

Corporate Cultural Affairs

Bericht 2002



Unsere Identität

Ein klares Leitbild

Ziel der Deutschen Bank ist es, ein weltweit führender Anbieter integrierter Finanzlösungen für anspruchsvolle Kunden und die führende Bank in Deutschland zu sein, um so nachhaltigen Mehrwert für unsere Aktionäre und Mitarbeiter zu schaffen.

Kundenfokus. Der Kunde steht im Mittelpunkt aller unserer Aktivitäten. Wir orientieren uns kompromisslos an seinen Zielen und Wünschen.

Teamwork. In der Zusammenarbeit macht uns die Vielfalt unserer Mitarbeiter und Geschäftsfelder erfolgreich.

Innovation. Wir stellen herkömmliche Ansätze immer wieder in Frage und entwickeln neue Lösungen zum Nutzen unserer Kunden.

Leistung. Leistung bestimmt unser Handeln.

Vertrauen. Unser Handeln ist von Verlässlichkeit, Fairness und Ehrlichkeit geprägt.

A Passion to Perform

Brief an die Leserinnen und Leser

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit der gleichen Leidenschaft, mit der wir uns um Höchstleistungen für unsere Kunden bemühen, engagieren wir uns für die Gesellschaften, in denen wir arbeiten und leben. Für dieses Engagement haben wir eine Vision, die wir mit vielen Menschen teilen und die sich in zwei Worten zusammenfassen lässt: Nachhaltigkeit und Vielfalt. Nachhaltigkeit heißt für uns, alles Handeln in letzter Konsequenz daran auszurichten, kommenden Generationen stabile soziale und wirtschaftliche Verhältnisse und eine gesunde Umwelt zu übergeben, wie wir es in unserem Sustainability-Leitbild formuliert haben. Das bedeutet für uns, dass unternehmerische Verantwortung sich nicht nur an wirtschaftlichen, sondern auch an sozialen und ökologischen Kriterien messen lassen muss. Nachhaltigkeit ist auch das Leitmotiv vieler unserer Projekte und Förderungen – ob im Bereich Gesellschaft und Soziales, bei der „Hilfe zur Selbsthilfe“, im Bereich Umwelt oder Bildung: Immer wieder geht es darum, einen integrativen Ansatz zu finden, der wirtschaftliche, soziale, gesellschaftliche und ökologische Aspekte gleichermaßen berücksichtigt. Nachhaltigkeit verlangt darüber hinaus: größtmögliche Entfaltung der Talente von morgen. Nachwuchsförderung, Unterstützung von Existenzgründungen und die Förderung benachteiligter junger Menschen sind deshalb weitere Schwerpunkte unseres gesellschaftlichen Engagements.

Der zweite Kernbegriff unserer Vision, Vielfalt bzw. Diversity, steht in direktem Zusammenhang mit unserer Erfahrung als internationaler Finanzdienstleister. Internationale Unternehmen sind nicht nur Motoren der Globalisierung, sondern zugleich Testfeld für die erfolgreiche Bewältigung der sich aus ihr ergebenden Herausforderungen. Die kulturelle Vielfalt der in unserem Haus tätigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihre Individualität, ihre unterschiedlichen Hintergründe und Erfahrungshorizonte empfinden wir als entscheidende Stärke, als „asset“. Kulturelle Vielfalt – das heißt: Unterschiedlichkeit – ist für uns in einer zunehmend integrierten, vernetzten Welt Ressource für die Herausbildung einer starken Identität. Nicht die „one-culture-bank“ ist dabei unser Ziel, sondern eine „one-bank-culture“ – eine Identität basierend auf Teamgeist, der Grenzen überwindet, und einer Professionalität, in der Unterschiedlichkeit – Diversity – die Kompetenzen zur Lösung von komplexen Problemen wesentlich erweitert.

So wie wir Vielfalt in unserem Unternehmen als „Kapital“ begreifen und entwickeln wollen, engagieren wir uns auch als Corporate Citizen für einen verbindenden, konstruktiven Umgang mit kultureller Vielfalt in der Gesellschaft. Entsprechend dem Leitmotiv „Learning from Cultures“ geht es in vielen der hier vorgestellten Projekte um Grenzüberschreitungen und die Erweiterung der Horizonte. Ob an den manchmal kritischen Berührungspunkten zwischen unterschiedlichen kulturellen und gesellschaftlichen Milieus oder an der Schnittstelle zwischen Schule und Wirtschaft bzw. Jugend und Erwachsensein – immer wieder geht es darum, aus Reibung

Funken zu schlagen, aus dem Zusammentreffen unterschiedlicher Kulturen positive Prozesse in Gang zu setzen. Das Gleiche gilt für unser Kultur-Engagement: Darstellende Kunst und Musik sind für uns universale Medien der Kommunikation. Die Sprachen der Künstler und Musiker werden überall auf der Welt verstanden. Sie schlagen die Brücken, über die die Menschen miteinander in Beziehung treten und Wertschätzung für fremde Kulturen, für den Anderen entwickeln – aber auch ganz neue Erfahrungen mit sich selbst machen können.

Das Engagement als Unternehmensbürger ist nicht in erster Linie eine Frage des Geldes. An vielen Projekten sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unserer Bank beteiligt, und nichts tun wir lieber, als sie in diesem Engagement zu unterstützen. In den von unseren Stiftungen entwickelten Projekten wird darüber hinaus in vielfältiger Weise auf die Kompetenzen und Möglichkeiten der Bank zurückgegriffen. Unser gesellschaftliches Engagement ist auch nicht nur eine „Schönwetter-Veranstaltung“. Das letzte Jahr brachte für unseren Konzern wie für die Wirtschaft insgesamt enorme Herausforderungen, und die von uns eingeschlagene Strategie der Konzentration auf das Kerngeschäft hat auch den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern große Opfer abverlangt. Trotzdem haben wir uns dafür entschieden, unsere soziale Verantwortung ohne substantielle Einschränkungen weiter wahrzunehmen. Gerade in Ausnahmesituationen, in Momenten größter Not, fühlen wir uns zur Hilfe verpflichtet – ob in New York nach den Anschlägen vom 11. September 2001 oder in Ostdeutschland nach der Flutkatastrophe im letzten Jahr.

Unser Engagement wirkt in die Bank zurück. Weniges motiviert so sehr wie die Erfahrung, zusammen mit Kollegen in einem Nachbarschafts-Projekt tatsächlich etwas bewegt zu haben. Und neben der Anerkennung für den Einzelnen und als Unternehmensbürger gewinnt die Bank Einblicke in Bereiche, die ihr sonst verschlossen bleiben. Sie tritt als Unternehmen in den Dialog mit Menschen und Organisationen, mit denen sie geschäftlich wenig oder keinen Kontakt hat. Genau das aber schärft den Blick für Entwicklungen, die langfristig auch Einfluss auf unseren wirtschaftlichen Erfolg haben werden.

Mit freundlichen Grüßen



Josef Ackermann
Sprecher des Vorstands und
Chairman of the Group
Executive Committee



Tessen von Heydebreck
Mitglied des Vorstands und
Member of the Group
Executive Committee

Gesellschaft und Soziales

- 4 Projekte und Förderungen
- 6 Eine Wasserpumpe für Ranno Devi
- 8 Von Zauberern und Amateurjournalisten
- 12 Fakten und Zahlen

Kunst und Kultur

- 14 Projekte und Förderungen
- 16 Zukunft@BPhil
- 18 Grenzüberschreitungen und Nachwuchsförderung
- 22 Fakten und Zahlen

Wissenschaft, Geschichte und Gesellschaftspolitik

- 24 Projekte und Förderungen
- 26 Die Deutsche Bank im Nationalsozialismus
- 28 Forschung, Bildung und internationaler Dialog
- 30 Fakten und Zahlen

Umwelt und Sustainability

- 32 Projekte und Förderungen
- 34 Siphon Gumedde hat einen Traum
- 36 Nachhaltiges Wirtschaften und globales Handeln
- 38 Fakten und Zahlen

Sport

- 40 Projekte und Förderungen
- 42 Im Kanu von Kreuzberg nach Athen
- 44 Von Fairplay, Handicaps und Pirouetten

Deutsche Bank

- 46 Globale Unternehmen – globale Verantwortung
Ein Essay von Carly Fiorina
- 48 Nachhaltigkeit als umfassender Auftrag
Ein Unternehmensüberblick
- 52 Human Resources
- 58 Corporate Cultural Affairs

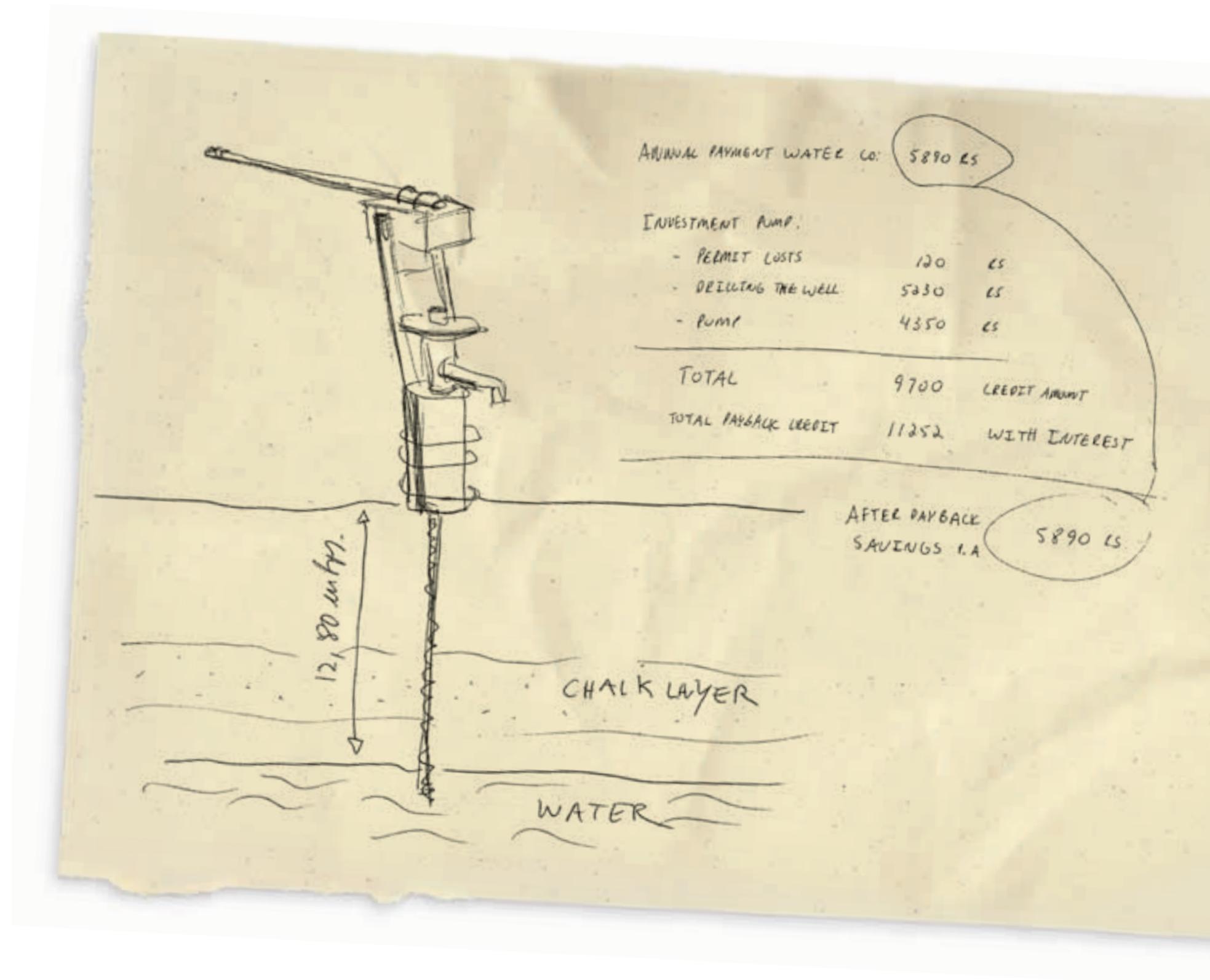
Ergänzende Informationen

- 60 Inhalt
- 62 Die Stiftungen und Initiativen der Deutschen Bank
- 76 Anhang

Gesellschaft und Soziales

■ Projekte und Förderungen

- Microcredit Development Fund
- Initiative plus
- Community Development
- Banking on Shadwell
- Community and Individual Development Association (CIDA)
- Lim'uvune Entrepreneurial Assistance Programme (LEAP)
- Jugend-Schule-Wirtschaft
- Coole Schule
- „Aktive Solidarität“



Eine Wasserpumpe für Ranno Devi

Mikrokredite als Starthilfe in die Selbständigkeit



Ranno Devi kann endlich ihre Kinder zur Schule schicken

Es sind oft scheinbar kleine Beträge, die über Lebensperspektiven entscheiden: 100 Dollar, 300 Dollar, 1000 Dollar. Summen, für die es sich nicht lohnt, im traditionellen Bankgeschäft aktiv zu werden. Aber für viele Menschen sind dies unerreichbare Vermögen: drei Milliarden Menschen leben von weniger als zwei Dollar am Tag. Und wer nichts hat, bekommt auch nichts geliehen. Das gilt nicht nur für Dritt- und Viert-Welt-Länder, sondern auch für hoch entwickelte Industriestaaten. Ob in Haiti, Indien oder in den USA – überall kann ein Darlehen das Leben komplett verändern.

Und genau da setzt das Prinzip der Mikrokredite an: Mit einem 133-Dollar-Darlehen konnte die Inderin Ranno Devi ein Stück Land kaufen, mit einem zweiten Kredit über 200 Dollar eine Wasserpumpe. Heute bewirtschaftet sie zusammen mit ihrem Mann ihr eigenes Feld, und durch den Einsatz der Wasserpumpe kann sie die

Erträge noch deutlich steigern. Ähnliche Chancen eröffnen Mikrokredite auf der ganzen Welt: Der Philippinin Zaneida Gabe reichten ganze 39 Dollar, um ihren „Job“ als Altpapiersammlerin an den Nagel zu hängen und sich als Fischhändlerin mit eigener Styropor-Kühlbox selbständig zu machen.

Leon Barber aus dem New Yorker Stadtteil Bronx brauchte ein paar Dollar mehr, um sein Geschäft in Gang zu bringen. Der 35-jährige Fotograf hatte sich schon vor ein paar Jahren mit seinem Studio selbständig gemacht, betrieb seine Firma aber von zu Hause aus. Mit Hilfe eines 6000-Dollar-Mikrokredits, den er im Mai 2002 über „ACCION-New York“ erhielt, konnte er einen Laden renovieren. „Der Kredit läuft über zwei Jahre und kostet ganz normale Zinsen. Aber nirgendwo sonst hätte ich ohne Sicherheiten einen solchen Kredit bekommen“, erklärt Barber.

Das Prinzip der Mikrokredite ist so einfach wie konsequent. Anstatt Millionen Dollar in staatliche Entwicklungshilfeprojekte zu stecken, von denen häufig vor allem die einheimischen Eliten profitieren, wird das Geld direkt an „die einfachen Leute“ ausgeliehen. Wohlgemerkt: ausgeliehen, nicht verschenkt!

„Hilfe zur Selbsthilfe“ ist das scheinbar altmodische, aber trotzdem weiterhin gültige Motto, das hier vorbildlich zu handfesten Resultaten führt. Wenn kleine, lokale Banken und Sparkassen das zweifellos vorhandene, de facto aber erstaunlich geringe Ausfallrisiko nicht tragen können, springt der Deutsche Bank Microcredit Development Fund (DBMDF) ein. Er sammelt bei privaten Geldgebern und Unternehmen Spenden, die er lokalen Microfinance-Institutionen zum niedrigen Zinssatz von zwei Prozent für jeweils fünf Jahre zur Verfügung stellt. Für jeden Dollar des Deutsche Bank Microcredit Development Fund muss mindestens der doppelte Betrag in Landeswährung ausgezahlt werden. So entsteht eine Hebelwirkung, durch

Deutsche Bank Microcredit Development Fund

Fondsvermögen:

US\$ 2 541 058
(Stand 31.12.02)

Präsident:

Gary Hattem

General Manager:

Asad Mahmood

[www.cib.db.com/
community](http://www.cib.db.com/community)

die auch mit geringem Einsatz große Kredit-Volumina bewegt werden. Darüber hinaus etabliert und verstärkt der DBMDF die Beziehungen zwischen den Microfinance-Institutionen und den lokalen Banken, der Hauptquelle für Kapital vor Ort.

