) bewertet.



Negativ-Aspekt C1.4 Menschenunwürdige Arbeitsbedingungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?
- Welche Rückmeldungen dazu gibt es beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung?
- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Verpflichtende Indikatoren

Statement von Betriebsrat und/oder Personalabteilung zu diesen Fragen

- In welchen Bereichen gibt es (potenzielle) menschenunwürdige Arbeitsbedingungen, die noch nicht dem angestrebten bzw. gewünschten Standard entsprechen?



Personalrat: Die Arbeitsbedingungen in der Sparkasse BGL entsprechen dem vom Personalrat gewünschten Standard. Potenzielle menschenunwürdige Arbeitsbedingungen sind nicht vorhanden.

- Welche Rückmeldungen dazu gibt es beim Betriebsrat bzw. der Personalabteilung?

Personalrat: Zu diesem Teilbereich liegen dem Personalrat keinerlei Beschwerden oder Rückmeldungen von Mitarbeitenden vor.

- Wie wird auf mögliches Fehlverhalten im Unternehmen aufmerksam gemacht?

Personalrat: Werden Fragen oder Anregungen zum Arbeitsumfeld oder Arbeitsbedingungen an den Personalrat herangetragen, so werden diese, wie alle anderen Themen auch, zuerst mit dem Mitarbeitenden erörtert. Der entsprechende Vorgesetzte oder die zuständige Fachabteilung werden auf Wunsch des Mitarbeitenden hinzugezogen und nach einer konstruktiven Lösung gesucht. Ist ein berechtigter Verbesserungswunsch allgemeiner Natur, also betrifft er im Grunde mehrere Mitarbeitende, so vertritt der Personalrat das Anliegen bei der zuständigen Fachabteilung im Namen der Belegschaft. Zusammen mit der Fachabteilung und/oder Fachvorstand wird an einer möglichen Lösung gearbeitet. Die Zusammenarbeit zwischen Personalrat, Fachabteilungen und Fachvorständen wird, trotz unterschiedlicher Interessenlagen, im Unternehmen respektvoll, vertrauensvoll und konstruktiv gelebt. Im Rahmen dieser konstruktiven Zusammenarbeit ist der Personalrat seit vielen Jahren aktiv im Arbeitsschutzausschuss involviert. Im Berichtszeitraum 2020 und 2021 wurden durch den Personalrat verschiedene Themen an die entsprechenden Fachabteilungen herangetragen, wie z. B. Ausbau des betrieblichen Gesundheitsmanagements, Fahrrad-Leasings oder Mitwirkung bei der ergonomischen Anpassung der Büroustattung im Rahmen des neuen Geschäftsstellenkonzepts (Vertriebsstrategie der Zukunft „VdZ“). Alle Vorschläge wurden von den Fachabteilungen aufgegriffen und im Unternehmen nach Möglichkeit umgesetzt.

- Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren bzgl. Verletzung des Arbeitsrechts, die es im Berichtszeitraum gab

Es wurden 2 Gerichtsprozesse/Rechtsverfahren verhandelt. Eine Verletzung des Arbeitsrechts lag in keinem der Fälle vor.

- Anzahl/Inhalt der Beschwerden von Seiten des Betriebsrates bzw. der AK bzw. der Gewerkschaft im Berichtszeitraum sowie Reaktion auf diese Beschwerden: keine

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

In keinem Bereich der Sparkasse Berchtesgadener Land gibt es menschenunwürdige Arbeitsbedingungen. Bereits seit dem Jahr 1975 ist in unserem Haus ein Personalrat etabliert. Die Zusammenarbeit findet in einem vertrauensvollen, ehrlichen und offenen Rahmen statt.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge

C2.1 Ausgestaltung des Verdienstes

Berichtsfragen

- Wie wird erbrachte Leistung in der Organisation abgegolten und wie transparent sind die zugrundeliegenden Konditionen?
- Wie stellt die Organisation sicher, dass allen Mitarbeitenden ein an regionale Lebenshaltungskosten angepasster "lebenswürdiger Verdienst" zusteht?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, den Verdienst selbstorganisiert zu bestimmen?

Verpflichtende Indikatoren

- Höchst- und Mindestverdienst (*innerbetriebliche Spreizung*)
2020: 7,56:1 / 2021: 7,57:1
Die Gehaltsspreizung basiert auf den für uns geltenden rechtlichen Vorgaben zur tariflichen Eingruppierung der neuausgelernten Auszubildenden (EG 5/1) und dem Vorstandsvorsitzenden unserer Sparkasse.
- Medianverdienst
2020: 45.406,- € / 2021: 42.308,- €
- Standortabhängiger "lebenswürdiger Verdienst" (für alle Betriebsstandorte)
Kaufkraftindex Berchtesgadener Land 2021: 96,0%

Im Berichtszeitraum wurde weiter umgesetzt:

Als Mitglied der Vereinigung der kommunalen Arbeitgeberverbände (VKA) wendet die Sparkasse die für sie gültigen Tarifverträge (Beschäftigte = TVöD-S; Auszubildende = TVAöD) an. Die Ausgestaltung der Verträge der Vorstandsmitglieder erfolgt über die Richtlinien (Rahmensätze) des Sparkassenverbands Bayern. Die Tarifverträge sowie alle weiteren relevanten Arbeitsgesetze sind für jeden Mitarbeitenden über unser sparkasseninternes Intranet zugänglich und können jederzeit eingesehen werden. Für jeden Arbeitsplatz gibt es eine Stellenbeschreibung, aus der sich die übertragenen Tätigkeiten des jeweiligen Mitarbeitenden ergeben. Diese sind wiederum maßgeblich für die Eingruppierung in die tarifliche Entgelttabelle.

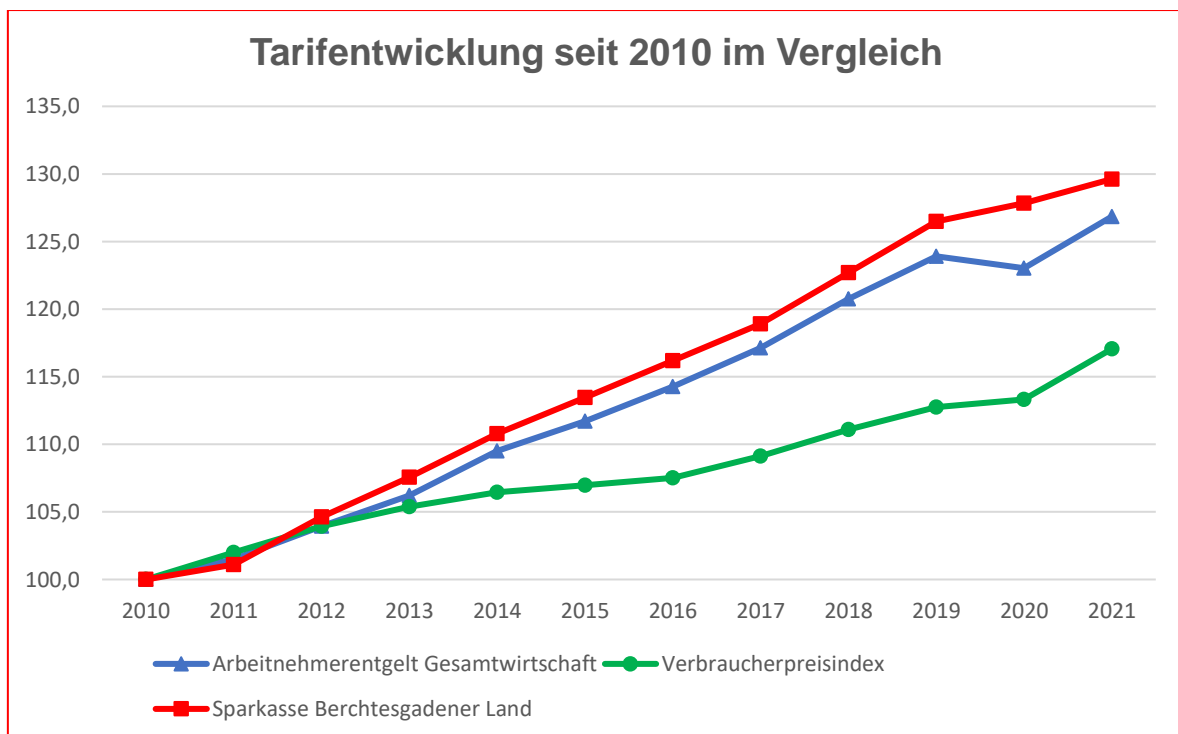
Neben dem tariflichen Entgelt bezahlt die Sparkasse stellen- und funktionsabhängig Zulagen. Zusätzlich werden geldwerte Leistungen oder Sachleistungen in Form von freiwilligen Sozialleistungen an alle Mitarbeitenden - unabhängig von der Art ihres Beschäftigungsverhältnisses und ihrer Tätigkeit - gewährt:



- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 01 – Zuschuss Auszubildende bei Abschlussfahrt
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 02 – Geldprämien an Auszubildende
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 03 – Übernahme Kosten bei Lehrgängen
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 04 – Geschenke bei Heirat, Geburt und Geburtstag
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 05 – Sonderkonditionen im Aktivgeschäft
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 06 – Sonderkonditionen im Passivgeschäft
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 07 – Sonderkonditionen für Dienstleistungen der Sparkasse
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 08 – Provisionszahlungen an Mitarbeiter
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 09 – Vergünstigungen bei der LBS
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 10 – Vergünstigungen bei Abschluss von Versicherungen
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 11 – Vergünstigungen bei Käufen in das DekaBank-Depot
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 12 – Courtagevorteile bei Immobilienvermittlungen
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 13 – Kfz-Versicherung während einer Dienstreise
- Freiwillige soziale Leistungen Ziffer 14 – Rückerstattung Boni/Agio bei Wertpapieren und Beteiligungen

In den Tarifverhandlungen schließen Arbeitgeberverbände und Arbeitnehmervertreter (Gewerkschaft) für die Arbeitgeber, die Mitglied eines Mitgliedverbandes der Vereinigung der kommunalen Arbeitgeberverbände (VKA) sind, den Tarifvertrag ab. Die Sparkasse Berchtesgadener Land selbst führt keine eigenen Tarifverhandlungen.

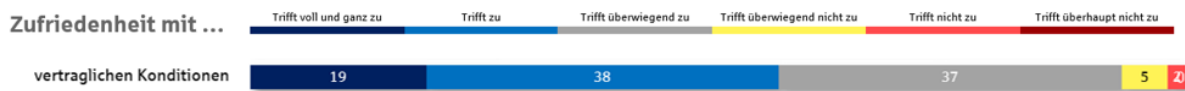
Nachstehende Tabelle zeigt, dass die Tarifentwicklung im öffentlichen Dienst seit 2010 deutlich über der durchschnittlichen Entwicklung der Verbraucherpreise liegt.



Daneben zahlt die Sparkasse noch außertarifliche Entgeltbestandteile für außerordentliche Leistungen oder bestimmte Funktionen. Direktprovisionen bestehen ausschließlich im Rahmen von Immobilienvermittlungen und spielen in der Gesamtbetrachtung nur eine untergeordnete Rolle.

Zusätzlich zur Entgeltzahlung haben wir unseren Mitarbeitenden eine betriebliche Altersversorgung zugesagt. Diese wird über die BVK Zusatzversorgung (Zusatzversorgungskasse der bayerischen Gemeinden) abgewickelt. Hieraus erhalten unsere Mitarbeitenden zum Rentenbeginn eine zusätzliche Altersrente. Die betriebliche Altersversorgung wird von der Sparkasse durch Umlagen und Beiträge finanziert. Eine Beteiligung der Beschäftigten an der Finanzierung findet nicht statt.

Unsere Mitarbeitende haben uns - im Rahmen unserer durchgeführten Mitarbeiterbefragung - eine sehr hohe Zufriedenheit mit ihren vertraglichen Konditionen zurückgemeldet.



Seit dem Jahr 2021 können wir unseren Mitarbeitenden erstmals Fahrradleasing im Wege der Entgeltumwandlung anbieten. Eine derartige tarifliche Regelung wurde seitens der Sparkassen seit Jahren angestrebt, sie war jedoch lange am Widerstand der Gewerkschaft gescheitert. Im Zuge der Tarifrunde 2020 konnte nun eine Einigung erzielt werden. Bereits 18 Mitarbeitende haben sich im Jahr 2021 dazu entschieden das Angebot anzunehmen.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

C2.2 Ausgestaltung der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Wie werden Arbeitszeiten in der Organisation erfasst und Arbeitslasten verteilt?
- Welche Rolle spielen Überstunden für den Erfolg der Organisation?
- Wie können die Möglichkeiten der Mitarbeitenden zur gesellschaftlichen Teilhabe erweitert werden?
- Welche Möglichkeiten gibt es in der Organisation, die Arbeitszeit selbstorganisiert zu bestimmen?

Verpflichtende Indikatoren

- Unternehmensweit definierte Wochenarbeitszeit (z. B. 38 Stunden)
39 Wochenstunden.
- Tatsächlich geleistete Überstunden

Sowohl im Jahr 2020, als auch im Jahr 2021 gab es in unserem Betrieb keine angeordneten Überstunden. Unsere Mitarbeitenden haben durch die variable Arbeitszeit die Möglichkeit, ihre tägliche Arbeitszeit unter Beachtung der betrieblichen Belange selbst zu gestalten. Um keine allzu großen Zeitguthaben oder Zeitdefizite entstehen zu lassen werden unsere Mitarbeitenden angehalten, ihre Zeitsalden jeweils zum Quartalsende auf einen Saldo von +/- 15 Stunden zurückzuführen. Es gibt in keinen Arbeitsbereichen gehäuft Überstunden. Es gibt lediglich einzelne Mitarbeitende, bei



denen gehäuft Überstunden auftreten. Die Überstundenthematik wird jedoch regelmäßig mit den Mitarbeitenden besprochen. Ist es den Mitarbeitenden aus betrieblichen Gründen nicht möglich, vorhandene Zeitguthaben abzubauen, können diese in das darauffolgende Quartal übernommen werden.

Insgesamt sind folgende Stunden verfallen:

2020: 825 Stunden (entspricht im Durchschnitt 2,41 Std. je Mitarbeitenden im Jahr)

2021: 794 Stunden (entspricht im Durchschnitt 2,36 Std. je Mitarbeitenden im Jahr)

Im Berichtszeitraum wurde weiter umgesetzt:

Unser Tarifvertrag sieht für alle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Vollzeit eine Arbeitszeit von 39 Stunden vor. Arbeitszeit und Pausen werden in unserer Sparkasse über ein elektronisches Zeiterfassungsprogramm erfasst. Die Buchung erfolgt über Registrierung am PC oder Telefon. Bei bestimmten Personengruppen ist Vertrauensarbeitszeit vereinbart. Mit dem Personalrat unserer Sparkasse wurde eine Dienstvereinbarung zur variablen Arbeitszeit vereinbart, in der u.a. folgendes geregelt ist:

Im Rahmen der variablen Arbeitszeit kann jeder Mitarbeitende die Lage seiner vertraglichen Arbeitszeit (d.h. Beginn und Ende der täglichen Arbeitszeit sowie Arbeitsunterbrechungen / Pausen) innerhalb der Bandbreite von Montag - Freitag von 07:00 Uhr bis 20:00 Uhr im Einvernehmen mit dem unmittelbaren Vorgesetzten selbst bestimmen und somit seine Arbeitszeit variabel gestalten. Überstunden spielen für den Erfolg unserer Sparkasse grundsätzlich keine Rolle. Diese müssen ohnehin vom Arbeitgeber unter Beteiligung des Personalrats angeordnet werden. In den Kalenderjahren 2020/2021 wurden keine Überstunden angeordnet.

Von jedem Mitarbeitenden wird ein hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein und Teamgeist gefordert. Vorstand und Personalrat vertrauen auf die Bereitschaft der Mitarbeitenden, die betrieblichen Notwendigkeiten und Bedürfnisse der Sparkasse sowie die Kundenwünsche eigenverantwortlich zu berücksichtigen. Vertretungsbereitschaft, gegenseitige verbindliche Absprachen und rechtzeitige Abstimmungen sind unumgängliche Grundlagen für das Funktionieren der variablen Arbeitszeit.

Aufgabe der Führungskräfte ist es, im Sinne eines aktiven Kapazitätsmanagements für die optimale Leistungsfähigkeit ihres Aufgabenbereichs und für eine gleichmäßige Auslastung ihrer Mitarbeitenden zu sorgen. Die Führungskraft hat dabei nicht nur auf den Kundenverkehr und den reibungslosen Arbeitsablauf innerhalb ihres Bereichs zu achten, sondern auch auf das Zusammenwirken mit anderen Bereichen.

Unsere Mitarbeitenden sind aktiv bei der Freiwilligen Feuerwehr, THW, dem Bayerischen Roten Kreuz, den Maltesern, der Wasserwacht und der Bergwacht. Ehrenamtliches Engagement erfordert häufiger auch Aktivitäten in Zeiten, die üblicherweise durch die Erwerbsarbeit belegt sind. Im Rahmen unserer variablen Arbeitszeit können derartige Termine flexibel wahrgenommen werden. Gibt es zeitintensivere Einzeleinsätze oder Einsätze in größerem Ausmaß erhalten unsere Mitarbeitenden Zeitgutschriften die aufgewendeten Einsatzzeiten. Beim ausgerufenen Katastrophenfall durch Starkregen und Überschwemmungen im Juli 2021 haben wir darüber hinaus unseren betroffenen Mitarbeitern und ehrenamtlichen Helfern eine bezahlte Befreiung von der Arbeitspflicht für bis zu zwei Tage zur Erholung gewährt.



Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

C2.3 Ausgestaltung des Arbeitsverhältnisses und Work-Life-Balance

Berichtsfragen

- Welche Arbeitsmodelle werden in der Organisation angeboten?
- Welche Maßnahmen gibt es in der Organisation, um eine Work-Life-Balance zu gewährleisten?

Verpflichtende Indikatoren

- Auflistung aller möglichen Arbeitsmodelle
Es gibt aktuell 65 verschiedene Arbeitszeitvarianten in der Sparkasse BGL.
- Anzahl der Führungskräfte/Mitarbeitenden mit individuellen Arbeitsmodellen (z. B. Teilzeit, Jobsharing)
Bei den Führungskräften haben 6 Mitarbeitende ein individuelles Teilzeitmodell.

Im Berichtszeitraum wurde weiter umgesetzt:

Der Begriff „Work-Life-Balance“ beschreibt das ausgewogene Verhältnis von Berufs- und Privatleben. Im Idealfall beeinflussen private Interessen weder die Arbeit, noch wirkt sich Berufliches auf das Privatleben aus. Zudem erfordert eine gesunde Work-Life-Balance, dass Mitarbeitenden neben der Arbeit ausreichend Zeit zur Verfügung steht, um sich zu erholen. Kommt die Work-Life-Balance zeitweise aus dem Gleichgewicht, ist das sicher zu verkraften. Ein dauerhaftes Ungleichgewicht belastet jedoch sehr und kann auch gesundheitliche Folgen haben.

Was eine gesunde Balance für jeden Einzelnen bedeutet, kann sehr unterschiedlich sein - der eine braucht mehr freie Zeit und Erholung als der andere. Wir als Sparkasse unterstützen unsere Mitarbeitenden darin, ausreichend Zeit für Erholung zu haben und bieten im beruflichen Kontext diverse Möglichkeiten dafür, ihre Arbeitszeit individuell und flexibel zu gestalten. Gerade unsere Dienstvereinbarung zur variablen Arbeitszeit bietet das unseren Mitarbeitenden. Innerhalb der vereinbarten Bandbreite (Montag bis Freitag von 07:00 bis 20:00 Uhr) und unter Berücksichtigung eines reibungslosen Arbeitsablaufs des Bereiches kann die vereinbarte Arbeitszeit vom Mitarbeitenden individuell eingebracht werden. Sofern Mitarbeitende mehr arbeiten, als vertraglich vorgesehen ist, werden entsprechende Mehrarbeitszeiten erfasst. Diese können unter Beachtung der betrieblichen Belange ebenfalls individuell ausgeglichen werden. Zeitguthaben von bis zu maximal 15 Stunden werden in den nächsten Abrechnungszeitraum übertragen. Die Begrenzung nach oben schützt unsere Mitarbeitende vor Überbeanspruchung und Benachteiligung. Benötigen unsere Mitarbeitenden vorübergehend mehr Freizeit zusätzlich zum Urlaub, können grundsätzlich bis zu 10 unbezahlte Arbeitstage pro Kalenderjahr beantragt werden.

Unbezahlte Urlaubstage:

| 2020 | | 2021 | |
|-----------|------|-----------|------|
| Anzahl MA | Tage | Anzahl MA | Tage |
| 16 | 49 | 17 | 70 |



Wir ermöglichen unseren Mitarbeitenden ein hohes Maß an Flexibilität und Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Es ist deshalb für uns auch selbstverständlich, Möglichkeiten der Teilzeitbeschäftigung anzubieten. Wie genau eine Teilzeitbeschäftigung aussieht, ist jedoch von Fall zu Fall unterschiedlich und wird individuell unter Berücksichtigung der Bedürfnisse von Mitarbeitendem und unserer Sparkasse abgestimmt und vereinbart. Derzeit liegt unsere Teilzeitquote (Stand: 31.12.2021) bei 39,6%.

Wir legen großen Wert darauf, unseren Mitarbeitenden im ruhenden Arbeitsverhältnis (Elternzeit, längere Krankheit, Sonderurlaub, befristete Erwerbsunfähigkeitsrente) eine Rückkehr in die aktive Beschäftigung zu ermöglichen. Die „Rückkehrquote“ aus der Elternzeit der letzten 10 Jahre liegt bei ca. 86 %. Während des ruhenden Arbeitsverhältnisses halten wir engen Kontakt zu unseren Mitarbeitenden. Kehren Mitarbeitende nach längerer Zeit der Abwesenheit zurück, gestalten wir den Wiedereinstieg sehr individuell. In diesem Zuge wird für jeden einzelnen „Rückkehrer“ ein persönlicher Einarbeitungsplan erstellt.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

Negativ-Aspekt C2.4 Ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge

Berichtsfragen

- Kann für alle Mitarbeitenden ein "lebenswürdiger Verdienst" sichergestellt werden und falls nicht, was sind die Gründe dafür?
- Welche Rolle spielt die "investierte" Arbeitszeit bei der Erreichung von Karriereschritten oder der Bewertung des Engagements der Mitarbeitenden?
- Welcher Verdienst ist für Hilfskräfte und in Ausbildung befindliche Mitarbeitende (z. B. Schüler, Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten) gerechtfertigt?
- Welches Risiko tragen Zeitarbeitende (z. B. bei Saisonarbeit) und welche Konditionen können einen Risikoausgleich schaffen?
- Wieviel Befristung bei den Arbeitsverträgen bringt die Interessen von Organisation und Mitarbeitenden zusammen?

Verpflichtende Indikatoren

- Standortabhängiger "Lebenswürdiger Verdienst":
Kaufkraftindex Berchtesgadener Land (2021): 96,0 %
- Gewinn:
2020: 1.004.704 €
2021: 1.005.318 €
- Mitarbeiter*innenanzahl:
2020: 343 (inkl. Auszubildende, Reinigungskräfte)
2021: 337 (inkl. Auszubildende, Reinigungskräfte)
- Höchst- und Mindestverdienst:
Die innerbetriebliche Spreizung des Höchst- und Mindestverdienstes lag in den Kalenderjahren 2020/2021 bei 7,56:1
- Anzahl der Pauschalverträge:
keine
- Anzahl der Null-Stunden-Verträge:
keine



- **Mindest- und Maximalvertragslaufzeit der Zeitarbeitenden:**
entfällt - keine Zeitarbeitsverträge
- **Anzahl aller Beschäftigten (inkl. Zeitarbeitenden):**
vgl. oben
- **Anzahl der Zeitarbeitenden:**
keine
- **Laufzeit von befristeten Arbeitsverträgen:**
Zwischen 1 und 24 Monaten in Abhängigkeit vom jeweiligen Zweck. Befristete Arbeitsverträge werden überwiegend für die Zeit der Semesterferien mit Studierenden, ehemaligen Mitarbeitenden geschlossen. Darüber hinaus erhalten in Einzelfällen Mitarbeitende im Anschluss an die Berufsausbildung einen befristeten Arbeitsvertrag.
- **Anteil von befristeten Arbeitsverträgen:**
2020: 3 bestehende befristete Arbeitsverträge = 0,87 %
2021: 1 bestehender befristeter Arbeitsvertrag = 0,30 %
- **Verlängerungspraxis von befristeten Arbeitsverträgen:**
Befristete Arbeitsverträge kommen in unserer Sparkasse grundsätzlich nur in zwei Situationen vor:
 1. Semesterferienarbeit von Studierenden (ehemalige Auszubildende). Hier werden Mitarbeitende auf deren Antrag nur für einen bestimmten Zeitraum (Semesterferien) zur kurzfristigen Unterstützung eingestellt. Es gibt deshalb für diese Fälle keine Verlängerungspraxis.
 2. Übernahme von Ausgebildeten:
Die Übernahmequote unserer Ausgebildeten in ein anschließendes Beschäftigungsverhältnis lag in den Jahren 2020/2021 bei ca. 76 %. In der Regel erhalten die übernommenen Ausgebildeten einen unbefristeten Arbeitsvertrag. Folgende Ausnahmen hiervon bestehen:
 - Auszubildende mit schwankenden Ausbildungsleistungen: Diese erhalten sozusagen als erweiterte Probezeit einen befristeten Arbeitsvertrag für max. 2 Jahre. In dieser Zeit wird über eine künftige unbefristete Weiterbeschäftigung entschieden. Mit den im Berichtszeitraum aus diesem Grund befristet eingestellten Ausgebildeten (2 Mitarbeitende) wurden mittlerweile unbefristete Arbeitsverträge geschlossen.
 - Auszubildende mit ungenügenden Ausbildungsleistungen: Diese erhalten sofern vertretbar einen befristeten Arbeitsvertrag i. d. R. für ein halbes Jahr um den Übergang in eine Anschlussbeschäftigung zu erleichtern. Eine Verlängerungspraxis gibt es für diese Fälle nicht.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Übernommene Auszubildende im Berichtszeitraum:

| | 2020 | | | 2021 | | |
|------------|-------------|-----------|-----------------|-------------|-----------|-----------------|
| Geschlecht | unbefristet | befristet | keine Übernahme | unbefristet | befristet | keine Übernahme |
| weiblich | 6 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 |
| männlich | 4 | 0 | 2 | 3 | 0 | 2 |



Jeweils im 2020 und 2021 wurde einem der unter „keine Übernahme“ geführten Auszubildenden die Übernahme in ein Beschäftigungsverhältnis angeboten. Dies wurde von beiden Auszubildenden wg. beabsichtigtem Beginn eines Studiums abgelehnt.

Die Sparkasse wendet für alle Mitarbeitenden den Tarifvertrag TVöD-S bzw. für die Auszubildende den TVAöD an. Dadurch findet keine ungerechte Ausgestaltung der Arbeitsverträge statt. Des Weiteren wird unser Personalrat in sämtliche Vorgänge eingebunden bzw. auch über die bestehenden gesetzlichen Rechte hinaus informiert und beteiligt. Pauschal- und Null-Stunden-Verträge oder Zeitarbeitende gibt es in unserem Unternehmen nicht. Mit Mitarbeitenden werden in Einzelfällen befristete Arbeitsverträge ausschließlich aus konkretem Grund für bis zu maximal zwei Jahre vereinbart. Mit diesen Mitarbeitenden wird eine offene Kommunikation geführt.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden

C3.1 Ernährung während der Arbeitszeit

Berichtsfragen

- Welchen Wert legt das Unternehmen auf die ökologisch-regionale Herkunft ihrer Lebensmittel am Arbeitsplatz und wie sieht das in der täglichen Praxis aus?
- Welche Angebote gibt es in der Kantine? Gibt es eine Küche/Kochmöglichkeit oder Belieferung (Catering z. B. direkt vom Bauernhof, Obstkorb)?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Verpflegung aus ökologischer Herkunft

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

In unserer Sparkasse gibt es keine hauseigene Kantine oder ein spezielles Angebot für einen externen Mittagstisch. So können wir auf die ökologisch-regionale Herkunft der Lebensmittel am Arbeitsplatz nur bedingt Einfluss nehmen. Unsere Mitarbeitenden können allerdings Vergünstigungen bei regionalen Restaurants mit einem ausgewogenen Angebot an Mittagsspeisen nutzen. Über diese Vergünstigungen informieren wir unsere Mitarbeitenden in unserem hauseigenen Intranet.

Beim Catering unserer Veranstaltungen achten wir sehr auf eine ökologisch-regionale Herkunft der Produkte und beziehen diese auch ausschließlich von regionalen Anbietern und Firmen (z.B. vom Verein der Bäuerinnen im Berchtesgadener Land). Alle Bezugsunternehmen unserer Produkte befinden sich dabei im Geschäftsgebiet, dem Landkreis Berchtesgadener Land, und stehen auch immer in einer Kundenverbindung zur Sparkasse.

