



CSR-Pressekonferenz

**Der Stellenwert von Corporate Social Responsibility (CSR)
in der Deutschen Bank**

Dr. Josef Ackermann

Vorsitzender des Vorstands und des Group Executive Committee

Deutsche Bank AG

Frankfurt am Main, 10. Juni 2008

14.30 Uhr

- Es gilt das gesprochene Wort -

Verehrte Damen, meine Herren,

ein herzliches Willkommen auch von mir. Ich freue mich sehr, dass die gesellschaftliche Verantwortung der Deutschen Bank auf ein so großes Interesse bei Ihnen stößt. Gerne nehme ich heute die Gelegenheit wahr, Ihnen die Grundzüge unseres Verständnisses von gesellschaftlicher Verantwortung vorzustellen.

Das Thema gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen, in der Fachsprache auch Corporate Social Responsibility oder abgekürzt CSR genannt, ist derzeit **aktueller denn je** – gerade in Deutschland. Die öffentliche und veröffentlichte Meinung in unserem Lande beklagt immer lauter mangelnde Moral in der Wirtschaft und speziell bei ihren Führungspersonen, den Unternehmern und Managern. In der Folge nimmt nicht nur deren Ansehen, sondern das Ansehen unserer Wirtschaftsordnung, der sozialen Marktwirtschaft insgesamt, dramatisch ab. Markt und Moral werden heute vielfach als Gegensatz erlebt.

Die Gründe dafür sind mehrschichtig: Zum einen tragen ständig neue Negativ-Schlagzeilen über Unternehmen und Manager in den Medien nicht gerade dazu bei, das Vertrauen in Wirtschaft und Manager zu fördern. Zum anderen, noch wichtiger, verspüren angesichts des zunehmenden Wettbewerbs infolge der Globalisierung offenbar immer mehr Menschen Verlustängste und haben Misserfolgserlebnisse. Sie sehen sich, oft zu Recht, auf die neuen Herausforderungen der Globalisierung nicht ausreichend vorbereitet und allein gelassen.

In der Tat hat es dieses Land weithin versäumt, seine Bevölkerung mit einer entsprechenden **Bildung** und Ausbildung ausreichend auf das Zeitalter der Globalisierung vorzubereiten. Hinzu kommt: Viele Menschen haben das Gefühl bekommen, dass die **Startchancen** in diesem Lande **immer ungleicher** verteilt sind und in der Folge auch Einkommen und Vermögen immer weiter auseinanderdriften, kurz, dass sich nicht nur die Zukunft eintrübt, sondern dass es dabei auch immer ungerechter zugeht. Da kann es kaum verwundern, wenn die Zustimmung zu unserer Wirtschaftsordnung in weiten Teilen der Bevölkerung schwindet.

Dies ist eine bedenkliche Entwicklung. Denn Unternehmen operieren nicht im luftleeren Raum, sie sind Teil dieser Gesellschaft. Je stabiler ihr soziales Umfeld, desto größer sind auch ihre eigenen Erfolgsaussichten, je instabiler dagegen eine Gesellschaft, desto prekärer ist auch die Existenz der Unternehmen. Schon im **ureigenen Interesse** müssen wir also unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden, uns mit den sozialen und moralischen Dimensionen unseres Tuns auseinandersetzen und mit Wort und Tat zeigen, dass der Manager-Beruf ein ehrenwerter Beruf ist, dass Moral und Markt keine Gegensätze sind, sondern, ganz im Gegenteil, dass die Marktwirtschaft die beste aller bekannten Ordnungen oder - um mit Winston Churchill zu sprechen - die am wenigsten schlechte ist. Und das nicht nur **im Hinblick auf** die Effizienz, sondern auch in Punkto Moral.

Vor diesem Hintergrund, meine Damen und Herren, sehen wir bei der Deutschen Bank CSR als integralen Bestandteil unserer Arbeit – zum eigenen Wohle wie zu dem der Allgemeinheit.

Als unsere **wichtigste soziale Verantwortung** betrachten wir es dabei, international wettbewerbsfähig zu sein, Gewinne zu erwirtschaften und als Unternehmen zu wachsen. Nur so können wir dauerhaft Wert schaffen für unsere Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und für die Gesellschaft insgesamt – als Anbieter attraktiver Produkte und Dienstleistungen, als Arbeitgeber, als Steuerzahler und auch als Mäzen.