Weltweit – von Albanien bis Zimbabwe – arbeitete der DBMDF 2002 mit rund 30 meist gemeinnützigen Microfinance-Organisationen zusammen, die über die nötige Kompetenz und Unabhängigkeit verfügen. Bei der indischen CFTS reichen durchschnittlich 62 Dollar Starthilfe, um ein Geschäft in Gang zu bringen. Wie viele andere vergibt CFTS Kredit hauptsächlich an Frauen. 2002 hatte CFTS rund 14 000 Kreditnehmerinnen. Asad Mahmood, General Manager des DBMDF bei der Deutsche Bank Americas Foundation: „Frauen haben sich als verantwortungsbewusster erwiesen als Männer – und sie sind familienorientierter.“ Das vielleicht Erstaunlichste: Die Zahlungsmoral ist außerordentlich gut. Nur zwei Prozent der Kredite müssen abgeschrieben werden, gerade mal 2,5 Prozent sind überfällig. Asad Mahmood hat eine plausible Erklärung für die Verlässlichkeit der Kreditnehmer gerade in den ärmsten Ländern: „Für sie ist so ein Mikrokredit wahrscheinlich die erste und letzte Chance, Geld geliehen zu bekommen. Er eröffnet die einmalige Möglichkeit, dem Leben der ganzen Familie eine neue Wendung zu geben.“

Durch die Kredite an Kleinunternehmer entsteht vielerorts eine funktionierende lokale Wirtschaftsstruktur – Schlüssel und Basis für die Entwicklung der gesamten Volkswirtschaften. Dem Prinzip der Nachhaltigkeit werden die Mikrokredite gleich dreifach gerecht: Indem sie auf die aktive Rolle der Kreditnehmer bauen, fördern sie das Wirtschaftswachstum, stabilisieren sie die Gesellschaft und haben darüber hinaus noch einen positiven Einfluss auf die Ökologie. Gary Hattem, Präsident des DBMDF: „In den Entwicklungsländern gibt es ein enormes Potential, durch den Zugang zu Krediten neue Unternehmen zu gründen. Das verhilft den Menschen und der Gesellschaft insgesamt zu mehr Mobilität.“

Der 1997 gegründete Deutsche Bank Microcredit Development Fund hat per 31.12.2002 insgesamt 2 541 058 Dollar gesammelt. Jeweils rund ein Drittel des Geldes stammen von privaten Geldgebern, von der Deutsche Bank Americas Foundation und von den Fonds in Großbritannien und Deutschland. Microcredit Development Funds sind nur eine von vielen Möglichkeiten, wie Unternehmen ihre soziale Verantwortung wahrnehmen und die Armut bekämpfen können – aber sicher eine besonders wirkungsvolle.



Zaneida Gabe in einer Existenzgründerschulung

Von Zauberern und Amateurjournalisten

Weitere Projekte und Förderungen



„Maltus, der Magier“ heißt im wahren Leben Norbert Keltermann und ist Mitarbeiter der Deutschen Bank. Keltermann engagiert sich in seiner Freizeit ehrenamtlich als Zauberlehrer in der Freizeit AG einer Essener Hauptschule. Dabei ist er, ohne dass dies sein vorrangiges Ziel wäre, auch so etwas wie ein gern gesehener Botschafter seines Arbeitgebers. Einer von den insgesamt 1075 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Deutschen Bank, die sich 2002 in den USA, Deutschland, Großbritannien, Lateinamerika und Österreich an der „**Initiative plus**“ der Deutschen Bank beteiligten. Spitzenreiter war Argentinien, wo 81 Prozent der Mitarbeiter bei der „Initiative plus“ mitmachten.

Jedes Jahr ruft die „Initiative plus“ weltweit die Mitarbeiter auf, sich in ihrer Freizeit ehrenamtlich zu engagieren, und unterstützt die jeweiligen Organisationen mit einem Zuschuss von je 500 Euro bzw. dem Gegenwert in der jeweiligen Landeswährung. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der Bank, die sich in wohltätigen oder gemeinnützigen Projekten einsetzen, kön-

nen also für „ihre Sache“ eine Spende der Bank erhalten. Die dahinter stehende Idee kommt ursprünglich aus dem angelsächsischen Raum, wo das Prinzip solcher „matching gifts“ weit verbreitet ist: Dort, wo man sich selbst engagiert – ob, wie bei der „Initiative plus“, mit praktischem Engagement oder mit einer privaten Spende – wird der Einsatz der Mitarbeiter durch eine äquivalente Geldleistung des Arbeitgebers quasi verdoppelt. (Allein von der Americas Foundation der Deutschen Bank wurden weit über den Rahmen der „Initiative Plus“ hinaus 2002 über vier Millionen Dollar solcher „matching gifts“ vergeben.)

Im Jahr 2002 bezog sich die „Initiative plus“ auf das von der Alfred Herrhausen Gesellschaft für die Gesamtbank gewählte Jahresthema „Toleranz: Vielfalt – Identität – Anerkennung“ und förderte gezielt Projekte aus diesem Themenfeld: Integrations-Workshops für ausländische Schüler, Partnerschaften zwischen behinderten und nicht-behinderten Sportlern oder den Dialog zwischen Angehörigen un-

terschiedlicher Religionen. Dabei ist die Spende der Deutschen Bank immer an das ganz persönliche und freiwillige Engagement der Mitarbeiter gekoppelt. Bestes Beispiel: In Buenos Aires, im rapide verarmenden Argentinien, entwickelten insgesamt 105 Mitarbeiter aus allen Bereichen der Deutschen Bank Argentinien zusammen mit dem Asocacion Civil Instituto de Cultura Solidaria das so genannte „Map of Hunger“-Projekt. Sie versorgten dabei 15 Gemeindezentren in der ganzen Stadt mit Nahrung, Kleidern oder Unterrichtsmaterialien – finanziert aus 105-mal 500-Dollar-Spenden von der „Initiative plus“.

Während bei der „Initiative plus“ die individuelle Bereitschaft von Menschen, sich für andere einzusetzen, gefragt ist, hilft das **Community Development Programm** der Deutsche Bank Americas Foundation wirtschaftlich und sozial schwachen Stadtvierteln und Gemeinden. Das Prinzip ist ähnlich: Wo sich Nachbarschaftsgruppen organisieren, Vereine bemühen, lokale Strukturen zu verbessern, Genossenschaften helfen, bezahl-



Community Development in Brooklyn: die neue Bibliothek der Grundschule 184 (Brownsville)

baren Wohnraum zu schaffen, oder Unternehmerverbände sich bemühen, Existenzgründer zu unterstützen oder Arbeitsplätze für sozial Schwache zu schaffen, steht die Deutsche Bank Americas Foundation bereit, diese kommunalen und regionalen Selbsthilfegruppen finanziell zu unterstützen. Schulen in sozialen Brennpunkten finanzieren mit Stiftungsmitteln Freizeit-Projekte für Jugendliche, Umwelt-Initiativen die Sanierung ehemaliger Industriegelände oder die Bäumung wilder Müllkippen. Das Engagement der Stiftung hat seinen Schwerpunkt in New York, aber auch in Kanada und Lateinamerika werden in allen Städten, in denen die Deutsche Bank vertre-



Carlos Canales mit PC-Kurs-Schülern des Covenant House, NYC

ten ist, derartige Projekte gefördert (s. S. 68). 2002 wurden insgesamt Grants in Höhe von 4 576 334 Dollar vergeben – ergänzt durch verbilligte Kredite, die durch die Community Development Group bereitgestellt wurden.

Die **Banking on Shadwell-Initiative** im Londoner Stadtteil Shadwell, einem sozialen Brennpunkt im Osten der Stadt, ist ein Community Development Projekt besonderer Art. Mitarbeiter der in der

Nähe gelegenen britischen Zentrale der Deutschen Bank haben es sich zur Aufgabe gemacht, die soziale und wirtschaftliche Lage des Stadtteils durch direktes eigenes Engagement zu verbessern. So be-



teiligten sie sich zum Beispiel bei der Anlage eines Gemüsegartens für bengalische Frauen, an Aufräumaktionen auf einem Spielplatz oder an der Renovierung eines Seniorenclubs. Seit Beginn des Projekts haben insgesamt über 350, im Jahr 2002 allein 217 Angestellte der Bank an dem Projekt mitgewirkt. Dass die Deutsche Bank Stiftung Citizenship UK 2002 für das Projekt mit dem renommierten „Corporation of London Dragon Award“ ausgezeichnet wurde, war sicher nicht nur eine besondere

Anerkennung, sondern auch neuer Ansporn für dieses Engagement.

Seit 2001 ist die Deutsche Bank mit einer eigenen Stiftung auch in Südafrika als Corporate Citizen aktiv.

Hier unterstützt die Deutsche Bank Africa Foundation eine Bildungsinitiative für sozial Benachteiligte aus meist ländlichen Gebieten: die freie Universität **CIDA** (für „Community and Individual Development Association“) in Johannesburg. CIDA ermöglicht auch ärmsten Studenten eine vierjährige Ausbildung zum Bachelor of Business Administration. 1600 junge Menschen aus traditionell besonders benachteiligten sozialen Verhältnissen bekommen so Zugang zu einer nahezu kostenlosen Hochschulaus-



Tsholo Diale, Leiter der Deutsche Bank Africa Foundation (2.v.l.) mit Mitgliedern des Kuratoriums



Colin Brown, Deutsche Bank Südafrika, gibt Schulabgängern Karrieretipps

bildung. Die Studenten verwalten ihren Campus selbst und sammeln dadurch gleichzeitig praktische Erfahrungen. Die Idee hinter CIDA ist einleuchtend: Die Studenten werden nicht nur als Individuen angesprochen, sondern als Vertreter ihres Dorfes. Nach der Ausbildung sollen sie ihr Wissen und ihre Erfahrung mit zurück in ihre Gemeinde nehmen. Weil es gleichzeitig für viele der rund 350 000 südafrikanischen Hochschulabsolventen schwierig ist, eine erste Anstellung zu finden, gehören auch Arbeitsplatz- und Existenzgründerprogramme wie **LEAP** („Lim’uvune Entrepreneurial Assistance Programme“) zum Kern der Aktivitäten der Deutsche Bank Africa Foundation (s. S. 72).

Die Fähigkeit, unvoreingenommen von anderen zu lernen, und die Bereitschaft, sich unterschiedlichen kulturellen Traditionen zu öffnen, sind in einer zunehmend vernetzten Welt wesentliche Voraussetzungen für wirtschaftlich erfolgreiches Handeln. Für viele international tätige Unternehmen ist es deshalb längst eine Selbstverständlichkeit, kulturelle Vielfalt im Unternehmen als „asset“ zu begreifen und gezielt zu fördern. In gleicher Weise bemüht sich zum Beispiel die Deutsche Bank Americas Foundation und Citizen-

ship UK zusammen mit dem Team von Global Diversity der Bank darum, talentierte Jugendliche benachteiligter Bevölkerungsgruppen auf eine Laufbahn im Finanzsektor vorzubereiten. So organisierte die Americans Foundation zusammen mit SEO („Sponsors for Educational Opportunity“) für 14 College-Studenten ein zehnwöchiges Praktikum. Weitere 155 SEO-Stipendiaten konnten ein einwöchiges Trainee-Programm durchlaufen. Der Erfolg: 15 der Studenten bekamen 2002 ein Job-Angebot der Bank. Auch in Mexiko werden gezielt Studen-



LEAP-Existenzgründer: Molaba und De-Bathe

ten, die Minderheitengruppen angehören, zu einem Praktikum in der Corporate Finance Division der Bank in der Hauptstadt eingeladen – ebenfalls potentielle Mitarbeiter, die andere Perspektiven in die Bank einbringen können und die kulturelle Vielfalt stärken.

Um die Erschließung unbekannter Terrains und um die Entwicklung der eigenen Potentiale geht es auch in dem Projekt **Jugend-Schule-Wirtschaft**, das die Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen in Zusammenarbeit mit dem IZOP-Institut Aachen durchführt: Deutsche Schüler sollen Lust auf Wirtschaft bekommen und gleichzeitig ans Zeitungslesen herangeführt werden. Lehrer, Zeitungsredakteure und Mitarbeiter der Bank helfen den Schülerinnen und Schülern, sich mit Themen der Wirtschaft auseinander zu setzen. Im Schuljahr 2002/2003 beteiligten sich über 2000 Schüler, 116 Lehrer und 106 Schulen an dem von der Kultusministerkonferenz anerkannten Projekt, das bereits seit fünf Jahren mit großem Erfolg läuft.



CIDA-Studenten nutzen die PCs des DB-Händlertraums

Die Schüler recherchieren und schreiben im Rahmen einer schulischen Projektarbeit Artikel zu wirtschaftlichen Themen für 19 regionale und überregionale Zeitungen – von der Süddeutschen bis zur Ostsee-Zeitung. Die Schüler (und ihre Lehrer) kommen dabei mit den unterschiedlichsten Bereichen der Wirtschaft in Kontakt und sammeln neue Erfahrungen. Viele Schüler entwickeln ein ganz konkretes Interesse an Wirtschafts-



Preisträgerinnen Lnenickova und Zimkova aus Trebic, Tschechien



Tessen von Heydebreck mit den Siegern des Wettbewerbs in Berlin

themen und legen damit einen Grundstein für ihre berufliche Entwicklung. Zusätzlich treffen sich die beteiligten Lehrer regelmäßig zu speziellen Workshops, in denen relevante Themen aus Wirtschaft und Journalismus für die Behandlung im Unterricht aufbereitet werden. 2002 wurde das Projekt erstmals auch auf Polen, Tschechien und Ungarn ausgeweitet.

Die andere Seite der Medaille ist die wachsende Zahl von Jugendlichen, die mit Schule überhaupt nichts mehr zu tun haben wollen: die „Schulverweigerer“. Um sie geht es in einem zusammen mit dem Deutschen Verein für öffentliche und private Fürsorge 2002 aufgelegten Praxisforschungspro-

jekt mit dem Titel **Cooler Schule**. Im Rahmen des Projekts werden in Berlin, Frankfurt, Freiburg sowie in den Landkreisen Osnabrück und Sömmerda Konzepte entwickelt und getestet, mit denen vor allem junge Schulschwänzer wieder in den Schulalltag integriert werden können. Gruppen aus jeweils zehn Schülern wird dabei neben dem Regelunterricht ein „Lern- und Lebensraum“ angeboten, in dem sie individuelle Ansprache erfahren,

war von Anfang an programmatisches Leitmotiv der „Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe“ – wie die Sozialstiftung der Bank mit vollem Namen heißt. So war es keine Frage, dass alle Anstrengungen unternommen wurden, den Opfern der Flutkatastrophe in Deutschland im August 2002 schnell und unbürokratisch beizustehen. Fünf Millionen Euro stellte die Bank selbst zur Verfügung, weitere 1,6 Millionen Euro kamen durch einen Spendenaufruf der Sozialstiftung für **„Aktive Solidarität“** zusammen. Die Hilfe konzentrierte sich auf Projekte von regionaler Bedeutung besonders in strukturschwachen Gebieten. Die konkrete Hilfe begann noch während der Flut mit 50 Motorpumpen für das Technische Hilfswerk; 500 der am härtesten betroffenen Familien erhielten 5000 Euro Soforthilfe. Priorität hatte außerdem die Instandsetzung von Krankenhäusern, Kindergärten, Schulen und kulturellen Einrichtungen.

ihre Lernmotivation gezielt gefördert wird und ihnen Schlüsselqualifikationen vermittelt werden.