Wir bieten unseren Mitarbeitenden in jedem Stockwerk eine eigene Pausenküche mit Zugang zu Trinkwasser, Kühlmöglichkeiten, Kaffee, Teekoher und Geschirr sowie einen gemeinschaftlichen Pausenraum mit einer Küche. In dieser besteht die Möglichkeit, Essen zu



erwärmen und diverse Erfrischungsgetränke in wiederverwendbaren Glasflaschen zu besorgen.

Unsere Getränke und Milchprodukte für den Mitarbeiterkaffee beziehen wir ebenfalls von regionalen Unternehmen und verwenden ausschließlich wiederverwendbare Verpackungen (z.B.: Glasflaschen statt Plastik). Seit dem Jahr 2019 sind wir - auch aus gesundheitlichen Gründen - bei unserem Kaffeeangebot in den Kaffeevollautomaten von Milchpulver zu Frischmilch umgestiegen. Die Frischmilch beziehen wir von den mit dem ökologischen „EG-Bio“ Siegel ausgezeichneten Milchwerken Berchtesgadener Land. Unsere Erfrischungsgetränke für Mitarbeitende beziehen wir von der ortsansässigen Privatbrauerei Wieninger in Teisendorf.

Seit 01.07.2020 stellen wir unseren Mitarbeitenden Kaffee und diverse Erfrischungsgetränke kostenlos zur Verfügung. Wir haben unsere Mitarbeitenden allerdings gebeten, bei Nutzung unseres Getränkeangebots eine Spende - idealerweise im geschätzten Wert des Getränkeverbrauchs - an unsere Sparkassen-Bürgerstiftung zu spenden. Dafür haben wir eine Spendendose aufgestellt.

Der Spendenbetrag kommt zu 100% gemeinnützigen Zwecken im Landkreis zugute. Zusätzlich haben wir durch den Abbau unseres Getränkeautomaten unseren CO₂-Fußabdruck jährlich um ca. 1.200 kg reduziert.

Durch die Nutzung unseres ökologisch sinnvollen Getränkeangebots anstatt von transportgünstigen To-go- oder Plastik-Alternativen ergeben sich positive Auswirkungen auf unsere Umwelt.

Unser beabsichtigtes Ernährungsseminar „Koch dich fit“ (rund um das Thema gesunde Ernährung u.a. auch speziell in der Mittagspause), welches wir in Zusammenarbeit mit einem externen Gesundheitscoach unseren Mitarbeitenden anbieten wollten, konnte aufgrund der Corona-Pandemie in den letzten beiden Jahren leider nicht stattfinden. Als Alternative und um unseren Mitarbeitenden dennoch einen Impuls zum Thema „gesunde und regionale Ernährung“ zu geben, wurde in Zusammenarbeit mit demselben Partner eine „Schmankerl-Box“ an alle interessierten Mitarbeitenden verschickt. In dieser Box waren nachhaltige und regionale Lebensmittel für ein gesundes und vollwertiges Frühstück und Mittagessen mit zugehörigem Rezept zum Selberkochen enthalten.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Im Jahr 2022 haben wir im Rahmen unserer „Gesunden Wochen“ unsere Mitarbeitenden gezielt auf das ökologisch-regionale Mittagsangebot ausgewählter Anbieter hingewiesen und mittels Essensgutscheinen einen Anreiz hierfür geschaffen. Darüber hinaus gab es wöchentlich Rezeptvorschläge für ein gesundes, ausgewogenes Gericht. Außerdem haben wir unseren Mitarbeitenden in Zusammenarbeit mit einem regionalen Biobetrieb eine Kräuterwanderung mit anschließender Verarbeitung und Verköstigung angeboten.
- Im Jahr 2023 wollen wir unseren Mitarbeitenden das Ernährungsseminar „Koch dich fit“ anbieten. Bei dem Seminar erlernt man alles rund um das Thema gesunde Ernährung (speziell auch in der Mittagspause). Das Seminar wollen wir mithilfe einer ortsansässigen Kochschule, welche sich auf das Thema gesunde und regionale Ernährung spezialisiert hat, anbieten.



C3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz

Berichtsfragen

- Welche Verkehrsmittel benutzen Mitarbeitende, um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen?
- Welche Möglichkeiten gibt es für Mitarbeitende, ihren Arbeitsweg umweltschonender zurückzulegen?
- Welche Anreize für umweltbewussteres Mobilitätsverhalten stellt das Unternehmen bereit - auch bei Dienstreisen?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Anreise mit PKW bzw. öffentlichen Verkehrsmitteln bzw. Rad bzw. zu Fuß
Hierzu liegen uns keine Daten vor.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Der Landkreis Berchtesgadener Land umfasst eine Fläche von 839,92 km² und hat eine Nord-Süd-Ausdehnung von ca. 55 km und eine Ost-West-Ausdehnung von ca. 25 km. Die Mitarbeitenden der Sparkasse kommen aus allen 15 Gemeindegebieten des Landkreises und zu geringen Teilen aus dem Nachbarlandkreis Traunstein und dem Land und der Stadt Salzburg.

Unsere Sparkassen-Hauptstelle befindet sich in Bad Reichenhall. Hier befinden sich alle Arbeitsplätze unserer internen Stabs- und Betriebsabteilungen sowie der Geschäftsstelle Bad Reichenhall. Unsere Vertriebsmitarbeitenden sind auf unsere weiteren 15 Geschäftsstellen im gesamten Landkreis verteilt. Wir achten sehr stark auf einen wohnortnahen Einsatz unserer Vertriebsmitarbeitenden. So können wir einerseits die zeitliche Belastung unserer Mitarbeitenden durch einen kurzen Arbeitsweg möglichst niedrig halten und andererseits viele unnötige Fahrtkilometer verhindern. Der durchschnittliche einfache Arbeitsweg pro Mitarbeitenden beträgt 11 Kilometer.

Bei über 90 % aller getätigten dienstlichen Fahrten (ohne Fahrten Wohnort/Arbeitsort) handelt es sich um Dienstreisen (z.B.: Kundentermine, Besprechungen, sonst.). Bei Dienstreisen sind meistens kleinere bis mittlere Distanzen in den Landkreisen Berchtesgadener Land, Traunstein und dem Bundesland Salzburg in Österreich zurückzulegen. Aufgrund der Tatsache, dass Kundentermine oder Besprechungen meist aus zeitlichen und/oder örtlichen Gründen nicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind, greifen unsere Mitarbeitenden hier fast ausschließlich auf unsere dafür vorhandenen Dienstfahrzeuge oder ihren privaten Pkw zurück.

Fortbildungsreisen unserer Sparkasse gehen in den meisten Fällen zu unserer Hauptstelle in Bad Reichenhall, zur Sparkassenakademie nach Landshut oder vereinzelt zu anderen externen Veranstaltern. Hier hat sich aufgrund der Erfahrungen aus der Corona-Pandemie bereits eine deutliche Verschiebung von Präsenzterminen hin zu virtuellen bzw. digitalen Formaten entwickelt. Dies gilt insbesondere für kleinere (z. B: halbtägige oder 1-tägige) Veranstaltungen sowohl bei unserer Sparkasse als auch bei externen Anbietern (u.a. Sparkassenakademie). Speziell bei hausinternen Seminaren und Informationsveranstaltungen wird darauf geachtet, unnötige Fahrten zu vermeiden und wo es sinnvoll erscheint, digitale Lösungen anzubieten. Dadurch werden bereits viele Dienstfahrten im Jahr eingespart.

Unsere Dienstfahrzeuge haben einen durchschnittlichen CO₂-Ausstoß von 127 g/km. Ein Elektrofahrzeug ist ebenfalls bereits seit 2012 in unserem Bestand und wir setzen auch in Zukunft bei Neuanschaffungen auf Elektrofahrzeuge.



Für dienstliche Fahrten, die unsere Mitarbeitenden mit ihrem Privat-Pkw durchführen, erhalten diese eine entsprechende Kilometerentschädigung. Bei der Höhe des Erstattungssatzes wird dem Wirtschaftlichkeits- und Umweltgedanken Rechnung getragen. So erhalten unsere Mitarbeitenden, welche eine Fahrgemeinschaft bilden, einen höheren Erstattungssatz, als Mitarbeitende, welche dies nicht tun. Dies gilt auch für Fahrten zu Fortbildungsveranstaltungen und Seminaren.

Grundsätzlich ist anzumerken, dass aufgrund unseres ländlich geprägten Landkreises nur ein sehr überschaubares Angebot an öffentlichen Verkehrsmitteln besteht. Gerade die Wohnorte unserer Mitarbeitenden und auch einzelne unserer Geschäftsstellen sind mit diesen oftmals nicht oder nur mit unverhältnismäßigem Aufwand zu erreichen. Es besteht somit oft keine andere Möglichkeit als auf das Auto zurückzugreifen.

Dennoch haben - wegen häufig kurzer Arbeitswege - viele unserer Mitarbeitenden die Möglichkeit ihren Dienstort per Fahrrad oder zu Fuß zu erreichen. In unserer Hauptstelle in Bad Reichenhall verfügen wir über einen überdachten Fahrradstellplatz sowie über Umkleidekabinen und Duschen für die Mitarbeitenden. Ergänzend hierzu haben wir an unserem überdachten Fahrradstellplatz eine „E-Tankstelle“ für E-Bikes installiert. Dort können unsere Mitarbeitenden und auch unsere Kunden während ihrem Aufenthalt die Akkus ihrer E-Bikes aufladen.

Mit der Einführung der lange erwarteten tariflichen Öffnungsklausel konnten wir im Jahr 2021 unseren Mitarbeitenden ein Angebot zum Fahrradleasing mittels Entgeltumwandlung machen. Neben günstigen finanziellen Rahmenbedingungen für unsere Mitarbeitenden ergeben sich damit Verbesserungen beim Umweltschutz aber auch in den Bereichen Mitarbeitergesundheit und Arbeitgeberattraktivität.

Wichtig war uns bei der Einführung, dass wir als Sparkasse unsere Ersparnis im Bereich der Sozialversicherungsbeiträge an unsere Mitarbeitenden durch die Übernahme der Kosten für die regelmäßige Wartung und die verpflichtende Vollkaskoversicherung zurück- bzw. weitergeben. Außerdem haben wir mit unserem konkret ausgewählten Leasingpartner ein Unternehmen gefunden, welches neben günstigen Konditionen für unsere Mitarbeitenden auch dem regionalen Fahrradhandel attraktive Bedingungen bietet.

Zum 01.07.2021 wurde ein Rahmenkonzept zum mobilen Arbeiten verabschiedet. Durch die Möglichkeit zu Teilen auch von zu Hause zu arbeiten, wurde ein weiterer Beitrag dazu geschaffen, das Auto einmal stehen zu lassen. So kann der konkrete CO₂-Ausstoß und der CO₂-Fußabdruck unserer Mitarbeitenden reduziert werden.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Zukünftig wollen wir nach und nach unsere Dienstfahrzeuge durch Elektroautos ersetzen.
- Außerdem werden wir unseren Mitarbeitenden immer mehr Webinare anbieten.
- Seit dem 02.05.2022 ist das erste öffentliche CarSharing-Elektroauto in Bad Reichenhall und Umgebung auf dem Sparkassen-Parkplatz in Betrieb. Das CarSharing-Elektroauto kann von unseren Mitarbeitenden ebenfalls für dienstliche Fahrten genutzt werden.



C3.3 Organisationskultur, Sensibilisierung für ökologische Prozessgestaltung

Berichtsfragen

- Wie kann die Unternehmenskultur hinsichtlich ökologischer Aspekte beschrieben werden?
- Welche Rolle spielen ökologische Themen in Weiterbildungsangeboten und bei der Personalrekrutierung?
- Welche Sensibilisierungsmaßnahmen finden innerhalb dieses Rahmens statt?
- Welche Strategie verfolgt das Unternehmen im Hinblick auf das ökologische Verhalten der Mitarbeitenden (dies auch mit Blick auf die Anwendung im Privaten)?

Verpflichtende Indikatoren

- Bekanntheitsgrad der Unternehmenspolitik zu ökologischem Verhalten in %
- Akzeptanzgrad des ökologischen Betriebsangebots bei Mitarbeitenden in %

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die ökologische Ausrichtung unserer Sparkasse wird zunehmend wichtiger, damit unser wunderschöner Landkreis und unsere Umwelt auch den kommenden Generationen erhalten bleibt. Darüber hinaus informieren wir ausgiebig unsere Mitarbeitenden und sensibilisieren so zum ökologischen Handeln (z. B. Mülltrennung, Initiative „Mehr Aktion - weniger Strom“ im Jahr 2020). Über die Energieagentur Südostbayern steht allen Mitarbeitenden das umfangreiche Beratungsangebot kostenfrei zur Verfügung. Wir berichten mehrmals jährlich und immer aktuell in unserem hauseigenen Intranet und in diversen Kundenzeitschriften über unsere ökologischen Maßnahmen und fördern die Bewusstseinsbildung für Nachhaltigkeit und Klimaschutz.

Auch unsere Führungskräfte sind angehalten, regelmäßig im Kreis ihrer Mitarbeitenden über die umgesetzten oder geplanten Projekte und Vorhaben unserer Sparkasse zu informieren. Außerdem haben wir die Leiterin der Abteilung Marketing/Vorstandsstab - Frau Theresia Petram - im Jahr 2021 zur Nachhaltigkeitsmanagerin ausgebildet.

In den Weiterbildungsprogrammen sind ökologische Aspekte verankert. Allerdings sind diese nicht der einzig relevante Faktor. Für uns zählt nach wie vor der persönliche Kontakt (vor allem im Kundenkontakt, aber auch unter Kollegen und auch bei gewissen Weiterbildungskonzepten) eine große Rolle. Dies kollidiert gelegentlich mit ökologischen Aspekten, da ein digitaler Kontakt i.d.R. ökologische Vorteile gegenüber dem persönlichen Kontakt bietet. Für uns ist es hierbei deshalb wichtig immer das große Ganze im Blick zu behalten. Wir haben deshalb je nach Inhalt bzw. Prägung der Weiterbildung eine unterschiedliche Vorgehensweise.

In unserem täglichen Handeln achten wir sehr auf ökologische Aspekte. Auf eine strikte Abfalltrennung legen wir hohen Wert, dies ist an den einzelnen Abfalleimern explizit gekennzeichnet. Der Anstoß zu einer noch strikteren Mülltrennung kam dabei von einer Mitarbeitenden als Verbesserungsvorschlag und wurde sofort umgesetzt.

Seit 2019 nutzen unsere Reinigungskräfte überwiegend ökologisch abbaubare Putzmittel der Firma EM Chiemgau. Auch unsere Mitarbeitenden haben hierzu eine Geschenk tasche mit



Produkten der Firma EM Chiemgau erhalten und wurden in einer freiwilligen Mitarbeiterveranstaltung über die ökologischen Hintergründe informiert.

Seit dem Jahr 2019 besitzen wir eigene Bienenvölker und haben deren Anzahl seither beständig ausgebaut (derzeit 12 Bienenvölker + 2 Schulbienenvölker). Hunderttausende Sparkassen-Bienen bestäuben so an mehreren Standorten im Landkreis Berchtesgadener Land unsere Grünflächen. Zur Teilhabe unserer Mitarbeitenden an dieser Entwicklung werden jährlich Bienenpatenschaften im Mitarbeiterkreis angeboten. Viele unserer Mitarbeitenden (aktuell 40) haben bereits eine solche Patenschaft übernommen und mit einem Spendenbeitrag direkt zur Rettung der Bienen und Unterstützung der Imkervereine im Berchtesgadener Land beigetragen.

Zusätzlich haben wir eine Blühwiese vor der Luitpoldstraße 1 und in unserer Hauptstelle eine bienenfreundliche Dachterrasse mit Wildblumen und Wasserlauf geschaffen. Auch diese Projekte werden von unseren Mitarbeitenden unterstützt und positiv wahrgenommen.

Regionalität, Gemeinwohl und Nachhaltigkeit sind uns wichtig und uns ist bewusst, dass unsere Mitarbeitenden durch ihr tägliches Tun und Handeln dies für andere erleb- und spürbar machen. Damit unsere Mitarbeitenden von den Wirkungen und Erlebnisse dieses Tun und Handelns voneinander profitieren, haben wir einen internen Podcast gestaltet. In diesem werden Mitarbeitende und Kundschaften zu verschiedenen Themen interviewt und so ihr tägliches Tun und Handeln für andere Mitarbeitende hörbar gemacht.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

Negativ-Aspekt C3.4 Anleitung zur Verschwendung / Duldung unökologischen Verhaltens

Berichtsfragen

- Welche der untenstehenden Negativ-Aspekte treffen im Unternehmen zu?
Auf unser Unternehmen trifft keiner der negativen Aspekte zu. Unsere Sparkasse leitet weder zur Verschwendung von Ressourcen noch zur Duldung unökologischen Verhaltens an.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

C4.1 Innerbetriebliche Transparenz

Berichtsfragen

- Welche Daten sind für die Mitarbeitenden in welcher Form zugänglich?
- Wie leicht/schwer können Mitarbeitende auf die Daten zugreifen? Welche physischen, intellektuellen oder sonstigen Hürden gibt es? Und warum?
- Welche kritischen oder wesentlichen Daten stehen den Mitarbeitenden nicht zu freien Verfügung? Wieso nicht?



- Was wird getan, damit auch finanzielle Daten von allen Mitarbeitenden leicht verstanden werden können?

Verpflichtende Indikatoren

- Grad der Transparenz der kritischen und wesentlichen Daten (Einschätzung in %).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Ein wichtiges Instrument zur innerbetrieblichen Transparenz ist das hauseigene Intranet unserer Sparkasse. Alle Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, Inhalte einzustellen und einzusehen. Hier findet man ständig aktuelle Fachinformationen, unsere freiwilligen sozialen Leistungen, den Tarifvertrag des öffentlichen Dienstes, das Sparkassen-Leitbild, die Unternehmensphilosophie und vieles mehr. Das Intranet sorgt mit den täglich aktuellen Nachrichten, aber auch mit den vielen grundsätzlichen Informationen für eine wesentliche Erleichterung der täglichen Arbeit.

Mit dem im Intranet enthaltenen Sparkassen-Blog wird über alle weiteren relevanten Geschehnisse wie z.B. Veranstaltungen, Kundenaktionen, Personalveränderungen, usw. berichtet.

Unsere Vorstandsmitglieder informieren die Mitarbeitenden mehrmals jährlich in unserem Intranet oder per direktem Email zu ausgewählten Inhalten und Entwicklungen (z.B. Corona-Pandemie; Geschäftsentwicklung; ...). Ergänzend besteht das an die Mitarbeitenden kommunizierte Angebot unseres Vorstands, sich mit Anliegen oder Problemen auch direkt an den Vorstand zu wenden.

Im Jahr 2021 war unser Vorstandsvorsitzender zur Kommunikation unserer gemeinwohlorientierten Ausrichtung in jeder Abteilung. Ziel war es allen Mitarbeitenden die Hintergründe und den Nutzen unserer Geschäftspolitik detailliert nahezubringen und unsere Mitarbeiter zur weiteren aktiven Unterstützung zu motivieren.

Mehrmals jährlich finden Abteilungsleiterrunden statt. Hier tauschen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer Erfahrungen aus, klären wichtige Fragen und besprechen die Umsetzung der Unternehmensentscheidungen. Die besprochenen Inhalte werden im Anschluss von den Abteilungsleiterinnen und Abteilungsleitern an die betroffenen Mitarbeitenden weitergegeben.

Daneben findet 2-mal jährlich eine Informationsveranstaltung für Führungskräfte (Abteilungs-, Gruppen- und Gebietsleiter/innen) statt, in der über die aktuelle Geschäftsentwicklung und über die aktuelle Situation der Sparkasse informiert werden.

Die Bilanz nach handelsrechtlichen Grundsätzen, der Geschäftsbereich, der Quartalsbericht und die Sparkassenphilosophie und Strategie sind im Internet veröffentlicht und somit für alle Mitarbeitenden, aber auch natürlich für unsere Kundschaft zugänglich.

Einmal im Jahr findet eine Personalversammlung statt, bei der aktuelle und für die Mitarbeitenden wichtige Themen verständlich vorgestellt werden. Hier haben Mitarbeitende auch die Möglichkeit Fragen direkt an den Vorstand zu stellen. Für unsere Auszubildenden findet zusätzlich zur Personalversammlung einmal jährlich eine Versammlung der Jugend- und Auszubildendenvertretung (JAV) statt, in der die Auszubildenden die neusten Informationen



über ihren Ausbildungsberuf und die Geschehnisse in der Sparkasse erhalten. Die Auszubildenden können in diesem Zuge auch (wenn gewünscht anonym) Fragen und Anregungen oder Beschwerden über die JAV an die Sparkasse stellen.

Ein besonderes Highlight für unsere Auszubildenden ist der jährliche Unterricht zu geschäftspolitischen Themen. Hier erläutert unser Vorstandsvorsitzender jedem Lehrjahr detailliert die aktuelle Geschäftspolitik und nimmt sich Zeit für individuelle Fragen und zur Diskussion.

Kritische Daten sind Daten, die den Datenschutzrichtlinien unterliegen, schützenswertes Wissen über die Sparkasse oder sehr persönliche Informationen von Mitarbeitenden enthalten. Diese werden nicht veröffentlicht und aus diesen Gründen auch dem Mitarbeitenden nicht zur Verfügung gestellt.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

C4.2 Legitimierung der Führungskräfte

Berichtsfragen

- Wie werden Führungskräfte ausgewählt und von wem? Werden sie von oben eingesetzt oder von unten gewählt?
- Welche Mitwirkungsmöglichkeiten haben die Teammitglieder? Warum bzw. warum nicht?
- Welche Maßnahmen folgen aus dem Feedback der Mitarbeitenden zu ihren Führungskräften?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Führungskräfte, die über Anhörung/Gespräch/Mitgestaltung/Mitentscheidung der eigenen Mitarbeitenden legitimiert werden.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Bei Neubesetzung einer Führungsposition findet in der Regel durch Mitarbeitende aus unserem Haus statt. Wir vertrauen auf die Fähigkeiten unserer Beschäftigten und wollen diesen dementsprechend auch attraktive Karrieremöglichkeiten bei unserer Sparkasse bieten.

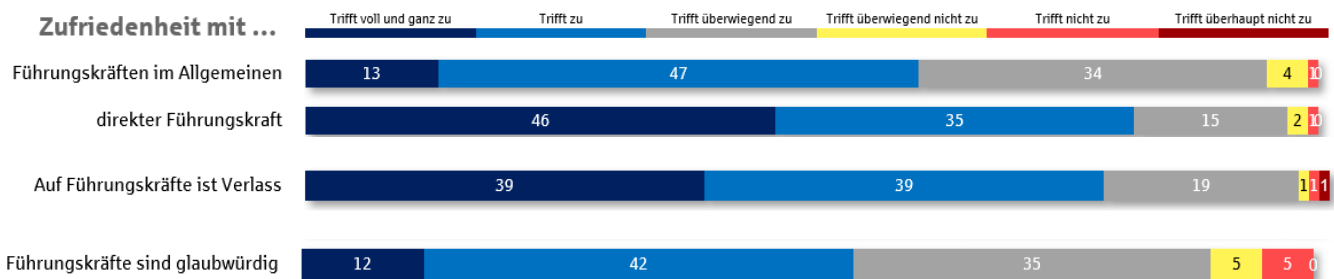
Die Auswahl künftiger Führungskräfte erfolgt durch den Vorstand in Zusammenarbeit mit der Abteilung Personal und ggf. dem/der jeweils zuständigen Abteilungsleiter/in. Je nach Situation werden auch einzelne weitere Mitarbeitende beteiligt. Für die Auswahlentscheidung spielen die Fähigkeiten und Qualifikationen sowie die bisherigen Leistungen des Mitarbeitenden die entscheidende Rolle.

Unterstützend führen wir mit jeder potenziellen neuen Führungskraft vor der Besetzungsentscheidung eine Potenzialanalyse durch. Wir nutzen hierzu das werteorientierte Verfahren der Firma profilingvalues. Hierdurch erhalten wir ergänzend zu unseren vorhandenen Einschätzungen einen neutralen Blick auf die Neigungen, Kompetenzen, Interessen und Potenziale des Bewerbenden. Die Rückmeldungen unserer Mitarbeitenden zu diesem Verfahren sind bisher durchweg positiv.



Im Jahr 2019 haben wir eine sogenannte „Führungsbeurteilung“ in unserem Haus implementiert. Hiermit haben unsere Mitarbeitenden jährlich die Möglichkeit, ihre jeweilige Führungskraft hinsichtlich der Einhaltung bzw. Erfüllung unserer Führungsgrundsätze zu bewerten. Die Führungsbeurteilungen wurden dabei nicht zentral gesammelt und ausgewertet. Vielmehr sollten sie als zusätzlicher Gesprächsanlass zwischen Mitarbeitenden und Führungskraft zum Thema Führung und als Feedback für die Führungskräfte zu ihrer Führungsarbeit dienen.

Unsere Führungskräfte genießen bei ihren Mitarbeitenden eine hohe Akzeptanz. Folgende Ergebnisse ergeben sich aus unserer Mitarbeiterbefragung aus dem Jahr 2020:



Aber nicht jede bestellte Führungskraft erfüllt dauerhaft die an sie gestellten Erwartungen von Geschäftsleitung und Mitarbeitenden. Gelegentlich kommt es vor, dass eine Führungskraft feststellt, dass sie sich ihren Aufgaben - aus welchen Gründen auch immer - nicht mehr gewachsen fühlt. Sollte sich auch nach verschiedenen Gesprächen und Unterstützungsleistungen an dieser Situation nichts ändern, besteht aufgrund der Unternehmenskultur in unserem Haus grundsätzlich auch die Möglichkeit, Führungsverantwortung wieder abzugeben. Gemeinsam wird dann versucht, eine Lösung möglichst ohne Gesichtsverlust zu finden.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

C4.3 Mitentscheidung der Mitarbeitenden

Berichtsfragen

- Bei welchen Entscheidungen können die Mitarbeitenden wie mitwirken?
- Welche bisherigen Erfahrungen gibt es mit der Partizipation der Mitarbeitenden?
- Was wird im Unternehmen getan, damit mehr Mitarbeitende mehr Verantwortung und Entscheidungen übernehmen können?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Entscheidungen, die über Anhörung/Mitwirkung/Mitentscheidung getroffen werden (in %).

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Unsere Mitarbeitenden werden bei der Festlegung von Arbeitsabläufen, Änderungen von Arbeitsanweisungen, personellen Entscheidungen, der Aufstellung von Dienstvereinbarungen

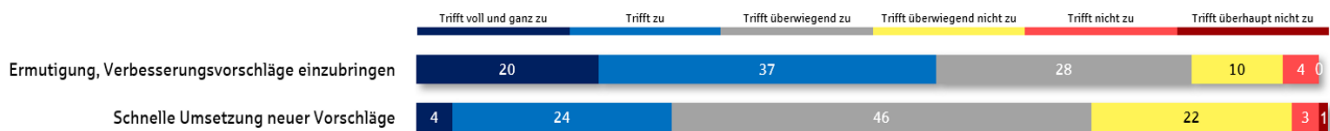


sowie evtl. Umstrukturierungsmaßnahmen in ihrer Mitwirkungsentscheidung grundsätzlich vom Personalrat vertreten.

Entscheidungen treffen in unserem Hause i.d.R. Entscheidungsgremien z.B. Vorstand oder einzelne Kompetenzträger im Rahmen derer Kompetenzen. Selbstverständlich mit Einbindung des Personalrats bei allen erforderlichen, aber überwiegend auch bei den nicht erforderlichen Anlässen. Uns ist sehr wichtig, dass wir bei Entscheidungen möglichst die gesamte Belegschaft mitnehmen, denn diese soll ja oftmals evtl. Entscheidungen nach außen weitertragen. Deshalb sind wir auch sehr stolz auf unser aktives innerbetriebliches Vorschlagswesen.

Alle Mitarbeitenden haben über unser betriebliches Vorschlagswesen die Möglichkeit, Verbesserungsvorschläge über sämtliche arbeitsbetreffende Themen in der Sparkasse zu stellen. Diese Verbesserungsvorschläge werden über eine eigene Datenbank eingereicht und landen direkt beim Vorstand welcher den Einreichenden den Eingang bestätigt und anschließend den Verbesserungsvorschlag zur Bearbeitung/Würdigung an den zuständigen Fachbereich weiterleitet. In unserer Datenbank sind sämtliche Verbesserungsvorschläge inkl. aktuellem Bearbeitungsstand und ggf. Umsetzungsentscheidung einsehbar. In den Jahren 2020/2021 sind so insgesamt 170 Verbesserungsvorschläge eingegangen. Davon konnten bisher 97 Vorschläge umgesetzt werden (Umsetzungsquote 57 %).