Rund 17 Millionen Kunden in aller Welt bietet die Deutsche Bank überlegene Finanzlösungen, über 78.000 Mitarbeitern in 76 Ländern sichern wir eine gute Lebensgrundlage. Allein in Deutschland haben wir 2007 fast 700 junge Menschen ausgebildet. In den vergangenen 5 Jahren haben wir rund 14,6 Milliarden Euro an unsere Eigentümer ausgeschüttet, darunter sehr viele Menschen, die mit diesem Geld für ihr Alter vorsorgen. Und für das vergangene Jahr zahlen wir etwa 2,2 Milliarden Euro Steuern. So schaffen wir nicht nur privates, sondern auch **soziales Kapital**.

Unsere **zweite Priorität** als guter Unternehmensbürger sehen wir darin, negative gesellschaftliche Externalitäten in unserem Tun zu vermeiden oder anders ausgedrückt: **Unser Geld auf sozial und ökologisch möglichst verantwortungsbewusste Weise zu verdienen**. Die gesellschaftlichen Folgen unseres Handelns dürfen uns nicht egal sein. Unternehmen und Manager - zumal in der Finanzbranche - sind auf **Vertrauen** angewiesen. Nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg ist ohne Vertrauen nicht denkbar. Vertrauen beruht auf Glaubwürdigkeit. Kein Geschäft ist es wert, den guten Ruf und die Glaubwürdigkeit der Deutschen Bank auf Spiel zu setzen.

Soziale Verantwortung muss daher **selbstverständlicher Teil** unseres **gesamten Denkens und Handelns** sein. Sie muss in Geschäftspolitik und Geschäftsprozesse integriert und bei allen geschäftlichen Entscheidungen gebührend berücksichtigt werden. Corporate Social Responsibility wird damit Teil unserer DNA. CSR ist für uns **weder Opfer noch Alibi, weder Ablasshandel noch Reparaturauftrag**. Wir geben der Gesellschaft hier nicht etwas zurück, wir achten vielmehr darauf, dass wir ihr nichts nehmen. Wir betreiben hier nicht Wohltätigkeit mit dem Geld unserer Aktionäre, sondern tätigen sinnvolle Investitionen in unsere eigene Zukunft – und zugleich in die der Gesellschaften, in denen wir operieren.

Diese Maxime gilt auch für die Verwendung der finanziellen Mittel - über 80 Millionen Euro allein im vergangenen Jahr -, die Zeit und das Know-how, die wir aufwenden, um darüber hinaus gezielt gesellschaftlich nützliche Aktivitäten zu fördern.

Hierbei konzentrieren wir uns darauf

- **Zukunftsfähigkeit zu sichern**
- **Chancen zu eröffnen**
- **Kreativität zu ermöglichen**
- **Talente zu fördern** und schließlich
- Persönlich **Engagement zu beweisen**.

Alles unter der Überschrift: „**Mehr als Geld: Soziales Kapital schaffen.**“

Auf die einzelnen Handlungsfelder dieses Engagements werden meine Kollegen hier nachher im Detail eingehen, wenn sie Ihnen den neuen

CSR-Bericht der Bank vorstellen. Lassen Sie mich selbst nur **prototypisch** einige wenige unserer Aktivitäten erwähnen:

Aus den eingangs genannten Gründen liegt mir **Bildung, Chancengleichheit** und **Leistungsgerechtigkeit** besonders am Herzen. In Deutschland haben wir deshalb im vergangenen Jahr in Kooperation mit Anderen den „**Studienkompass**“ ins Leben gerufen. Damit wollen wir besonders junge Menschen aus nicht akademischen Elternhäusern zum Studium ermutigen, ihre Chancen verbessern, das Talente-Reservoir des Landes besser ausschöpfen und für mehr Chancengleichheit sorgen. In diesem Bereich wird sich die Deutsche Bank zukünftig noch stärker engagieren.