Menschen in Ausnahmesituationen zu helfen, sich selbst zu helfen,

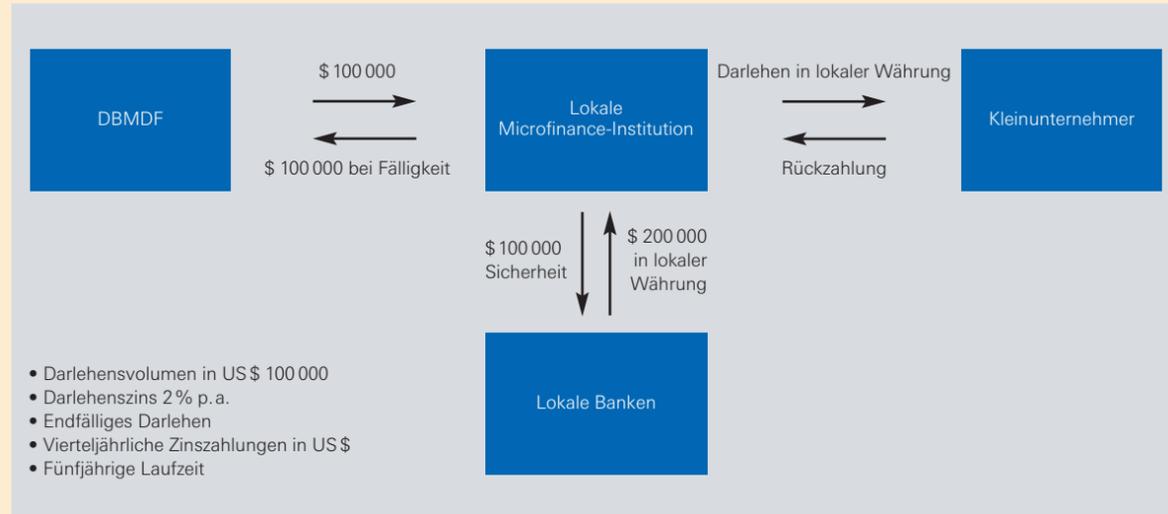


Fakten und Zahlen

Ausgewählte Hintergrundinformationen

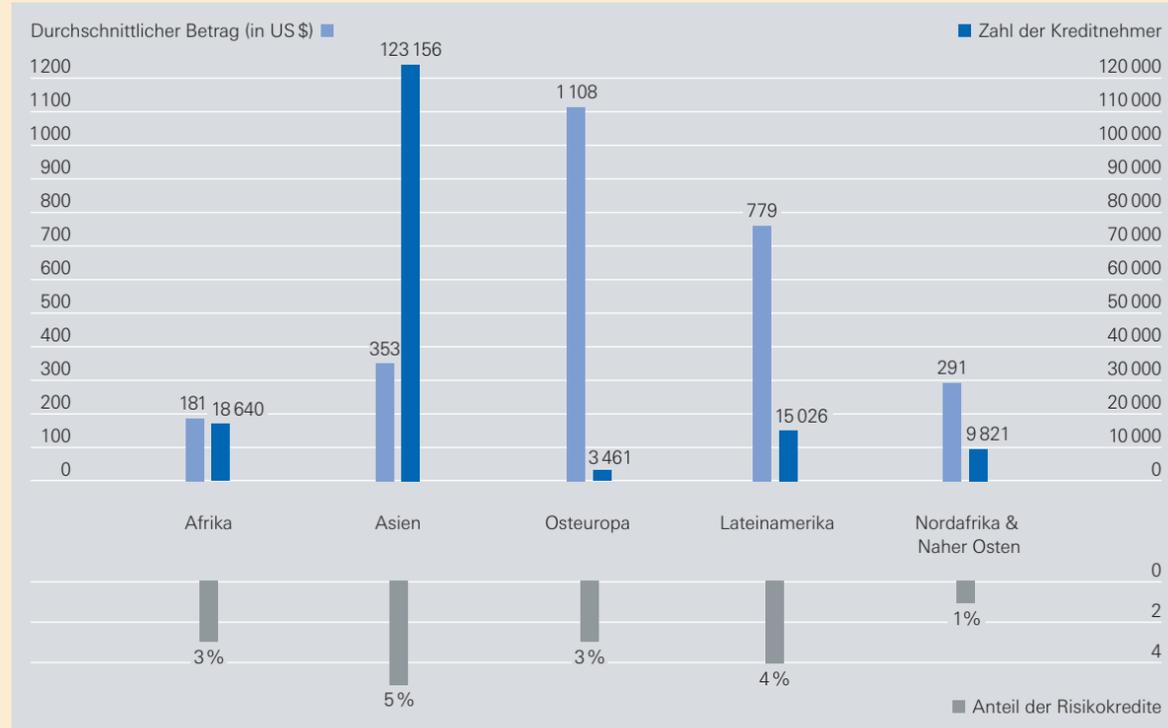
Deutsche Bank Microcredit Development Fund (DBMDF) 2002

Typische Struktur eines Deutsche Bank Microcredit-Fund-Darlehens



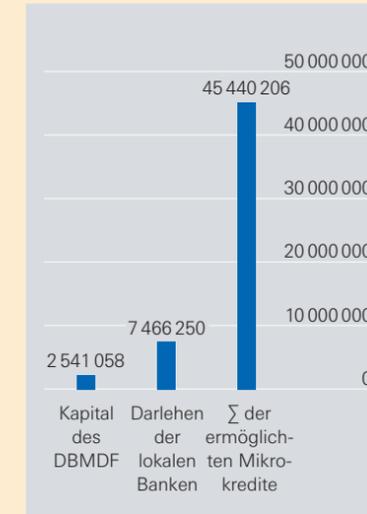
Mikrokredite im internationalen Vergleich

Durchschnittlicher Darlehensbetrag (in US\$), Zahl der Kreditnehmer pro Microfinance-Institut und Anteil der Risikokredite (> 90 Tage überfällig)



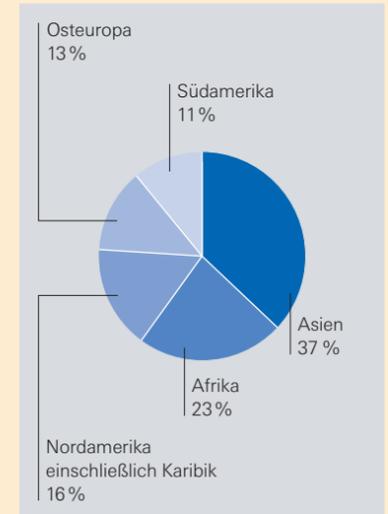
DBMDF 2002

Hebelwirkung in US \$

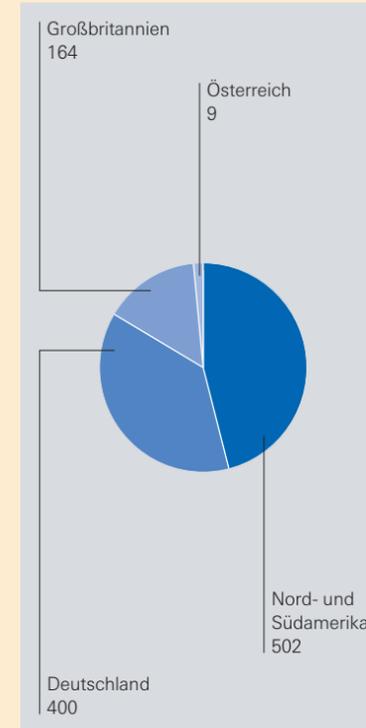


DBMDF-Kredite nach Regionen 2002

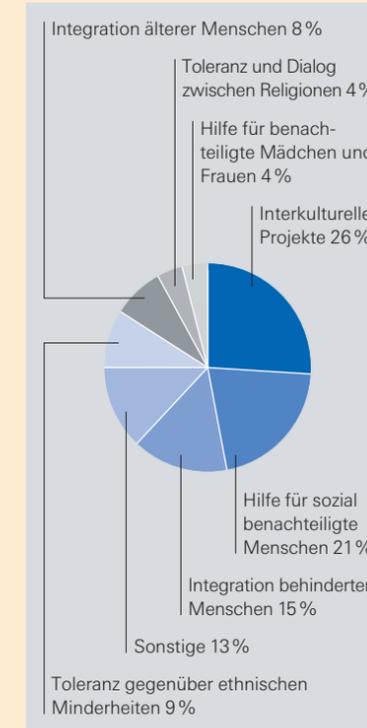
Insgesamt 45 Mio US \$



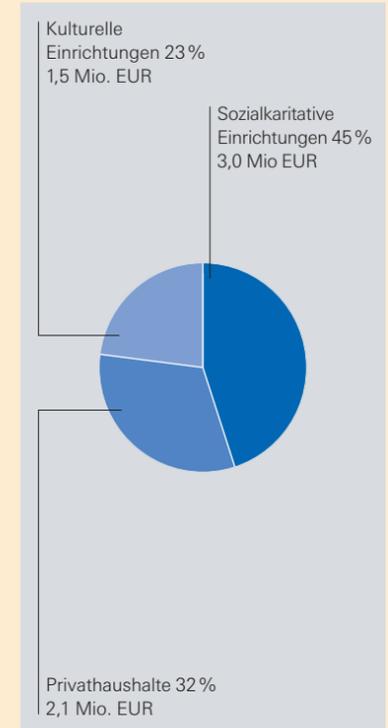
INITIATIVE PLUS: geförderte Projekte nach Regionen



INITIATIVE PLUS: geförderte Projekte nach Themen (Deutschland)



Hochwasserhilfe: Zuwendungen nach Empfängern



Kunst und Kultur

■ Projekte und Förderungen

- Zukunft@BPhil
- Arts and Learning
- Employment in the Arts
- Deutsche Bank „Pyramid Award“
- Sammlung Deutsche Bank
- Art at Work
- Deutsche Guggenheim
- A Vision for Music
- Regionale Kultur- und Musikförderung



*Le Sacre du printemps von Stravinsky
Cercles mystérieux des adolescents
Unser Tanzprojekt mit den Berliner Philharmonikern.*

Zukunft@BPhil

Ein Schulprojekt der Berliner Philharmoniker

Eine improvisierte Bühne. Gleißendes Scheinwerferlicht, das die Schattenrisse von vier Gestalten auf mehrere Leinwände projiziert. Aus einem Ghettablaster dröhnt laute Musik. Kein Rap, kein Rock, sondern – Strawinskys „Le Sacre du printemps“. Ob Hillson sich bewusst ist, was für ein Talent in ihm steckt? Anmutig und sicher bewegt sich sein Schatten zu den Rhythmen der Musik über die weißen Stoffbahnen. Der Junge aus Angola mit dem frechen Kopftuch hat sich auch schon früher für Tanz interessiert und sich mit seinen Freunden eine Choreografie zu einem Popsong von BroSis ausgedacht. Aber was da im Sommer 2002 an seiner Schule, der Lenau-Schule in Berlin-Kreuzberg, in Bewegung gebracht wurde, war eine richtig große Nummer.

Damals kamen die Berliner Philharmoniker – genauer gesagt: Richard McNicol, Flötist und Musiklehrer, und die Kunstmanagerin Denise L. Mellion – auf Schulleiterin Karola Klawuhn zu und fragten, ob sie und ihre Schüler Interesse an einem Projekt von Zukunft@BPhil hätten. Ziel des Programms: Jugendliche an klassische Musik heranzuführen. Um die Tragweite dieses Projekts richtig einschätzen zu können, muss man mehr wissen, als dass die Lenau-Schule in einem Stadtteil Berlins liegt, der zu den „sozial schwachen“ zählt. Hier gibt es Klassen, in denen alle, wirklich alle Väter arbeitslos sind. Bis zu 70 Prozent der Familien leben von Sozialhilfe; die wenigsten Kinder haben deutsche Namen. Kein Milieu also, in dem Mozart, Beethoven oder Strawinsky zum Alltag gehören.

Zukunft@BPhil

Schulprojekt der Berliner Philharmoniker

Leitung und

Projektmanagement:

Richard McNicol
Denise L. Mellion

www.berlin-philharmonie.com

Die größte Hürde war der Anfang: Es brauchte einige Überzeugungskraft, allen Eltern die Erlaubnis abzurufen, ihre Kinder beim „Le Sacre du printemps“-Projekt mitmachen zu lassen. Wo so viele verschiedene Kulturen aufeinander treffen, ist Einfühlungsvermögen und Kompromissfähigkeit gefordert; doch letztendlich gingen 63 von 64 Schülern der drei 6. Klassen auf die sechswöchige Entdeckungsreise in die Welt der westeuropäisch-expressionistischen Musik und des Tanzes. Mit dem Choreographen Royston Maldoom erarbeiteten sich die Schüler Passage für Passage von „Le Sacre du printemps“. Die Elf- bis 13-jährigen, die bis dahin fast alle ohne jeglichen Kontakt zu E-Musik gelebt hatten, ließen sich auf ein Stück ein, vor dem selbst Musik-Profis ordentlichen Respekt haben.



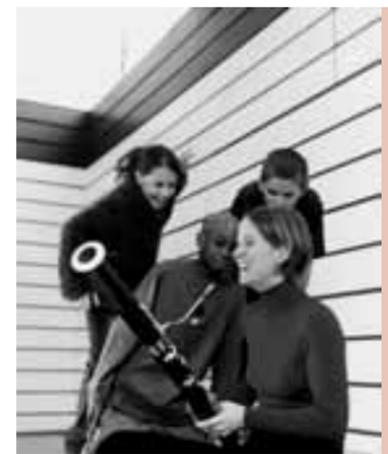
Royston Maldoom machte sie gleichzeitig mit den Grundlagen des modernen Tanzes vertraut. „Am Anfang war nur Stille, Stehen, da ging es um ihre Präsenz“, erzählt Projektmanagerin Mellion. „Er hat ihnen gezeigt, sich zu konzentrieren, sich auf sich selbst zu besinnen, ihren Mittelpunkt zu finden.“ Am (vorläufigen) Ende des Projekts stand die Aufführung von „Le Sacre du printemps“ am 28. Januar 2003 in der Arena Treptow, an der vier Schulen und zwei Tanzwerkstätten mit insgesamt 239 Kindern und Jugendlichen zwischen acht und 22 Jahren mitwirkten.

Und Zukunft@BPhil wirkt nach. In einer Projektwoche bemalten die Schüler lange Papierbahnen, inspiriert von „Le Sacre du printemps“: „Kaum hörte er die Musik“, erzählt Lehrerin Birgit Herzog, „fing Hillson unwillkürlich an zu tanzen.“ So entstand die Idee, die Bewegungen auf eine Leinwand zu projizieren und mit Farben buchstäblich „festzuhalten“. Einige der Musiker wie der Percussionist Gernot Schulz und die Hornistin Sarah Willis tauchen immer wieder in der Schule auf, um die Verbindung nicht abreißen zu lassen. Sie improvisieren, erklären den Sechstklässlern ihre Instrumente und bringen sie mit neuen Rhythmen und Genres in Kontakt. Die Musik hat darüber hinaus aber noch mehr bewirkt – so Schulleiterin Karola Klawuhn: „Die Kinder, die sonst in dem Alter heftige Rivalitäten ausfechten, verstehen sich als Gruppe, jeder kann etwas, jeder ist etwas.“

Und Zukunft@BPhil wächst und wächst: Inzwischen sind 40 Philharmoniker mit Begeisterung dabei. Sie haben mit über 1000 Kindern und Jugendlichen aus 26 verschiedenen Berliner Schulen und rund 100 beteiligten Lehrern gemeinsam an sechs Education-Projekten gearbeitet.

Es würde zu kurz greifen, wollte man das von der Deutschen Bank geförderte Engagement der Berliner Philharmoniker auf die Absicht reduzieren, das Publikum von morgen „heranzubilden“. Darum geht es zwar auch, doch Zukunft@BPhil ist viel mehr: ein soziales Projekt, das auch benachteiligten Kindern Begegnungen mit einer Kulturtradition verschafft; ein Projekt, bei dem sie die Erfahrung machen können, dass es sich lohnt, sich auf Neues und Fremdartiges einzulassen, weil es die Chance birgt, mit sich selbst außergewöhnliche Erfahrungen zu machen. Und auch ein Projekt, das die Berliner Philharmoniker in besonderer Weise mit ihrer Heimatstadt verbindet: „Alle Berliner sollen die Philharmoniker als ihr Orchester betrachten, als Teil ihrer Stadt“, wünscht sich Chefdirigent Sir Simon Rattle, der dieses Projekt, das er in ähnlicher Form schon einmal in England initiiert hatte, zur Bedingung für die Unterschrift unter seinen Vertrag gemacht hat. „Außerdem wollen wir mit Zukunft@BPhil einen Beitrag zur sozialen Integration dieser Stadt leisten.“

Und wie schön wäre es, wenn Menschen wie Hillson und seine Freunde eines Tages ganz selbstverständlich mit ihren Kindern in ein Konzert „ihrer“ Philharmoniker gehen würden?



Grenzüberschreitungen und Nachwuchsförderung

Weitere Projekte und Förderungen

Nachwuchsförderung ist ein wesentlicher gemeinsamer Nenner vieler der im Bereich Kunst und Kultur von der Deutschen Bank geförderten Projekte. Dahinter stehen zwei Überlegungen: Viele kulturelle Traditionen überleben nicht von selbst. Oper, Theater, bildende Kunst – ganze Segmente der sogenannten „Hochkultur“ lassen sich nur durch die aktive Förderung eines sowohl im Schaffen wie in der Rezeption von Kunst „gebildeten“ Nachwuchses für die Zukunft erhalten. Wenn sich der Staat in Zeiten knapper Haushalte auch aus diesem Bereich weiter zurückzieht, sind gerade hier private Geldgeber gefordert. Zum zweiten ist „Bil-

die Mitarbeiter und Leistungsträger von morgen. Die Unternehmensberatung Ernst & Young beispielsweise hat ausgerechnet, dass britische Unternehmen jedes Jahr zehn Milliarden Pfund dafür ausgeben müssen, ihren Trainees grundlegende Kenntnisse – auch auf kulturellem Gebiet – zu vermitteln, die sie eigentlich schon in der Schule hätten lernen müssen.