Unsere Mitarbeitenden werden regelmäßig angehalten, ihre Ideen und Verbesserungsvorschläge weiterzugeben. Dies zeigt sich auch in den Ergebnissen unserer Mitarbeiterbefragung. Verbesserungspotenzial besteht allerdings in der Umsetzungsgeschwindigkeit der Vorschläge. Hier wurden bereits Optimierungen veranlasst.



Als Dankeschön für die vielfache Beteiligung unserer Mitarbeitenden an unserem Vorschlagswesen werden einmal jährlich sämtliche Vorschlagsgebenden zu einem Abendessen mit dem Vorstand eingeladen. In diesem Rahmen werden verschiedene Sachpreise unter allen Einreichenden verlost.

Auch werden regelmäßig und bei den verschiedensten Themen mehrere Mitarbeitende mit der Ausarbeitung diverser Aufgaben in Form von Arbeitsgruppen, Workshops oder Projekten beauftragt. Im Zuge dessen werden den beteiligten Mitarbeitenden alle nötigen Informationen zur Verfügung gestellt, um fundierte Entscheidungen zu treffen und sinnvolle Lösungen konsensual zu erarbeiten. Außerdem werden regelmäßig „Kundenreisen“ durchgeführt, in der Mitarbeitende in verschiedenen Alters- und Hierarchiestufen Geschäftsvorfälle aus Sicht unserer Kundschaft durchlaufen ggf. Optimierungsvorschläge entwickeln.

In unserem Projekt „Sparkasse spüren“, sind neben den Führungskräften als Markenverantwortliche auch weitere Markenverantwortliche aus dem Kreise unserer Mitarbeitenden berufen. In einem regelmäßigen Treffen erfolgt ein Austausch über die bereits umgesetzten Maßnahmen und über weitere Ideen für die Zukunft.



Über unsere Regelungskompetenz haben unsere Mitarbeitenden (einschl. aller Auszubildenden) die Kompetenz, Kundschaften bei Reklamationen mit einem Betrag bis zu maximal 100,00 € (im Einzelfall) eigenverantwortlich zu entschädigen. Die Art und Höhe der Entschädigung ist dabei vom Mitarbeitenden selbst zu entscheiden.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

Negativ-Aspekt C4.4 Verhinderung des Betriebsrates

Berichtsfragen

- Gibt es einen Betriebsrat? Wenn nicht, warum nicht?
- Welche alternativen Maßnahmen setzt das Unternehmen anstelle der Gründung eines Betriebsrates?
- Welche Unterstützungsmaßnahmen für einen Betriebsrat gibt es? Wie werden die Mitarbeitenden zu einer Gründung ermutigt?

Verpflichtende Indikatoren

- Betriebsrat: vorhanden/nicht vorhanden; seit wann?

Im Berichtszeitraum wurde verbessert:

Die Sparkasse Berchtesgadener Land verfügt über einen Personalrat, einen Schwerbehindertenbeauftragten sowie eine Jugend- und Auszubildendenvertretung. Einen Personalrat gibt es bereits seit 1975 bei der Sparkasse BGL. Die Zusammenarbeit zwischen Sparkasse und Personalrat erfolgt auf äußerst vertrauensvoller und konstruktiver Basis. So wird der Personalrat - neben Erfüllung der vorgeschriebenen Informations- und Beteiligungsrechte - über sämtliche relevante Vorgänge in unserer Sparkasse frühzeitig eingebunden und auch zu verschiedenen Gremien- und Führungsveranstaltungen eingeladen.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

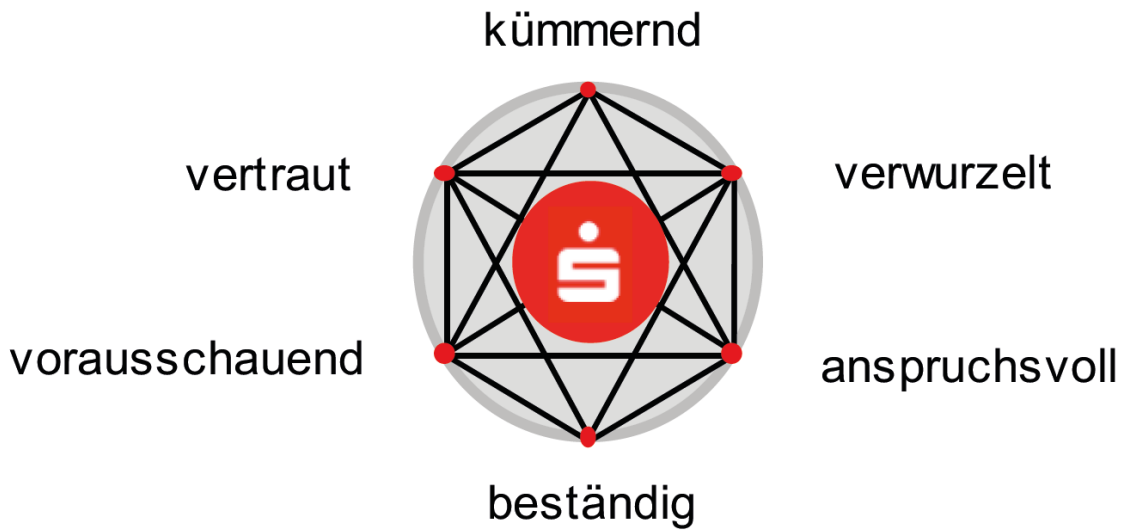
D1 Ethische Kundenbeziehungen

Kundenzufriedenheit ist das wichtigste Unternehmensziel der Sparkasse Berchtesgadener Land. Basis für eine hohe Kundenzufriedenheit sind eine umfassende, gute Beratung und das Angebot passender Produkte.

Darum hat die Sparkasse Berchtesgadener Land im Jahr 2013 einen völlig neuen Weg in der Kundenberatung eingeschlagen: Die erste ergebnisoffene Beratung in Bayern ohne produktbezogene Vorgaben für die Beraterinnen und Berater. Unsere Kundschaften bekommen nur Produktempfehlungen, die zu ihrer aktuellen Lebenssituation passen. Die Wünsche, Ziele und Bedürfnisse der Sparkassen-Kunden stehen dabei ganz klar im Fokus der Beratung. Neben den Beraterinnen und Beratern sorgen zusätzlich Spezialisten bei besonderen Herausforderungen dafür, dass Kundschaften bestens beraten werden.

Wir sehen uns als Finanzdienstleister für das Berchtesgadener Land und natürlich für alle, die hier leben: Bei uns sind Nachhaltigkeit, Sicherheit, Stabilität, Nähe und Vertrauen keine hohlen

Phrasen, sondern gelebte Unternehmensphilosophie. Unsere Mitarbeitenden machen Tag für Tag die Unternehmenswerte der Sparkasse Berchtesgadener Land spürbar.



kümmernd

Wir setzen uns für das Wohlergehen der Menschen und Organisationen der Region ein.

verwurzelt

In der Region gegründet und gewachsen, kennen wir die Menschen sowie die Wirtschaft wie kein Zweiter und gestalten das Leben aktiv mit.

anspruchsvoll

Wir entwickeln uns kontinuierlich weiter, verfolgen dabei anspruchsvolle Ziele und gehen für den Erfolg bei Kunden sowie im Markt die Extra-Meile.

beständig

Seit 1840 bleiben wir unserer Gründungsidee und Philosophie von einem achtsamen Geschäftsmodell treu und sind so ein berechenbarer sowie zuverlässiger Partner.

vorausschauend

Als erfahrene Experten bereiten wir unsere Kunden und die Region frühzeitig auf die Zukunft vor.

vertraut

Als fester Bestandteil des gesellschaftlichen Lebens in der Region gehen wir mit allen Beteiligten Partnerschaften auf Augenhöhe ein.

D1.1 Menschenwürdige Kommunikation mit Kunden

Berichtsfragen

- Wie werden neue Kunden gewonnen und wie Stammkunden betreut?
- Wie stellt das Unternehmen sicher, dass der Kundennutzen vor dem eigenen Umsatzstreben liegt?
- In welcher Form werden ethische Aspekte bei der Werbung und im Verkaufsprozess berücksichtigt?
- Wie wird auf Kundenwünsche und Reklamationen eingegangen und ein pragmatisches Vorgehen gesichert?



Verpflichtende Indikatoren

- Übersicht Budgets für Marketing, Verkauf, Werbung: Ausgaben für Maßnahmen bzw. Kampagnen

| Marketingausgaben | 2020 | 2021 |
|--|---------------------|---------------------|
| Werbung | 321.431,50 € | 364.799,30 € |
| Verkaufsförderung | 96.230,17 € | 124.054,65 € |
| Öffentlichkeitsarbeit | 80.779,07 € | 102.896,41 € |
| Sponsoring | 205.428,62 € | 202.675,75 € |
| Marktforschung | 10.691,87 € | 7.329,33 € |
| Bewirtung von Geschäftsfreunden/Veranstaltungen | 2.376,14 € | 2.386,66 € |
| Gesamt | 716.937,37 € | 804.142,10 € |

Hinweis: Aufgrund der Corona-Pandemie hat es Budgetverschiebungen gegeben. Anstatt der Durchführung von Veranstaltungen wurden beispielsweise Gutscheine von regionalen Unternehmen und Partnern an Kundschaften und Mitarbeitende ausgegeben.

- Art der Bezahlung der Verkaufsmitarbeitenden: fixe und umsatzabhängige Bestandteile in %

Da Mitarbeitende im Vertrieb einen maßgeblichen und unmittelbaren Einfluss auf den langfristigen Geschäftserfolg besitzen, gibt es für Vertriebsmitarbeitende der Sparkasse Berchtesgadener Land neben dem Fixgehalt ein übertarifliches variables Vergütungssystem namens „Vertriebsprämie“. So können sie durch ihren individuellen Erfolgsbeitrag (Grundlage: Zielerreichung gem. Zielvereinbarung) am zusätzlichen Geschäftserfolg der Sparkasse partizipieren. Im erfolgreichen Geschäftsjahr 2021 konnten so 221.038 Euro an 79 von 121 Vertriebsmitarbeitende zusätzlich vergütet werden. Die Vertriebsprämie dient als Anreiz und Wertschätzung und entspricht einem geringen Anteil im Vergütungssystem der Vertriebsmitarbeitenden mit nur 4,02 % zum tariflichen Gehalt.

- Interne Umsatzvorgaben von Seiten des Unternehmens: ja/nein

Ja, um den Vertriebserfolg im Einklang mit der Unternehmensstrategie nachhaltig und ganzheitlich zu sichern, gibt es die allgemeinen Ziele Gespräche, Abschlussprovision und Gebühren/Provisionen für die Vertriebsmitarbeitenden. Diese enthalten keine Fokussierung auf bestimmte Produkte und Dienstleistungen. Die Ziele, Wünsche und Bedürfnisse unserer Kundschaft stehen im Mittelpunkt unserer Aktivitäten.

Ein hoher Qualitätsanspruch prägt die tägliche Arbeit der Mitarbeitenden der Sparkasse Berchtesgadener Land. Unsere Kundschaften als Menschen stehen mit ihren Zielen und Bedürfnissen im Mittelpunkt unserer Aktivitäten, unabhängig davon, auf welchem Weg sie uns ansprechen. Der Kundennutzen steht dabei ganz klar im Fokus. Dies stellen wir durch eine umfassende und ergebnisoffene Beratung ohne produktbezogene Vorgaben unserer Beraterinnen und Berater sicher. Damit verbunden gibt es keine direkten Provisionszahlungen für den Vertrieb bestimmter Produkte und Dienstleistungen.

Uns ist bewusst, dass unsere Kundschaften entscheiden, was Qualität in Beratung, Dienstleistung, Produkten und Prozessen und im Miteinander ist. Die Kontaktpunktregeln der



Sparkasse sind dabei Anspruch und Ansporn an alle Mitarbeiter, sich anhand der Einhaltung dieser Regeln messen zu lassen.

| | |
|--------------------------|--|
| 1. Exzellenz-Regel | Ist die Qualität spürbar besser als beim Wettbewerb? |
| 2. Vorausschauend-Regel | Schafft es für den Kunden einen nachhaltigen Wert? |
| 3. Heimatverbunden-Regel | Wird der Beitrag zur Regionalentwicklung emotional vermittelt? |
| 4. Einfach-Regel | Ist es für den Kunden einfach? |
| 5. Beziehungs-Regel | Entsteht/Festigt sich eine persönliche Beziehung? |
| 6. Stilistik-Regel | Ist die Institution klar als Absender erkennbar ? |

Wir machen keine Unterscheidung: Menschlichkeit, Professionalität und ein respektvoller Umgang auf Augenhöhe mit allen Kundinnen und Kunden sind für uns selbstverständlich. Die Sparkassen haben sich sogar verpflichtet, jeder Privatperson in ihrem Geschäftsgebiet auf Wunsch ein Guthabenkonto einzurichten. Unabhängig von persönlicher Situation, Einkommen, Alter oder Nationalität. Ein Bürgerkonto kann nur aus wirklich wichtigen Gründen abgelehnt oder gekündigt werden. Zum Beispiel, wenn der Kontoinhaber Dienstleistungen missbraucht oder vereinbarte Kontoführungsgebühren nicht zahlt.

Die Betreuung unserer Bestandskunden liegt uns vorrangig am Herzen. Ziel unseres Kundengruppenmanagements ist eine nachhaltige, dynamische und bedürfnisorientierte Begleitung unserer unterschiedlichen Kundengruppen. Für die Gewinnung von Neukunden konzentrieren wir uns auf den Kinder- und Jugendmarkt, wo wir umfassende Aktivitäten mit unserem XTENSION-Konzept durchführen, um unsere Zukunftskunden von der Sparkasse Berchtesgadener Land langfristig zu begeistern.

Anregungen und Wünsche unserer Kundinnen und Kunden nehmen wir ernst. Kundenbeschwerden bearbeiten wir im Rahmen eines aktiven und professionellen Kundenimpulsmanagements. Alle Mitarbeitenden inkl. der Auszubildenden haben zur zügigen, unkomplizierten und unbürokratischen Regulierung von Kundenreklamationen und -beschwerden eine Kompetenz in Höhe bis zu 100 Euro im Einzelfall. Beschwerden sind für uns gleichzeitig Ansporn zur Weiterentwicklung und Verbesserung der Qualität.

Unser Außenauftritt wird durch die Gemeinsame Sparkassen-Werbelinie (GSK) deutschlandweit einheitlich gestaltet. Dabei hat sich die GSK strenge Regeln und Ausschlusskriterien auferlegt, die wir als regionale Sparkasse selbstverständlich auch auf die eigenentwickelte Werbung anwenden. Wir kommunizieren mit unserer Kundschaft ehrlich,



transparent sowie auf Augenhöhe und wir beachten streng gesellschaftlich anerkannte Rahmenbedingungen. Ethische, soziale und ökologische Aspekte werden bei der Werbung und im Verkaufsprozess natürlich berücksichtigt.

Wir sind immer in der Nähe für unsere Kundschaft und bieten verschiedene Kommunikationskanäle, die individuell gewählt werden können:

- **Vor Ort** - weil Nähe Vertrauen schafft Geldangelegenheiten sind Vertrauenssache. Mit unseren Beraterinnen und Beratern und dem dichtesten Filialnetz in der Region sind wir für die Menschen da, persönlich und kompetent.
- **Telefonisch** - als Bindeglied zwischen Beratern und Internet. Unser Kunden-Service-Center ist ein kompetenter Ansprechpartner am Telefon. Wir kümmern uns um individuelle Wünsche und erledigen Aufträge so schnell wie möglich.
- **E-Mail/Brief** - die schriftliche Kommunikation. Eine Alternative zum persönlichen und telefonischen Kontakt.
- **Online-Banking** - sicher per Mausclick, wann die Kundschaft es will. Ein großer Vorteil für alle, die viel unterwegs sind oder lange Arbeitszeiten haben.
- **Apps** - unterwegs immer dabei. Mit der Sparkassen-App (Deutschlands bester und beliebtester Banking-App durch mehrfache Auszeichnungen), den Apps für mobiles Bezahlen (GiroPay und ApplePay), der XTENSION-App für junge Leute und der Vorteilsfinder-App zur Treuebonus-Übersicht hat man alles im Blick.
- **Social Media** - multikanalübergreifend mehr erfahren. Über Facebook, Instagram, YouTube und WhatsApp sind wir erreichbar und informieren laufend.
- **Podcast** - Hörvergnügen über die Sparkasse. Im Mai 2021 wurde der Podcast-Kanal „Gemeinwohl - weil's um mehr als Geld geht“ von der Sparkasse Berchtesgadener Land ins Leben gerufen, um über aktuelle Themen, Aktionen und Maßnahmen zu berichten.

Seit 2016 haben wir ein zentrales Kunden-Service-Center mit eigenen gut ausgebildeten Mitarbeitenden, das durch hohe Routine einen Großteil der telefonischen Kundenanfragen und -aufträge abwickelt und so den Aufwand (Weg und Zeit) für die Kundschaft reduziert. Zudem werden durch die zentrale Anlaufstelle die Geschäftsstellen von telefonischen Anfragen entlastet, die sich dadurch noch besser auf die Kundenbetreuung vor Ort konzentrieren können. Die Besetzung des Kunden-Service-Centers ist relativ großzügig, um zum einen eine erweiterte Erreichbarkeit für die Kundschaft außerhalb der Geschäftszeiten zu erreichen, zum anderen um den Mitarbeitenden bei der anspruchsvollen Aufgabe entsprechende Freiräume gewährleisten zu können.

Im Zeitraum vom 23.10. bis 08.12.2020 haben wir schriftlich und onlinebasiert eine repräsentative Kundenbefragung mit einem 2-seitigen Fragebogen bei unseren Privat- und Firmenkunden durchgeführt. 1.526 Kunden (1.258 privat und 268 gewerbliche Kunden) haben uns ein Feedback gegeben. In allen strategischen Zielfeldern konnten wir eine teils deutliche Steigerung im positiven Sinne verzeichnen, was uns sehr freut und den eingeschlagenen Weg mit „Sparkasse spüren“ bestätigt. Einen Auszug der wichtigsten Ergebnisse sind unter D4 aufgeführt. Übrigens: Für jeden ausgefüllten Fragebogen haben wir 5 Euro an den Kreisverband Berchtesgadener Land des Bayerischen Roten Kreuzes zur Anschaffung eines Infektionsschutzanhängers samt Schutzmaterialien gespendet.



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Weiterentwicklung des Kunden-Service-Centers
- klare und transparente Kommunikation unserer Gemeinwohl-Maßnahmen
- Ausbau der digitalen Kommunikationskanäle (z. B. mobiles Bezahlen, Podcast-Kanal)
- Kundenbefragung durchgeführt

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Laufende Weiterentwicklungen in der Kundenkommunikation
- Präsentation der Unternehmensphilosophie in einem neuen Imagefilm

D1.2 Barrierefreiheit

Berichtsfragen

- Welche Hürden betreffen den Kauf und die Nutzung der Produkte und Dienstleistungen?
- Welche benachteiligten Kunden-Gruppen werden als Zielgruppe berücksichtigt?
- Wie wird benachteiligten Kunden der Zugang und die Nutzung der Produkte/Dienstleistungen erleichtert?
- Ausschließlich für B2B: Wie wird sichergestellt, dass kleinere und gemeinwohlangagierte Unternehmen mindestens gleichwertige Konditionen und Services wie Großabnehmer erhalten?

Verpflichtende Indikatoren

Umsatzanteil in % des Produktportfolios, das von benachteiligten Kunden-Gruppen gekauft wird.

Da diese Kundengruppen in unserem Markt keine Relevanz haben, werden auch keine Umsatzanteile erhoben.

Die Sparkasse Berchtesgadener Land bekennt sich zu ihrer Verantwortung für die Menschen. Faire Partnerschaft heißt für uns auch, niemanden von modernen Finanzdienstleistungen auszuschließen. Unser Ziel ist es, unsere Produkte und Dienstleistungen für jeden Kunden gleichberechtigt zugänglich zu machen. Schritt für Schritt bauen wir daher auch den barrierefreien Zugang zu unseren Filialen, zu unserem Internetauftritt, zu den Selbstbedienungsgeräten und zu unserem gesamten Beratungsangebot aus.

Barrierefreiheit bietet mehr Komfort für jeden Menschen und erleichtert ein selbstbestimmtes Leben. Die Nähe unserer Beschäftigten zu unserer Kundschaft hilft dabei, Barrieren zu überwinden. Deshalb ist es uns wichtig, bei Neu- und Umbauten von Geschäftsstellen Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit zu berücksichtigen. Insgesamt verfügen alle unsere Filialen über einen weitgehend barrierefreien Zugang für Rollstuhlnutzer sowie alle Geldautomaten/Cash-Recycler sind mit tastbaren Hilfen und einer Kontrastanzeige ausgestattet.

Um die erfolgreiche Einbindung von Menschen mit Migrationshintergrund in unsere Gesellschaft und in das Wirtschaftsleben zu unterstützen, bieten wir Anleitungen für die Ersteinrichtung des Online-Banking-Zugangs und vom meist gewählten Sicherungsverfahren pushTAN in verschiedenen Fremdsprachen (aktuell: englisch, russisch, arabisch, türkisch und ukrainisch) an.



Durch die gezielte Förderung der Digitalisierung und des Online- und Mobile-Bankings, sowie der Kundenberatung über Telefonie (was durch die Corona-Pandemie ab 2020ff gefördert wurde) wird das Beratungsangebot für Menschen mit eingeschränkter Mobilität stetig erweitert und der Zugang für diese Kundengruppen erleichtert.

Die Anzahl von Trickbetrugs-Opfern ist in den letzten Jahren stark angestiegen. Immer mehr - überwiegend ältere Menschen ab 60 Jahre - fallen auf die Maschen von Trickbetrügern rein, ob Einzeltrick, Call-Center mit Gewinnversprechen oder Schockanrufe. Die Sparkasse Berchtesgadener Land unterstützt die Präventionsarbeit der Polizei laufend aktiv mit Mitarbeiter- und Kundenveranstaltungen, wie z. B. am 30.09.2021 die Trickbetrugs-Präventions-Veranstaltung für Senioren mit Karl-Heinz Busch und den Kriminalpolizeilichen Fachberater „Einbruchschutz und Prävention“.

Seit dem Angriff Russlands auf die Ukraine am 24.02.2022 haben tausende Menschen auch in unserer Region eine neue Bleibe gesucht. Wir als Sparkasse haben umgehend reagiert und Unterstützungsmaßnahmen ins Leben gerufen: kurzfristige Sammlung von über 50 Schlafsäcken für den Malteser-Transport, Angebot der kostenlosen Kontoführung für ukrainische Kriegsgeflüchtete bis 31.12.2022, Durchführung von konzertierten Girokontoeröffnungs-Aktionen, Aufforderung mögliche freie Unterkünfte zu melden, Einrichtung einer Plattform über benötigte Ausstattungsgegenstände, Spende von Werbegeschenken und Durchführung von zwei Spendenplattformaktionen „Hilfstransporte an ukrainische Grenze“ der örtlichen Malteser.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Barrierefreier Umbau der Geschäftsstellen Piding und Laufen.
- Online-Banking-Anleitungen in verschiedenen Fremdsprachen.
- Ausbau/Weiterentwicklung medialer Kanäle (Online- und Mobile-Banking, Kunden-Service-Center, telefonische Beratungsgespräche).
- Trickbetrugs-Vortragsveranstaltung für Senioren.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Barrierefreier Umbau weiterer Geschäftsstellen (Marktschellenberg, Berchtesgaden, Aufham, Ramsau, Freilassing usw.).
- Unterstützung von Kriegsgeflüchteten.

Negativ-Aspekt D1.3 Unethische Werbemaßnahmen

Berichtsfragen

- Welche konkreten Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen sind kritisch oder könnten unethisch sein? Warum? Und was wären ethische Alternativen?
- Welche Werbemaßnahmen gehen über eine informative Homepage, neutrale Produktinformationen, Nutzungshinweise oder Wissensvermittlung hinaus?

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Werbeausgaben, die auf ethische und unethische Kampagnen entfallen.

100 % ethische Werbe- oder Verkaufsmaßnahmen. Wir haben keine Anhaltspunkte oder Hinweise, dass wir unethische Werbekampagnen betreiben.



Wir sind ein leistungsfähiges Unternehmen und ein verlässlicher Partner für die Kundinnen und Kunden in unserem Geschäftsgebiet. Wir verhalten uns fair gegenüber unserer Kundschaft, unserem Träger, gegenüber Wettbewerbern, Geschäftspartnern, den Aufsichtsbehörden, der Öffentlichkeit und den eigenen Mitarbeitenden. Wir orientieren uns am Leitbild des ehrbaren Kaufmanns. Aufrichtiges und ethisch vorbildliches Verhalten sind für uns selbstverständlich. Wir führen keine irreführenden oder verschleiernenden Werbemaßnahmen durch.

Neben der informativen Homepage, den neutralen Produktinformationen, Nutzungshinweisen und der Wissensvermittlung setzen wir u. a. auf folgende Werbekanäle: Point of Sale (POS), Print, Radio, Onlineportale und Social-Media-Kanäle.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunter- nehmen

D2.1 Kooperation mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- Mit welchen Unternehmen wird bereits kooperiert und welche Ziele werden dabei verfolgt?
- Mit welchen Unternehmen werden in Zukunft in welchen Bereichen Kooperationen angestrebt?
- In welchen Bereichen werden Wissen und Informationen mit Mitunternehmen geteilt?
- Welche Maßnahmen zur Erhöhung der Branchenstandards wurden/werden umgesetzt bzw. sind in Planung?

Verpflichtende Indikatoren

- Wie hoch ist der investierte Zeit- und/oder Ressourcenaufwand für Produkte oder Dienstleistungen, die in Kooperation erstellt werden, im Verhältnis zum gesamten Zeitaufwand für die Erstellung der Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens? (in Stunden/Jahr bzw. %-Anteil)

Die Sparkasse BGL erstellt weder Produkte noch Dienstleistungen in Kooperation, sie ist lediglich Vermittler.

- Wie viel Prozent von Zeit/Umsatz werden durch Kooperationen mit folgenden Unternehmen aufgewendet/erzielt:
 - Unternehmen, die die gleiche Zielgruppe ansprechen (auch regional)
 - Unternehmen der gleichen Branche, die regional eine andere Zielgruppe ansprechen
 - Unternehmen der gleichen Branche in der gleichen Region, mit anderer Zielgruppe
 Hier sind keine konkreten Zahlen verfügbar.
- In welchen der folgenden Bereiche engagiert sich das Unternehmen? (Anzahl: x/3)
 - Kooperation mit zivilgesellschaftlichen Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards





- Aktiver Beitrag zur Erhöhung gesetzlicher Standards innerhalb der Branche (Responsible Lobbying)
- Mitarbeit bei Initiativen zur Erhöhung der ökologischen/sozialen/qualitativen Branchenstandards

Im Rahmen unseres regionalen, nachhaltigen und gemeinwohlorientierten Engagements, auf das wir in Kapitel E ausführlich eingehen, und unserer aufgeführten Kooperationen engagieren wir uns für die Erhöhung ökologischer, sozialer und qualitativer Standards.

Wenn sich Kompetenzen ergänzen: Ein starker Verbund schafft viele Vorteile für unsere Kundschaft. Um unseren Kundinnen und Kunden die bestmögliche Leistung zu bieten, arbeiten wir mit kompetenten Partnern zusammen. Hier sehen Sie einen Überblick über unsere wesentlichen Partner in der Sparkassen-Finanzgruppe sowie unsere lokalen Kooperationen.

| Partner in der Sparkassen-Finanzgruppe | Bezeichnung und Sitz: | Zusammenarbeit im Bereich: |
|---|--|--|
|  | Bayerische Landesbank mit Sitz in München | Wertpapieremissionen und Finanzierungen, Edelmetall- und Sortengeschäft |
|  | DekaBank Deutsche Girozentrale mit Sitz in Frankfurt am Main | Investmentfonds, Verwaltung von Fondsanteilen |
|  | LBS Bayerische Landesbausparkasse mit Sitz in München | Bausparverträge und Finanzierungen |
|  | Sparkassen-Immobilien-Vermittlungs-GmbH mit Sitz in München | Bayernweites Angebot von Immobilien und Grundstücken |
|  | Versicherungskammer Bayern, Versicherungsanstalt des öffentlichen Rechts (VKB) mit Sitz in München | Versicherungen und Vorsorge |
|  | Deutsche Leasing mit Geschäftsstelle in München | Leasing von KFZ, Anlagegütern und IT, Servicedienstleistungen wie Fuhrparkmanagement und Begleitung bei komplexen IT-Projekten |
|  | S-Kreditpartner GmbH (SKP) mit Geschäftsstelle in München | Auto- und Konsumentenfinanzierung |

| Weitere Kooperationen: | Kurze Beschreibung: |
|---|--|
|  | Mitglied beim Unternehmensnetzwerk „verantwortungsvoll wirtschaften“ der Berchtesgadener Land Wirtschaftsservice GmbH und Biosphärenregion BGL. |
|  | Die Sparkasse BGL engagiert sich im Arbeitskreis „Schule/Wirtschaft“ und übernimmt die Geschäftsführung (aktuell: Karl Thierauf) sowie den Vorsitz im Bereich Wirtschaft (aktuell: Helmut Grundner). |



Die Sparkasse arbeitet mit EM Chiemgau zusammen und reinigt ohne Chemie: Probiotische Reinigung ist effizient, wirtschaftlich und nachhaltig.