Um Menschen in den ärmeren Regionen dieser Welt eine Chance auf ein besseres Leben zu eröffnen, sind wir seit mehr als zehn Jahren in der **Mikrofinanzierung** aktiv. Durch unsere Mikrokredite und die enge Zusammenarbeit mit etwa 100 Mikrofinanzinstitutionen leisten wir langfristige Hilfe zur Selbsthilfe und haben etwa zwei Millionen Menschen dabei unterstützt, den Teufelskreis aus Arbeitslosigkeit und Armut zu durchbrechen und sich eine eigene Existenz aufzubauen.

Mit unserem **Kunstengagement** wollen wir Kreativität entwickeln, als Quelle von Innovation, Wachstum und Mehrwert. Im Zentrum steht dabei die Sammlung der Deutschen Bank. Diese Sammlung wollen wir lebendig halten, verjüngen, weiter internationalisieren, noch stärker unseren Mitarbeitern und immer mehr auch der Öffentlichkeit zugänglich machen. Unsere Kooperation mit dem Städel und die geplanten Art Cafés im Deutsche Guggenheim in Berlin und der renovierten Konzernzentrale in Frankfurt sind hierfür nur einige Beispiele.

Als verantwortungsbewusster globaler Unternehmensbürger stellen wir uns auch den Herausforderungen, die der **Klimawandel** mit sich bringt. **Wir setzen auf Grün** in unserem Interesse und im Interesse der Gesellschaft. Bei einer Konferenz des Bundesumweltministeriums gestern in Berlin hat mein Kollege Caio Koch-Weser, gewissermaßen der Mr. Green der Bank, das umfassende Programm der Deutschen Bank hierzu dargestellt.

Lassen Sie mich in diesem Zusammenhang nur die Renovierung unserer Zwillingstürme in Frankfurt nach den allerneuesten ökologischen Gesichtspunkten erwähnen. Wir reduzieren dort die CO₂-Belastung und den Stromverbrauch um jeweils 55% und den Wasserverbrauch um 45%.

Meine Damen und Herren, am glaubwürdigsten ist **Engagement**, wenn es ganz **persönlich** ist. Der ehrenamtlichen „Leistung aus Leidenschaft“ unserer Mitarbeiter kommt daher für die Gesellschaft eine besondere Bedeutung zu. Ihr persönliches Engagement hat sich im vergangenen Jahr gegenüber 2006 schon mehr als verdoppelt. Im Rahmen unseres Corporate Volunteering Programms investierten sie weltweit fast 20 000 Tage in gemeinnützige Projekte. Dieses Engagement wollen wir mit Hilfe einer in diesen Tagen anlaufenden Kampagne noch deutlich ausbauen. Die Bank wird Corporate Volunteering künftig noch stärker unterstützen – finanziell oder in Form bezahlter Freistellung. Ziel ist es auch hier, sich von niemandem übertreffen zu lassen.

Meine Damen und Herren, nachdem mein Kollege Tessen von Heydebreck, der Ihnen in den vergangenen Jahren hier immer Rede und

Antwort gestanden hat, in den Ruhestand gewechselt ist, habe ich CSR zur „Chefsache“ erklärt. Das zeigt, wie wichtig mir das Thema gesellschaftliche Verantwortung ist.

Ich habe mich auch dazu entschlossen, den Bereich CSR mit dem Kommunikationsbereich der Bank zu verknüpfen. Ziel dieser Bündelung ist es vor allem, das Thema soziale Verantwortung über die **Kommunikation nach innen** noch stärker als bisher im Bewusstsein aller Mitarbeiter zu verankern und zugleich auch der Gesellschaft unser gesellschaftliches Engagement noch besser zu vermitteln. In unserem eigenen Interesse, aber auch im Interesse der Gesellschaft insgesamt.

Lassen Sie mich zusammenfassen: Die Deutsche Bank versteht CSR als Investition in ihre eigene und in die Zukunft der Gesellschaft. Ziel all unseres Handelns als verantwortungsbewusster Unternehmensbürger ist es, soziales Kapital zu schaffen. Soziales Kapital, mit dessen Hilfe auch privates Kapital gedeihen kann.

Der CSR-Report 2007, den Ihnen meine Kollegen nun vorstellen werden, legt beredtes Zeugnis ab vom gesellschaftlichen Verantwortungsbewusstsein der Deutschen Bank und ihrer Mitarbeiter rund um die Welt. Dieses Verantwortungsbewusstsein erfüllt mich mit Stolz und Dankbarkeit.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.