In beide Richtungen zielt das Deutsche Bank Programm **„Arts and Learning“** in Großbritannien. Es soll den regulären Unterricht praktisch ergänzen und Schüler außerhalb des Klassenzimmers an unterschiedliche Fachgebiete –

richtungen aus Kunst und Kultur, unter anderem das London Philharmonic Orchestra, die National Gallery, das Design Museum oder das Globe Theatre. Die Schüler besuchen Workshops, bekommen Freikarten fürs Theater, sehen hinter die Kulissen und werden so mit der Arbeit der Einrichtungen und Künstler vertraut gemacht. In den vergangenen drei Jahren haben Tausende von Schülern teilgenommen, alleine 2002 waren es 17 945. Gleichzeitig wirkt das ursprünglich **„Enriching Curriculum Learning“** genannte Programm in die Schulen hinein: Die Lehrer werden in das Projekt einbezogen, absolvieren Workshops und entwickeln zusammen mit den Partnern neue Lehrinhalte und Materialien für eine „Kulturerziehung“ auf höchstem Niveau. Gerade Jugendliche aus sozial schwächeren Stadtteilen kommen über dieses Programm oft zum ersten Mal in Kontakt mit einigen der bedeutendsten Kultureinrichtungen des Landes.

Dass „Kunst“ auch die wirtschaftliche Entwicklung positiv beeinflussen kann, will die **Arts and Enterprise: „Employment in the Arts“-Initiative** der Deutsche Bank Americas Foundation in New York beweisen, die 2002 gestartet wurde. Ausgestattet mit immerhin 600 000 Dollar für zwei Jahre, werden mit dieser Initiative zwölf Organisationen dabei unterstützt, für Angehörige von Minderheiten Praktika, Ausbildungs- und Arbeitsplatzförderungsmaßnahmen in Kunst- und Kultureinrichtungen zu organisieren. Die Town Hall, eine Kulturorganisation in New York City, betreibt mit diesen Mitteln etwa ein Programm,



Enriching Curriculum Learning: Schüler in der Londoner National Gallery...



... und Lehrer der beteiligten Schulen im Design Museum

derung“ – auch kulturelle Bildung – ein entscheidender Faktor für die wirtschaftliche Entwicklung moderner Informations-Gesellschaften: Der Nachwuchs von heute sind

vom Design bis zum Theater, von der Musik bis zur Wissenschaft – heranführen. Mit von der Partie sind 32 Londoner Partnerschulen und einige der berühmtesten Ein-

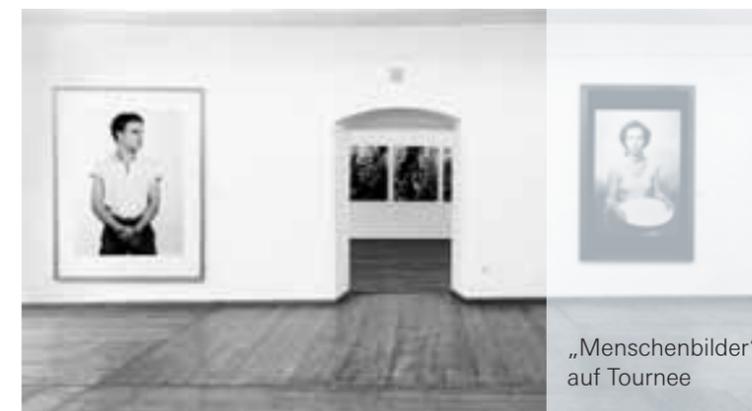
das High-School-Studenten in sozial schwachen Vierteln die Möglichkeit gibt, Erfahrungen mit der technischen Seite des Theaterbetriebs zu sammeln. Das Ergebnis: Die Studenten kommen öfter zum Unterricht, schaffen höhere Abschlüsse und haben bessere Jobaussichten – nicht nur im Kultursektor.

Eine Art kulturelles Existenzgründerprogramm ist das **Deutsche Bank Pyramid Awards Scheme** in Großbritannien. 2002 erhielten zehn Absolventen der Fachrichtungen Design, Musik, Theater, Tanz, Kunst, Film, Fotografie und Modedesign Preise von jeweils 7000 Pfund. Das Förderprogramm zielt nicht in erster Linie auf künstlerische Bestleistungen, sondern auf Innovation und Unternehmergeist. Deshalb wird den Preisträgern auch ein „business mentor“ der Deutschen Bank zur Seite gestellt. In speziellen Workshops werden den Studenten betriebswirtschaftliche Kenntnisse für die Gründung eines Unternehmens oder das Handwerkszeug für erstklassige Präsentationen ihrer Arbeiten vermittelt. Ziel ist es, sie in die Lage zu versetzen, von ihrer Kreativität auch leben zu können. Ausgezeichnet wurden 2002 beispielsweise ein Student, der eine erfolgreiche Modemarke etablierte, und eine Theater- und Musikgruppe der Guildhall School of Music and Drama, die innovative Performances auf die Bühne brachte.

Nachwuchsförderung ganz anderer Art betreibt die Bank seit Ende der siebziger Jahre durch den Ankauf von Werken junger Künstler für die **Sammlung Deutsche Bank**. Die sich anfangs vorrangig auf Papierarbeiten aus dem deutschsprachigen Raum konzentrierende Sammlung umfasst mittlerweile rund 50 000 Werke internationaler



Von Passau nach St. Petersburg:



„Menschenbilder“ auf Tournee

zeitgenössischer Kunst – die größte und bedeutendste Corporate Collection der Welt (und, nebenbei bemerkt, auch eine Anlageform mit hohen Wertzuwächsen). Mit der Sammlung verfolgt die Bank unter dem Konzept **„Art at Work“** aber vorrangig ein anderes Ziel: Die Werke lagern nicht im Depot, sondern hängen in den Kundenhallen und den Büros der Mitarbeiter: Die Kunst kommt zum Betrachter. Sie ist Katalysator für Kommunikation, sie interpretiert unsere Gegenwart, sie gibt abstrakten Inhalten formale Gestalt und kann komplexe Zusammenhänge anschaulich darstellen. Dieses Potential der Kunst hat in der Bank kontinuierlich dazu beigetragen, eine Corporate Culture zu schaffen, die Kunden, Mitarbeiter und Öffentlichkeit beispielhaft

einbezieht und verbindet. In den Fluren der „Zwillings-Türme“, der Zentrale der Deutschen Bank in Frankfurt, finden im Jahr rund 300 Führungen statt. Darüber hinaus werden einzelne Werke an Museen und Kunstvereine entliehen oder gemeinsam ganze Ausstellungen konzipiert. 2002 organisierte die Abteilung Deutsche Bank Art (s. S. 74) mit der St. Petersburger Eremitage beispielsweise die Ausstellung **„Man in the Middle“** – eine Themenschau mit Werken der Sammlung, bei der die in der Kunst reflektierte Auseinandersetzung mit dem Menschen, dem Individuum, im Mittelpunkt stand. Es war die erste Ausstellung einer Corporate Collection in der Eremitage. Darüber hinaus tournt seit 1980 jährlich eine Einzelausstellung eines bedeutenden Künstlers



Svenja Gräfin von Reichenbach, Deutsche Guggenheim und Lisa Dennison, Solomon R. Guggenheim Foundation New York



Zwei Spanier in Berlin:
Chillida und Tàpies im Deutsche Guggenheim



der Sammlung durch Filialen und Museen weltweit. Im Hinblick auf die internationale Ausrichtung fiel die Wahl für 2002 auf die Afroamerikanerin Kara Walker. „On Show“ aus dem Bestand der Bank waren 2002 außerdem: „Hiroshi Sugimoto“ in Auckland, Neuseeland, „Landschaften eines Jahrhunderts“ in Kapstadt und „Die Rückkehr der Giganten“ mit Werken der Heftigen Malerei aus den siebziger/achtziger Jahren in Monterrey, Mexico. So zeigt die Sammlung mehrfache Wirkung: Junge Nachwuchskünst-

ler werden gefördert, es findet eine inhaltliche Auseinandersetzung der Mitarbeiter, Kunden und Besucher mit zeitgenössischer Kunst statt, und die Kunst wird zum Auslöser für internationale Kooperation und Kulturaustausch.

Eine herausragende Kooperation dieser Art ist das Joint Venture der Deutschen Bank mit der amerikanischen Solomon R. Guggenheim Foundation, das Deutsche Guggenheim in Berlin. Hier werden vier hochkarätige Ausstellungen im Jahr

präsentiert. Zuletzt unter anderem Auftragsarbeiten von Gerhard Richter und Bill Viola, aber auch Werke von Kara Walker, Eduardo Chillida/ Antoni Tàpies und Kasimir Malewitsch. Mit 600 000 Besuchern in fünf Jahren ist das **Deutsche Guggenheim** das erfolgreichste private Museum Berlins.

In Frankfurt am Main fördert die Kultur-Stiftung seit Anbeginn den **Portikus**, die 1987 errichtete Ausstellungshalle der Städelschule. Auch hier werden jährlich vier bis

acht Ausstellungen zeitgenössischer Kunst gezeigt, die vor allem bei einem jungen Publikum und in der internationalen Kunst-Szene Beachtung finden. 2002 war die Kultur-Stiftung darüber hinaus auch Haupt-Förderer der Ausstellung **„Picasso und die Frauen“** in den Kunstsammlungen Chemnitz.

Neben der darstellenden Kunst ist die Musik der zweite Schwerpunkt der kulturellen Fördertätigkeit der Deutschen Bank. Hier gibt es neben **Zukunft@BPhil** eine Reihe größerer und kleinerer Projekte. Das wichtigste davon ist sicherlich die seit über zehn Jahren währende Unterstützung der **Berliner Philharmoniker**. Unter dem Motto „A Vision

for Music“ ermöglicht die Deutsche Bank dadurch Zusatzkonzerte im In- und Ausland sowie Sonderprojekte des Orchesters unter der Leitung von Sir Simon Rattle – eine Partnerschaft, durch die beide Seiten voneinander profitieren.

Die Zusammenarbeit von zwei Organisationen, die im internationalen Vergleich Spitzenleistungen erbringen wollen, ist das eine. Die andere Seite ist eine vielfältige und vitale lokale Kulturszene. In Zusammenarbeit mit den Niederlassungen versucht die Kultur-Stiftung deshalb, auch regionale Kulturträger, vor allem aus dem Musikbereich, systematisch zu fördern. Dazu gehörten 2002 etwa die Passauer

Europäischen Wochen, die zum 50. Mal stattfanden, die Brandenburgischen Sommerkonzerte, das Detmolder Sommertheater oder das **„plateaux“-Festival** für neue Theaterformen im Frankfurter Mousonturm, das sich als Produktionsplattform für junge Theatermacher bereits drei Jahre nach seiner Gründung auch international einen Namen gemacht hat. Innovation ist das Stichwort auch bei der Förderung des **Ensemble Modern**, des namhaften, auf zeitgenössische E-Musik spezialisierten Kammerorchesters, sowie des Projekts **„Safety Curtain“**, bei dem die Eisernen Vorhänge der Wiener Staatsoper und der Komischen Oper Berlin als Kunst-Medien genutzt wurden.



„Literalog“ – ein Projekt der Kultur-Stiftung:
Michael Degen liest Daniel Kehlmann



Die erweiterte und sanierte Orgel von St. Peter in Köln



„plateaux“ präsentiert:
Barbara Weber in „Bonnie and Clyde“



Kunst in der Pause:
Der Eiserner Vorhang in der Komischen Oper Berlin

Fakten und Zahlen

Ausgewählte Hintergrundinformationen

Deutsche Bank Art: Ausstellungen 2002 (Auswahl)

Ausstellungstitel	Ausstellungsort
Landschaften eines Jahrhunderts	National Gallery, Kapstadt
Die Rückkehr der Giganten – Deutsche Malerei von 1975 – 1985	Fondazione Mazzotta, Mailand
Kara Walker	Museo de Arte Contemporáneo, Monterrey
	Museum Moderner Kunst Stiftung Ludwig, Wien
	Neues Museum Weserburg, Bremen
Man in the Middle	Eremitage, St. Petersburg
Künstlerpaare – Kunst als Teamwork	HEC School of Management, Paris
Sugimoto: Portraits	Auckland Art Gallery, Auckland

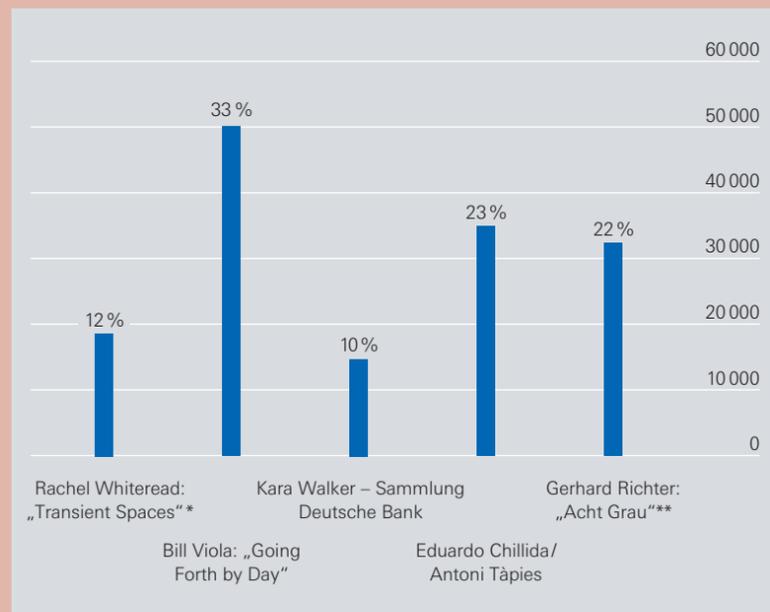
Deutsche Guggenheim:

Entwicklung der Besucherzahlen

Jahr	Besucher	Geöffnete Tage	Besucher/Tag
1997*	35 274	52	678
1998	87 074	261	334
1999	101 646	286	355
2000	106 741	290	368
2001	135 840	290	468
2002	134 091	298	450

* (11/12)

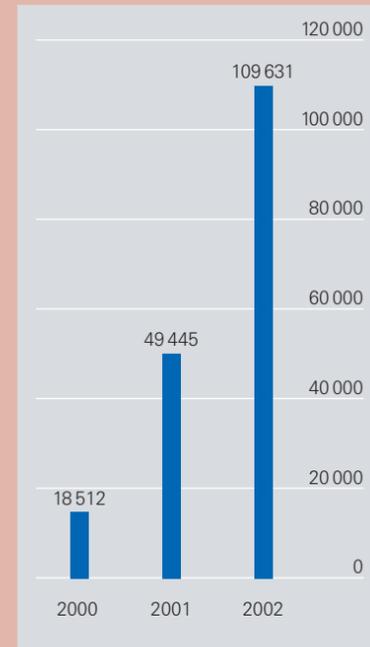
Deutsche Guggenheim: Ausstellungen und Besucher 2002



* Ausstellungsbeginn 10/01, ** Ausstellungsende 01/03

Deutsche Bank Art: Website

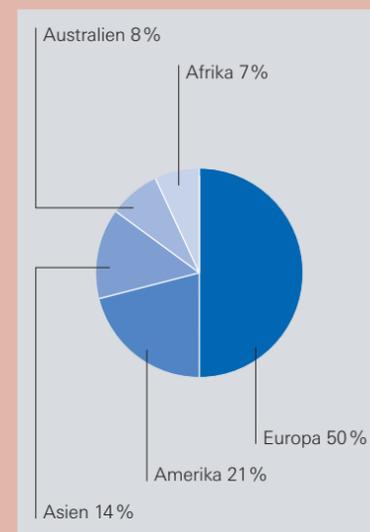
Entwicklung der Besucherzahlen 2000–2002



www.db-art.info

Deutsche Bank Art: Besucher nach Kontinenten

2002 insgesamt 126 707 Besucher*



* Ohne Besucher Deutsche Guggenheim

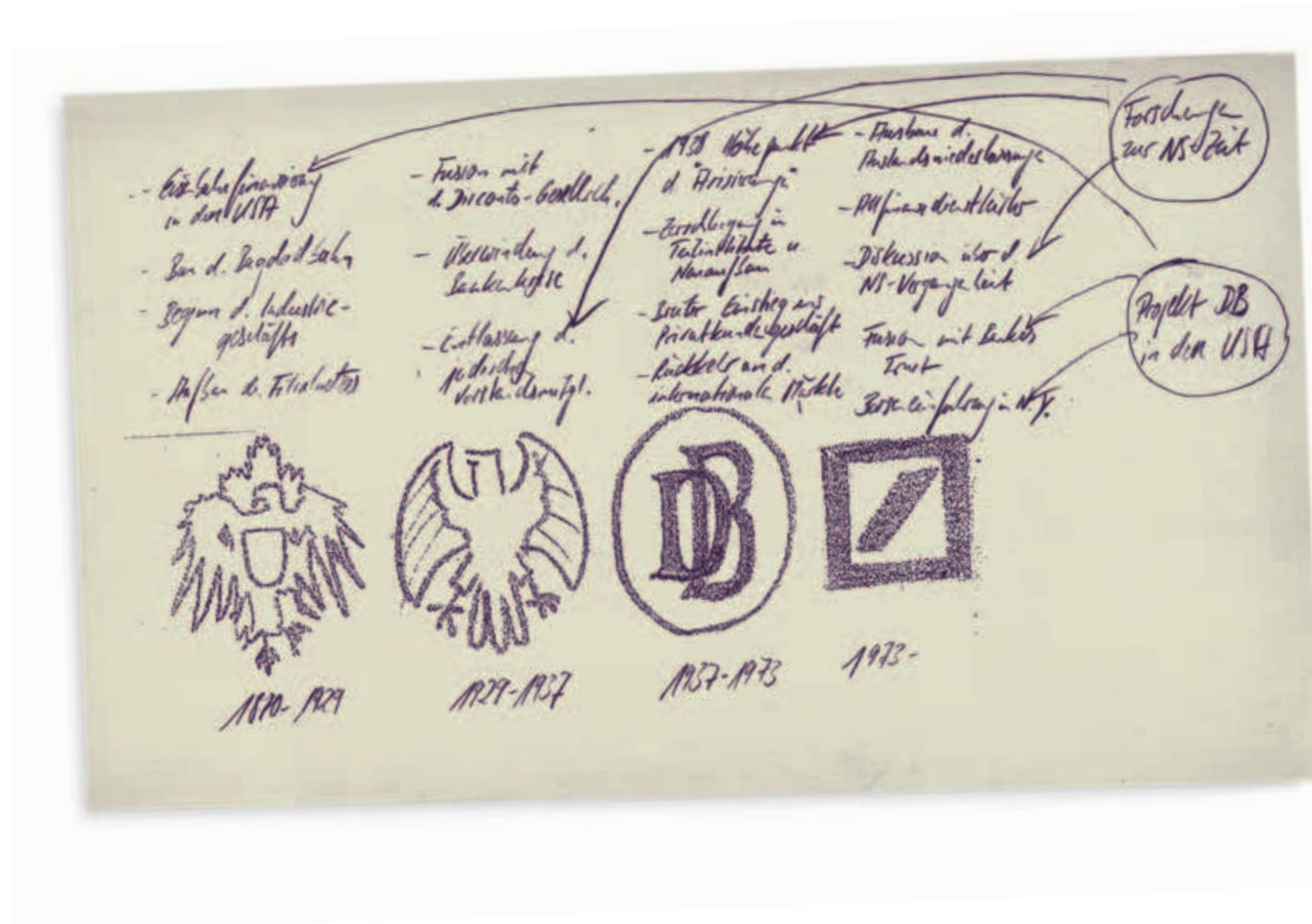
Preisträger des Deutsche Bank Citizenship UK „Pyramid Award“ 2002