Als „Partner der Biosphärenregion BGL“ setzt die Sparkasse BGL nachweislich zahlreiche Nachhaltigkeitsmaßnahmen in ihren Wirtschaftsprozessen um, legt dabei den Fokus auf eine ständige Verbesserung, engagiert sich für die Erfüllung der Biosphären-Ziele und agiert als Botschafter für die Biosphärenregion.

Darüber hinaus engagieren sich der Vorstand, Führungskräfte und Mitarbeitende in verschiedenen Arbeitskreisen und Initiativen in der Sparkassenorganisation (z.B. ATVV-Nachhaltigkeits-Projekt) und darüber hinaus.

Mit unserem stärksten Mitbewerber im Berchtesgadener Land, der VR-Bank Oberbayern Südost besteht eine gemeinsame Kooperation: Kundinnen und Kunden der Sparkasse und VR-Bank können ausgewählte Geldautomaten kostenfrei nutzen. Weitere Kooperationen werden laufend überprüft.

Als führendes Kreditinstitut im Berchtesgadener Land machen wir es uns zur Aufgabe, gemeinsam mit unseren Partnern vor Ort und in der Sparkassen-Finanzgruppe die Transformation zu einer nachhaltigen regionalen Wirtschafts- und Infrastruktur zu fördern. Bereits heute finanzieren wir verlässlich Investitionen in Umwelt- und Klimaschutz sowie Ressourceneffizienz in Unternehmen, Kommunen und privaten Haushalten. Darüber hinaus ermöglichen wir unserer Kundschaft die Geldanlage in Anlageprodukte mit besonderem ökologischem oder sozialem Nutzen. Durch spezifische Beratungs- und Informationsangebote fördern wir das Umweltbewusstsein bei unserer Kundschaft und bringen uns in regionale Initiativen ein. Beispiele hierfür sind das Unternehmensnetzwerk „verantwortungsvoll wirtschaften“ und der Arbeitskreis Schule/Wirtschaft. Diese Anstrengungen werden wir künftig verstärken.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kooperationen mit der Biosphärenregion BGL
- Aufbau eines Netzwerkes, um die CO₂-Neutralität im Landkreis zu forcieren (Humus-Aufbauprojekt).

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- 2022: Kooperation mit der Fa. überall zu E-CarSharing
- 2023: Motivationstag des Arbeitskreises Schule/Wirtschaft Bayern zu „Berufliche Bildung - Zukunft für Alle!“ am 19.04.2023 im Alpencongress Berchtesgaden.

D2.2 Solidarität mit Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen verhält sich das Unternehmen solidarisch gegenüber anderen Unternehmen und hilft uneigennützig?



Verpflichtende Indikatoren

Wie viele Arbeitskräfte bzw. Mitarbeiterstunden wurden an Unternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?

Wie viele Aufträge wurden an Mitunternehmen ...

- anderer Branchen weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (%-Anteil im Verhältnis zur Anzahl der Gesamtaufträge)

Aufzeichnungen über den Aufwand (Anzahl, Arbeitskräfte und -stunden) des solidarischen Engagements der Sparkasse Berchtesgadener Land werden nicht geführt.

Wie hoch beläuft sich die Summe an Finanzmitteln, die an Unternehmen ...

- anderer Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen?
- der gleichen Branche weitergegeben wurden, um kurzfristig die Mitunternehmen zu unterstützen? (Summe, %-Anteil vom Umsatz/Gewinn)

Ist für uns nicht relevant, da ein Liquiditätspool nicht vorhanden ist.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Die Sparkasse Berchtesgadener Land stellt ihr Know-how ihren Partnern vor Ort und in der Sparkassen-Finanzgruppe kostenlos zur Verfügung. In schwierigen Zeiten steht sie als zuverlässiger Partner ihren Privat-, Firmen- und Kommunalkunden zur Seite - auch uneigennützig, wie z. B. mit der Aussetzung von Zins- und Tilgungsleistungen während der Corona-Krise. Darüber hinaus fördert sie das gesellschaftliche Engagement in unserer Region durch Spenden, Sponsoring und Stiftungen sowie ehrenamtliches Engagement ihrer Mitarbeitenden - im Rettungsdienst auch während der Arbeitszeit.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Laufende Verbesserungen.

Negativ-Aspekt D2.3 Missbrauch der Marktmacht gegenüber Mitunternehmen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen könnte das Unternehmen andere Unternehmen stören, blockieren oder schädigen?
- Welche Rolle spielt es, Marktanteile zu erobern bzw. wie wird mit dem Ziel der Marktführerschaft umgegangen?

Verpflichtende Indikatoren

- Findet ein wertender Vergleich (besser/schlechter bzw. im USP) mit der Leistung und den Angeboten von Mitunternehmen in der Kommunikation statt?
Nein, wir streben eine offene und faire Informations- und Kommunikationspolitik an.
- Wird zumindest bei einem Produkt bzw. einer Dienstleistung eine Dumpingpreisstrategie verfolgt?
Nein, wir verfolgen keine Dumpingpreisstrategie.
- Werden geheime/verdeckte Preisabsprachen mit anderen Unternehmen getroffen?
Nein, finden nicht statt.



- Ist die Maximierung der Marktanteile auf Kosten von Mitunternehmen, Kunden oder Produzent*innen in der Unternehmensstrategie verankert?

Nein, in unserer Geschäftsstrategie ist folgendes zum Thema Marktanteile verankert: *Wir stellen unsere Leistungen allen zur Verfügung und wollen Marktführer im Privat-, Firmen- und Kommunalkundengeschäft im Berchtesgadener Land bleiben. Dabei stehen ausschließlich die Ziele und Wünsche unserer Kunden im Vordergrund.*

- Werden für eigene Produktideen zahlreiche Patente erwirkt, die selbst nicht weiterverfolgt oder genutzt werden und die anderen Unternehmen bei der Weiterentwicklung/Forschung/Innovation blockieren könnten bzw. sollen?

Nein, nicht relevant für uns.

In allen Bereichen unseres unternehmerischen Handelns haben wir Gesetze, aufsichtsrechtliche Bestimmungen, Verordnungen und vergleichbare Vorschriften zu beachten. Der Verhaltenskodex der Sparkasse Berchtesgadener Land beinhaltet interne Verhaltensregeln für die Mitarbeitenden der Sparkasse, um den gesetzlichen und aufsichtsrechtlichen (regulatorischen) Anforderungen, aber auch ethischen und gesellschaftlichen Maßstäben gerecht zu werden. Die persönliche Integrität unserer Beschäftigten ist dabei ein entscheidender Beitrag, um Rechtsrisiken zu vermeiden und zur dauerhaft positiven Entwicklung und hohen Reputation unserer Sparkasse Berchtesgadener Land beizutragen. Die sorgfältige Beachtung des Kodex beim täglichen Handeln trägt zu einem fairen Miteinander bei, welches die Sparkasse Berchtesgadener Land anstrebt.

Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist Marktführer im Privat-, Firmen- und Kommunalkundengeschäft im Berchtesgadener Land. Durch unsere Aktivitäten rund um das Gemeinwohl sollen unsere Kundinnen und Kunden spüren, was wir sind, was sie an uns haben, was die Region von uns hat und was fehlen würde, wenn es uns nicht mehr gäbe. Diese und alle weiteren Leistungen als Qualitätsanbieter vor Ort sollen dazu beitragen, unsere Marktführerschaft weiterhin zu sichern bzw. auszubauen.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen

Bei der Nutzung von Finanzprodukten der Sparkasse Berchtesgadener Land bzw. unserer Verbundpartner gibt es grundsätzlich keine ökologische Auswirkung durch die Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen.

D3.1 Ökologisches Kosten-Nutzen-Verhältnis von Produkten und Dienstleistungen (Effizienz und Konsistenz)



Berichtsfragen

- Inwieweit sind dem Unternehmen die ökologischen Auswirkungen durch Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen bekannt?
- Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen, absolut und im Vergleich zu bestehenden Alternativen mit ähnlichem Nutzen?
- Mit welchen Strategien und Maßnahmen werden die ökologischen Auswirkungen, die durch die Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen entstehen, reduziert?
- Wie wird die Reduzierung ökologischer Auswirkungen hinsichtlich Nutzung und Entsorgung der Produkte und Dienstleistungen im Geschäftsmodell berücksichtigt?

Als regionales Kreditinstitut bieten wir allen Bürgerinnen und Bürgern Zugang zu modernen Finanzdienstleistungen. Dazu gehören auch Anlageprodukte mit einem besonderen ökologischen und sozialen Nutzen. Die Sparkasse Berchtesgadener Land bietet über ihren Verbundpartner DekaBank ein breites Produktspektrum für jene Kundschaft, die ihr Geld in sozial und ökologisch besonders verantwortlich handelnde Unternehmen und Institutionen investieren möchten. Bei der Deka ist Nachhaltigkeit seit geraumer Zeit neben Rendite, Risiko und Liquidität eine zentrale Orientierungsgröße. Unsere Kundinnen und Kunden haben in den Jahren 2020/21 rund 16 Mio. Euro in nachhaltige Fonds investiert und die Nachfrage wächst stetig. Der Schwerpunkt „Nachhaltigkeit“ ist mittlerweile Bestandteil unseres individuellen und ganzheitlichen Beratungsansatzes und eine wesentliche Frage in der Anlageberatung. Somit forcieren wir die Bewusstseinsbildung und erhöhen das Volumen an nachhaltigen Produkten. 2021 lag der Absatz Nachhaltigkeitsfonds im Vergleich zum Gesamtumsatz bei rund 15 %. Hausintern werden unsere Beraterinnen und Berater regelmäßig rund um nachhaltige Geldanlagen geschult.

Außerdem finanziert die Sparkasse Berchtesgadener Land wichtige Nachhaltigkeitsprojekte in der Region und ist als Förderspezialist positioniert. Bei Neu- und Umbauten weisen wir unsere Kundschaft aktiv auf die kostenlose Energieberatung im Berchtesgadener Land hin. So nutzen wir unsere Kundenkontakte, um die ökologischen Möglichkeiten darzulegen und um gleichzeitig auch das Potential für verschiedene Förderungen aufzuzeigen. Um eine ökologischere Bauweise noch attraktiver zu machen, beantragen wir als Hausbank für unsere Kundschaft bei Erwerb, Instandhaltung oder energetischer Modernisierung zinsgünstige Fördermittel und Zuschüsse der deutschen Förderbanken wie z. B. der LfA Förderbank Bayern und der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW).

Die Programme beinhalten alle für eine Immobilie relevanten, ökologischen Maßnahmen. Auch der behinderten- und altersgerechte Umbau einer Immobilie wird gefördert. Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist als Förderspezialist im Berchtesgadener Land positioniert.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Durch den flächendeckenden Einsatz und die Intensivierung unseres Elektronischen Postfachs konnte im Jahr 2020/21 der Ausdruck von circa 1.500.000 Dokumenten eingespart werden, was rund 8.000 kg CO₂-Einsparung entspricht (Quelle: Nachhaltigkeitsrechner auf www.papiernetz.de).
- Die Sparkasse Berchtesgadener Land nimmt auch am klimaneutralen Versenden ihrer Briefsendungen teil. Mit GoGreen, dem klimafreundlichen Versand und der grünen Logistik der Deutschen Post, konnten 4,53 Tonnen CO₂ im Jahr 2020 und 8,43 Tonnen CO₂ im Jahr 2021 durch Transport und Logistik entstandene Treibhausgasemissionen durch Klimaschutzprojekte der Deutsche Post DHL Group ausgeglichen werden.



- Im Jahr 2021 wurde erstmals eine Kampagne (Nachhaltigkeitsherbst) in der Anlageberatung mit dem kompletten Fokus auf das Thema nachhaltige Anlagelösungen umgesetzt. Für jede durchgeführte Beratung zu nachhaltigen Anlageprodukten wird seitdem in der Folge ein Baum in der Region durch die Sparkasse gepflanzt.
- Auch im Finanzierungsbereich spielte das Thema Nachhaltigkeit im Berichtszeitraum eine zunehmende Rolle. Umgesetzt wurden folgende Themen:

Digitaler Finanzbericht (DiFin)

Die Sparkasse BGL forciert mit dem sog. „digitalen Finanzbericht“ die elektronische Einreichung, Weiterbearbeitung und Archivierung von wirtschaftlichen Unterlagen ihrer Kreditnehmer. Hiervon profitieren Kundschaft, Steuerberater und Sparkasse durch die Reduzierung von Kosten und Ressourcen (Papier, Toner, Porto, Postlaufzeiten etc.) gleichermaßen.

Bewertung der Nachhaltigkeitsrisiken im Kreditgeschäft - ESG-Score

Gewerblichen Kundschaften beurteilen wir im Rahmen der Kreditgewährung ab einer definierten Größe nach deren individuellen ESG-Risiken (ESG-Scoring) in Form einer Abweichungsanalyse zu Branchenwerten. Bei Klein- und Kleinstunternehmen erfolgt die Steuerung/das Reporting auf Portfolioebene.

Limitierung des Kreditvolumens mit Nachhaltigkeitsrisiken

Wir haben das Kreditvolumen für gewerbliche Kunden mit erhöhten oder hohen Nachhaltigkeitsrisiken nach ESG-Scoring auf Basis einer individuellen Bewertung betragslich limitiert. Im Neukreditgeschäft streben wir bei erhöhten oder hohen ESG-Risiken keine wirtschaftliche Blankokreditausweitung an.

ESG im Schuldscheindarlehengeschäft

Wir berücksichtigen Schuldscheindarlehangebote mit ESG-abhängigen Zinskomponenten.

- Ein weiterer ökologischer Aspekt wurde mit der Voreinstellung der Suchmaschine Ecosia (www.ecosia.org) im sparkasseninternen Intranet umgesetzt. Ecosia ist eine Suchmaschine, die Bäume pflanzt und 100% der Gewinne aus Werbeeinnahmen für den Klimaschutz verwendet.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Forcierung von klimaneutralen Aktionen & Maßnahmen.
- Steigerung des Absatzes nachhaltiger Investmentfonds durch Ausbau des Angebots an nachhaltigen Anlagelösungen und aktivere Beratung im Bereich Nachhaltigkeit.
- Weitere Reduzierung des Papierverbrauchs in der Kundenkommunikation.

D3.2 Maßvolle Nutzung von Produkten und Dienstleistungen (Suffizienz)

Berichtsfragen

- Inwieweit ist Suffizienz bzw. eine maßvolle Nutzung im Geschäftsmodell verankert?
- Inwieweit findet im Unternehmen eine Auseinandersetzung mit Suffizienz bzw. maßvoller Nutzung der Produkte und Dienstleistungen statt?



- Durch welche Strategien und Maßnahmen werden maßvoller Konsum bzw. eine suffiziente Nutzung der Produkte und Dienstleistungen gefördert?
- Welche Produkte und Dienstleistungen zielen auf eine maßvolle Nutzung ab bzw. unterstützen diese?
- Inwieweit zielt die Kommunikation des Unternehmens mit Kunden und Konsument*innen auf die Förderung von maßvoller Nutzung ab?

Suffizienz ist im Sparkassenwesen ein Kernelement. Vom Verzicht auf Gewinnmaximierung bis zum gesetzlichen Auftrag zur Erziehung zum verantwortungsvollen Umgang mit Geld lebt die Sparkasse von diesem wesentlichen Unterschied zur übrigen Bankenlandschaft.

Dieses „angeborene Verhalten“ übertragen wir auf unser Produkt- und Dienstleistungsangebot, auf unsere Verbundpartner und deren durch uns vermittelte Produkte sowie auf unser tagtägliches Verhalten im Umgang mit unseren Ressourcen.

Wir bieten unserer jungen Kundschaft nur ab einem verantwortbaren Alter eine eingeschränkte Produktpalette wie Sparkassenbuch oder Taschengeldkonto an, um sie im verantwortlichen Umgang mit Geld zu unterstützen, sie aber auch früh mit dem Zahlungsverkehrssystem und dessen Tücken zu schulen.

In ca. 25 Betriebserkundungen pro Jahr informieren wir Schulklassen über mehrere Jahrgangsstufen transparent über die Sparkasse, über Aufgaben und Produkte von Banken, über die Funktionalität des Zahlungsverkehrs und über die soziale Stellung der Sparkasse und deren Mitarbeitenden in der regionalen Gesellschaft. Unsere geschulten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter halten in Schulen Vorträge zu vielen Facetten des Umgangs mit Geld, z.B. die verantwortungsvolle Nutzung von Kommunikationsgeräten wie Handys.

Unsere Baufinanzierungen sind vom Erstkontakt weg auf die Kundschaft zugeschnitten. Innerhalb von zwei Tagen erhalten unsere Bau- und Kaufinteressenten eine Information, ob ein Immobilienerwerb und ein sorgenfreies Leben trotz der finanziellen Belastungen aus der Kreditbedienung finanziell möglich ist. Voraussetzung ist das Vorliegen der erforderlichen Kundenunterlagen. Im Interesse unserer Kundschaft verzichten wir auf Finanzierungen, die unsere Kunden keinen genügenden Spielraum lassen, wenn die monatlichen Belastungen für die Kredite einsetzen. Ebenso bemühen wir uns, unserer Kundschaft nur Immobilien zu vermitteln und zu finanzieren, die ihren finanziellen Möglichkeiten angepasst sind.

Wir versuchen, die Beratungsleistungen effizient mit wenigen Terminen und wenigen Fahrzeiten auf möglichst digitalen Wegen zu gestalten.

Wir verzichten bewusst auf Produkte mit Teilzahlungsfunktionen wie „Revolving Kreditkarten“, mit denen unsere Kundschaften den Überblick über ihre finanziellen Möglichkeiten verlieren könnten.

Die Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks haben wir als Zielsetzung in unserem Nachhaltigkeitsverständnis festgeschrieben. Als regionales Kreditinstitut engagieren wir uns für das Gelingen der Energiewende und die Erreichung der Klimaziele. Dabei ist es uns ein Anliegen, private Kundschaft und Sparer, Verbraucher, Unternehmen und Institutionen vor Ort in die ökologische Weiterentwicklung unserer Region einzubeziehen. Über unsere Aktivitäten kommunizieren wir regelmäßig in unserer „s-aktuell“ und über unsere sozialen Netzwerke.



Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Wissensvermittlung an junge Leute über z. B. Betriebserkundungen und Schulvorträge.
- verstärkter Einsatz von papierlosen Beratungsunterlagen (Finanzkonzept, Anlageberatung, Beratungen zu Versicherungslösungen usw.) über das Elektronische Postfach der Kundschaft - ein Ausdruck ist dadurch nicht mehr notwendig.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Verringerung unseres ökologischen Fußabdrucks.

Negativ-Aspekt D3.3 Bewusste Inkaufnahme unverhältnismäßiger, ökologischer Auswirkungen

Berichtsfragen

- In welchen Bereichen wird eine übermäßige Nutzung über Preisgestaltung, Anreizsysteme, geplante Obsoleszenz etc. gefördert bzw. bewusst in Kauf genommen?
Wir fördern in keinem Bereich eine übermäßige Nutzung und nehmen diese auch nicht bewusst in Kauf.
- Bei welchen Produkten und Dienstleistungen können mit einer oder wenigen Nutzung(en) durch jeden Menschen oder durch gleichbleibendes bzw. steigendes Nutzungsniveau die globalen Belastungsgrenzen überschritten werden?
Bei keinem unserer Produkte und Dienstleistungen sind unverhältnismäßige ökologische Auswirkungen erkennbar.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

D4 Kunden-Mitwirkung und Produkttransparenz

D4.1 Kunden-Mitwirkung, gemeinsame Produktentwicklung und Marktforschung

Berichtsfragen

- Welche konkreten Mitsprachemöglichkeiten und Mitentscheidungsrechte werden Kunden eingeräumt und wie wird darüber kommuniziert?
- Werden Produkte und Dienstleistungen mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung gemeinsam mit Kunden entwickelt?
- Mit welchem Ziel wird Marktforschung eingesetzt?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen, die mit der Beteiligung von Kunden entstanden sind.
0 %.
- Anzahl der Produkt- und Dienstleistungsinnovationen mit sozial-ökologischer Verbesserung, die durch die Mitwirkung von Kunden entstanden sind.
0 %.



Im Rahmen unserer ergebnisoffenen Beratungsphilosophie (Beraterempfehlungen auf Basis der individuellen Wünsche und Bedürfnisse) treffen unsere Kundinnen und Kunden selbst ihre finanziellen Entscheidungen. Durch unsere Kundenbefragungen, die alle drei Jahre stattfinden (das letzte Mal im Herbst 2020, siehe D1.1), wird eine Auswahl unserer Kundschaft schriftlich und online zur Kundenzufriedenheit und zu einzelnen Produkten befragt.

Die Erkenntnisse fließen in die Weiterentwicklung unserer Produkte und Dienstleistungen ein und werden laufend über unsere Kanäle kommuniziert. Über unsere Spendenplattform „Meine Sparkasse bewegt“ können unsere Kundinnen und Kunden direkt die Spendenvergabe ihrer Sparkasse beeinflussen und zusätzlich eigene, gemeinnützige Projekte zur Förderung einreichen. Des Weiteren kann über das Kundenimpulsmanagement Lob, Kritik und Verbesserungen mitgeteilt werden, was bei einer Häufung zu einer Überprüfung von Prozessen und Abläufen führen kann.

Basierend auf Ergebnissen der Marktforschung und Rückmeldungen von der Kundschaft werden Produkte und Dienstleistungen laufend angepasst. Produkte mit einer höheren Nachhaltigkeitswirkung wurden vor allem im Fondsangebot aufgenommen. Mittlerweile beträgt der Anteil an nachhaltigen Fonds im Produktkorb 50 %. Das erweiterte Angebot wird von unserer Kundschaft sehr positiv aufgenommen. Im Geschäftsjahr 2021 lag der Brutto-Absatz von Nachhaltigkeitsfonds im Vergleich zum Gesamtumsatz bei sehr guten 10,5 %, was mehr als einer Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr (2020: 4,36 %) entspricht.

Auszug aus den Ergebnissen unserer Kundenbefragung 2020:

| Strategische Ziele | 2017 | 2020 | Veränderung |
|--|-------|------|-----------------------|
| Exklusivbankverbindung bei der SPK | 39 % | 47 % | + 8 % |
| SPK wichtigste Bankverbindung | 48 % | 67 % | + 19 % |
| Durchführung einer strukturierten Finanzanalyse (Finanzkonzept): Wahrnehmung auf mind. 25 % steigern | | | |
| - Privatkunden | 16 % | 54 % | + 38 % |
| - Firmenkunden | 18 % | 46 % | + 28 % |
| Verbesserung der Kundenzufriedenheit auf mind. 80 % | 75 % | 84 % | + 9 % |
| Erhöhung der Kundenzufriedenheit auf mind. 75 % in den Punkten | | | |
| - Gefühl, bei uns willkommen zu sein | 58 % | 79 % | + 21 % |
| - Hilfsbereitschaft/Freundlichkeit/ Aufmerksamkeit | 70 % | 87 % | + 17 % |
| Regionales Engagement: Bekanntheit auf mind. 75 % steigern | n. V. | 81 % | + 6 % vom Zielwert |

Im Juli 2021 haben wir das Angebot unseres Verbundpartners DekaBank angenommen und beim Nachhaltigkeits-Kompass von N-Motion teilgenommen. Der umfangreiche Fragebogen mit 100 Fragen umfasst die vier Handlungsfelder „Strategie und Steuerung“, „Geschäftsbetrieb“, „Kerngeschäft“ und „Kommunikation und gesellschaftliche Engagement“. In allen Handlungsfeldern lagen wir deutlich über der Vergleichsgruppe und erzielten im Gesamtscore Rang 5 von 115 teilnehmenden Sparkassen in ganz Deutschland. Das Ergebnis bestätigte uns,



auf dem richtigen Weg zu sein. Erfolgreiches Marketing setzt Marktforschung voraus. Deshalb sind in unserer Geschäftsstrategie sogar strategische Ziele in den Handlungsfeldern „Markt und Kunde“ und „Mehrwert für die Region“ auf Basis von Kennzahlen aus der Marktforschung (kleinräumige Marktanalyse und Kundenbefragung) definiert. Die Marktforschung dient also bei uns vor allem zur Gewinnung von Kennzahlen, um die Sparkasse Berchtesgadener Land in allen Bereichen weiterzuentwickeln.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kundenbefragung (2020)
- Nachhaltigkeitskompass mit Deka / N-Motion (2021)

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Sparkassen-Onlinekunden-Dialog (2022)
- Steakholder-Befragung zur Nachhaltigkeit (2023)
- Kundenbefragung (2023)

D4.2 Produkttransparenz

Berichtsfragen

- Wie öffentlich und transparent sind Produktinformationen?
- Inwieweit werden alle Inhaltsstoffe und ökologisch relevanten Informationen ausgewiesen?
- Welche Informationen zur Preisfindung entlang der Wertschöpfungskette werden ausgewiesen?
- Was ist über den Umfang der sozioökologischen Belastungen, die durch die Produkte und Dienstleistungen entstehen und die nicht in den Preisen enthalten sind, bekannt (sog. Externalisierung)?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Produkte mit ausgewiesenen Inhaltsstoffen (in % des Umsatzes).
100 %.
- Anteil der Produkte und Dienstleistungen mit veröffentlichten Preisbestandteilen (in % des Umsatzes).
100 %.
- Ausmaß der externalisierten Kosten von Produkten und Dienstleistungen.
100 % - wird jeweils im Detail ausgewiesen.

Konditionen und Preise werden in unserem Preisaushang und im Preis- und Leistungsverzeichnis ausgewiesen und in unseren Geschäftsstellen bzw. unserer Internetfiliale zugänglich gemacht. In unseren Produktinformationsblättern bzw. Produktsteckbriefen werden sämtliche Produktmerkmale (z.B. Kosten, Preisbestandteile) dargestellt. Alle produktspezifischen Kosten sowie mögliche Chancen und Risiken werden unserer Kundschaft im Beratungsgespräch vermittelt (gesetzliche Vorgaben insbesondere im Versicherungsbereich und in der Wertpapieranlage). Durch unsere individuelle und ergebnisoffene Beratung stellen wir sicher, dass unsere Kundinnen und Kunden nur Produkte erhalten, die zu ihnen passen.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.



Negativ-Aspekt D4.3 Kein Ausweis von Gefahrenstoffen

Berichtsfragen

- **Enthalten die Produkte Schadstoffe für Kunden oder die Umwelt?**
Nein, uns sind keine Produkte, die gesundheitliche Konsequenzen nach sich ziehen bekannt.
- **Gibt es schädliche Nebenwirkungen bei der zweckgemäßen Verwendung der Produkte?**
Nein, schädliche Nebenwirkungen bei der Verwendung unserer Produkte sind nicht bekannt.

Verpflichtende Indikatoren

- **Anteil der Produkte mit Gefahrenstoffen oder Gebrauchs-Risiken, die nicht transparent öffentlich deklariert werden (in % des Umsatzes).**
0,0 %

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Als die erste Sparkasse im heutigen Landkreis Berchtesgadener Land im Jahre 1840 in Berchtesgaden gegründet wurde, war die Gründungsidee, Menschen aus allen Schichten der Bevölkerung die Möglichkeit der Daseinsvorsorge zu schaffen, in dem sie kleinste Beträge auf Sparkonten einzahlen konnten, auf die sie in Notfällen zurückgreifen. Gleichzeitig konnten mit den einbezahlten Spargeldern anderen Menschen mit Krediten die Möglichkeit gegeben werden, sich mit Gütern zu versorgen, die sie zum Lebenserhalt benötigen, wie landwirtschaftliches Gerät oder Haushaltseinrichtungen für die Selbstversorgung.

Heute, 182 Jahre später, ist diese Gründungsidee aktueller denn je. In der Sparkasse Berchtesgadener Land kann jeder, der hier lebt, sein Geld sicher und gewinnbringend anlegen und seine Daseinsvorsorge über eine vielfältige und auf die Kundschaft zugeschnittene Anlageauswahl regeln. Jede Privatperson kann Darlehen für alle Zwecke, von Anschaffungen für das tägliche Leben bis zum Erwerb von Hauseigentum (im Maße der Möglichkeiten der Kundschaft) erhalten. Jedes Unternehmen wiederum kann die Sparkasse Berchtesgadener Land zu seinem zuverlässigen und vor Ort ansässigen Partner wählen, egal ob für die Unterstützung bei der Firmengründung, die Weiterentwicklung der Firma, für kurzfristige Liquiditätsbeschaffungen oder für langfristige Investitionsvorhaben.