Preisträger	Disziplin	Institution
Meg Sharland	Moderner Tanz	London Contemporary Dance School
Graham Hudson	Kunst	Royal College of Art
Sylke Joa		
Gereon Krebber		
John Summers		
Natascha Frensch	Design	Royal College of Art
Verity Harding	Musik und Theater	Guildhall School of Music and Drama
Helen Murton		
Sara Masters		
Frank Leder	Mode	The London Institute
Anna Costanza	Fotografie	The London Institute
Poppy Ben-David	Tanz	Central School of Ballet
Katie Cuddon	Design und Handwerk	Glasgow School of Art
Donna Barry	Design und angewandte	Edinburgh College of Art
Kaz Robertson	Kunst	
Victoria Lord	Soziale Verantwortung	Guildhall School of Music and Dance

Kultur-Stiftung der Deutschen Bank: Regionale Musikförderungen 2002 (Auswahl)

Festspielhaus Baden-Baden: Händel, Messias	Klavier-Festival Ruhr
Brandenburgische Sommerkonzerte: Eröffnungskonzert	Deutsche Stiftung Musikleben: Förderbeitrag
Europäische Festwochen Passau: Abschlusskonzert	Hochschule für Musik Nürnberg: Konzert
Deutsche Staatsoper Berlin: Projekte 2002/2003	Konzertvereinigung Limburg: Konzert
Beethoven-Haus Bonn: Kammermusikkonzerte 2002/2003	Bachfest Leipzig
Salzburger Festspiele: Young Directors Project	Komische Oper Berlin: Förderbeitrag
Musik der Jahrhunderte Stuttgart: Musiktheaterprojekt	Koblener Mendelssohn Tage: Abschlusskonzert
Jüdisches Museum Berlin: Konzerte	Theater- und Konzertfreunde Bielefeld: Kammermusikabend
Frankfurter Bachkonzerte: Förderbeitrag	Schloss Morsbroich Leverkusen: Konzert der Westdeutschen Sinfonia
Rheingau-Musik-Festival	Madrigalchor Singen
Händel-Festspiele Halle	Nachsommer Schweinfurt: Konzert
Musikfest Bremen: Dotierung des Musikfest-Preises	Chorgemeinschaft Neubuern: Förderbeitrag
Internationale Bachakademie Stuttgart: Förderbeitrag	Moskauer Konservatorium: Gedenkkonzert zum 175. Todestag
Sächsisch-Böhmisches Musikfestival	Ludwig van Beethovens
Neues Museum Nürnberg: Konzertreihe 2002/2003	Festspiele Mecklenburg-Vorpommern
Gesellschaft der Freunde von Bayreuth: Förderbeitrag 2003	Wiener Staatsoper: Produktion „Der Riese vom Steinfeld“

Wissenschaft, Geschichte und Gesellschaftspolitik



■ Projekte und Förderungen

- Die Deutsche Bank im Nationalsozialismus
- „Toleranz: Vielfalt – Identität – Anerkennung“
- „Wieviel Bildung brauchen wir?“
- Stiftungsfonds Deutsche Bank
- Institut für Familienunternehmen
- European School of Management and Technology
- Institute for European Studies, University of California
- Geschichte der Deutschen Bank in Nordamerika

Die Deutsche Bank im Nationalsozialismus

Ein Forschungsschwerpunkt des Historischen Instituts

Der überzeugte Zionist Oscar Wassermann war von 1923 bis 1933 Vorstandssprecher der Deutschen Bank. Zu Beginn der nationalsozialistischen Herrschaft wurde er in einem Akt voreilenden Gehorsams aus dem Vorstand gedrängt – der erste Schritt eines langen Anpassungsprozesses der Bank an das NS-Regime. Zwölf Jahre später, nach nationalsozialistischer Herrschaft und sechs Kriegsjahren, stand die Deutsche Bank nicht nur am Abgrund, sie war auch zum Instrument des NS-Staats geworden.

Wie geht ein führendes deutsches Unternehmen mit seiner Rolle in der Zeit des Nationalsozialismus um? Steht es zu seiner Geschichte? Versucht es zu beschönigen? Oder zu verdrängen und die Augen zu verschließen? Die Deutsche Bank hat sich als eines der ersten deutschen Großunternehmen schon vor vielen Jahren eindeutig entschieden und ebenso umfangreiche wie unabhängige Forschungen in Auftrag gegeben.

Für das Historische Institut der Deutschen Bank bildete die Geschichte des Unternehmens in der Zeit des Nationalsozialismus auch im Jahr 2002 den Arbeits- und Forschungsschwerpunkt. Die Ergebnisse dieser Untersuchungen werden im Sommer 2003 unter dem Titel „Die Deutsche Bank im Dritten Reich“ publiziert.

Die Anfänge dieser Forschungsprojekte reichen bis in das Jahr 1988 zurück: Damals begannen die Vorbereitungen für den 1995 aus Anlass des 125jährigen Jubiläums der Gründung der Bank erschienenen Sammelband „Die Deutsche Bank 1870–1995“. Dazu wurde den beteiligten Wissenschaftlern das Archiv der Bank ohne jede Einschränkung geöffnet. Erstmals wurde darin auch die Rolle der Deutschen Bank in der NS-Zeit eingehend und vorbehaltlos analysiert. Für den Inhalt waren allein die Autoren verantwortlich; die Bank machte weder Vorgaben noch erteilte sie Auflagen.

Die wissenschaftliche wie die öffentliche Wahrnehmung konzentrierte sich von Anfang an auf den Abschnitt über die Jahre des Nationalsozialismus – ein Kapitel, um das bis dahin fast alle existierenden Unternehmensgeschichten einen großen Bogen gemacht hatten. Der Historiker Harold James entwickelte in seinem Beitrag „Die Deutsche Bank und die Diktatur“ ein differenziertes Bild über die Beteiligung der Bank an der Enteignung der jüdischen Bürger und ihre Rolle in Süd- und Osteuropa im Zuge der militärischen Expansion des NS-Staates.

Nahezu alle Kommentatoren bescheinigten der Bank, in der Unternehmensgeschichte nichts beschönigt und auf Rechtfertigungen verzichtet zu haben. Von der Financial Times und dem Beratungsunternehmen

Booz Allen Hamilton wurde sie mit dem „Global Award“ für das beste Wirtschaftsbuch des Jahres 1995 ausgezeichnet. Die neuartige Konzeption wie auch ihre öffentliche Resonanz machten diese Unternehmensgeschichte zum Vorbild einer Reihe nachfolgender unternehmenshistorischer Forschungen, etwa über die Deutsche Bundesbank (1998), die Deutsche Bahn (1999), die Allianz (2001), die BASF, Krupp und Bertelsmann (2002).

Der Beginn der öffentlichen Debatte über die Geschäfte der Schweizer Banken im Zweiten Weltkrieg war Anlass für die Deutsche Bank, im Dezember 1997 eine unabhängige Historiker-Kommission zu berufen, der neben den bereits an dem Jubiläumsbuch beteiligten Historikern Gerald D. Feldman (Berkeley), Lothar Gall (Frankfurt am Main) und Harold James (Princeton) die Professoren Avraham Barkai (Jerusalem) und Jonathan Steinberg (University Pennsylvania) angehören. Sie erforscht ausschließlich die Geschichte der Deutschen Bank während des Nationalsozialismus.

Neue Aktenfunde eröffneten Einblicke in Bereiche der Bankgeschichte, die vorher unzugänglich oder unbekannt gewesen waren. 1997 tauchte Quellenmaterial auf, das detaillierte Informationen über die Goldgeschäfte enthielt, die zwischen der Reichsbank und den großen Geschäftsbanken – auch der Deutschen Bank – getätigt worden waren. Zwei Jahre später erschien ein von Jonathan Steinberg verfasster Bericht über die „Goldtransaktionen der Deutschen Bank während des Zweiten Weltkrieges“, dem eine Auswertung dieses Materials zugrunde lag. Die zuletzt (2001) von Harold James verfasste Untersuchung über die Rolle der Deutschen Bank bei der „Arisierung“ macht deutlich, wie schwierig es ist, das Verhalten der Bank zu beurteilen. Einerseits konnte sie einigen jüdischen Unternehmern „helfen“, einen geeigneten Käufer zu finden. Für Auswanderer bestand dann die Möglichkeit, zumindest einen Teil des Erlöses ins Ausland zu retten. Andererseits erhielt die Bank dafür Provisionen und erleichterte dem NS-Staat durch ihre Mitwirkung die Realisierung seiner rassenpolitischen Ziele.

Mit der Gründung eines eigenen Historischen Archivs (1961) und des Historischen Instituts (1996) sowie der Bestellung einer externen Historiker-Kommission (1997) hat die Deutsche Bank bewusst einen Weg beschritten, die eigene Vergangenheit kritisch, wissenschaftlich fundiert, lückenlos und vorbehaltlos aufzuarbeiten. Darüber hinaus war sie maßgeblich an der Gründung der gemeinsamen Stiftung der deutschen Wirtschaft und der Bundesregierung „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“ zur Entschädigung von Zwangsarbeitern und anderen Opfern des NS-Regimes beteiligt.

Historisches Institut der Deutschen Bank

Leitung:

Manfred Pohl
Angelika Raab-Reben-
tisch

www.deutsche-bank.de/geschichte

Historische Gesellschaft der Deutschen Bank e.V.

Vorstand:

Rolf-E. Breuer
(Vorsitzender)
Josef Ackermann
Gerald D. Feldman
Heinz Fischer
Dierk Hartwig
Tessen von Heydebreck
(Schatzmeister)
Manfred Pohl (Geschäfts-
führende Vorsitzender)

www.bankgeschichte.de



Forschung, Bildung und internationaler Dialog

Weitere Projekte und Förderungen

Globale Unternehmen agieren innerhalb gesellschaftlichen Bindungen, sie sind in den unterschiedlichen Kulturen, in denen sie operieren, verankert und somit auch Teil der gesellschaftlichen Entwicklung. Ihrer Verantwortung als Motoren der Wirtschaft, als „Unternehmensbürger“ und als „Weltbürger“ werden sie nur dann gerecht, wenn sie ihre Position und ihr Verhalten in diesem Spannungsfeld ständig überprüfen.

Um sich an den gesellschaftspolitischen Debatten aktiv zu betei-

sigen in Diskussionsrunden, Vorträgen und Konferenzen aus verschiedenen Perspektiven diesem Thema zu nähern. Dabei steht der fach- und generationsübergreifende internationale Dialog im Vordergrund. Beim diesjährigen Jahreskolloquium Ende Juni in Berlin debattierten 250 Experten aus 29 Nationen; Referenten waren u.a. Tariq Ali, Kenichi Ohmae, Ian Buruma, Assia Djebar, Imre Kertész und Hans Küng. Wie jedes Jahr wurden die Ergebnisse als Buch (deutsch und englisch) veröffentlicht und sind so allen Interessierten

Goeudevert und Bassam Tibi mit den Bedingungen der Möglichkeit von Toleranz in der globalen Gesellschaft auseinander setzen. Unter dem Motto „Vom liberalen Rechtsstaat und bürgerlichen Freiheiten“ wurde auf einer Veranstaltung im März nach der Vereinbarkeit von Prävention und Rechtsstaatlichkeit gefragt. Und wie in den Jahren zuvor war das Jahresthema auch in vielen anderen Bereichen der Bank Leitmotiv für das gesellschaftliche Engagement – sowohl nach außen, wie im Projekt „Initiative plus“ (s. S. 8), als auch in der Rückkopp-



Jahreskolloquium in Berlin:
Podiumsdiskussion zum Thema „Terrorismus und Toleranz“



Internationaler Dialog
auch in der Pause

gen und Impulse zu geben, die sowohl für das Handeln der Bank als auch für die Entwicklung der Gesellschaft richtungsweisend sein können, hat die Deutsche Bank 1992 die **Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog** gegründet. Als gesellschaftspolitischer Impulsgeber bietet sie ein offenes Diskussionsforum für die Entwicklung neuer Ideen. 2002 hat sie das Jahresthema **„Toleranz: Vielfalt – Identität – Anerkennung“** gewählt, und – wie in den Jahren zuvor – Experten aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen zusammengebracht, um

über den Buchhandel oder das Internet zugänglich.

Doch das Kolloquium stellte nur den Höhepunkt einer Serie von Veranstaltungen zum Jahresthema dar: Im Februar etwa debattierten internationale Friedenspreisträger wie Alfred Grosser und Tahar Ben Jelloun über den „bedrohten Frieden als Herausforderung an unsere offene Gesellschaft“. Zeitgleich erschien der Grundlagenband „Das Ende der Toleranz?“, in dem sich Wissenschaftler und Intellektuelle wie Jan Philipp Reemtsma, Jutta Limbach, Wole Soyinka, Daniel

lung nach innen, etwa im Bereich Diversity Management (s. S. 54).

Dass kontroverse Themen von der Herrhausen Gesellschaft bewusst nicht gemieden werden, wurde beim Vortrag des amerikanischen Soziologen Michael Walzer über seine Theorie des „gerechten Krieges“ exemplarisch deutlich, bei dem sich eine intensive Diskussion mit dem Publikum entwickelte. Daneben waren 2002 u. a. Joseph Stiglitz, Daniel J. Goldhagen oder George Bush sen. Gäste der Alfred Herrhausen Gesellschaft. Diskutiert wurde nicht nur in Berlin, Hamburg

oder Frankfurt, sondern auch in Wien, London und Harvard.

Besonders bei Themen, die grundlegende Zukunftsfragen betreffen, kooperiert die Herrhausen Gesellschaft mit dem Nachwuchs aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft. 2002 unterstützte sie etwa die Publikation eines Beitrags des jungen, undogmatischen Think-Tanks „Deutschland Denken! e.V.“ zur durch die „Pisa-Studie“ ausgelösten Bildungs-Debatte. In der Studie wird die Frage **„Wieviel Bildung brauchen wir?“** mit einer volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung beantwortet, die „das Humankapital in Deutschland und seine Erträge“ zu berechnen versucht. Das Fazit dieses provozierenden Ansatzes: Der Bildungsdiskurs in Deutschland „ignoriert nicht nur die volkswirtschaftliche Dimension von Bildung, sondern auch den großen Teil des Humankapitals, der außerhalb der Bildungsinstitutionen Schule und Hochschule entsteht“.