Der Unterschied von heute zu damals liegt nur daran, dass die Sparkasse Berchtesgadener Land heutzutage nicht nur die Versorgung mit Bankdienstleistungen für ihre Kundschaft in der Region gewährleistet, sondern für alle Menschen im Geschäftsgebiet durch ihre umfangreiche Unterstützung von Vereinen, Institutionen und Kommunen einen enormen Beitrag zur Lebensqualität im Berchtesgadener Land beiträgt.



Heute ist die Sparkasse Berchtesgadener Land mehr als eine Bank oder ein Geldhaus zur Anlage von Geldern, zur Beschaffung von Darlehen und zum unkomplizierten schnellen und sicheren Abwickeln des Zahlungsverkehrs. Wir wollen unsere Sparkasse Schritt für Schritt zu einer solch wichtigen Institution im Landkreis machen, dass man als Kundschaft und Mitarbeitende nicht mehr auf sie verzichten möchte.

E1.1 Produkte und Dienstleistungen decken den Grundbedarf und dienen dem guten Leben

Berichtsfragen

- Welche der neun Grundbedürfnisse (siehe unten) erfüllen die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens?
- Welche der Produkte und Dienstleistungen sind Luxusprodukte, die meistens „nur“ dem eigenen Status dienen und durch preiswertere, weniger ressourcenverbrauchende Produkte/Dienstleistungen des einfachen oder guten Lebens ersetzt werden können?
- In welcher Form dienen die Produkte und Dienstleistungen dem persönlichen Wachstum der Menschen bzw. der Gesundheit?
- Welche gesellschaftlichen bzw. ökologischen Probleme (regional oder global) werden durch die Produkte und Dienstleistungen gelöst bzw. gemindert?

Verpflichtende Indikatoren

Anteil der Nutzenart in % des Gesamtumsatzes:

- Erfüllte Bedürfnisse:
 - Grundbedürfnisse 100 %
 - Statussymbole bzw. Luxus 0 %
- Dient der Entwicklung ...
 - der Menschen 80 %
 - der Erde/Biosphäre 20 %
- Löst gesellschaftliche oder ökologische Probleme lt. UN-Entwicklungszielen 15 %
- Nutzen der Produkte/Dienstleistungen:
 - Mehrfachnutzen bzw. einfacher Nutzen 100 %
 - Hemmender bzw. Pseudo-Nutzen 0 %
 - Negativ-Nutzen 0 %

Die Sparkasse bietet in ihrem Geschäftsgebiet, dem Landkreis Berchtesgadener Land, ihren Kunden und den Bürgern der Region die gesamte Bandbreite kreditwirtschaftlicher Leistungen an, die den Grundbedürfnissen zur Lebenshaltung, Sicherheit, Teilnahme und Freiheit dienen. Luxusprodukte, wie z. B. eine Platinum-Card, sind keine Bestandteile in unserem Angebot. Die Schwerpunkte liegen aufgrund der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Struktur überwiegend im kleinteiligen Anlagen- und Kreditgeschäft. Der Landkreis verfügt über eine überwiegend bürgerliche und mittelständische Struktur, d.h., dass die Nachfrage nach großen Firmenfinanzierungen der Ausnahmefall ist. Die Nachfrage nach Anlageprodukten für die durchschnittlich gutverdienenden Kundensegmente ist in überwiegend risikoarmen Finanzinstrumenten vorhanden.

Im Gewerbekundenbereich ist der Trend zu nachhaltigen und ökologischen Anpassungen im Tourismusgeschäft, das eine der Säulen der wirtschaftlichen Struktur in der Region darstellt,



klar im Vordergrund. In der Region sind weltweit führende touristische Betriebe vorhanden, die als ihre Geschäftsgrundlage nachhaltige und ökologische Angebote für Kundschaften aus aller Welt, aber auch stark zunehmend, für Urlaubsgäste aus dem näheren Einzugsbereich definieren.

Im Anlagebereich ist der Trend zu nachhaltigen Investments ungebrochen und zusammen mit ihren Partnern, z.B. der DekaBank, kann die Sparkasse diese steigende und expandierende Nachfrage mit gutem Gewissen erfüllen. Durch die Finanzierung kommunaler Aufgaben, die sich immer stärker in nachhaltigen und ökologischen Investitionen manifestieren, sorgt die Sparkasse für Gesundheit und Wohlbefinden der regionalen Bevölkerung in den Städten und Gemeinden.

Durch die Nähe zur Kundschaft, das Dasein für alle Einkommens- und Gesellschaftsschichten und durch die Finanzierung von Unternehmen, die damit Arbeitsplätze anbieten und sichern können, ist die gesellschaftliche Struktur in der Region sehr ausgeglichen. Das gibt den Menschen zum einen Schutz, weil die finanziellen und soziologischen Gefälle in der Region sehr flach sind und dadurch eine weit unterdurchschnittliche Kriminalität vorhanden ist, zum anderen bieten gesunde Unternehmen die Sicherheit von Arbeitsplätzen und damit geregelten Einkommen für die Bürger.

Mit unseren Aktivitäten im Wohnungsbau unterstützen wir in Zusammenarbeit mit den Kommunen die Schaffung von günstigem und leistbarem Wohnraum zu langfristig fixierten Konditionen. So bieten wir Einheimischen und vor allem jungen Familien Planungssicherheit, wenn die Familien wachsen, räumliche Veränderungen erforderlich sind und Einkommen sich durch die Familienplanung nicht zwangsläufig erhöhen. Das honorieren unsere betroffenen Kundinnen und Kunden mit hoher Anerkennung.

Unsere Standardprodukte haben vielfach Mehrfachnutzen. Unser kundenorientiertes Angebot an Girokonten ist Basis für umfangreiche Möglichkeiten der Nutzung des Zahlungsverkehrs, der Liquiditätshaltung, der Mittelbeschaffung und der Abwicklung von Anlageaufträgen. Luxusprodukte bietet die Sparkasse Berchtesgadener Land nicht an.

Das besondere Alleinstellungsmerkmal im Geschäftsgebiet sind unsere Mehrwert-Girokonten S XTENSION (bis 30 Jahre, www.xtension-bgl.de) und S Giro BGL plus (ab 30 Jahre, www.bgl-plus.de). Mit diesen Kontomodellen kann unser Kundschaft von vielfältigen Mehrwerten in und außerhalb der Region profitieren. Von zusätzlichen Bankleistungen über besondere Sicherheitsleitungen bis hin zu attraktiven Mehrwerten, wie z.B. exklusive regionale Veranstaltungen und Angebote über die eigens kreierte XTENSION-App. Bereits im Jugendmarkt bieten wir unseren Nachwuchskunden in Abstimmung mit den Eltern ein Konto, das ihnen vergünstigten Zugang zu Veranstaltungen bietet und eigene, genau auf Kinder und Jugendliche zugeschnittene Veranstaltungen im Kultur- und Eventbereich bereithält.

Für jeden unserer Mehrwert-Girokunden ist ein Vorteil dabei, den er nutzen kann, welcher die Region stärkt oder ihm Möglichkeiten zur Teilnahme an besonderen Veranstaltungen gewährt. Nutznießer ist nicht nur der/die Kunde/Kundin, sondern alle Beteiligten an diesem Mehrwertkonto. Die Region, in der die Gelder bleiben, die Veranstalter, die mit Auslastung rechnen können und die Geschäfte, in denen man gerne einkauft, weil es Angebote und Rabatte auf deren Qualitätsartikel gibt.



Seit 2021 pflanzt die Sparkasse Berchtesgadener Land für jedes bis zum 18. Lebensjahr neu eröffnete Jugendgirokonto einen zusätzlichen Baum in der Region, um den Waldumbau zu einem klimatoleranten Mischwald zu fördern. So wurden im vergangenen Jahr zusammen mit den Bayerischen Staatsforsten 531 neue Baum-Setzlinge im Gebiet der Marzoller und Pidinginger Au gepflanzt.

Mit dem Cashback-System namens „Sparkassen-Vorteilswelt“, das im Juli 2019 eingeführt wurde, werden alle unsere Girokonto-Kunden für Einkäufe in der Region belohnt. Für jede kartenbasierte Zahlung bei teilnehmenden Geschäften, Betrieben und Restaurants erhalten die Kundschaft automatisiert eine monatliche Rückerstattung. Die Höhe der Rückerstattung ist von Vorteilspartner zu Vorteilspartner unterschiedlich, hierfür gibt es verschiedene Kriterien. Dadurch werden Geldflüsse in der Region gehalten, die regionalen Geschäfte gestärkt und die Kundschaft spart mit diesem System ganz nebenbei beim Einkaufen bares Geld. Die Umwelt wird durch den Verzicht auf lange Fahrten zu Einkaufsmärkten und durch das Wegfallen von Lieferwegen z. B. bei Online-Einkäufen entlastet. Dazu bleibt die Kaufkraft in der Region und fließt nicht ab.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kundenreisen „Service 2.0“ und „Geschäftskunden“ umgesetzt
- Schaffung von bezahlbarem Wohnraum
- Weiterentwicklung des Jugendmarktkonzeptes
- Einführung der Baumpflanz-Aktion für jedes neueröffnete Jugendgirokonto.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ausbau des Engagements im bezahlbaren Wohnraum
- Weiterentwicklung der Mehrwert-Girokonten
- weitere Stärkung der heimischen Wirtschaft mit der Sparkassen-Vorteilswelt.

E1.2 Gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- In welcher Form helfen die Produkte und Dienstleistungen, die Gemeinschaft im Privat- und Berufsleben zu stärken?
- Welche Interessensgruppen werden durch Aktivitäten außerhalb des Unternehmens erreicht? Durch welche Maßnahmen?
- Was bewirken die Maßnahmen konkret - vom Wissen über Einstellungsänderung, Änderung der Verhaltensmotive bis hin zu Lebensstiländerungen?

Verpflichtende Indikatoren

- Art und Anzahl der Aktivitäten/Maßnahmen pro Jahr
- Anzahl der erreichten Menschen, z. B. Leser*innen, Besucher*innen

Übersicht Kommunikationsmittel (gemäß [Anlage](#))

Übersicht von Veranstaltungen & Aktionen mit externer Beteiligung:

- **Januar bis März 2020:** Durchführung von acht Betriebserkundungen in der Sparkassen-Hauptstelle von Schulklassen aus dem Landkreis (danach Corona-Lockdown)



- **12.02.2020:** Betriebsbesichtigung/Erfahrungsaustausch mit den zusätzlichen Markenverantwortlichen und den Teilnehmern des Markensteuerungskreises im Berghotel Rehlegg in der Ramsau
- **15.02.2020:** Teilnahme an der Existenzgründer-Messe in der Steigenberger-Akademie
- **März 2020:** Durchführung von vier Schulsparr-Terminen in Grundschulen (danach Corona-Lockdown)
- **Mai 2020:** Ausgabe von 20 Euro-Gutscheine für heimische Blumengeschäfte und Gärtnereien an alle Mitarbeitende (Servicekräfte als „Helden des Alltags“ erhielten zwei Gutscheine) als Dank und zur Stärkung der heimischen Wirtschaft
- **Mai/Juni 2020:** Kundentreue wird belohnt mit 10 €-Gutscheine heimischer Wirtschaftsverbände (insg. 33 T€)
- **26.06.2020:** Vorstellung von Sparkasse spüren + Umsetzungsbeispielen in der Verbandsversammlung
- **30.06.2020 bis 09.07.2020:** Ausstellung der Gesellenstücke der Schnitzschule in der Sparkasse Berchtesgaden
- **06.07.2020:** Fertigstellung der zwei Mehrfamilienhäuser und offizielle Übergabe der 16 Mietwohnungen und einer Gewerbeeinheit vom Leuchtturmprojekt „Bezahlbarer Wohnraum in Ainring/Mitterfelden“
- **27.07.2020 bis 14.08.2020:** Freisprechungsfeier und Ausstellung der Schreinergeresellenstücke der Berufsschule und Schreinerinnung BGL in der Sparkassen-Hauptstelle
- **Juli/August 2020:** Spendenaktion zur Mitarbeiter-Schrittzähler-Challenge - Sparkasse stellte 10 TEUR zur Verfügung, Mitarbeitende durften ihr Wunschprojekt einreichen, Teilnehmende erhielten je nach Anzahl ihrer Schritte einen Spendencode und durften den Gegenwert auf die eingereichten Projekte verteilen.
- **03. bis 07.08.2020:** Eröffnungswoche unserer neuen Geschäftsstelle in Piding mit diversen Aktionen
- **11.09.2020:** Offizieller Aufnahme im Unternehmensnetzwerk „verantwortungsvoll wirtschaften“
- **14.09.2020:** E-Bike-Ladestation mit drei Ladepunkten am überdachten Radparkplatz Hauptstelle Bad Reichenhall für Kundschaft und Mitarbeitende
- **14.09.2020:** Blühfläche ggü. Sparkasse/Marienapotheke - Gemeinschaftsaktion Sparkasse, Stadtgärtnerei, Biosphärenregion BGL und Grundschule Heilingbrunnerstraße
- **18.10.2020:** Versand 20 Euro-Blumengutscheine an Rentner/Pensionisten anstatt Ausflug
- **23.10.2020:** Unterzeichnung der Selbstverpflichtung für klimafreundliches und nachhaltiges Wirtschaften
- **26.10.2020 bis 22.11.2020:** Spendenplattform-Aktion zum 50-jährigen Jubiläum der Geschäftsstelle Karlstein
- **30.10.2020:** Blumen-Gutschein-Foto-Aktion (78 Bilder von 16 Mitarbeitenden)
- **12.11.2020:** Ausgabe von 8 x 5 Euro-Mitarbeiter-Gutscheinen zur Unterstützung unserer heimischen Gastronomie
- **24.10.2020 bis 08.12.2020:** Durchführung der Kundenbefragung
- **05.02.2021:** Auftaktveranstaltung zum regionalen Humusaufbau-Projekt
- **09.04.2021:** Online-Praktikum
- **Mitte April bis August 2021:** Forschungsprojekt „Vielfalt von Blütenpflanzen, Wildbienen und Schwebfliegen in neu angelegten Blühflächen der Biosphärenregion Berchtesgadener Land“ von zwei Studentinnen der Uni Salzburg auf unseren zwei Blühflächen



- **27.04.2021:** 1. Baumpflanz-Aktion „ein Baum für jedes neues Jugendgirokonto“ zusammen mit den Staatsforsten in der Marzoller Au - 321 Erlen/Ulmen wurden gepflanzt
- **14.05.2021:** Start des neuen Podcast „Gemeinwohl - weil's um mehr als Geld geht“
- **07.06.2021:** Kundentreue wird belohnt mit 10 €-Gutscheine heimischer Wirtschaftsverbände (insg. 37 T€)
- **14. bis 30.06.2021:** 10.000 Euro-Gutschein-Aktion „BGL kauft dahoam“, um den heimischen Handel, der vom Lockdown besonders betroffen war, zu unterstützen
- **23.06.2021:** Vorstellung der Sparkasse spüren-Maßnahmen in der Verbandsversammlung
- **28.06.2021:** Auszeichnung „Förderprofi 2020“ für die Sparkasse BGL durch die Bayern LB
- **30.06.2021:** Mitglied im Familienpakt Bayern zur Förderung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf
- **13. bis 27.07.2021:** Ausstellung der Gesellenstücke der Schnitzschule in der Sparkasse Berchtesgaden
- **18.07.2021:** Start der Hilfsaktionen für die Hochwasseropfer im Berchtesgadener Talkessel mit Verdoppelung von Spenden sowie schnelle und fast zinslose Vorfinanzierung für alle betroffenen Sparkassen-Kunden
- **19.07. bis 30.08.2021:** Spendenplattform-Aktion „Vereint da durch“ für Sportvereine
- **26.07.2021 bis 12.08.2021:** Freisprechungsfeier und Ausstellung der SchreinerGesellen-Stücke der Berufsschule und Schreinerinnung BGL in der Sparkassen-Hauptstelle
- **28.07.2021:** Teilnahme am Nachhaltigkeits-Kompass von N-Motion
- **01.08.2021:** Fertigstellung der 39 Eigentumswohnungen vom Leuchtturmprojekt „Bezahlbarer Wohnraum in Ainring/Mitterfelden“
- **09. bis 23.09.2021:** Ausstellung von internationalen Karikaturen des Kulturkreises Berchtesgaden in der Sparkassen-Hauptstelle
- **20.09.2021:** Offizieller Auftakt unseres regionalen Humusaufbau-Projekts
- **29.09.2021:** 2. Baumpflanz-Aktion „ein Baum für jedes neues Jugendgirokonto“ zusammen mit den Staatsforsten in der Pidinger Au - 210 Mehlbeeren wurden gepflanzt
- **30.09.2021:** Trickbetrugs-Präventions-Veranstaltung für Senioren mit Karl-Heinz Busch, Kriminalpolizeilicher Fachberater „Einbruchschutz und Prävention“
- **02. bis 09.10.2021:** Kundenreise nach Georgien
- **23.10.2021:** Kommunalkunden-Forum in der Sparkassen-Hauptstelle
- **28.10. bis 03.11.2021:** Jugendsparwoche
- **29.10.2021:** Besuch der Sparkassen-Bienen am Lehrbienenstand in Freilassing mit jungen Kundinnen und Kunden
- **4. Quartal 2021:** Durchführung der Kampagne Nachhaltigkeits-Herbst: „Für jede nachhaltige Beratung wird ein Baum gepflanzt“
- **November/Dezember 2021:** Fertigstellung der Baumaßnahmen neben der Sparkasse Freilassing mit zehn Wohnungen und einer Gewerbeeinheit für eine Kinderkrippe (aus zwei Gruppen) und einem Kinderhort im Erdgeschoss
- **Jahr 2020 und 2021:** Erweiterung der Sparkassen-Bienenvölker auf 12 Völker - mehr Informationen unter www.sparkasse-bgl.de/bienen
- **Jahr 2020 und 2021:** Durchführung der Bewegungsolympiade KNAXIADE in 49 Kindergärten und Grundschulen im Landkreis
- **Jahr 2020 und 2021:** Diverse XTENSION- und BGLplus-Veranstaltung in Eigenregie oder Kooperation mit regionalen Partnern
- **13.12.2021 bis 15.01.2022:** Spendenplattform-Aktion „Gemeinsam da durch“ für Trachtenvereine, Musikkapelle und Musikschulen im Landkreis



Aufgrund der Corona-Pandemie im Berichtszeitraum fanden viele geplante Veranstaltungen größtenteils nicht statt. Dies wurde überwiegend mit der Ausgabe von regionalen Gutscheinen kompensiert.

Die Sparkasse Berchtesgadener Land betreibt das Bankenkerngeschäft. Die Anlageangebote der Sparkasse bieten der Kundschaft die Möglichkeit, Vermögen zu bilden, aufzubauen und zu vermehren. Mit unserem rein auf die Kundenwünsche orientierten Beratungsansatz bestimmt die Kundschaft selbst, welches Produkt er mit welchem Risiko, welcher Laufzeit und welchem Ertrag für sich als optimal betrachtet. Unsere Beraterinnen und Berater haben keinerlei produktorientierte Ziele, welche die Gefahr einer Produktberatung am Bedarf der Kundschaft vorbei beinhalten würde. So kann der Kunde unter der qualitativ hochwertigsten Beratung in der Region ganz allein entscheiden, welches Produkt zu ihm passt, welches Produkt die von ihm gesetzten Anlageerwartungen am ehesten erfüllt und welches Produkt ihm glaubwürdig und vertrauensvoll erscheint.

Im Kreditbereich kann die Kundschaft aus vielen maßgeschneiderten Darlehensangeboten die für ihn optimalste Form wählen, die ihm durch Kondition, Laufzeit und Tilgungsmöglichkeiten die größte Sicherheit vermittelt.

Unsere Dienstleistungsangebote bieten wir zu fairen Konditionen und immer mit Blick auf den Bedarf unserer Kundschaft an. Bausparverträge für künftige Wohnräume, Versicherungen, die die Widrigkeiten des Lebens abfedern helfen sowie Angebote im Wertpapier- und Depotgeschäft sind für die Kundschaft durchschaubar und die Risiken überschaubar dargestellt. Mit unserem Produktangebot werden wir als fairer und zuverlässiger Partner für alle Finanzangelegenheiten in der Region geschätzt. Unsere Kundinnen und Kunden genießen Sicherheit bei den Anlagen und können sich auf unsere Beraterinnen und Berater und deren Aussagen verlassen.

Unsere Produkte und Dienstleistungen setzen in der Region Standards. Mit Innovationen wie Regionaldarlehen zu besonders günstigen Konditionen, mit Baumpflanz-Aktionen, mit Wettbewerben im Landkreis für innovative und nachhaltige Unternehmen, mit Cashback-Systemen und Gutschein-Aktionen, welche die regionale Wirtschaft stärken, mit einem jahrzehntelangen überragenden Engagement in der Wirtschaftsförderung des Landkreises, mit Mehrwertkonten für alle Generationen, die einen echten und nachhaltigen Wert bei Kundschaft und Unternehmen schaffen und allgemein mit unserer Nähe zum Kunden durch unsere Strategie, in annähernd jeder Kommune in unserem Geschäftsgebiet präsent zu sein, schaffen wir einen echten, nachhaltigen und vor allem spürbaren Mehrwert für Kunden, aber auch für alle Einwohner, Kommunen, Vereine und Institutionen im Landkreis. Die Sparkasse ist für jeden in der Region eine Bereicherung.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Siehe o. g. Kommunikationsmittel und Veranstaltungen & Aktionen - neu in 2020/2021: Podcast-Kanal „Gemeinwohl - weil's um mehr als Geld geht“, Freizeitheft „Ferienspaß dahoam“, Schaffung von bezahlbaren Wohnraum, Baumpflanz-Aktionen, diverse Gutschein-Aktionen wie z. .B. „BGL kauft dahoam“, E-Bike-Ladestation, Kundentreue-Aktion, Erweiterung der Sparkassen-Bienenvölker und Blühflächen, Humusaufbau-Projekt, Auszeichnung als „Förderprofi 2021“, Teilnahme am Nachhaltigkeits-Kompass, Unterzeichnung der freiwilligen Selbstverpflichtung für klimafreundliches und nachhaltiges Wirtschaften, Mitglied im Familienpakt Bayern.



Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Ausbau des Engagements im bezahlbaren Wohnraum
- Einführung von E-Carsharing
- Erstellung eines neuen Imagefilms
- Ausbau der E-Ladeinfrastruktur in der Region

Negativ-Aspekt E1.3 Menschenunwürdige Produkte und Dienstleistungen

Berichtsfragen

- Welche direkten und indirekten negativen Auswirkungen haben die Produkte und Dienstleistungen auf das Leben und die Gesundheit von Lebewesen?
Keine negativen Auswirkungen.
- Welche Auswirkungen haben sie auf die Freiheit von Menschen und auf die Biosphäre unseres Planeten?
Keine.

Verpflichtende Indikatoren

- Umsatzanteil der hier aufgelisteten unethischen Produkte und Dienstleistungen
0 %.
- Kundenanteil, die ihrerseits derartige Produkte herstellen bzw. vertreiben
Dazu liegen uns keine Erhebungen vor.

Produkte, die man als „menschenunwürdig“ verstehen kann, bieten wir nicht an. Unsere eigenen Sparkassenprodukte sind frei von unethischen Anteilen. Bei Wertpapieren, Fonds oder ähnlichen strukturierten Anlagen, die wir von Verbundpartnern vermitteln, informieren wir unsere Kundschaft über all jene Faktoren, die man eventuell als unethisch betrachten könnte. Die Ansprüche unserer Kundschaft an ethische, nachhaltige und ökologische Produkte steigen spürbar an. Unsere Beratung passt sich unseren eigenen ethischen Ansprüchen und natürlich jener unserer Kundschaft ganz selbstverständlich an. Aber die Wünsche und Ansprüche unserer Kundinnen und Kunden sind uns auch dann wichtig, wenn die Kundschaft bewusst fragwürdige Bestandteile in Produkten erwerben will.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

E2 Beitrag zum Gemeinwesen

E2.1 Steuern und Sozialabgaben

Berichtsfragen

- Welchen direkten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen zur Sicherung des Gemeinwesens (z. B. in Form von Ertragsteuern, Lohnsummenabhängigen Abgaben und Sozialversicherungsbeiträgen)?
- Welche direkten materiellen Unterstützungen erhält das Unternehmen vom Gemeinwesen (z. B. unternehmensbezogene Subventionen und Förderungen)?



- Welchen indirekten materiellen Beitrag leistet das Unternehmen durch die Schaffung von Arbeitsplätzen und die damit verbundenen Steuern und Abgaben (Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge der Mitarbeitenden)?

Verpflichtende Indikatoren

- Umsatz

| Umsatz | 2020 | 2021 |
|---|-----------|-----------|
| Zinserträge, Zinsaufwendungen, laufende Erträge aus Aktien etc., Erträge aus Gewinngemeinschaften etc., Provisionserträge, Provisionsaufwendungen und sonstige betriebliche Erträge | 42.051 T€ | 43.097 T€ |

- Nettoabgabenquote - darin sollen folgende Beiträge eingerechnet werden: effektiv gezahlte Ertragsteuern (Einkommensteuer, Körperschaftsteuer)

| Abgaben | 2020 | 2021 |
|--|----------|---------------------------------|
| Einkommensteuer - für uns nicht relevant, jedoch Fremdenverkehrsabgabe | 162 T€ | 167 T€ |
| Körperschaftsteuer und Gewerbesteuer | 3.531 T€ | 3.030 T€ (= vorläufige Zahl) |

- Lohnsummenabhängige Steuern und Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitgeber*innen

| Beiträge | 2020 | 2021 |
|--|----------|---------|
| Lohnsteuer und Sozialversicherungsbeiträge | 2.565 T€ | 2.425 € |

- Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme (Summe der Lohnsteuer und SV-Beiträge der unselbstständig Beschäftigten), abzüglich aller unternehmensbezogener Subventionen und Förderungen

| Beiträge | 2020 | 2021 |
|--|----------|----------|
| Differenz aus Brutto- und Nettolohnsumme | 4.415 T€ | 3.836 T€ |

- Diese Netto-Abgaben werden auf die ausgewiesene Wertschöpfung (Umsatz) bezogen und ergeben damit die Netto-Abgabenquote.

| Quote | 2020 | 2021 |
|-----------------------------|------|------|
| Netto-Abgaben/Wertschöpfung | 24,1 | 20,9 |

Die Sparkasse Berchtesgadener Land definiert sich selbst seit Jahrzehnten als fester Bestandteil des Wohlergehens in der Region. Zu diesem Selbstverständnis gehören umfangreiche Steuerzahlungen an Bund, Land und Kommunen und die Vermeidung von steuerminimierenden Verhaltensweisen. Zu diesem Selbstverständnis gehören auch stabile Spenden und Sponsorings für Vereine, Organisationen und Institutionen, bevorzugt, wenn die Mittel für Kinder-, Jugend- und Seniorenförderung eingesetzt werden. Zu diesem Selbstverständnis gehört die Gründung von zwei Stiftungen, die in über 30 Jahren mehr als vier Millionen Euro an Unterstützung für Projekte gemäß den Stiftungssatzungen im Landkreis aufgebracht haben. Die Mitarbeitergetränke werden in unserem Haus unentgeltlich zur Verfügung gestellt.



Viele Mitarbeitende spenden daher einen Betrag an die S-Bürgerstiftung. Diese Spenden kommen wiederum 1:1 verschiedenen Vereinen und Organisationen in der Region zu Gute. Zu diesem Selbstverständnis gehört außerdem,

- dass wir unsere Mitarbeitenden sehr gerne in ehrenamtlichen Funktionen in den Vereinen oder dem gesellschaftlichen Leben unterstützen,
- unsere Nähe zu den Kommunen im Landkreis, denen wir in vielfältiger Weise im Rahmen unserer Möglichkeiten helfen und
- dass wir eine überproportionale Ausbildungsquote beibehalten, um möglichst vielen jungen Menschen die Möglichkeit einer fundierten und umfassenden Ausbildung zu bieten. Mit dieser Ausbildung ist auch im Nichtbankenbereich eine sinnvolle Beschäftigung möglich.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

E2.2 Freiwillige Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens

Berichtsfragen

- Wie viel an Geld, Ressourcen und konkreter Arbeitsleistung wird für das freiwillige gesellschaftliche Engagement des Unternehmens aufgewendet? (Erstellung einer Liste aller Aktivitäten mit geldwertem Umfang)
- Wie lässt sich der Eigennutzen dieser Maßnahmen in Relation zum gesellschaftlichen Nutzen bewerten?
- Welche nachhaltigen Veränderungen bewirken die freiwilligen Aktivitäten des Unternehmens – oder lindern sie vorwiegend Symptome?
- Wie gut sind diese Themen verankert? Welche Erfahrungen hat das Unternehmen damit bereits gesammelt? Wie stabil ist das Engagement?
- Wie sieht die Gesamtstrategie oder Vision für das ehrenamtliche Engagement aus?