Während die Herrhausen Gesellschaft den internationalen Dialog zwischen Theorie und Praxis, d. h. an den Schnittstellen zwischen Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, fördert, geht es bei dem 1970 gegründeten **Stiftungsfonds Deutsche Bank** um Wissenschaftsförderung pur. 2002 wurden über den Fonds insgesamt 5 563 642 Euro vergeben. Diese Fördersumme setzt sich zusammen aus einer jährlichen Spende der Bank sowie Zinsen und Dividenden aus dem Stiftungskapital. 60 Prozent der Mittel erhält der Stifterverband für die Deutsche Wirtschaft e.V. in Essen, der als Gemeinschaftsaktion der Wirtschaft die Aufgabe hat, die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Hochschul- und Wissenschaftssystems zu verbessern. 40 Prozent der För-

dermittel werden auf Initiative der Bank eingesetzt. Dabei will sie die wissenschaftliche Arbeit vor allem auf solchen Gebieten vorantreiben, die inhaltlich in besonderer Beziehung zum wirtschaftlichen oder gesellschaftspolitischen Engagement der Bank stehen, und dabei gleichzeitig einen Beitrag zur internationalen Verständigung leisten.

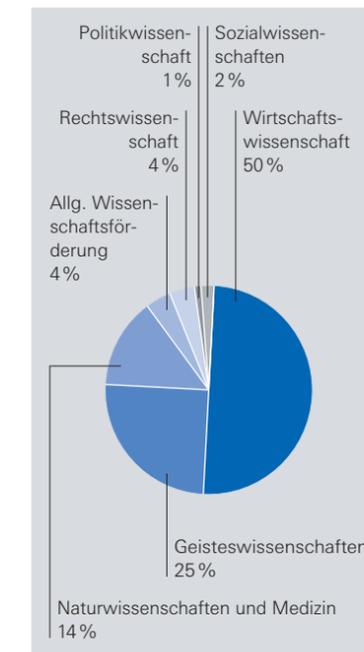
2002 wurden mit den Mitteln des Fonds zum Beispiel das Graduiertenkolleg „Kapitalmärkte und Finanzwirtschaft im erweiterten Europa“ am Lehrstuhl für allgemeine Betriebswirtschaftslehre der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt/Oder unterstützt sowie – erstmalig – das Institut für Stiftungsrecht und das Recht von Non-Profit-Organisationen an der neuen Bucerius Law School in Hamburg. Auch zur Stiftungsprofessur für multimediale Anwendungen an der Technischen Universität Ilmenau in Thüringen gibt es eine besondere inhaltliche Beziehung, denn hier beschäftigt man sich vornehmlich mit Entwicklungen im Bereich E-Commerce.

Schon seit mehreren Jahren unterstützt die Deutsche Bank das **Institut für Familienunternehmen an der Universität Witten/Herdecke**. Zukünftig wird auch die am 31. Oktober 2002 in Berlin gegründete **European School of Management and Technology (ESMT)** einen Schwerpunkt der Förderung ausmachen. An dem benötigten 100 Millionen Euro Grundkapital der Trägerstiftung, die von einer Gruppe namhafter deutscher Firmen ins Leben gerufen wurde, hat sich die Bank mit 5 Millionen Euro beteiligt.

Bereits vor über 130 Jahren unterhielt die Deutsche Bank in New York eine Vertretung, über die sie

sich vor allem an der Finanzierung des Eisenbahnbaus beteiligte. 1999 fusionierte sie mit der US-Bank Bankers Trust. 2001 wurde die Aktie der Deutschen Bank an der New York Stock Exchange eingeführt. Kein Wunder also, dass die Förderung des transatlantischen Dialogs – etwa durch die Unterstützung des **Institute of European Studies an der University of California** – der Deutschen Bank ein prominentes Anliegen ist. Auch das Historische Institut wird der langen und wechselvollen **Geschichte der Bank in Nordamerika** zukünftig besonderes Augenmerk schenken. 2002 wurde ein „Forschungsprojekt zu den deutsch-amerikanischen Wirtschafts- und Finanzbeziehungen seit 1870“ aufgelegt, das einen weiteren Beitrag darstellt, Mitarbeiter und Öffentlichkeit über wesentliche Etappen und Themen der Bankgeschichte zu informieren.

Stiftungsfonds Deutsche Bank
Auf Initiative der Deutschen Bank vergebene Förderungen 2002 nach Fachgebieten



Fakten und Zahlen

Ausgewählte Hintergrundinformationen

Chronik der öffentlichen Debatte über die Rolle der Banken in der Zeit des Nationalsozialismus

1988	Beginn der Forschungen zur Geschichte der Deutschen Bank in der Zeit des Nationalsozialismus
1990	Nach dem Mauerfall werden erstmals Akten zugänglich, die im Zentralarchiv der DDR lagerten. Die Deutsche Bank finanziert die Mikroverfilmung von 12 600 Aktenbänden der ehemaligen Berliner Zentrale zur öffentlichen Benutzung im Bundesarchiv.
März 1995	In der wissenschaftlichen Gesamtdarstellung „Die Deutsche Bank 1870–1995“ wird die Geschichte der Bank zwischen 1933 und 1945 erstmals umfassend und ungeschönt dargestellt.
1996	Harold James beginnt mit seiner Untersuchung zur Rolle der Bank bei der „Arisierung“ jüdischer Unternehmen, die 2001 veröffentlicht wurde.
Oktober 1996	Das britische Außenministerium berichtet, die Schweiz habe Gold im Wert von 500 Mio. US-Dollar von Deutschland während des Zweiten Weltkriegs übernommen.
Oktober 1996	Die erste Sammelklage im Namen von Nazi-Opfern gegen Schweizer Banken wird in den USA eingereicht.
Dezember 1996	Berufung der unabhängigen „Bergier-Kommission“ zur Klärung der in die Schweiz gelangten Vermögenswerte. Mitglied der Kommission ist u.a. Harold James.
Mai 1997	In dem sog. „Eisenstat-Bericht“ wird u.a. erwähnt, dass die Deutsche Bank Raubgold in der Türkei verkaufte.
Juni 1997	Im Frankfurter Poelzig-Bau, dem ehemaligen Hauptsitz der I.G.-Farben, findet eine Tagung zum Thema „Unternehmen und Unternehmer im Nationalsozialismus“ statt.
Dezember 1997	Die Deutsche Bank beruft eine Historiker-Kommission zur Erforschung der Bank-Geschichte in der NS-Zeit.
Dezember 1997	In London tagt eine internationale Konferenz zum Thema „Raubgold“, an der über 30 Staaten teilnehmen.
Juni 1998	Alle vor 1950 entstandenen Akten, Konto- und Depotunterlagen aus allen Filialen der Deutschen Bank werden in Eschborn bei Frankfurt zusammengeführt, um sie für Recherchen zur Verfügung zu stellen. Insgesamt werden 9,5 Kilometer an Akten zusammengetragen.
Juni 1998	Vor einem US-Gericht wird die erste Sammelklage gegen die Deutsche Bank und weitere Großbanken eingereicht.
Juli 1998	Jonathan Steinberg veröffentlicht seinen Bericht über die Goldtransaktionen der Deutschen Bank.
August 1998	Außergerichtlicher Vergleich zwischen den Schweizer Großbanken und dem World Jewish Congress sowie den US-Sammelklägern.
August 1998	Erste Sammelklage gegen deutsche Industrieunternehmen wegen der Beschäftigung von Zwangsarbeitern.
Februar 1999	Das Historische Institut der Deutschen Bank macht die Entdeckung von Kreditakten der Filialen Kattowitz, Bielitz, Teschen und Beuthen öffentlich, aus denen hervorgeht, dass diese Filialen Kreditbeziehungen zu lokalen Bauunternehmen unterhielten, die auf der Großbaustelle des I.G. Farbenwerks in Auschwitz und teilweise auch für die Waffen-SS in Auschwitz tätig waren.
Februar 1999	13 deutsche Unternehmen, darunter die Deutsche Bank, schlagen dem Bundeskanzler die Errichtung der Stiftungsinitiative „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“ vor.
Februar 1999	Gespräche des Beauftragten der deutschen Bundesregierung, Bodo Hombach, und des Vorstandssprechers der Deutschen Bank, Rolf-E. Breuer, mit Vertretern der US-Regierung und des World Jewish Congress über den zu gründenden Fonds der deutschen Wirtschaft.
1999	Über die Rolle von Hermann Josef Abs im Dritten Reich erscheint ein Aufsatz von Lothar Gall.
Juli 2000	Unterzeichnung der Abschlusserklärung zur Gründung der Stiftung „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“. Für Zwangsarbeiter und andere Opfer des NS-Regimes stellen die Bundesregierung und die Wirtschaft zusammen 10 Mrd. DM zur Verfügung. Im Gegenzug wird den deutschen Unternehmen in den USA Rechtssicherheit zugesichert.
Januar 2002	Avraham Barkai beginnt eine Biographie über das langjährige Vorstandsmitglied und den überzeugten Zionisten Oscar Wassermann.
März 2002	Veröffentlichung des Schlussberichts und der letzten sieben Studien und Forschungsbeiträge der Schweizer „Bergier-Kommission“.
Dezember 2002	Die Stiftung „Erinnerung, Verantwortung und Zukunft“ hat bis Ende 2002 1,84 Mrd. EUR an über eine Million Opfer ausgezahlt.

Stiftungsfonds Deutsche Bank im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.

Auf Initiative der Deutschen Bank vergebene Förderungen (Auswahl)

Gesellschaft für Kapitalmarktforschung e.V. an der Universität Frankfurt am Main: Ausbau zum Center for Financial Studies
Georg Speyer Haus, Frankfurt am Main, Chemotherapeutisches Forschungsinstitut: „Hermann J. Abs-Programm zur Erforschung molekularbiologischer Methoden“; in Zusammenarbeit mit der Hadassah Medical Organisation, Jerusalem
Deutsches Institut für Japanstudien, Philipp Franz von Siebold-Stiftung, Tokio: Beiträge zur Herausgabe des „Großen japanisch-deutschen Wörterbuchs“
Technische Universität Berlin, Antisemitismuszentrum: Forschungsprojekt „Rettung von Juden im nationalsozialistischen Deutschland“
Frankfurter Institut, Stiftung für Marktwirtschaft und Politik, Berlin: Förderung von Forschungen zur Wirtschafts- und Ordnungspolitik
Universität St. Gallen, Schweiz: Campuserweiterung der Universität St. Gallen
University of California, Berkeley, Center for German and European Studies (CGES): Förderung des deutsch-amerikanischen und transatlantischen Dialogs
Universität München: Stiftungsprofessur für Wirtschaftsethik
Deutsche Gesellschaft der Freunde des Weizmann-Institutes e.V.: Umwandlung des Dannie-N.-Heinemann-Labors in ein Labor für molekulare Astrophysik am Weizmann-Institut in Israel
Stiftung Internationale Bachakademie, Stuttgart: Förderungen von Forschung zum Werk Johann Sebastian Bachs
Humboldt-Universität zu Berlin, Schumpeter-Institut: Gastprofessur „International Research in Economics“
Tongji-Universität Shanghai: Stiftungsprofessur im Bereich „Investition und Finanzierung“ der Abteilung Wirtschaftswissenschaften
Business School, Oestrich-Winkel: Förderung von Forschung und Lehre
Universität Leipzig: Stiftungsprofessur für Unternehmenskommunikation
Aspen Institute Berlin: Förderung der transatlantischen Beziehungen
Universität Frankfurt am Main, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften: International Trade
Freunde der Universität Mainz e.V.: Johannes Gutenberg-Professur 2002
Universität Heidelberg, Philosophisches Seminar: Stiftungsgastprofessur zur Erinnerung an Hans-Georg Gadamer
Verein zur Förderung des Instituts für Bankwirtschaft und Bankrecht an der Universität zu Köln e.V.: Förderung von Forschungen in den Wirtschafts- und Rechtswissenschaften
University of Technology Sydney, School of Finance & Economics: Conference on „Quantitative Methods in Finance“

Ausgewählte Publikationen

Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog

Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog (Hrsg.): „Toleranz, Vielfalt, Identität, Anerkennung. Dokumentation des Jahreskolloquiums 2002“, Frankfurt am Main (F.A.Z.-Institut) 2003

Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog (Hrsg.): „Das Ende der Toleranz? Identität und Pluralismus in der modernen Gesellschaft“, München (Piper Verlag) 2002

„Wieviel Bildung brauchen wir? Humankapital in Deutschland und seine Erträge“. Studie des Vereins Deutschland Denken! e.V., Frankfurt am Main 2002

Christoph Schwöbel, Dorothee von Tippelskirch (Hrsg.): „Die religiösen Wurzeln der Toleranz“, Freiburg i.Br. (Herder Verlag) 2002

Historisches Institut der Deutschen Bank

Manfred Pohl, Angelika Raab-Rebentisch: „Calendarium Deutsche Bank 1870–2002“, München (Piper Verlag) 2002

Harold James: „Die Deutsche Bank und die ‚Arisierung‘“, München (C.H. Beck Verlag), 2001

Manfred Pohl (Hrsg.): „Zur deutschen und amerikanischen Identität. Die Deutsche Bank in den USA 1870–1999“, München (Piper Verlag), 1999

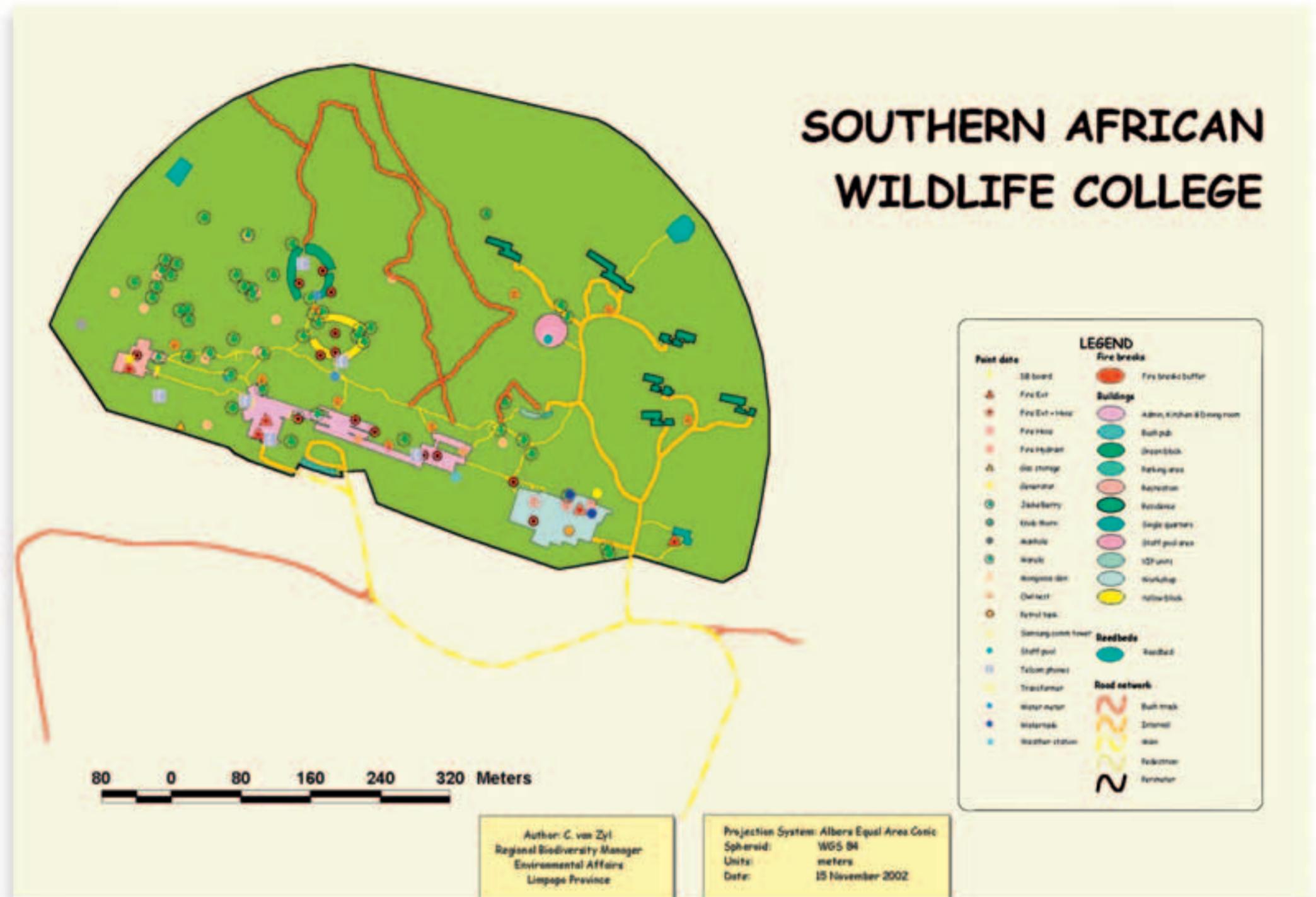
Jonathan Steinberg: „Die Deutsche Bank und ihre Goldtransaktionen während des Zweiten Weltkrieges“, München (C.H. Beck Verlag) 1999

Lothar Gall, Gerald D. Feldman, Harold James, Carl-Ludwig Holtfrerich, Hans E. Büschgen: „Die Deutsche Bank 1870–1995“, München (C.H. Beck Verlag) 1995