Verpflichtende Indikatoren

Geldwerte, freiwillige Leistungen für das Gemeinwesen abzüglich des Anteils an Eigennutzen dieser Leistungen.

Im Jahr 2020 hat die Sparkasse Berchtesgadener Land Mitarbeitende in Höhe von 47 Stunden freigestellt, im Jahr 2021 waren es sogar 85 Stunden. Die Mitarbeitenden, die sich im ehrenamtlichen Engagement im Katastrophenschutz engagieren, wurden von der Sparkasse in verschiedensten Einsätzen von der Arbeit freigestellt. Neben vielen Brandeinsätzen der Feuerwehr, Unfälleinsätzen des THW, Bergunfalleinsätzen der Bergwachten im Landkreis waren die Hochwasserkatastrophe im Sommer 2021 das herausragende Schadensereignis, für das auch landkreisweit der Katastrophenfall ausgerufen wurde. Dabei waren nahezu alle ehrenamtlichen Katastrophenschützer im Hilfeinsatz für die Bürger des Landkreises. Eine Aufzeichnung der ersetzten Stunden wurde auf Grund der hohen Anzahl und der langen Dauer der Einsätze nicht erstellt.

Ersthelferausbildung

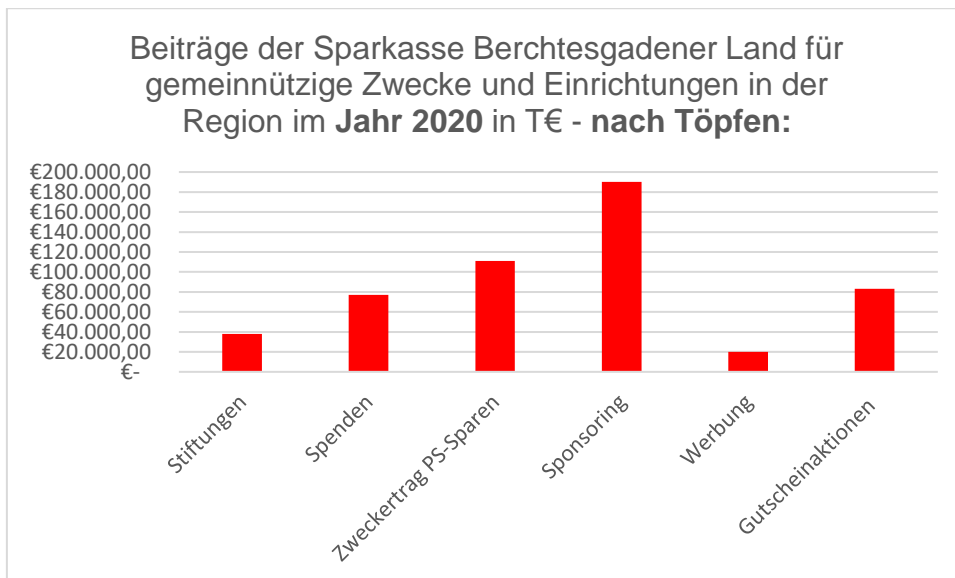
Im Rahmen ihrer arbeitgeberrechtlichen Pflichten lässt die Sparkasse Mitarbeitende als Ersthelfer und Spezialisten für Defibrillatoren aus- und weiterbilden. Diese ehrenamtlichen Tätigkeiten kommen im dienstlichen Bereich Mitarbeitende und Kundschaften und im privaten Bereich allen Bürgerinnen und Bürgern in Not zu Gute.



Spenden und Sponsoring

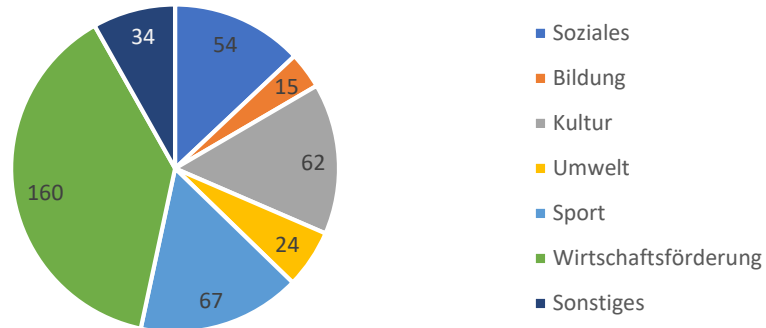
Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist der größte Spenden- und Sponsoring-Partner im Landkreis. Vereine, Organisationen und Institutionen erhalten jährlich rund eine halbe Million Euro (2020: 416 TEUR Spenden/Sponsoring/Stiftungsausschüttungen + 20 TEUR Werbung + 82 TEUR Gutscheine und 2021: 420 TEUR Spenden/Sponsoring/Stiftungsausschüttungen + 100 TEUR Hochwasser-Spende + 33 TEUR Werbung + 51 TEUR Gutscheine), um ihren Aufgaben nachkommen zu können. Besonders wichtig ist uns als Sparkasse der Nachwuchsbereich. Egal ob Sport, Kunst, Kultur, Brauchtum oder Heimatpflege, Kindergarten, Schulen oder andere Bildungsstätten – für sinnvolle Anfragen steuert die Sparkasse Berchtesgadener Land so viel finanzielle oder ideelle Hilfe bei, dass die Projekte ermöglicht werden können. Ein besonderes Augenmerk hat die Sparkasse auf soziale Projekte und Problemfelder im Geschäftsgebiet. In Zusammenarbeit mit den Trägern der Wohlfahrtsverbände und den Kirchen helfen wir, wenn es brennt. Das sind für uns oftmals kleine Beträge, für die Empfänger der Unterstützung ist es aber die schnelle und unkomplizierte Lösung von akuten Problemen. Das Spenden- und Sponsoring-Engagement der Sparkasse ist auf die Region und die Bürger des Landkreises ausgerichtet, da wir hier die Projekte, Probleme und Sorgen der Menschen kennen und gezielt und auf den Punkt helfen können. So werden Streuverluste von zur Verfügung stehenden Mitteln weitgehend vermieden.

Im Rahmen der Kundenbefragung 2020 haben wir unsere Kunden gefragt, ob ihnen das regionale Engagement der Sparkasse mit der Förderung von heimischen Vereinen & Organisationen bekannt und wichtig ist. Das Ergebnis: 81 % der Kundschaft kennen das Engagement der Sparkasse BGL für die Region und 66 % sagen, dass ihnen das auch wichtig ist.

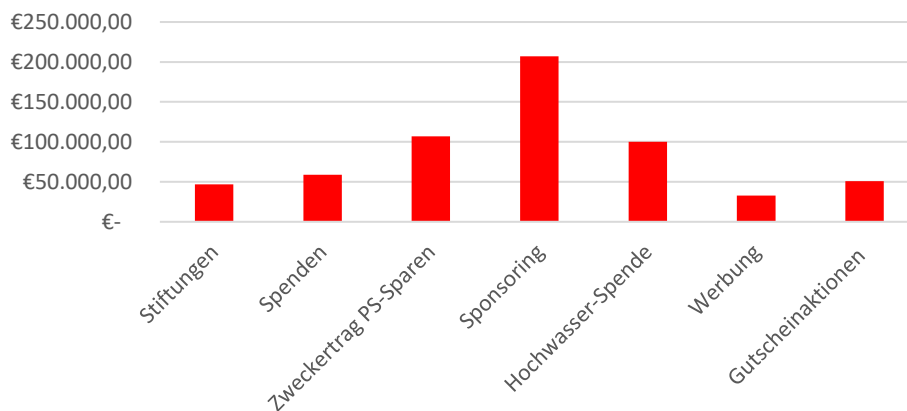




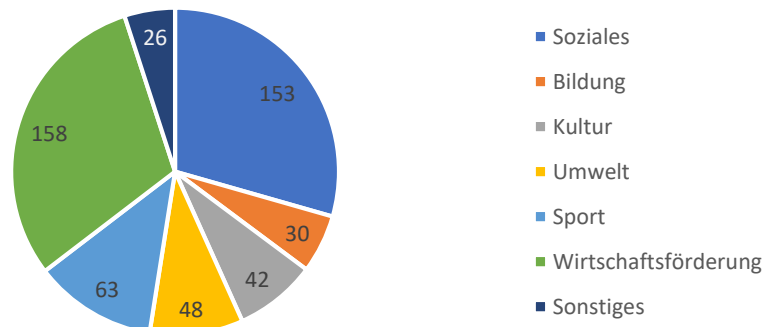
Beiträge der Sparkasse Berchtesgadener Land für gemeinnützige Zwecke und Einrichtungen in der Region im **Jahr 2020** in T€ - **nach Verwendung:**



Beiträge der Sparkasse Berchtesgadener Land für gemeinnützige Zwecke und Einrichtungen in der Region im **Jahr 2021** in T€ - **nach Töpfen:**

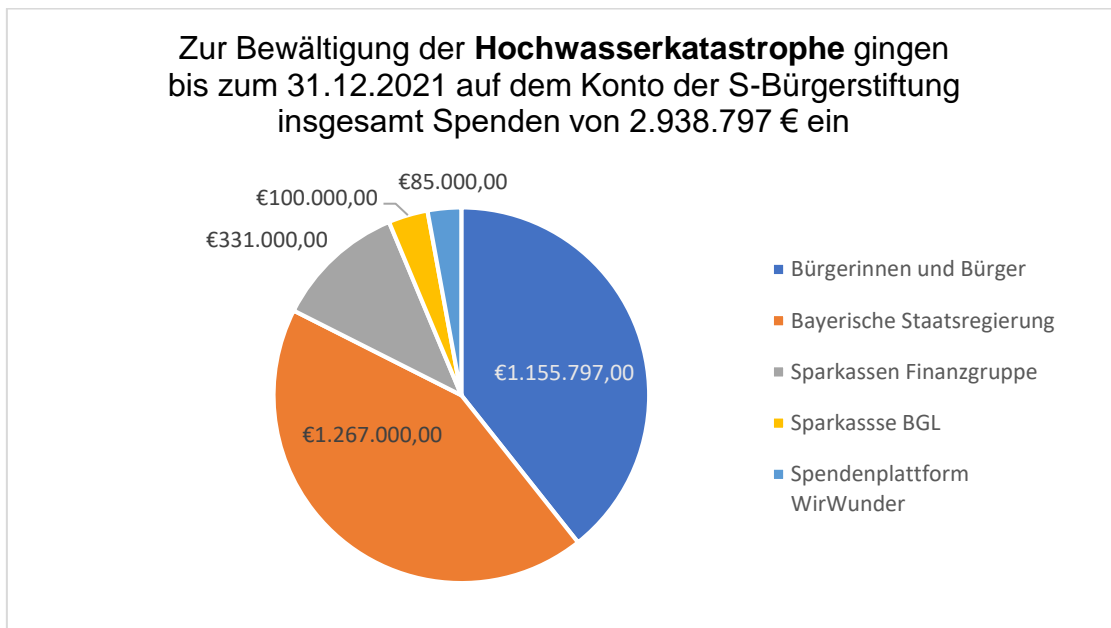


Beiträge der Sparkasse Berchtesgadener Land für gemeinnützige Zwecke und Einrichtungen in der Region im **Jahr 2021** in T€ - **nach Verwendung:**



Stiftungen

Die beiden von der Sparkasse gegründeten Stiftungen „Sparkassenstiftung Berchtesgadener Land“ und „S-Bürgerstiftung Berchtesgadener Land“ haben seit ihrer Gründung 1990 bzw. 2004 bereits über vier Millionen Euro für satzungsgemäße Zwecke im Landkreis ausgeschüttet. Das Spektrum der Förderungen umfasst nahezu alle vom Finanzministerium als gemeinnützig und mildtätig anerkannten Bereiche. Dazu hilft die S-Bürgerstiftung als Spendensammler immer dann, wenn es größere Katastrophen im Landkreis zu bewältigen gilt, wie z.B. der Einsturz der Eishalle in Bad Reichenhall 2006, die Hochwasserkatastrophen in Freilassing 2013 (Spendensumme: 300.000 €) und im inneren Landkreis 2021 (Spendensumme: ca. 3 Mio. €) oder der Engerling-Befall am Jochberg 2019. Gemeinsam mit den Bürgern des Landkreises konnten hier jeweils beachtliche Spendensummen angesammelt werden, die viel Leid lindern konnten.



Meine Sparkasse bewegt

Mit einer Spendenplattform geht die Sparkasse ganz neue Wege in der Unterstützung von Projekten von Vereinen, Organisationen und Institutionen. Jede dieser Gruppen, die ein Projekt in Planung hat, kann dieses über die Internetplattform www.meine-sparkasse-bewegt.de der Allgemeinheit präsentieren und um Spenden der Bürgerinnen und Bürger werben. Hier ist nicht nur die Hilfe im Mittelpunkt, sondern die Förderung des Gemeinschaftssinnes, das Bekanntmachen von Aktivitäten von Vereinen oder Organisationen und die Verteilung von Lasten auf viele Schultern. Dabei hilft die Sparkasse auf mehreren Wegen. Zum einen erhalten Kundschaften für Produkte oder Dienstleistungen, die sie bei uns abschließen einen Spendencode, dessen Gegenwert sie über die Plattform auf Projekte verteilen können. Zum anderen verdoppelt die Sparkasse in vielen Fällen die von Bürgern eingesammelten Spenden. So haben alles was davon.



Weitere Aktivitäten im Detail:

Schaffung von bezahlbarem Wohnraum - Leuchtturmprojekt in Ainring

Kaum ein Thema ist so virulent wie die Lage auf dem Wohnungsmarkt. Die Verknappung von Wohnraum hat auch in unserem Geschäftsgebiet zu einer erheblichen Preissteigerung bei Kauf und Miete von Wohnraum geführt.

Um dem entgegenzuhalten, initiierte die Sparkasse in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Ainring und einem Bauträger ein städtebauliches Pilotprojekt, bei dem 16 Mietwohnungen, eine Gewerbeeinheit und 39 Eigentumswohnungen zu besonders günstigen Preisen (~ 30 % Vorteil zu den damals ortsüblichen Preisen) für Einheimische neu errichtet wurden. Die Mietwohnungen wurden zu einem besonders günstigen Quadratmeterpreis (durchschnittlich 7,50 Euro) und einer langfristigen Mietgarantie (zehn Jahre festbindend) angeboten. Dieses Projekt in Ainring/Mitterfelden war umgehend verkauft und vermietet und hat zur Folge, dass sich weitere Kommunen in der Region für ein derartiges Modell interessieren und bereits entsprechend geeignete Bauflächen projektieren.

Auch überregional hat das gemeinsame Bauprojekt bereits für Aufsehen gesorgt. Mehrere Besichtigungswünsche sind an die Beteiligten bereits herangetragen worden. Bei diesem Projekt konnten sich Interessenten bei der Gemeinde Ainring informieren und bewerben. Im Rahmen dieser Bedarfsabfrage war auch der Gemeinde die Möglichkeit gegeben, bei der Auswahl der Käufer und Mieter auf gesellschaftlich wichtige Bereiche hin mitzuwirken und gemeindliche Grundsätze und Prioritäten miteinzubringen. Im Sommer 2020 war es so weit, unsere 16 attraktive Mietwohnungen und eine Gewerbeeinheit konnten an die neuen Mieter übergeben werden. Ein Jahr später, im Sommer 2021, wurden dann die 39 attraktiven Eigentumswohnungen zu leistbaren Preisen deutlich unter dem Marktwert bezogen. Einen Einblick in das Leuchtturmprojekt bekommen Sie im RFO-Beitrag unter <https://www.rfo.de/mediathek/video/bezahlbarer-wohnraum-in-ainring-mitterfelden/>

Schaffung von Wohnraum und Platz für Kinder in Freilassing

Unser Neubauprojekt eines Wohn- und Geschäftsgebäudes (zehn Wohnungen und eine Gewerbeeinheit) in Freilassing konnte Ende 2021 fertiggestellt werden. Unser Ankermieter für die Gewerbeeinheit im Erdgeschoss ist das Diakonische Werk Traunstein mit einer Kinderkrippe (bestehend aus zwei Gruppen) und einem Kinderhort für die Betreuung von Kindern nach der Schule.

Wirtschaftsförderung

Die Sparkasse ist Hauptsponsor der Berchtesgadener Land Wirtschaftsservice GmbH und zuverlässiger Partner der beim Landkreis angesiedelten Gesellschaft. Auf diesem Weg unterstützt die Sparkasse indirekt die An- und Umsiedlung von Unternehmen im Landkreis, die Beratung für Innovationen und Investitionen und die Schaffung und Beibehaltung von hochwertigen Arbeitsplätzen.

Verlässlicher Partner auch in schwierigen Zeiten - TOP-Vergleichswerte bei den Corona-Hilfsprogrammen für gewerbliche Kundschaft

Gerade in der Corona-Krise konnten wir - die Sparkasse Berchtesgadener Land - uns als verlässlicher Partner in der Region beweisen und in kürzester Zeit mit zinsgünstigen Hilfen den drohenden Liquiditätsverwerfungen unserer Geschäfts-, Gewerbe- und Firmenkunden mit 35 Mio. € Corona-Hilfskrediten entgegenwirken und mit über 600 Tilgungsaussetzungen u. a. auch



unsere Privatkunden unterstützen. Dieses kundenorientierte Handeln aller Berater zeigt sich an folgenden „nackten“ Zahlen:

- Beste Sparkasse im gewerblichen Neugeschäft in Oberbayern - wir haben die Auszeichnung „Förderprofi 2020“ der BayernLB erhalten.
- Beste Sparkasse bei nachhaltigen gewerblichen Darlehensausreichungen mit Fokus auf Umwelt- und Klimaschutz in Oberbayern - Platz 2 in Bayern.

Auch der Vergleich zur Konkurrenz kann sich sehen lassen:

- Erzielung eines 3 x so großen Marktvolumens bei den Corona-Hilfsprogrammen im Vergleich zu den Genossenschaftsbanken unserer Region.
- Marktanteil von 55 % bei Corona-Hilfen der KfW-Förderbank sowie bei Corona-Schutzschirmkrediten der LfA-Förderbank Bayern.

Gutschein-Aktion „BGL kauft dahoam“

Der regionale Handel hat unter dem erneuten Lockdown im Frühjahr 2021 sehr gelitten. Daher haben wir von der Sparkasse mit der Aktion „BGL kauft dahoam“ beigetragen, wieder den Fokus auf den lokalen Handel zu legen. 100 x 100 Euro-Gutscheine der heimischen Gewerbevereine und Wirtschaftskreise wurden unter allen Teilnehmern der Aktion verlost. Vom 14. bis 30.06.2021 konnten die Landkreisbürger einfach ihren Kaufbeleg (ab 25 € in einem BGL-Geschäft, das von der Schließung betroffen war) per WhatsApp, E-Mail oder persönlich einreichen und gewinnen.

Sparkassen-Vorteilswelt

Um die Kaufkraft im Landkreis zu halten bzw. zu stärken, hat die Sparkasse Berchtesgadener Land im Juli 2019 die Sparkassen-Vorteilswelt ins Leben gerufen. Eine Vielzahl regionaler Vorteilspartner (Stand 31.12.2021: 143 regionale Vorteilspartner) aus Handel und Gastronomie nehmen an diesem Kundenbindungsinstrument teil. Für jede Zahlung mit der SparkassenCard erhalten unsere Privatgironutzer bei den Vorteilspartnern automatisiert einen monatlichen Geld-zurück-Vorteil auf ihr Kundenkonto gutgeschrieben. Seit Programmstart bis zum 31.12.2021 wurden 20.397.993 Euro Umsatz bei 472.814 Transaktionen generiert und 262.020,43 Euro Treuebonus auf diesem Weg an unsere Kundschaft ausbezahlt. Das hilft zum einen den Händlern und Unternehmen, die regionale Kaufkraft binden, was in einer Grenzregion zu einer Großstadt wie Salzburg ein enormer Faktor ist. Zum anderen sparen Kundinnen und Kunden beim Einkauf und bei der Anfahrt zu überregionalen Händlern. Zudem werden Lieferungen von Online-Händlern vermieden, die weder nachhaltig noch ökologisch sind.

Netzwerk „Verantwortungsvoll Wirtschaften“

Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist seit 2020 Mitglied im Netzwerk „Verantwortungsvoll Wirtschaften“ der Berchtesgadener Land Wirtschaftsservice GmbH. Zum Beitritt zu diesem Netzwerk musste die Sparkasse eine detaillierte Beschreibung zum aktuellen Stand der Nachhaltigkeit des Wirtschaftens der Sparkasse über alle Unternehmensbereiche erstellen sowie eine Zielsetzung formulieren, wie sich das Unternehmen ökologisch, nachhaltig und fair in der Zukunft aufstellen will (Umsetzung der Agenda 2030 der Vereinten Nationen mit ihren 17 Sustainable Development Goals). Diese Eigenerklärung wird regelmäßig auditiert, das passiert erneut im Jahr 2022.

12 Sparkassen-Bienenvölker

Die Sparkasse Berchtesgadener Land engagiert sich umfangreich im ökologischen Bereich in der Region. Sie besitzt bei den Imkervereinen Freilassing und Umgebung (seit 2019 am Lehrbienenstand im Eichtwald Freilassing), Bad Reichenhall (seit 2020) und Berchtesgaden



(seit 2021) jeweils drei Bienenvölker und in Laufen, Teisendorf und Piding jeweils ein Bienenvolk - also insgesamt 12 Bienenvölker, weitere sind geplant. Der Ertrag in Form von Honig (pro Bienenvolk ca. 12 bis 15 kg) wird als Geschenk für unsere Kundschaft verwendet. Dies ersetzt viele überregionale Einkäufe von wenig ökologischen Kundengeschenken in nicht nachhaltiger Ausführung.

Blühflächen zum Schutz der Wildbienen und Insekten

In Kooperation mit der Biosphärenregion Berchtesgadener Land und Menschen mit Behinderung aus dem Haus Hohenfried wurde im Juni 2019 auf dem Flachdach der Sparkassen-Hauptstelle in Bad Reichenhall eine ökologische Oase für Insekten und Wildbienen errichtet. Außerdem wurde im September 2020 eine Blühfläche in Zusammenarbeit mit der Stadtgärtnerei Bad Reichenhall und der Grundschule Heilingbrunnerstraße gegenüber der Sparkassen-Hauptstelle in Bad Reichenhall (neben der Marien Apotheke) geschaffen, die von den Schülerinnen und Schülern gepflegt wird. Von April bis August 2021 haben zwei Studentinnen der Uni Salzburg im Rahmen ihres Forschungsprojekts „Vielfalt von Blütenpflanzen, Wildbienen und Schwebfliegen in neu angelegten Blühflächen der Biosphärenregion Berchtesgadener Land“ die Pflanzen und Insekten auf unseren zwei Blühflächen erhoben. Die Ergebnisse können sich sehen lassen: 13 Bienen- und 7 Schwebfliegen-Arten befanden sich auf dem Flachdach sowie 14 Bienen- und 9 Schwebfliegen-Arten auf der Fläche neben der Apotheke.

Ein Baum für jedes neue Jugendgiro-Konto

Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist eine langfristige Kooperation mit den Bayerischen Staatsforsten eingegangen, um den Umbau der heimischen Wälder zu klimatoleranten Mischwäldern zu fördern. Für jedes neu eröffnete XTENSION-Jugendgiro-Konto (bis 18 Jahre) wird ein klimatoleranter Baum (z.B. Weißtanne, Lärche, Buche, Eiche, Douglasie...) im Berchtesgadener Land neu gepflanzt. Mit der Kontoeröffnung beteiligen sich somit junge Sparkassenkundinnen und -kunden aktiv am heimischen Umwelt- und Klimaschutz. Im Jahr 2021 hat die Sparkasse 531 klimatolerante Bäume in der Region gepflanzt. Jeder Jugendliche, der ein Girokonto bei der Sparkasse eröffnet, erhält ein Zertifikat mit den Koordinaten „seines“ Baums.

Beratungskampagne „Nachhaltigkeits-Herbst“

Im 4. Quartal 2021 wurden 448 Kundinnen und Kunden rund um die nachhaltige Geldanlage beraten. Für jede Beratung wird nun ein zusätzlicher Baum im Berchtesgadener Land gepflanzt, wenn möglich bei Schulen, Kindergärten und an öffentlichen Plätzen. Deshalb wurde der Bedarf bei den Bürgermeister*innen und Verwaltungsleitern der kath. Kindergärten abgefragt. Die Umsetzung erfolgt in 2022ff.

Regionaler Klimaschutz durch Humusaufbau

Die Sparkasse Berchtesgadener Land ist Initiatorin des Feldversuchs „Humusaufbau Berchtesgadener Land“. Zusammen mit vier weiteren Unternehmen (Milchwerke BGL, Stahlwerk Annahütte, Brauerei Wieninger, Berghotel Rehlegg) investiert sie als Klimaschutzpate in das Projekt (Übernahme der Kosten für Bodenproben/Schulungen und Zahlung einer Humusprämie). Fünf ausgewählte Landwirte stellten Anfang 2021 jeweils fünf Hektar Grün- oder Ackerfläche zur Verfügung und tragen mit einer regenerativen Bodenbewirtschaftung zum wesentlichen Erfolg des regionalen Humusaufbau-Projekts bei. Anfang 2021 wurden die ersten Bodenproben entnommen, die Projektlaufzeit beträgt drei



Jahre. Koordiniert wird das regionale Projekt über die gemeinwohlorientierte Plattform positerra (www.positerra.org).

Klimapositiv-Stellung der Sparkasse BGL

Ende Oktober 2020 hat die Sparkasse Berchtesgadener Land als eine der ersten Sparkassen in Deutschland die [freiwillige Selbstverpflichtung für klimafreundliches und nachhaltiges Wirtschaften](#) unterzeichnet.

Als treibende Rolle in der Region setzen wir uns aktiv für mehr Nachhaltigkeit und Umweltschutz ein und sind nun klimapositiv! Das heißt: Die Sparkasse kompensiert mehr CO₂, als tatsächlich im Geschäftsbetrieb 2021 entstanden ist (nähere Information in Abschnitt E.3). Und das direkt vor Ort über das regionale Humusaufbau-Projekt (wie oben beschrieben).

Chemiefreie Reinigung

Die Sparkasse ist seit Juni 2019 auf die chemiefreie Reinigung übergegangen. Gemeinsam mit der Firma EM-Chiemgau (zertifiziertes Mitglied der Gemeinwohlökonomie) wurden die Reinigungskräfte der Sparkasse sowie auf freiwilliger Basis Mitarbeitende der Sparkasse (für den Privatgebrauch) in der Anwendung der Effektiven Mikroorganismen geschult. Alle Sparkassen-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter erhielten im Dezember 2019 als Geschenk eine Grundausstattung der wesentlichen EM-Reiniger. Darüber hinaus hat die Sparkasse Berchtesgadener Land ausgewählten Grund- und Mittelschulen (die Auswahl der acht Schulen erfolgte in Zusammenarbeit mit dem Schulamt) sowie Kindergärten ab 2020 die Möglichkeit gegeben, chemiefreie EM-Reinigungsmittel einzusetzen, indem sie die Kosten für einen Jahresbedarf übernahm.

Kundentreue-Aktion

Im Jahr 2019 haben wir erstmals unsere treuen Sparkassen-Kundinnen und -Kunden, die zu uns eine Girokontoverbindung seit 10 Jahren oder länger haben (im 10-Jahres-Rhythmus, zusätzlich 25 und 75 Jahre sowie im Jugendmarkt ab 5 Jahre), mit exklusiven Veranstaltungen belohnt. Da dies unter Corona nicht möglich war, hat jeder Kontojubilar von der Sparkasse ein Dankeschreiben mit einer Einkaufskarte, einem Gutschein oder Europataler der örtlichen Gewerbevereine und Wirtschaftskreise im Wert von á 10 Euro erhalten. So flossen in den Berichtsjahren 2020 und 2021 über 70.000 Euro als aktive Wirtschaftsförderung in unserem Landkreis zurück.

Kundenimpulsmanagement

Wir haben unsere Mitarbeitenden mit einer Kompetenz ausgestattet, die es ihnen erlaubt, schnell und unkompliziert kleinere Probleme und Beschwerden von Kundschaften zu lösen. Ohne Diskussion über Recht oder Unrecht von Beschwerden können unsere Mitarbeitenden einschließlich der Auszubildenden, unserer Kundschaft Erstattungen für zu viel gezahlte Preise oder von uns verschuldeten Ausgaben bis zu einem Betrag von 100 Euro erstatten. Die Erstattung erfolgt direkt und ohne Umwege, sodass die Kundschaft die Gutschrift sofort auf seinem Konto sieht. Bei größeren Problemen oder Beschwerden laden unsere Mitarbeiter ihre Kunden zu einem regionalen Restaurantbesuch oder in eine Therme oder auch nur zu einem Becher Eis ein. Je nachdem, wie es die Kundschaft wünscht.