Umwelt und Sustainability

■ Projekte und Förderungen

- Great Limpopo Transfrontier Park, Wildlife College
- Umwelt Management System
- ISO 14001
- Dow Jones Sustainability Indexes und FTSE4Good
- Prototype Carbon Fund
- United Nations Environment Programme (UNEP)
- Global Compact
- Initiative econsense
- Global Reporting Initiative



Sipho Gumede hat einen Traum

Peace Parks fördern Nachhaltigkeit im südlichen Afrika



Jeder kennt diese Bilder, als hätte man sie schon hundertmal mit eigenen Augen gesehen: eine weite und hohe Landschaft, lichtdurchflutet, fruchtbar und warm. Eine Löwin döst in der Mittagssonne, eine Büffelherde grast friedlich am Rande eines Wasserlochs, Antilopen- und Elefantenherden ziehen im Abendlicht durch die Savanne. Das Paradies – „out of Africa“. Diese Bilder sind Klischee – und könnten schon bald der Vergangenheit angehören. Denn politische Instabilität und wirtschaftliche Unterentwicklung bedrohen die komplexe, aber – trotz allem – an vielen Orten noch intakte Balance von Mensch, Tier und Natur. Wenn nicht gegengesteuert wird, kann der Traum vom Paradies schnell zum Albtraum werden. Anton Rupert, Gründer der Peace Parks Foundation, ist überzeugt: „Wenn es für die Menschen im südlichen Afrika keine Perspektive für eine bessere Zukunft gibt, dann wird es keinen Frieden, keinen Fortschritt und keinen Wohlstand in diesem unruhigen Kontinent geben.“

Sipho Gumede, 28, hat eine Perspektive: Er ist einer der ersten Ranger im neu gegründeten Great Limpopo Transfrontier Park, einem Naturpark im südlichen Afrika, genauer: im Grenzgebiet zwischen Südafrika, Zimbabwe und Moçambique. Bevor Gumede im Januar 2002 seine Arbeit aufnahm, wurde er zusammen mit 30 weiteren Studenten am Southern African Wildlife College (SAWC) in der Nähe des Krüger-Nationalparks auf seine zukünftige Aufgabe vorbereitet. Sein Tag beginnt noch vor Morgengrauen. In einer kurzen Teambesprechung werden die wichtigsten Aufgaben des Tages verteilt. Neben der allgemeinen Verwaltung des Parks geht es vor allem um die Sicherung der Schutzgebiete, die Begleitung und Betreuung von Touristen und die Beobachtung der Tierbestände und ihrer Wanderungen. Denn erst seit der Einrichtung des Parks können die Tiere sich wieder ungehindert über die vom Menschen geschaffenen künstlichen Grenzen hinweg, ihrem natürlichen Wanderungstrieb folgend, bewegen. Auf der Karte werden morgens die Punkte markiert, die im Laufe des Tages angefahren werden. Nach der Arbeit kehren die Ranger in das unscheinbare Verwaltungsgebäude zurück und berichten über die Veränderungen bzw. Probleme, die gelöst werden müssen. Alle Beobachtungen fließen in den langfristigen Entwicklungsplan ein, den die regionalen Wildlife-Manager mit den Verantwortlichen der anderen Schutzgebiete regelmäßig in länderübergreifenden Arbeitsgruppen verabreden.

Peace Parks Foundation

Leitung:

Anton Rupert
Willem van Riet

www.peaceparks.org

Southern African Wildlife College

www.wildlifecollege.org.za

Treibende Kraft hinter dem Limpopo Transfrontier Park ist die von der Deutschen Bank bereits seit 2001 und auch in Zukunft unterstützte Peace Parks Foundation. Ihre Arbeit basiert auf einer ebenso einfachen wie plausiblen Erkenntnis, die auch dem Umwelt-Engagement der Deutschen Bank zugrunde liegt: Nachhaltigkeit basiert immer auf der gleichzeitigen Entwicklung von Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft. Nur durch die Vernetzung dieser drei Ansätze und nur durch eine enge Kooperation über Ländergrenzen hinweg lässt sich Entwicklung verstetigen. Grundlage für diese Entwicklung sind Afrikas natürliche Ressourcen: d. h. in erster Linie die Natur, die Wildtiere und eine intakte Umwelt. Sie sind das Kapital, das es gleichzeitig zu erhalten und ökonomisch zu nutzen gilt. Hier genau setzt die Idee der Peace Parks an: Sie verbindet Naturschutz mit Konzepten zur sozialen Entwicklung und leistet einen direkten Beitrag zur politischen Stabilisierung in der Region. Durch die Integration der lokalen Bevölkerung, durch die Ausbildung von Rangern und Managern sowie durch die Schaffung von Arbeitsplätzen werden die Parks zu einem integralen Wirtschaftsfaktor. Gleichzeitig entsteht ein Multiplikator und Anreiz für andere, sich ebenfalls zu beteiligen. Das Konzept steht und fällt allerdings mit der langfristigen Entwicklung eines wirtschaftlich substantiellen, aber ökologisch verträglichen Tourismus. Die Konzepte sind vorhanden, die Nachfrage ist da. Woran es fehlt, sind entsprechende Unterbringungsmöglichkeiten und geschultes Personal. Das Southern African Tourism College in Graaf Reinet, das – wie das SAWC – ebenfalls von der Peace Parks Foundation gefördert wird, lehrt deshalb einheimische Frauen, Guesthouses und Lodges zu führen. 2002 wurden 30 Frauen an diesem College ausgebildet.

19 weitere Peace Parks sind in Planung, so dass sich eines Tages ein ganzes Netz von Naturschutzgebieten bis hinauf nach Angola und Ruanda, ins Okavango-Delta oder zu den Victoria-Wasserfällen spannen könnte. Und die Idee ist exportierbar. Nelson Mandela, Patron emeritus der Stiftung, verhandelt bereits über die Einrichtung eines Peace Parks in der demilitarisierten Zone zwischen Nord- und Südkorea: „Ich kenne keine politische Bewegung, keine Philosophie, keine Ideologie, die mit dem Peace-Park-Konzept nicht vereinbar wäre. In einer Welt voller Konflikte und Zerrissenheit ist Frieden der Grundstein für die Zukunft. Die Peace Parks sind bedeutende Bausteine in diesem Prozess – nicht nur in unserer Region, sondern potentiell auf der ganzen Welt.“



Nachhaltiges Wirtschaften und globales Handeln

Weitere Projekte und Förderungen



Sustainability ist für die Deutsche Bank ein wichtiges betriebswirtschaftliches Leitmotiv und ein wesentliches Kriterium bei geschäftspolitischen Entscheidungen. Sie ist Chance und Herausforderung zugleich: Möglichkeit zur Schaffung von Mehrwert und Teil unserer globalen Verantwortung. Sustainability ist auf der obersten Führungsebene angesiedelt und als Managementsystem – für den Umweltbereich zertifiziert nach **ISO 14001** – in allen Unternehmensbereichen als Querschnittsthema institutionalisiert. Die relevanten Prozesse werden über das interne Committee of Sustainable Development gesteuert, an dem unter der Leitung eines Vorstandsmitglieds Vertreter aus allen Unternehmensbereichen zusammenarbeiten.

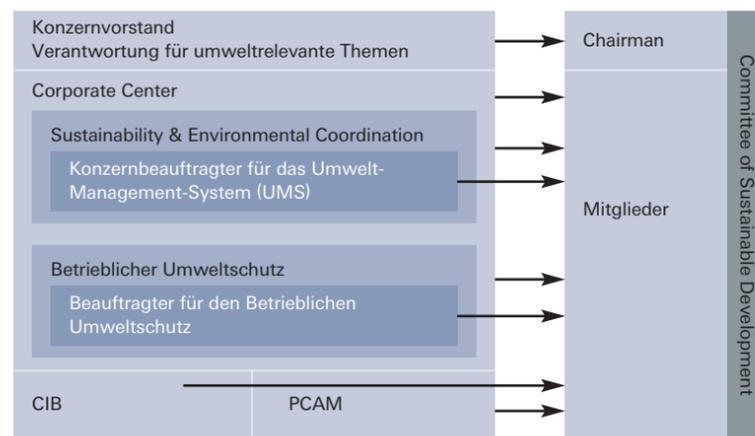
Sustainability mit Blick auf das Unternehmen: Wir bemühen uns, beim **Verbrauch von Energie, Wasser** oder zum Beispiel **Papier** ressourcenschonend zu handeln. Seit 1997 konnte die Deutsche Bank beispielsweise in Deutschland 8892 836 kWh Strom einsparen, was dem Verbrauch von 20 873 Vier-Personen-Haushalten entspricht. Im gleichen Zeitraum ist es gelungen, 265 298 m³ Wasser einzusparen. Mit dieser Menge ließen sich 106 Schwimmbäder von 50 m Länge, 20 m Breite und einer Tiefe von 2,5 m füllen. Den Papierverbrauch bei Drucksachen und Kopien konnten wir um 889 Tonnen reduzieren – das entspricht einer Menge von 40 Güterwagons.

Nachhaltiges Wirtschaften ist auch ein Motor der Produktentwicklungen. Über das Tochterunternehmen DWS hat die Deutsche Bank bei-

spielsweise **Sustainability-orientierte Fonds** aufgelegt, zuletzt den DWS Invest Sustainability Leaders. Um Anlegern die Suche nach Geldanlagen in verantwortungsbewusste Unternehmen zu erleichtern, unterstützt die Deutsche Bank eine Internetplattform für nachhaltiges Investment der European Business School (www.nachhaltiges-investment.org). Die Entwicklung von Nachhaltigkeitsindizes durch verschiedene Institutionen zeigt, dass Sustainability-orientiertes Handeln auch einen wichtigen Wettbewerbsfaktor darstellt. Nationale und internationale Rating- und Researchagenturen ermöglichen Unternehmen durch die Aufnahme in bestimmte Indizes wie z. B. den **Dow Jones Sustainability Index** und den **FTSE4Good**, sich im Wettbewerb zu differenzieren. In der Aufnahme der Deutschen Bank in die genannten Indizes dürfen wir eine wesentliche Bestätigung für die Wirksamkeit unseres Handelns sehen.

Sustainability mit Blick auf die Gesellschaft: Als internationales Unternehmen legen wir den Fokus unseres Sustainability-Engagements zunehmend auf Projekte und Organisationen, die die globalen Wirkungszusammenhänge widerspiegeln. Bestes Beispiel dafür ist der **Prototype Carbon Fund**, an dem sich die Bank mit einer Einlage von 5 Millionen Dollar beteiligt hat. Entscheidend für dieses Engagement war das Ziel, die Entwicklung neuer, marktgerechter Maßnahmen der globalen Klimapolitik zu unterstützen. Mit seinem Volumen von 180 Millionen Dollar wird der Fonds bis zu 40 Projekte in Südamerika, Afrika, Asien

Gesamtübersicht Organisationen und Funktionen im Umweltbereich.



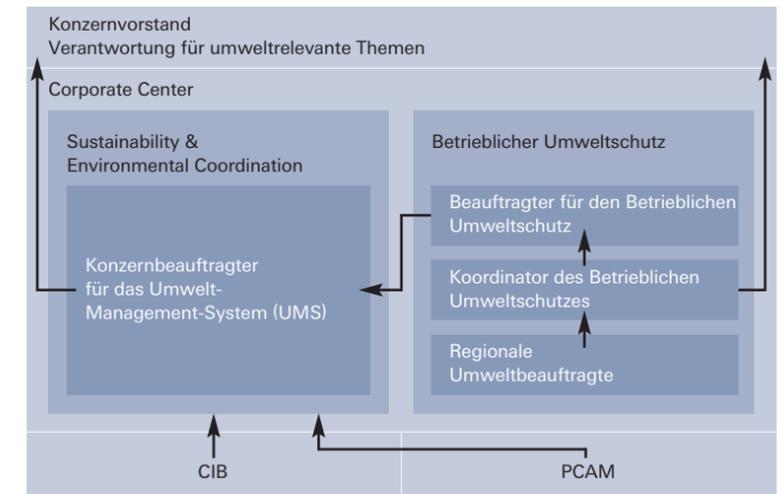
und Osteuropa unterstützen, die der CO₂-Minimierung dienen. Gleichzeitig konnten wir das hier entstandene Know-how auch für die Weiterentwicklung unserer unternehmensinternen Abläufe, zum Beispiel im Risikomanagement, fruchtbar machen. Die wirksame Verbesserung des weltweiten Klimaschutzes ist auch der Inhalt unserer Mitarbeit in der **Arbeitsgruppe Emissionshandel**, die sich mit Fragestellungen im Zusammenhang mit der Einführung des Handels mit so genannten Emissionsrechten auseinandersetzt.

United Nations Environment Programme (**UNEP**):

Die UNEP ist die Umweltorganisation der Vereinten Nationen und Impulsgeber und zugleich Koordinator der Aktivitäten von Wirtschaft, Regierungen und NGOs. Bereits 1992 hat die Deutsche Bank an der „Erklärung der Finanzinstitute zur Umwelt und zur nachhaltigen Entwicklung“ mitgewirkt, die den mittlerweile anerkannten Umweltkodex für die Finanzwirtschaft darstellt. Sie leitet heute den Lenkungsreis der globalen (UNEP FI) Initiative der Finanzdienstleister. Wesentliches Motiv für dieses Engagement ist die Möglichkeit, in dieser Initiative Sustainability-relevante Themen für den gesamten Finanzdienstleistungssektor zu bearbeiten. Darüber hinaus ist UNEP die Plattform des regelmäßigen Dialogs zwischen der Deutschen Bank und den NGOs. Die Deutsche Bank ist zudem seit der Gründung 2000 aktives Mitglied des **Global Compact** der Vereinten Nationen. In diesem verpflichten sich Unternehmen weltweit freiwillig neun universale Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeit und Umwelt einzuhalten.

Eine branchen- und themenübergreifende Ausrichtung hat auch die

Gesamtübersicht Berichtswege im Umweltbereich



Initiative econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung. Deutsche global agierende Unternehmen haben sich in ihr zusammengeschlossen, um der Öffentlichkeit und der Politik gegenüber darzustellen, welche Lösungskompetenz seitens der Wirtschaft in Bezug auf Fragen aus dem Themenkomplex Sustainability vorhanden ist. Gleichzeitig ermöglicht diese Zusammenarbeit den Blick über den Branchen-„Tellerrand“. Diesen branchenübergreifenden Fokus verfolgen wir auch mit unserer Mitarbeit im World Business Council for Sustainable Development.

Global Reporting Initiative (GRI): Transparenz ist ein Schlüsselbegriff, um die Aktivitäten eines Unternehmens glaubwürdig zu erfassen. Im Bankenbereich sind der transparenten Darstellung jedoch aufgrund des Bankgeheimnisses enge Grenzen gesetzt. Bestandteil der **GRI-Richtlinien** sind auch die so genannten SPI-Finance-Kennzahlen, an deren Entwicklung die Deutsche Bank beteiligt war. Auch den Prozess der Weiterentwicklung der GRI-Indikatoren begleiten wir aktiv im Board of Directors. In diesem

Jahresbericht, der erstmalig das gesellschaftliche, kulturelle, soziale und ökologische Engagement der Deutschen Bank zusammenfassend darstellt, haben wir uns, so weit es uns möglich ist, an den Guidelines der GRI orientiert. Das Register auf S. 80 weist aus, an welcher Stelle in dem vorliegenden Bericht die konkreten GRI-Indikatoren behandelt werden.



Klaus Töpfer, Exekutiv-Direktor der UNEP

Fakten und Zahlen

Ausgewählte Hintergrundinformationen



Die Deutsche Bank ist in die Dow Jones Sustainability Indexes und die FTSE4Good Index Series seit deren Bestehen aufgenommen.

Leitbild der Deutschen Bank zu Umwelt und Sustainability

Sustainability bedeutet für uns Zukunftsfähigkeit – mit dem Ziel, kommenden Generationen eine gesunde Umwelt sowie stabile wirtschaftliche und soziale Verhältnisse zu übergeben. Diesem Leitbild fühlen wir uns verpflichtet.

Die Berücksichtigung von Sustainability dient der langfristigen Sicherung unseres Unternehmenswertes. Sustainability ist ein integraler Bestandteil unserer geschäftspolitischen Entscheidungen.

Unsere täglichen Arbeitsprozesse prüfen wir auf Sustainability-relevante Aspekte und entwickeln diese im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses weiter.

Wir verpflichten uns, für unsere Mitarbeiter ein gesundes Arbeitsumfeld sicherzustellen. Wir verwenden möglichst die jeweils umweltfreundlichste Technik und schonen über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus die natürlichen Ressourcen. Unsere Tätigkeiten und Ziele lassen wir regelmäßig überprüfen.

Sustainability beinhaltet für uns auch ein klares Bekenntnis zur Entwicklung nachhaltiger Konzepte. Die aktive Zusammenarbeit und der lösungsorientierte Dialog in internationalen Partnerschaften sind Ausdruck unserer globalen Verantwortung.