"Gemeinwohl wirkt. Gemeinwohl bindet. Gemeinwohl verkauft."

Eine gewagte These werden Sie jetzt denken, aber wir erleben diesen Zusammenhang immer wieder und immer mehr. Seit wir uns dem Gemeinwohlgedanken aus Überzeugung angenähert und letztendlich unser Vorgehen mit dem ersten Gemeinwohl-Bericht im Dezember 2020/



Januar 2021 extern auditieren ließen, kommunizieren wir unsere Einstellung zu Nachhaltigkeit, Umwelt und Regionalität auf vielen Ebenen. Wir wollen damit die Menschen in der Region erreichen und vermitteln, dass wir als Sparkasse anders sind als andere Banken in der Region und anderswo. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen unsere Marke „Sparkasse Berchtesgadener Land“ durch ihr tägliches Tun und Handeln erleb- und spürbar. Die Wirkung und Erlebnisse haben wir in einem 1-stündigen [internen Podcast](#) voller Geschichten von 16 Mitarbeitenden hörbar gemacht.

Unsere besondere Ausrichtung kommt zunehmend bei unserer Kundschaft an - und auch in der bundesweiten Sparkassenwelt. Die Rückmeldungen sind durchwegs positiv und bestätigen unseren eingeschlagenen Weg immer wieder.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Gesellschaftliches Engagement von Mitarbeitenden.
- Ausbau der Spendenplattform und der Sparkassen-Vorteilswelt.
- Mitglied im Unternehmensnetzwerk „Verantwortungsvoll wirtschaften“.
- Schaffung von bezahlbarem Wohnraum.
- Baumpflanz-Aktionen.
- Start eines regionales Humusausbau-Projekts.
- Klimapositiv-Stellung der Sparkasse.
- Schaffung einer weiteren Blühfläche.
- Erweiterung der Sparkassen-Bienenvölker.
- Einführung der Kundentreue-Aktion mit regionalen Gutscheinen.
- Gutschein-Aktion „BGL kauft dahoam“

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- Fortsetzung des umfangreichen Engagements.
- ab 2022: Umweltbildungs-Workshops in Kindergärten, Grund- und weiterführende Schulen zusammen mit der Deutschen Umweltaktion e. V.
- 2022: Aktualisierung/Auditierung unserer Eigenerklärung vom Unternehmensnetzwerk „Verantwortungsvoll Wirtschaften“
- 2022: Bewerbung als „Partner der Biosphärenregion BGL“.
- 2023: „Partner des Nationalparks Berchtesgaden“.

Negativ-Aspekt E2.3 Illegitime Steuervermeidung

Berichtsfragen

- Welche Risiken bestehen im Unternehmen bezüglich illegitimer Steuervermeidung?
Folgende Aspekte sind dabei besonders zu berücksichtigen:
 - Werden Gewinne zwischen Ländern verschoben? Was ist die Grundlage dafür?
 - Werden Zinsen, Lizenzgebühren oder sonstige Abgeltungen für immaterielle Leistungen an Unternehmen in anderen Ländern bezahlt?
 - Gibt es Geschäftspartner*innen in sogenannten Steueroasen?
 - Besteht das Risiko, dass im Zuge der Finanztransaktionen Gelder undokumentiert in private Kanäle fließen oder Schwarzgeld gewaschen wird?
 - Sind die wirtschaftlich Begünstigten aller Geschäfts- und Finanzpartner*innen offen deklariert?
 - Sind die internationalen Finanztransaktionen transparent? Gibt es ein länderspezifisches Reporting?



- Welche Maßnahmen wurden im Unternehmen ergriffen, um diese Risiken zu bekämpfen?

Verpflichtende Indikatoren

Ist das Unternehmen Teil eines internationalen Konzerns, agiert es im Verbund mit anderen internationalen Partnern oder nimmt es an der digitalen Ökonomie (länderübergreifend) teil? In diesem Fall muss eine Offenlegung aller Niederlassungen, verbundenen Unternehmen oder Geschäftspartnern im Ausland, zu denen ein erheblicher Teil des Umsatzes (ab 10 %) abfließt, erfolgen.

Länderspezifisches Reporting:

- Umsatz
- Wertschöpfung: Gewinn vor Steuern plus Fremdkapitalzinsen plus Einnahmen aus Vermietung und Verpachtung
- Veranlagungsvolumen
- Anzahl der Beschäftigten, Bruttolohnsumme, Nettolohnsumme
- Steuerleistung und Sozialabgaben (gegliedert nach Abgabenarten: Ertragsteuern, Lohnsummensteuer etc.)
- Fördersumme
- Zinszahlungen und Zahlungen für immaterielle Leistungen (v.a. Lizenzgebühren) an ausländische Niederlassungen oder Partner*innen

Keine relevanten Beteiligungen vorhanden. Wir sind nicht Teil eines internationalen Konzerns.

Eine illegitime Steuervermeidung ist bei der Sparkasse Berchtesgadener Land sowohl für das eigene Haus, wie auch in der Beratung der Kundschaft ausgeschlossen. Hausintern sind Kontrollstellen und -mechanismen (Compliance und Geldwäsche, Internes Kontrollsystem, Revision) installiert.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

Negativ-Aspekt E2.4 Mangelnde Korruptionsprävention

Berichtsfragen

- Welche Korruptionsrisiken bestehen im Unternehmen, bei den Lieferant*innen und Kunden?
- Welche Maßnahmen wurden in den Bereichen Einkauf und Verkauf gesetzt, um Korruption effektiv zu verhindern?
- Wie sorgfältig wird mit Kontakten zu Amts- und politischen Entscheidungsträgern umgegangen?
- Welche Lobbyingaktivitäten betreibt das Unternehmen?
- Welche Spenden erfolgen seitens des Unternehmens an politische Parteien?
- Wie wird Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden betrieben?
- Wie werden in den Entscheidungsprozessen Vorkehrungen gegen Korruption getroffen?
- Wie werden Interessenskonflikte (persönliche Interessen vs. Firmeninteressen) sichtbar gemacht und welche entsprechenden Verhaltensregeln gibt es?



Verpflichtende Indikatoren

- Erfolgt eine Offenlegung von Parteispenden?
Es gibt keine Parteispenden.
- Erfolgt eine Offenlegung aller Lobbyingaktivitäten (Eintrag ins Lobbyingregister) und Lobbyingaufwendungen?
Es gibt keine Lobbyingaktivitäten.
- Werden Mitarbeitende aufgefordert, Korruption anzuzeigen und wird ihnen entsprechender Schutz (Anonymität) zuteil?
Ja, es gibt die Möglichkeit des anonymen Whistleblowings an den Geldwäschebeauftragten.
- Gibt es eine Zweckbindung und Kontrolle des Budgets für soziale und gesellschaftliche Zwecke (siehe Positiv-Aspekt: Wirksame Beiträge zur Stärkung des Gemeinwesens)?
Ja, es werden grundsätzlich nur gemeinnützige Vereine und Organisationen bei den Spenden-, Sponsoring- und Stiftungsaktivitäten berücksichtigt. Zweckbindung gibt es bei den Ausschüttungen aus der Sparkassenstiftung BGL und der Sparkassen-Bürgerstiftung BGL sowie bei den Spenden aus dem Reinertrag PS-Sparen und Gewinnen.

Unsere Reputation ist ein hohes Gut. Wir dulden keine Art des Betruges, der Bestechung oder der Korruption. Materielle oder moralische Abhängigkeiten dürfen bei unseren Entscheidungen keine Rolle spielen. Wir verpflichten uns, jegliche Art von Verstößen aufzudecken und entsprechend zu sanktionieren. Die Mitarbeitende dürfen ohne ausdrückliche Zustimmung des Arbeitgebers von Dritten in Bezug auf ihre dienstliche Tätigkeit weder unmittelbar noch mittelbar Belohnungen, Geschenke, Provisionen oder sonstige Vergünstigungen in Bezug auf ihre Tätigkeit annehmen. Hierzu gehören auch Vergünstigungen durch letztwillige Verfügungen (Erbeinsetzung, Vermächnisse). Bei den Vergünstigungen muss es sich nicht unbedingt um Geld- und Sachwerte handeln. Werden den Mitarbeitenden derartige Vergünstigungen angeboten, haben sie dies dem Arbeitgeber unverzüglich anzuzeigen. Annahmeverbot und Anzeigepflicht gelten nicht für Sachgeschenke, Vorteile oder Zuwendungen im Wert von bis zu höchstens 25 € pro Jahr und Geschäftspartner, wenn sie ihren Grund in den Regeln des Geschäftsverkehrs und der Höflichkeit haben, denen sich ein Mitarbeiter nicht entziehen kann, ohne gegen gesellschaftliche Formen zu verstoßen.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen

E3.1 Absolute Auswirkungen / Management & Strategie

Berichtsfragen

- Welche negativen Umweltwirkungen haben die betrieblichen Herstellungs- bzw. Arbeitsprozesse? Dabei sind vor allem die folgenden, definierten Standardwirkungskategorien und deren Auslöser zu beachten:
 - Klimawirksame Emissionen (CO₂, N₂O, CH₄, ...)
 - Feinstaub und anorganische Emissionen
 - Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen (Abbau der Ozonschicht)
 - Emissionen, die zur Versauerung beitragen (NO_x, SO_x, CO₂)



- Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern (organische Verbindungen, NO_x, SO_x)
- Ionisierende Strahlung
- Emission bzw. Verwendung toxischer Stoffe
- Düngung in der Landwirtschaft (Eutrophierung)
- Landverbrauch
- Wasser- und Mineralienverbrauch (Ressourcenerschöpfung)
- Welche Daten zu den – im jeweiligen Unternehmen relevanten – Umweltwirkungen Emissionen, Lärm, Abfall, Verbrauchsgüter sowie Energie-, Wasser- und Stromverbrauch (Umweltkonten) werden erhoben und veröffentlicht?

Verpflichtende Indikatoren

Entsprechend dem Tätigkeitsfeld des Unternehmens sind relevante Umweltkonten zu berichten:

- Ausstoß klimawirksamer Gase in kg
- Transporte (und dessen CO₂ Äquivalent) in km bzw. kg
- Benzinverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in Liter bzw. kg
- Stromverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Gasverbrauch (und dessen CO₂ Äquivalent) in kWh bzw. kg
- Heizenergie (in Bezug auf die jeweilige Durchschnittstemperatur) in kWh/°C
- Verbrauch von Trink- und Regenwasser in m³
- Chemikalienverbrauch (giftig, ungiftig) in kg
- Papierverbrauch in kg
- Einsatz von sonstigen Verbrauchsmaterialien in kg
- Kunstlicheinsatz in Lumen, kwh
- Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen entsprechend der jeweiligen Standardwirkungskategorie

Die erstmalig für 2018 und 2019 erhobenen Kennzahlen, die den Erfolg unserer vorher genannten ökologischen Anstrengungen widerspiegeln, haben wir in 2020 und 2021 fortgeschrieben.

Ab dem Jahr 2020 erfolgte dies auch mit Hilfe des Berechnungstools des Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU). Ziel ist, den gesamten CO₂-Ausstoß im herkömmlichen Geschäftsbetrieb unserer Sparkasse zu messen, um diesen dann mit dem Erwerb entsprechender Umweltzertifikate auszugleichen (= Klimaneutralitätsstatus), was erstmals für das Geschäftsjahr 2021 erfolgte. Die für 2021 erfassten Daten wurden von Spezialisten der Bayern Facility Management GmbH (BayernFM) plausibilisiert, qualitätsgesichert und formal bestätigt.

Diese jährliche Fortschreibung mit dem anschließenden Ausgleich unseres CO₂-Ausstoßes durch Umweltzertifikate werden wir auch in den Folgejahren beibehalten:

| | 2020 | | 2021 | |
|------------------------------------|------------|-------------------|------------|-------------------|
| CO ₂ -Ausstoß | 318.154 kg | 1.632.830 kWh | 340.329 kg | 1.746.671 kWh |
| Heizungsanlagen | | | | |
| CO ₂ -Ausstoß Fuhrpark* | 15.645 kg | 6.006 l | 15.233 kg | 5.860 l |
| | | Benzin und Diesel | | Benzin und Diesel |



| | 2020 | | 2021 | |
|--|---|----------------------|---|----------------------|
| CO ₂ -Ausstoß externer (Beleg) Kurierdienst | 10.876 kg | 4.183 l Diesel | 10.876 kg | 4.183 l Diesel |
| Stromverbrauch | zu 100 % nachhaltig erzeugt, daher kein CO ₂ -Äquivalent | 654.865 kWh | zu 100 % nachhaltig erzeugt, daher kein CO ₂ -Äquivalent | 607.345 kWh |
| Gasverbrauch | 192.739 kg | 876.088 kWh | 186.684 kg | 848.565 kWh |
| Trinkwasserverbrauch | | 6.910 m ³ | | 7.803 m ³ |
| Regenwasserverbrauch | | 0 m ³ | | 0 m ³ |
| Papierverbrauch | 9.350 kg | | 8.333 kg | |

*2020 und 2021 deutlich weniger Dienstfahrten bedingt durch die Corona-Pandemie

Nicht verfügbare bzw. ermittelbare Zahlen:

| | |
|---|---|
| Benzinverbrauch bzw. CO ₂ -Ausstoß | <ul style="list-style-type: none"> • Werttransportdienstleister Prosegur • Botendienste DHL, Hermes, DPD • andere Dienstleister wie Hausmeisterservice und Reinigungsunternehmen, Handwerker • eigene Mitarbeitende (mit eigenem Kfz): interne wie externe Fortbildungsfahrten, Dienstfahrten, Weg zur Arbeit |
| Chemikalienverbrauch | Branchenunüblich, daher keine Daten vorhanden/ermittelbar. |
| Einsatz von Verbrauchsmaterialien in kg | Branchenunüblich, daher keine Daten vorhanden/ermittelbar. Verbräuche von Büromaterial und Werbematerial etc. ließen sich bei Bedarf noch ermitteln. Diese sind hier allerdings wohl nicht gemeint. |
| Kunstlichteinsatz in Lumen, kWh | Es liegen keine Daten vor, wann welches Lichtmittel wie lange angeschaltet war. |
| Schadstoffemissionen und sonstige Umweltwirkungen | Branchenunüblich, daher keine Daten vorhanden/ermittelbar. |
| Landverbrauch | Branchenunüblich, daher keine Daten vorhanden/ermittelbar. |

Wir sehen uns als regional tätige Sparkasse schon aufgrund unseres öffentlichen Auftrags zum bewussten Umgang mit Umwelt, Ressourcen und Energie verpflichtet. Das haben wir auch in Form der strategischen Vision *„Wir leisten mit unserer gemeinwohlökonomischen Ausrichtung einen nachhaltigen Beitrag zum Erhalt/zur Stärkung unseres Geschäftsgebietes/ unserer Region und legen bei all unserem Tun einen hohen Wert auf Nachhaltigkeit sowie Umwelt- und Naturschutz“* in unserer Geschäftsstrategie ausführlich dargestellt.

Als Kreditinstitut haben wir kaum betriebliche Herstellungs- und Arbeitsprozesse, welche unmittelbar besondere negative Umweltauswirkungen haben. Damit sind für uns im Wesentlichen die kontinuierliche Optimierung unserer Energiebilanz und die herkömmlichen Standardauswirkungskategorien CO₂-Ausstoß, Feinstaubemissionen, Abfall sowie Wasser- und Mineralienverbrauch von Bedeutung. Diese Daten erheben wir auch sparkassenintern. Von einer laufenden Veröffentlichung dieser Daten haben wir bislang abgesehen.



Alle weiteren Standardauswirkungskategorien (Emissionen von Chlorfluorkohlenwasserstoffen, Emissionen, die zur Versauerung beitragen, Emissionen, die die fotochemische Bildung von Ozon fördern, ionisierende Strahlung, Emissionen und Verwendung toxischer Stoffe, Düngung der Landwirtschaft, Landverbrauch) spielen für uns keine bzw. eine sehr untergeordnete Rolle.

Ab dem Jahr 2020 erfolgte mit Hilfe des Berechnungstools des Vereins für Umweltmanagement und Nachhaltigkeit in Finanzinstituten e. V. (VfU) der Berechnung unseres CO₂-Ausstoßes im Geschäftsbetrieb. Ziel dabei ist, den gesamten CO₂-Ausstoß im herkömmlichen Geschäftsbetrieb unserer Sparkasse zu messen, um diesen dann mit dem Erwerb entsprechender Umweltzertifikate auszugleichen (= Klimaneutralitätsstatus), was erstmals für das Geschäftsjahr 2021 erfolgte. Die für 2021 erfassten Daten wurden von Spezialisten der Bayern Facility Management GmbH (BayernFM) plausibilisiert, qualitätsgesichert und formal bestätigt.

Diese jährliche Fortschreibung mit dem anschließenden Ausgleich unseres CO₂-Ausstoßes durch Umweltzertifikate werden wir auch in den Folgejahren beibehalten.

Seit 2012 haben wir eine Fülle von Einzelmaßnahmen umgesetzt, die zu Reduktionen in vielen umweltrelevanten Bereichen geführt haben.

So werden wir den Verbrauch von fossilen Brennstoffen schrittweise mit der Umstellung auf nachhaltige Techniken, die auf nachwachsenden Rohstoffen basieren, stetig weiter reduzieren. Im Jahr 2021 wurde die Umstellung unserer Hauptstelle in Bad Reichenhall von Erdgas- auf Fernwärmebeheizung abgeschlossen. Von unseren derzeit 15 Liegenschaften sind nun bereits 8 mit Fernwärme- und 5 mit Erdgasheizungen ausgestattet. Gerade die noch verbliebenen 2 Ölheizungen werden wir in naher bis mittlerer Zukunft auf einen anderen, nachhaltigen und in seiner CO₂-Bilanz günstigeren Energieträger umstellen. In unserer Liegenschaft in Laufen haben wir dies in 2021 realisiert.

Aktuell haben wir 7 Photovoltaikanlagen auf unseren eigenen Gebäuden mit einer Leistung von durchschnittlich rund 100.000 kWh pro Jahr in Betrieb. In den kommenden 2 Geschäftsjahren planen wir eine Erweiterung um eine zusätzliche Anlage.

Mit den bestehenden PV-Anlagen und dem Saalachstrom der Stadtwerke Bad Reichenhall sowie dem Nachhaltigkeitstarif von E.ON verbrauchen wir seit 2019 zu 100 % nur mehr Strom, der ökologisch in Bayern erzeugt wurde.

Mit dem Umbau unseres größten Gebäudekomplexes, der Hauptstelle in Bad Reichenhall, haben bereits im Jahr 2008 erste Maßstäbe hinsichtlich Energieeffizienz und Nachhaltigkeit gesetzt. Dies zeigt sich u. a. am innovativen Kühlungs- bzw. Heizungs- sowie Beschattungskonzept.

Mit Hilfe eines sogenannten Saug- und Schluckbrunnens nutzen wir Grundwasser im Sommer zur Kühlung und im Winter zur zusätzlichen Erwärmung. Mit dem an der Gebäudeaußenseite angebrachten auskragenden Sonnenschutz, genannt Sombrero, vermindern wir zudem die direkte Sonneneinstrahlung auf die Glasfassade, was einen geringeren Kühlaufwand zur Folge hat. Außerdem haben wir in jedem Büro einen mit einem Bewegungsmelder gekoppelten Lichtsensor. Darüber können wir das Licht je nach Helligkeit bedarfsgerecht steuern bzw. an- und abschalten. Energieverschwendung durch ein unnützes Brennen von Bürolicht, z. B. über



Nacht oder das Wochenende, können wir damit vermeiden. Eine Gebäudeleittechnik unterstützt den effizienten Einsatz der technischen Anlagen (Lüftung, Klimatisierung, Heizung, Licht, Beschattung).

Für diese energetischen Bemühungen wurden wir mit dem „Bayerischen Bauherrenpreis Stadterneuerung 2009 Energieeffiziente Erneuerung“, dem „IF Award Gold 2009 Corporate Architecture“ und dem „IES Illumination Award 2009“ ausgezeichnet.

Im Zuge der in 2019 begonnenen Sanierung unserer Liegenschaft Marktplatz 24 in Berchtesgaden werden das Dach, die oberste Geschossdecke und die Fassade gedämmt. Zusätzlich werden die Fenster und die Wohnungstüren getauscht. Damit sind in diesem Sanierungsvorhaben in Höhe von gesamt rund 2.800.000 EUR ca. 1.500.000 EUR für die energetischen Maßnahmen enthalten.

Unsere beiden im Jahr 2020 bezugsfertig erstellten Objekte in der Jennerstraße 1 und 3 in Ainring/Mitterfelden wurden nach den aktuell höchsten energetischen Standards (z. B. KfW 75) gebaut. Gleiches gilt für das im Jahr 2022 abzuschließende Bauvorhaben in der Hauptstraße 2a in Freilassing. Dieses Prinzip verfolgten wir auch bei unseren Geschäftsstellenumbauten 2020 in Piding und in Laufen sowie bei allen, beispielsweise nach einem Mieterwechsel, notwendigen Wohnungsrenovierungen (als „energetische Kleinsanierungen“) in unseren Liegenschaften. Ebenso werden wir dieses Prinzip bei den geplanten Umbauten unserer Geschäftsstellen Marktschellenberg in 2022 sowie Aufham und Ramsau in 2023 zugrunde legen.

Eine Förderung für ökologische Maßnahmen wurde uns für die Sanierung der Liegenschaft Marktplatz 24, Berchtesgaden in Höhe von 56.000 EUR bewilligt.

Im Bereich der Beleuchtung setzen wir bei allen Ersatzbeschaffungen bzw. bei unseren Neu- und Umbauten ausschließlich auf LED-Leuchtmittel der neuesten Technik.

Für den naturnahen Ausgleich überbauter Flächen, zur Verbesserung unserer CO₂-Bilanz und zur Sicherung der Artenvielfalt haben wir neben einer im Jahr 2019 umgestalteten Dachfläche in der Bahnhofstraße 17 (Hauptstelle), Bad Reichenhall im Jahr 2020 eine Rasenfläche am Objekt Luitpoldstraße 1, Bad Reichenhall als Blühwiese und damit als Lebensraum für heimische Insekten (siehe Abschnitt E 2 Beitrag zum Gemeinwesen) gesondert begrünt. Weitere Flächen in und um unsere Liegenschaften haben wir bereits für die Folgejahre ins Auge gefasst.

Ein Teil unseres Fuhrparks ist seit 2012 ein E-Auto, welches wir über eine eigene E-Tankstelle betanken. Da sich die E-Mobilitäts-Infrastruktur im Geschäftsgebiet derzeit noch auf einem sehr ausbaufähigen Niveau befindet, werden wir dazu ab 2022 als für die Region tätige und nutzenstiftende Sparkasse unseren Beitrag leisten. So wird am Parkplatz der Hauptstelle Bad Reichenhall ab 2022 gemeinsam mit unserem Kooperationsunternehmen überall GmbH ein E-Car-Sharing-Angebot eingerichtet. Ebenfalls in 2022 werden wir an verschiedenen unserer nicht öffentlich-zugänglichen Parkmöglichkeiten 16 E-Ladesäulen in Betrieb nehmen und 2 Dienstfahrzeuge unserer Vorstandschaft nach Ende von deren Leasingverträgen durch E-Autos ersetzen. Für das Jahr 2023 planen wir für unsere Fahrzeugflotte die Ersatzbeschaffung unseres E-Autos aus 2012 sowie den Tausch eines Haustechnikfahrzeuges mit Verbrennermotor gegen ein E-Auto. Ebenfalls ab 2023 planen wir gemeinsam mit entsprechenden Kooperationsunternehmen E-Lademöglichkeiten in öffentlich zugänglichen-Bereichen anzubieten. Damit tragen wir auch zu einer weiteren Reduktion der



Feinstaubemissionen bei. Den Mitarbeitenden der Hauptstelle Bad Reichenhall stellen wir außerdem ein Dienstrad sowie eine öffentlich zugängliche Lademöglichkeit für E-Fahrräder zur Verfügung.

Unser wesentliches Ziel im Fuhrparkbetrieb ist jedoch, unsere Dienstfahrten auf das notwendige Minimum zu reduzieren. Die beste Dienstfahrt ist für uns immer noch die, die nicht gemacht werden musste.

Dazu verbauen wir beispielsweise seit 2016 vermehrt zentrale gesteuerte elektronische Schlösser in den Wertgelassen der Sparkasse und seit dem Jahr 2021 biometrische Zutrittskontrollen (ebenso Tausch Plastik gegen biometrische Merkmale) in unseren eigengenutzten Liegenschaften, um so Fahrten zu Kombinationsumstellungen usw. zu vermeiden. Unter anderem damit konnten wir in den Jahren 2020 und 2021 unsere Dienstfahrzeugflotte um 4 Fahrzeuge reduzieren.

Zusätzlich sammeln wir, um das vorstehende Ziel zur Minimierung unserer dienstlichen Fahrten zu erreichen, seit 2020 Erfahrungen mit dem Einsatz von Screensharing- und Videokommunikationslösungen (z. B. Skype, WebEx). Das Spektrum dabei ist weit gefasst. Es erstreckt sich von Kundenberatungen, über interne sowie externe Schulungsmaßnahmen bis hin zu internen und externen Besprechungen.

Bis Ende des Jahres 2023 haben wir uns vorgenommen, die Vorteile der Digitalisierung insoweit zu nutzen, dass wir unsere Belegkurierfahrten zu den Geschäftsstellen von aktuell grundsätzlich täglich auf künftig einmal wöchentlich vermindern können.

Sollte sich der aktuelle Trend der rückläufigen Bargeldnachfrage weiter verfestigen bzw. beschleunigen, so streben wir auch eine weitere Reduzierung unserer Werttransporte an.

Die fortschreitende Digitalisierung fordert immer mehr zielgerichtete Technikinvestitionen. So achten wir bei jeder Neuanschaffung technischer Geräte auf eine nachhaltige Nutzung, einen niedrigen Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß.

Zudem setzen wir im SB-Bereich seit 2017 verstärkt auf sog. Cash-Recycling-Systeme (= Ein- und Auszahlungen auf einem Gerät), um den Bargeldkreislauf so lange als möglich ohne Zugriff und den damit notwendigen Ver- und Entsorgungsfahrten aufrecht zu erhalten. Außerdem substituieren wir im SB-Bereich seit 2015 sehr erfolgreich körperliche Kontoauszüge auf speziellem Thermopapier durch virtuelle Kontoauszüge im Elektronischen Postfach unserer Internet-Filiale. Dies erspart uns neben mehreren Tonnen Thermopapier pro Jahr auch die Investition in neue bzw. zusätzliche Kontoauszugsdruckertechnik und den mit diesen Geräten verbundenen Energieverbrauch wie CO₂-Ausstoß. Einen Betrag zu weniger Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß leistete auch der in 2020 vollzogene ersatzlose Abbau diverser älterer SB-Geräte (u. a. Münzrollenwechsler, Münzzähler).

In Geschäftsstellen mit mehr als einem SB-Cash- und/oder SB-NonCash-Gerät schalten wir in Zeiten mit niedriger Kundenfrequenz (aktuell täglich grundsätzlich zwischen 21.00 Uhr abends und 06:00 Uhr morgens) alle über ein SB-Cash- und SB-NonCash- hinausgehenden Geräte ab (= GreenSB-Funktionalität). Dies verringert ohne nennenswerte Einschränkungen unseres flächendeckenden 7 x 24 SB-Angebots unseren CO₂-Fußabdruck um jährlich ca. 2.500 kg.



Bei Investitionen in IT-Arbeitsplätze setzen wir bereits seit 2007 fast ausschließlich auf energiesparende ThinClients, die nur der Datenkommunikation mit dem Rechenzentrum dienen und weniger Energie als herkömmliche PC verbrauchen.

Seit dem Jahr 2020 nutzen wir diese Möglichkeit auch auf mobilen Endgeräten (ggf. gekoppelt mit dem Angebot zum Mobilien Arbeiten – siehe Abschnitt C 3.2 Mobilität zum Arbeitsplatz), was uns mittelfristig eine spürbare Reduzierung der Geräteanzahl ermöglicht. Auf energieintensive Röhrenbildschirme verzichten wir mittlerweile gänzlich. In unserem Druckkonzept setzen wir auf Gemeinschaftslösungen. Bis Ende des Jahres 2022 wollen wir die Restbestände an Einzelplatzdruckern abbauen.

Damit senken wir neben dem Papierverbrauch auch die Feinstaubemissionen und fördern die Bewegung unserer Mitarbeiter. An unseren Service- sowie unseren Beratungsarbeitsplätzen verbauen wir standardmäßig sog. PenPads, um die dort erstellten Dokumente soweit möglich und erforderlich elektronisch unterschreiben zu können. Durchschriften für die Kundschaften werden dabei in der Regel nicht mehr ausgedruckt, sondern gleich in deren Elektronisches Postfach gestellt.

Unsere energieintensiven Getränkeautomaten für Kaltgetränke haben wir 2020 ersatzlos abgebaut. Seither erhalten alle Mitarbeitenden ein umfangreiches Sortiment an Heiß- und Kaltgetränken kostenlos zur Verfügung gestellt (siehe Abschnitt C 3.1 Ernährung während der Arbeitszeit).

Bei der Reinigung verzichten wir weitgehendst auf chemische Reinigungsmittel. Alternativ setzen wir nun mit Effektiven Mikroorganismen auf die neuesten umweltfreundlichen Verfahren unserer Kundschaft, der Christoph Fischer GmbH EM-Chiemgau.

Unsere Büro- und Verbrauchsmaterialien beziehen wir seit 2021 von der Schmaus GmbH, einem Dienstleistungsunternehmen mit einer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsstrategie entlang der gesamten Wertschöpfungskette mit ihren in einer geschäftlichen Beziehung stehenden Unternehmen nach ökonomischen, qualitativen, ökologischen sowie sozialen Kriterien. Der Nachhaltigkeitsbericht der Schmaus GmbH orientiert sich an den 20 Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Das erlaubt eine standardisierte und allgemein anerkannte Vergleichbarkeit. Das Geschäftsmodell der Schmaus GmbH hebt sich als Dienstleistungsmodell von den üblichen, umsatztreibenden Verkaufsmodellen des Marktes ab. Charakteristisch für dieses Dienstleistungsmodell ist, dass auf der Articlebene die Lebenszykluskosten maßgeblich mit einbezogen werden (z. B. Kriterien wie lange Nutzungsdauer, Wiederverwendbarkeit oder Nachfüllbarkeit, Umweltzertifikate) und damit der Preis alleine nicht das einzige Entscheidungskriterium ist, sondern immer im Zusammenhang mit den Lebenszykluskosten bewertet wird. Ein definierte Bestellschluss, ein optimal abgestimmter Lieferturnus sowie ein nach wirtschaftlichen und bedarfsorientierten Kriterien vereinbarter Mindestbestellwert pro Bestellung schaffen Bündelungs- und Synergieeffekte. Die Einbindung von unserer regionalen Kundschaft (z. B. Brauereien, Molkerei, Druckereien) ist dabei möglich. Die Schmaus GmbH ist zudem ein anerkannter, deutschlandweiter Branchenvorreiter im Bereich der Inklusion von Menschen mit Handicap und wurde dafür mehrfach ausgezeichnet.

Unsere Druckerpatronen sind allesamt recycelbar und werden gesammelt an den Hersteller zurückgegeben. Das Druckvolumen haben wir zudem die letzten fünf Jahre um ca. 20%



reduziert. Damit geht auch ein deutlicher Rückgang des Papierverbrauchs einher. Wir beziehen Papier, das chlorfrei gebleicht wurde, aus nachhaltiger Forstwirtschaft stammt und das Umweltzeichen „Blauer Engel“ für besonders umweltschonende Produkte und Dienstleistungen trägt.

Die Digitalisierung unserer Geschäftsprozesse genießt für uns einen hohen Stellenwert. Mit Einführung des elektronischen Postfachs in unserer Internet-Filiale, der elektronischen Unterschriftsmöglichkeit für unsere Kundschaft, des elektronischen Archivs, der elektronischen Rechnungsbearbeitung und des Scannen der Zahlungsverkehrsbelege dezentral auf unseren Geschäftsstellen haben wir ab dem Jahr 2015 diverse Anstrengungen unternommen, nachhaltig den Papierverbrauch und die Transporte sowie Fahrten zu reduzieren.

Mit der Digitalisierung der Posteingangsbearbeitung planen wir einen weiteren Meilenstein zur Reduzierung von Papierverbrauch und Transporten zu realisieren. Bei der Deutschen Post nutzen wir den GoGreen-Versand.

Anstatt Plastiktüten geben wir Stoff- bzw. Jutetaschen an unsere Kundschaft und an unserem im geschäftlichen Kontakt stehenden Unternehmen aus. Soweit möglich und sinnvoll verzichten wir bei Werbegeschenken usw. auf Verpackungen.

Alle regional beziehbaren Bau-, Handwerks- und Dienstleistungen vergeben wir nach Möglichkeit ausschließlich an Firmen in unserem Geschäftsgebiet, vordringlich an unsere Kundschaft.

Mülltrennung nach den vorgegebenen regionalen Standards ist für uns ein seit langem gelebter Standard. Außerdem sammeln wir verbrauchte Batterien und kümmern uns um deren fachgerechte Entsorgung. Diesen Service bieten wir auch unseren Mitarbeitenden.

Aufgrund unserer Unternehmensgröße fallen wir unter das Energiedienstleistungsgesetz (EDL-G), womit alle 4 Jahre ein externes Energieaudit stattfindet, welches Verbesserungsmaßnahmen evaluiert und zur Umsetzung vorschlägt. Das letzte Energieaudit haben wir in 2019 durchgeführt. Neben einem nachhaltigen Beitrag zum Umweltschutz erreichen wir durch die kontinuierliche Optimierung der Energieeffizienz und damit der Verbräuche eine nachhaltige Reduktion der Betriebskosten unserer Liegenschaften.

Eine Ermittlung des Landverbrauchs für unsere Geschäftsstellen und Liegenschaften sowie die damit verbundene Flächenversiegelung haben wir nicht durchgeführt.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Diverse Geldautomaten durch Cash-Recycler ersetzt.
- Papierhafte Kontoauszüge und dafür erforderliche Kontoauszugsdrucker weiter reduziert.
- 2 SB-Münzrollenwechsler und einen SB-Münzzähler (jeweils Stromfresser) sowie diverse SB-NonCash-Geräte (in der Regel monofunktionale Kontoauszugsdrucker) ersatzlos abgebaut.
- SB-Geräteflotte auf GreenSB-Funktionalität (= Abschalten ausgewählter Geräte zu bestimmten Zeiträumen) umgestellt = jährliche Einsparung von 2.500 kg CO₂.
- Energieintensive Getränkeautomaten ersatzlos abgebaut.
- Dienstfahrzeugflotte durch ersatzlose Veräußerung von 4 Dienstfahrzeugen reduziert.
- Stromverträge nochmals überprüft und grundsätzlich ab 2023 in „neuem Grün“ abgeschlossen.



- Dienstleistungsunternehmen bei Bezug von Büro- und Verbrauchsmaterialien gewechselt.
- Scannen der Zahlungsverkehrsbelege dezentral in den Geschäftsstellen umgesetzt.
- Erstellung und Versand körperlicher IT-Listen eingestellt.
- Umstellung Kontoauszüge für Hauptbuchkonten von körperlicher auf elektronische Form durchgeführt.
- Tausch von stationären ThinClients gegen mobile ThinClients begonnen.
- PenPads flächendeckend an allen Beratungs- sowie Servicearbeitsplätzen eingeführt.
- Nutzung von Screensharing- und Videokommunikationslösungen (z. B. Skype, WebEx) ermöglicht und forciert.
- Raumbeschilderung von Papieraushang auf elektronischen Aushang umgestellt.
- Zugang Schließfachanlage Hauptstelle Bad Reichenhall mit Nutzung der SparkassenCard als Zugangsmedium auf papierlos umgestellt.
- Altbestände IT-Lager gemäß den Vorgaben ElektroG entsorgt. Alte, ausgesonderte Diensthandys wurden der Aktion „Handys für Hummeln, Biene und Co.“ (siehe Abschnitt E 2 Beitrag zum Gemeinwesen) zugeführt.
- Weitere umgesetzte Maßnahmen sind im Aufgabenbereich B 3.1 dargestellt.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- 2022: 2 Dienstwagen der Vorstandschaft mit Verbrennermotor durch 2 E-Autos ersetzen.
- 2022: E-Carsharing-Angebot mit Kooperationsunternehmen überall GmbH bereitstellen.
- 2022: 16 E-Ladesäulen in nicht öffentlich zugänglichen Bereichen einrichten und in Betrieb nehmen.
- 2022: Kurierdienst zwischen FI und Sparkasse (sog. FI-Institutsversand) von täglicher auf wöchentliche Belieferung umgestellt.
- 2022: Müllproduktion durch Umstellung der Einmalhandtuchausgabe auf Einmalhandtücher mit Z-Falz optimieren.
- 2022: Einzelplatzdrucker weiter abbauen.
- 2022: In 2019 begonnene Sanierung Gebäude Marktplatz 24, Berchtesgaden abschließen.
- 2022 ff: Tausch von stationären ThinClients gegen mobile ThinClients fortführen/abschließen.
- 2022 ff: Nutzung von Screensharing- und Videokommunikationslösungen (z. B. Skype, WebEx) – wo möglich und sinnvoll – weiter ausbauen.
- 2022 ff: 2 Ölheizungen auf in der Energiebilanz günstigeren, alternativen Energieträger umstellen.
- 2023: E-Auto gegen neues leistungsfähigeres E-Auto ersetzen.
- 2023: Dienst-Kfz Haustechnik mit Verbrennermotor durch E-Auto ersetzen.
- 2023: Nächstes Energieaudit, sofern wir gemäß den dafür geltenden Anforderungen noch zu den dazu verpflichteten Unternehmen gehören, durchführen.
- 2023: Photovoltaikanlage der Liegenschaft Jennerstraße 1 und 3, Ainring/Mitterfelden erstellen und in Betrieb nehmen.
- 2023: Wasserverbrauch im Geschäftsbetrieb ressourcenschonender gestalten.
- bis Ende 2023: Belegkurierfahrten zu unseren Geschäftsstellen von täglich auf maximal einmal wöchentlich reduzieren.
- ab 2023: Stationäre Telefone durch Telefonie-App weitgehendst ersetzen.
- ab 2023 ff: E-Ladeinfrastruktur mit Kooperationsunternehmen in öffentlich zugänglichen Bereichen aufbauen.
- 2024 ff: Fahrzeugflotte komplett auf alternative Antriebsformen umstellen.
- Dienst- und Kurierfahrten weiter reduzieren.



- Nutzung und Einsatz der Digitalisierungsmöglichkeiten (z. B. Elektronisches Postfach, Elektronische Unterschriften, OSPlus-Inputmanagement, elektronischer Workflow zur Abstimmung/Freigabe von Dokumenten der schriftlich fixierten Ordnung, IT-Steuerungssoftware RiMaGo) weiter konsequent intensivieren und damit Ausdrücke und Papier sparen.
- Weitere Verbesserungspotentiale/Ziele sind im Aufgabenbereich B3.1 dargestellt.

E3.2 Relative Auswirkungen

Berichtsfragen

Wie groß sind die ökologischen Auswirkungen der Herstellprozesse im Vergleich ...

- zum Branchenstandard bzw. Stand der Technik?
- zu Mitunternehmern im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region?

Verpflichtende Indikatoren

- Relevante Vergleichswerte bezüglich Umweltkonten oder Wirkungskenngrößen (siehe E3.1) in der Branche bzw. Region.
siehe Aufgabenbereich E3.1 - ökologische Vergleichszahlen sind aktuell (noch) branchenunüblich. Wir orientieren uns stets am Stand der Technik. Über die ökologischen Auswirkungen unserer Herstellprozesse im Vergleich zum Branchenstandard und/oder zu Mitunternehmen im selben Geschäftsfeld bzw. in der Region liegen uns keine verbindlichen Werte vor.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

Negativ-Aspekt E3.3 Verstöße gegen Umweltauflagen sowie unangemessene Umweltbelastungen

Berichtsfragen

- Welche Betriebsgenehmigungen und zugehörige Betreiberauflagen gibt es und sind die Auflagen eingehalten?
- Wie wird die Einhaltung der relevanten Gesetze und Verordnungen überwacht? Werden diese eingehalten oder sind Rechtsverstöße bekannt?
- Welche Beschwerden bzw. Kontroversen mit Anrainer*innen bzgl. ökologischer Belastungen liegen vor?
- Welche Kontroversen mit anderen Stakeholdern (zivilgesellschaftliche Initiativen, NGOS etc.) gibt es?
- Wie ist der technische oder gesetzliche Standard vor Ort in Bezug auf andere Standorte des Unternehmens zu bewerten?

Durch unser Geschäftsmodell als regional tätige Sparkasse unterliegen wir keinen speziellen ökologischen Betriebsgenehmigungen und Betreiberauflagen. Wir bestätigen daher, nicht gegen Umweltauflagen zu verstoßen und die Umwelt nicht unangemessen zu belasten. Mit Hilfe von regelmäßigen Gebäudebegehungen und Wartungen der technischen Anlagen durch fachkundiges Personal bzw. Firmen tragen wir dazu bei, dass alle für uns relevanten Umweltauflagen erfüllt werden. Beispielsweise führten wir in 2019 bereits das zweite Mal in einem Turnus von 4 Jahren das vorgeschriebene Energieaudit durch. Die Ergebnisse daraus flossen und fließen in Modernisierungsentscheidungen, wie z. B. der Austausch von Umwälzpumpen, ein. Mit aus diesem Grund setzen wir bei Neu- und Umbauten prinzipiell nur



Fachplanungsunternehmen und Fachunternehmen ein. Beschwerden bzw. Kontroversen bezüglich ökologischer Belastungen lagen und liegen uns nicht vor.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.

E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung

Unser unternehmerisches Handeln und unsere Ziele haben wir in einem Leitbild definiert, das regelmäßig überprüft und überarbeitet wird. Wir informieren die Bürger in unserem Landkreis regelmäßig über Presse und soziale Medien über unser nachhaltiges Engagement, über unsere ökologischen Projekte und über unsere über die Bankgeschäfte hinausreichenden Ziele in und für die Region.

E4.1 Transparenz

Berichtsfragen

- Welche wichtigen oder kritischen Informationen werden für die gesellschaftlichen Berührungsgruppen erfasst?
- In welcher Form wird darüber berichtet (Umfang und Tiefe, Art der Publikation)?
- Wird der Bericht durch eine unabhängige Stelle kritisch überprüft?
- Wie einfach ist der Bericht für die Öffentlichkeit zugänglich?

Verpflichtende Indikatoren

- Veröffentlichung eines Gemeinwohlberichts oder eine gleichwertige gesellschaftliche Berichterstattung

Wir sind sehr stolz über unseren mittlerweile zweiten Gemeinwohlbericht mit externer Auditierung und veröffentlichen ihn selbstverständlich auf unserer [Homepage](#). Gerne senden wir Interessierten unseren Gemeinwohlbericht zu, was wir in der Vergangenheit auch mehrfach gemacht haben. Darüber hinaus haben wir eine Extra-Seite unter www.sparkasse-bgl.de/gemeinwohl und eine Gemeinwohlbroschüre erstellt, wo alle Informationen rund um unser Gemeinwohl-Engagement zu finden sind. Die Gemeinwohlbroschüre wird an Kunden und Interessierten ausgehändigt.

Die Sparkasse Berchtesgadener Land informiert umfangreich und über viele Kanäle (siehe Übersicht Kommunikationsmittel unter E.1) über ihr Handeln in ihrer Heimat. Mit mehrfach im Jahr erscheinenden Publikationen werden neben Produkten und Dienstleistungen unsere ökologischen Projekte, unser nachhaltiges Wirtschaften und unsere Ziele in und für die Region vermittelt. Über Presseaussendungen informieren wir klar und offen über unsere Geschäftslage, über Innovationen im Bereich unseres Hauses. Mit unseren Mitarbeitenden kommunizieren wir strukturiert und regelmäßig über Geschäftsentwicklung, strategische Ziele, über unser nachhaltiges Engagement in der Region mit der Bitte, diese nach außen zu tragen und selbst offen mit der Thematik zu agieren.

Unser Dauerprojekt „Sparkasse spüren“, das seit dem Jahr 2018 die Besonderheit unserer Marke „Sparkasse“ und darin wiederum die Besonderheit der Marke „Sparkasse



Berchtesgadener Land“ darstellen soll, ist darauf aufgebaut, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Markenbotschafter auftreten. Diese Strategie funktioniert nur dann, wenn die Mitarbeiter umfangreiche, vollständige, zeitnahe und ehrliche Informationen durch ihre Führungskräfte erhalten. Nur komplett überzeugte Mitarbeitende kommunizieren die Marke und die nachhaltigen Projekte der Sparkasse nach außen.

Wir als Sparkasse sind überzeugt, dass nur ehrliche, transparente und begründete Kommunikation die Wirkung entfacht, die wir unseren Bürgern vermitteln wollen. „Marketing-Gags“ und Schaumschlägerei liegen uns fern, weil wir wissen, dass diese keine langfristigen und nachhaltigen Erfolge erzeugen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

Diverse Kommunikationsmaßnahmen nach innen und außen.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

Weitere Verstärkung der Kommunikation.

Aspekt E4.2: Gesellschaftliche Mitentscheidung

Berichtsfragen

- Wie können Bürger*innen in Dialog treten und sich an einem offenen, macht- und sanktionsfreien Argumentationsaustausch beteiligen?
- Wie können gesellschaftliche Berührungsgruppen legitime Interessen gegenüber dem Unternehmen vertreten?
- Wie werden die Ergebnisse des Dialogs dokumentiert und wie fließen sie in die Entscheidungsfindung ein?

Verpflichtende Indikatoren

- Anteil der Mitentscheidung der Berührungsgruppen (in % der relevanten Entscheidungen, je nach Mitentscheidungsgrad)
Mitarbeiter = Kompetenz je nach Stelle, Kunden = nicht messbar.
- Ist eine institutionalisierte Infrastruktur des Dialogs (z. B. Ethikforum, Ethikkomitee) vorhanden?
Nein. Mit dem Verwaltungsrat der Sparkasse besteht ein regelmäßiger Dialog, 4 x im Jahr im Rahmen der Verwaltungsratssitzungen und 2 x im Jahr bei den Strategie-Sitzungen.

Die Sparkasse Berchtesgadener Land tritt mit Kunden und Bevölkerung in vielfachen Dialog. Über die sozialen Netzwerke findet ein reger Austausch statt, der uns permanent unser Standing in der Region widerspiegelt. Über den persönlichen Kontakt und die Kanäle Kunden-Service-Center, Internetfiliale, Social Media, Bewertungsplattformen und E-Mail erhalten wir regelmäßig Echo über unsere Aktivitäten.

Wir nutzen ein umfangreiches aktives Beschwerde-/Kundenimpulsmanagement, weil wir überzeugt sind, dass Kundeninformationen einer der wichtigsten Faktoren zum erfolgreichen Arbeiten sind. Mit jährlich rund tausend Rückmeldungen verfügen wir damit über ein herausragendes Dialoginstrument.



Über die bereits erwähnte Spendenplattform „Meine Sparkasse bewegt“ beteiligen wir aktiv unsere Kundschaft an Projekten von Vereinen, Organisationen und Institutionen im Landkreis. Neben den Kundschaften für besondere Anlässe zur Verfügung gestellten „Sparkassen-Talern“, die im Euro-Gegenwert durch unsere Kunden und Bürger für Projekte eingesetzt werden, spenden diese darüber hinaus auch aus privaten Mitteln für Projekte, die ihnen zusagen. Auch die Kommunikation innerhalb der Vereine, Organisationen und Institutionen, wenn sie für eine Unterstützung ihrer Herzensangelegenheiten werben, ist Teil des Dialogs „Sparkasse - Bürger“. Zudem initiiert die Sparkasse auf dieser Plattform sogenannte „Verdoppelungsaktionen“ zu bestimmten Anlässen. Dabei werden die von Bürgern den Projekten innerhalb eines festgelegten Zeitraums zugewiesenen Spenden aus den zur Verfügung gestellten „Sparkassen-Talern“ und zusätzlichen privaten Mitteln von der Sparkasse bis zu einer festgelegten Höhe verdoppelt.

Bei der Schaffung von bezahlbarem Wohnraum konnten sich Interessenten bei der Gemeinde Ainring informieren und bewerben. Im Rahmen dieser Bedarfsabfrage war auch der Gemeinde die Möglichkeit gegeben, bei der Auswahl der Käufer und Mieter auf gesellschaftlich wichtige Bereiche hin mitzuwirken und gemeindliche Grundsätze und Prioritäten miteinzubringen.

Im Berichtszeitraum wurde umgesetzt:

- Kunden- und Mitarbeiterbefragung.
- Aktive Kommunikation und Kundenimpulsmanagement.
- Spendenplattform „Meine Sparkasse bewegt“.
- Schaffung von bezahlbarem Wohnraum.

Verbesserungspotenziale/Ziele:

- 2022: Verstärkung der Kundenbeteiligung mit dem Sparkassen-Kunden-Dialog
- 2023: Durchführung einer weiteren Kunden- und Mitarbeiterbefragung.

Negativ-Aspekt E4.3 Förderung von Intransparenz und bewusste Fehlinformation

Berichtsfragen

- Welche Informationen über das Unternehmen entsprechen nicht der unternehmensinternen Realität? Wo gibt es wesentliche Differenzen und wieso?
- Inwiefern wird durch das Unternehmen die öffentliche Meinung direkt oder indirekt durch Fehlinformationen beeinflusst?
- Worin widersprechen die Veröffentlichungen des Unternehmens dem wissenschaftlich gesicherten Forschungsstand oder der allgemeinen Erklärung der Menschenrechte?

Die Sparkasse vermeidet konsequent Fehlinformationen, Übertreibungen oder falsche Darstellungen über sich, über Partner oder über Projekte. Eine Vielzahl von Prüfinstanzen, von der Internen Revision über Wirtschaftsprüfung oder Prüfungshandlungen der Aufsichtsbehörden Regierung von Oberbayern, Bayerisches Staatsministerium des Innern, für Sport und Integration, Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht und Bundesbank überwachen neben dem Geschäftsgebaren auch die Kommunikation.

Verbesserungspotenziale:

Wir sehen hier aktuell kein Verbesserungspotenzial.



Ausblick

Kurzfristige Ziele

Welche kurzfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 1-2 Jahre)?

- Wir verstärken unser ökologisches Engagement (z. B. Erweiterung unserer Sparkassen-Bienen-Völker und Photovoltaikanlagen, Schaffung weiterer Öko-Oasen/Blühflächen, Unterstützung/Förderung des Ausbaus der E-Mobilität).
- Wir stärken unsere heimische Wirtschaft durch einen aktiven Einsatz der Sparkassen-Vorteilswelt unserer Kundschaft.
- Wir fördern das Bewusstsein in der Bevölkerung nachhaltige Geldanlagen zu tätigen und werden das Thema Nachhaltigkeit in den Fokus unserer Anlageberatung stellen.
- Wir erhöhen unser Angebot in der Anlageberatung an nachhaltigen Fonds auf mind. 50 %.
- Wir optimieren unseren Ressourcenverbrauch und nutzen Alternativen (z. B. durch Umstellung unserer Heizsysteme, Abbau von Arbeitsplatzdruckern, ersatzloser Abbau energieintensiver Geräte, Einsatz mobiler ThinClients).
- Wir fördern weiter unsere Beschaffung nach ökologischen und sozialen Kriterien.
- Wir führen eine Befragung unserer Kundschaft und Mitarbeitenden durch und nutzen die Ergebnisse aktiv zur Verbesserung unserer Leistungen und unseres Betriebsklimas.
- Wir führen weitere Maßnahmen & Aktionen zur Stärkung der Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden durch (z. B. Mitarbeiterveranstaltungen, Umsetzung von Gesundheitsaktionen).

Langfristige Ziele

Welche langfristigen Ziele verfolgen Sie bei der Umsetzung der Gemeinwohl-Ökonomie (Zeitraum 3-5 Jahre)?

- Wir erzielen einen ausreichenden Jahresgewinn, um die wirtschaftliche Selbstständigkeit der Sparkasse Berchtesgadener Land auch künftig zu gewährleisten und damit der Region nachhaltig Nutzen stiften zu können.
- Wir sichern die Versorgung unserer Bevölkerung mit Finanzdienstleistungen vor Ort und stehen zu unserer Verantwortung als Filialbank.
- Wir wollen marktführend im Privat-, Firmen- und Kommunalkundengeschäft im Berchtesgadener Land bleiben und leben unsere Beratungsphilosophie (individuelle & nachhaltige Beratung ohne produktbezogene Vorgaben) aus Überzeugung.
- Wir sehen uns weiterhin als Ausbildungsbetrieb, um jungen Menschen aus der Region eine fundierte Ausbildung vor Ort zu ermöglichen.
- Wir bauen unser Angebot und den Absatz an nachhaltigen Produkten sukzessive aus.
- Wir schaffen bezahlbaren Wohnraum im Landkreis.
- Wir sind Vorbilder im regionalen & nachhaltigen Handeln und engagieren uns mit Ideen für eine lebens- und liebenswerte Region.
- Wir fordern verstärkt Nachweise zum gemeinwohlökonomischen Handeln usw. bei unseren Dienstleistern ein.
- Wir minimieren weiter nachhaltig unsere CO₂-Emissionen und unseren CO₂-Fußabdruck durch vielfältige Maßnahmen (z. B. Reduzierung von Dienst- und Kurierfahrten, Erhöhung des Anteils unserer Fuhrpark-Fahrzeuge mit alternativen Antrieben).



- Wir starten eine Netzwerk-Initiative, um die CO₂-Neutralität im Landkreis zu forcieren.
- Wir rüsten unsere zwei verbliebenen Ölheizsysteme auf nachhaltige Techniken um, welche auf nachwachsenden Rohstoffen basieren.
- Wir forcieren weiter konsequent die Nutzung des Elektronischen Postfachs und der digitalen Signaturen unserer Kundschaft, um damit Ausdrücke und Papier zu sparen.
- Durch unser Verhalten erreichen wir Vorbildwirkung und animieren weitere Unternehmen sich mit der Gemeinwohlökonomie auseinander zu setzen.
- Wir fördern die Zusammenarbeit und den Austausch mit anderen Vorbildunternehmen.

Beschreibung des Prozesses der Erstellung der Gemeinwohl-Bilanz

Wer war bei der Erstellung der GWÖ-Bilanz/ dem GWÖ-Bericht im Unternehmen involviert? Welche Stakeholder waren involviert? (Name, Position/ Verbindung zum Unternehmen) Wie viele Personen-Arbeitsstunden wurden dafür aufgewendet?

Abteilung Personal (Aufwand: rund 35 Arbeitsstunden): Rosa-Maria Lau (Gruppenleiterin Personalbetreuung und stv. AL), Daniela Grassl (Trainerin Berufliche Bildung), Maximilian Huber (Abteilungsleiter).

Abteilung Marketing/Vorstandsstab (Aufwand: rund 70 Arbeitsstunden): Karl Thierauf (Referent Vorstandsservice), Dr. Michael Schürz (Referent Kommunikation und stv. AL), Manuela Kagleder (Sachbearbeiterin Kommunikation), Michaela Krämer (Sachbearbeiterin Kommunikation), Theresia Petram (Abteilungsleiterin).

Referat Vertriebsmanagement (Aufwand: rund 15 Arbeitsstunden): Iris König (Sachbearbeiterin Vertriebsmanagement), Birgit Hofmann (Sachbearbeiterin Vertriebsmanagement), Michael Schreiner (Referatsleiter).

Abteilung Kredit (Aufwand: rund 2 Arbeitsstunden): Wolfgang Helminger (Abteilungsleiter).

Abteilung Organisation und Betrieb (Aufwand: rund 72 Arbeitsstunden): Andrea Aicher (Sachbearbeiterin Unternehmensservice), Elisabeth Poschner (Sachbearbeiterin Unternehmensservice), Thomas Wallner (Sachbearbeiter Unternehmensservice), Rupert Jehn (Gruppenleiter Unternehmensservice und stv. AL), Sandra Trebuth (Sachbearbeiterin Unternehmensentwicklung und Zentrale Auslagerungsbeauftragte), Stefan Kudlacek (Abteilungsleiter).

Abteilung Finanzen und Unternehmensplanung (Aufwand: rund 8 Arbeitsstunden): Werner Rottmair (Abteilungsleiter).

Personalrat (Aufwand: rund 1 Arbeitsstunde):
Nicole Schreiner (Personalratsvorsitzende) & Team

Ein herzliches Dankeschön gilt allen Mitwirkenden!

Datum: 25.10.2022



Das sind wir!

Wir denken voraus, packen mit an, engagieren uns für das Gemeinwohl, geben Ihnen ein Zuhause, schauen aufeinander und sind ein starker Partner für eine starke Region.

Weil`s um mehr als Geld geht!

QR-Code zum
2-minütigen
neuen Film:



**Sparkasse
Berchtesgadener Land**