Vom Konzernvorstand im August 2002 verabschiedet.

Umweltdatenvergleich 1997 – 2002 (Deutschland)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	prozentuale Veränderung '02 zu '01
Restabfall absolut (t)	6 108,2	4 944,2	6 030,8	4 545,3	4 285,0	3 553,0	-17,08
Papierabfall absolut (t)	3 250,8	3 017,7	2 809,3	3 804,7	4 530,0	4 031,0	-11,02
Wasserverbrauch absolut (m³)	953 478,0	868 780,0	809 988,0	745 542,0	822 638,0	688 180,0	-16,34
Strom (GJ/MA)	26,3	23,8	22,8	20,9	20,9	24,4	17,21
Heizenergie gesamt (GJ)	833 652,0	776 474,1	855 851,0	818 908,6	927 645,4	830 696,4	-10,45
CO ₂ -Emissionen Energie (t)	199 166,3	180 055,6	172 724,0	166 277,0	172 172,2	148 855,0	-13,54
Zahl der Firmenwagen*					4 828,0	6 295,0	30,39
Kraftstoffverbrauch Ø (l/100 km)					8,8	8,3	-5,36
Kraftstoffverbrauch Ø (l/Firmenwagen)					2 272,0	2 408,0	5,99
Benzinverbrauch (1000 l)					4 660,0	6 127,2	31,49
Dieserverbrauch (1000 l)					6 312,1	10 938,9	73,30
CO ₂ -Emissionen Firmenwagen (t)					27 411,9	42 984,5	56,81
Reisekilometer Flugzeug (Mio km)				106,0	86,4	72,6	-15,97
Reisekilometer Bahn (Mio km)				33,6	34,7	23,3	-32,85
Reisekilometer Mietwagen (Mio km)					8,4	8,3	-1,19
CO ₂ -Emissionen Reise (t)					20 656,9	17 430,9	-15,62
CO ₂ -Emissionen gesamt (t)					220 240,9	209 270,5	-4,98

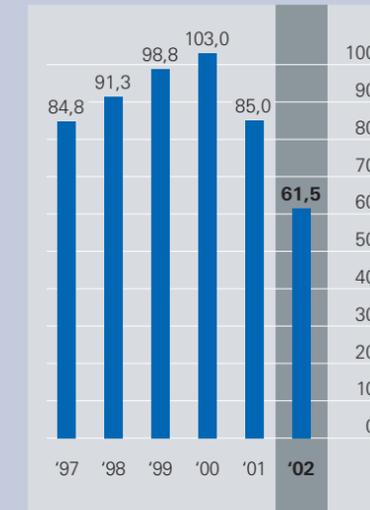
* Aufgrund einer 1999 geänderten Firmenwagenregelung wurden verstärkt private durch Firmenfahrzeuge ersetzt.

Das Umwelt Management System der Deutschen Bank ist konzernweit gültig und stellt die Geschäftsprozesse in den Vordergrund. Das Umwelt-Management-System ist nach ISO 14001 für Deutschland zertifiziert. Die dargestellten betrieblichen Verbrauchsdaten beziehen sich auf die zertifizierte Region.

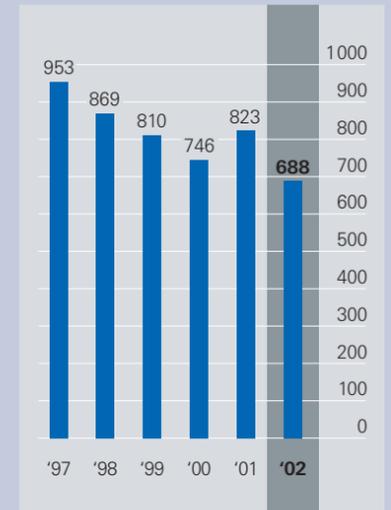
Papierabfall in t



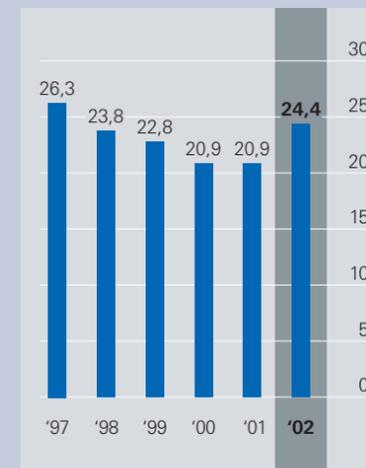
Papierverbrauch Formulare/Drucksachen in t



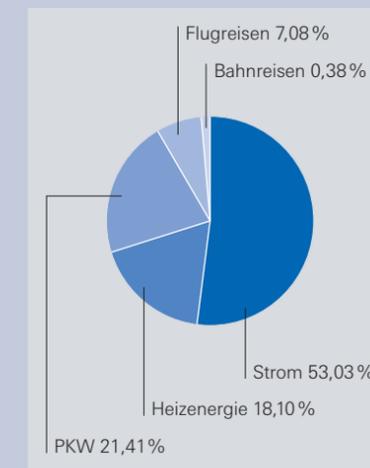
Wasserverbrauch in 1000 m³



Stromverbrauch in GJoule



CO₂-Emissionen nach Verursacher 2002
Insgesamt: 209 278 t



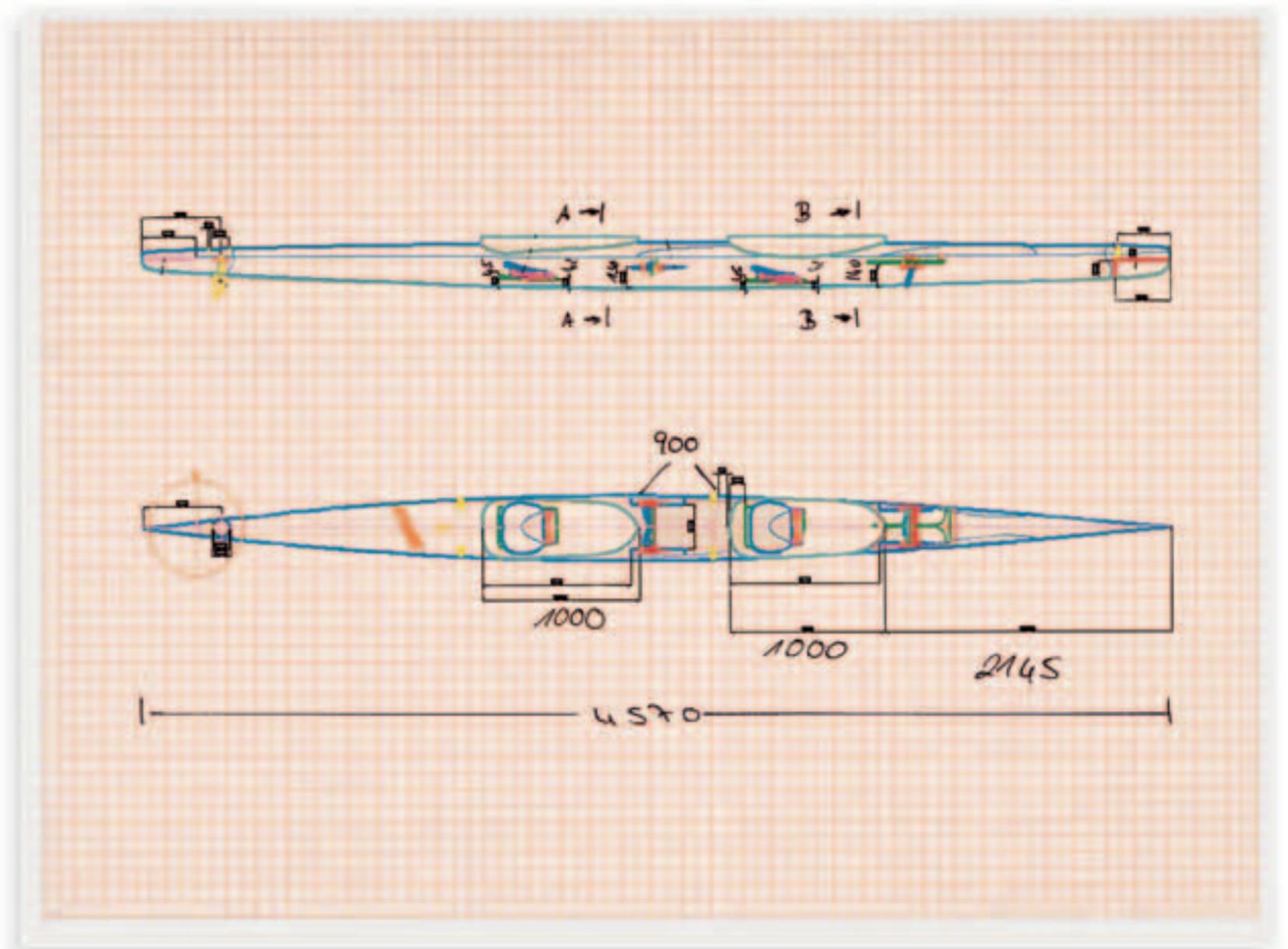
Zertifikat ISO 14001



Sport

■ Projekte und Förderungen

- „Auf dem Weg nach Olympia“
- Nationale Anti Doping Agentur (NADA)
- „Einer von uns“
- Deutsche Bank-SAP Open
- Großer Dressurpreis von Aachen



Im Kanu von Kreuzberg nach Athen

Mit der Deutschen Bank „auf dem Weg nach Olympia“



Die Liste seiner Titel kann sich sehen lassen: fünfmal Weltmeister im Kanu-Vierer, Silber bei den Olympischen Spielen 2000 in Sydney, zwei Mal Europameister. Trotzdem ist Stefan Ulm noch nicht zufrieden. Ein Olympia-Sieg sollte es schon noch sein, im Sommer 2004 in Athen. Dafür arbeitet der Kanute hart. Im Winter zwei Wochen Ausdauertraining beim Skilanglauf, dann fünf Wochen Trainingslager in Australien, anschließend zwei Wochen in Italien, danach Lehrgang in Magdeburg. Ein Terminkalender wie ein Manager. Selbst wenn Stefan Ulm zu Hause in Berlin trainiert, sind vom Tag schon fast sechs Stunden verplant. „18 bis 22 Stunden pro Woche muss man echt trainieren, wenn man in der Weltspitze mitfahren will“, sagt Stefan Ulm. Auch wenn er frühmorgens mit dem Training beginnt, kommt er nicht vor ein Uhr mittags zur Arbeit.

Genau hier, an der Schnittstelle zwischen Training und Beruf, kommt die Deutsche Bank ins Spiel: Zusammen mit der Stiftung Deutsche Sporthilfe hat sie das Projekt „Auf dem Weg nach Olympia“ ins Leben gerufen, eine Initiative „zur Förderung der beruflichen Karriere von Spitzensportlern in mittelständischen Unternehmen“. Es ist wiederum ein Beispiel für ein gesellschaftlich ausgerichtetes Engagement, das die Deutsche Bank zur Nachahmung empfiehlt. Über das Projekt werden Arbeitgebern die durch Training und Wettkämpfe bedingten Fehlzeiten der angestellten Sportler finanziell ausgeglichen. Denn Ulm bekommt zwar von der „Kanu-Connection“, einem Spezialausstatter in Berlin-Kreuzberg, ein volles Gehalt ausgezahlt, ist aber über den Daumen gepeilt nur die Hälfte der Zeit da – für viele kleinere Unternehmen schwer verkraftbar. Deshalb ersetzt die Deutsche Bank dem Arbeitgeber über die Stiftung Deutsche Sporthilfe den „Verlust“ der halben Arbeitszeit ihres Vorzeige-Mitarbeiters.

Stefan Ulms Chefs wissen, worum es geht: André Wohllebe und Frank Fischer sind selbst beide international erfolgreiche Kanuten; Wohllebe war 1992 sogar Olympiasieger. Sie haben Verständnis, wenn ihr Mitarbeiter wochenlang für seinen Sport unterwegs ist und beneiden ihn nicht, wenn er braun gebrannt und mit sonnengebleichten Haaren endlich mal wieder im Laden auftaucht.

Die Atmosphäre im mit Kanus, Paddeln und Sport-Klamotten vollgepackten Hinterhof-Gebäude an der Köpenicker Straße ist locker und freundschaftlich. Insofern ist es schon ein Glücksfall, dass Ulm hier einen Job gefunden hat. Schließlich muss er von seiner Arbeit leben, denn der Kanusport ist nicht die Formel 1, wo üppige Sponsoren- und Werbegelder fließen. Natürlich profitieren auch seine Chefs von Ulm und seinen sportlichen Erfolgen. Welcher Verkäufer wäre glaubwürdiger als ein Weltmeister? Und wer wüsste besser, worauf es ankommt?

Ehrgeizig war Ulm immer schon, auch wenn er auf den ersten Blick eher dem Bild eines lässigen Sunnyboys als dem eines toughen Spitzensportlers entspricht: 1975 im Ost-Teil Berlins geboren, fiel er bei den Sportver-

„Auf dem Weg nach Olympia“

Eine Initiative der Deutschen Bank

Leitung:

Hanns Michael Hölz,
Ottmar Kayser
www.deutsche-bank.de/cca/sport.html

Stiftung Deutsche Sporthilfe

www.sporthilfe.de

antwortlichen der DDR früh auf und ließ sich mit neun Jahren für den Kanusport begeistern. „Die haben einfach eine sehr gute Werbeveranstaltung gemacht“, erinnert sich Ulm heute. „Sie haben mir was von Naturverbundenheit, vom Zelten und von Lagerfeuern erzählt. Das hat mir in dem Alter schon gefallen.“

So kam er zur BSG Motor Köpenick. Dort begann er zu trainieren, erst zweimal die Woche, dann immer öfter, schließlich kam er 1989 auf die Sportschule, und das hieß sechs Mal in der Woche Training. Irgendwann war er Junioren-Weltmeister, 1997 dann zum ersten Mal Weltmeister. Zwei der drei Kanuten, die damals mit im Boot saßen, sind heute noch dabei.

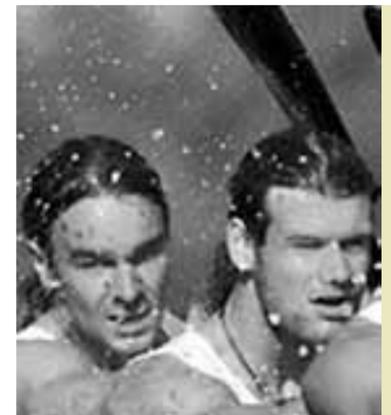
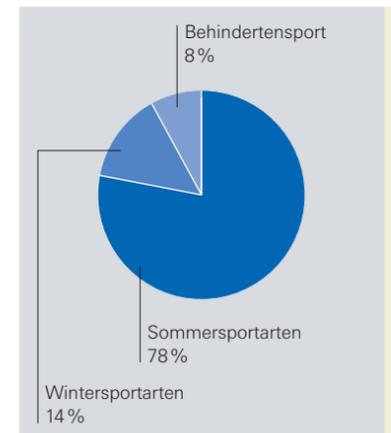
Zehn ernsthafte Regatten im Jahr sind üblich, dazu Trainings-Wettkämpfe und ein paar Einladungsregatten, die auch etwas Geld bringen. Das sportliche Ziel aber liegt für Ulm ganz oben: Weltmeisterschaften und Olympische Spiele. In der absoluten Weltspitze geht es um alles oder nichts. Hier wird selbst eine Deutsche Meisterschaft schon mal als „Aufbautraining“ angesehen. Denn vom sportlichen Erfolg hängt das persönliche Wohlergehen ab. Wer keine Top-Leistung bringt, fällt aus der Förderung raus und muss sehen, wie er sich finanziell über Wasser hält – und das geht dann wiederum zu Lasten des Trainings.

Für Stefan Ulm ist die Förderung „Auf dem Weg nach Olympia“ ideal: „Ohne die wäre es nicht möglich, eine berufliche Existenz neben dem Sport aufzubauen.“ Denn anders als viele seiner Mitstreiter kann er schon während seiner aktiven Laufbahn eine – wenn auch begrenzte – berufliche Karriere verfolgen. „Für mein Alter geht’s mir dank der Sporthilfe sehr gut“, sagt Ulm. „Kein Sportler wird damit reich, aber ich habe den Sport – und einen Beruf!“ Wie er haben seit Beginn des Projektes 2001 über 200 Spitzensportler aus rund 150 Betrieben von diesem Finanzierungs-Modell profitiert. Im Förderzeitraum 2002/2003 sind es 131 (Stand: April 2003).

„Wegen einiger weniger ‚Stars‘ wird das Problem in der Öffentlichkeit unterschätzt. Die meisten Athleten müssen sich schon während der aktiven Zeit auch um ihre berufliche Zukunft kümmern“, sagt Hans-Ludwig Gruschow, Vorstandsvorsitzender der Stiftung Deutsche Sporthilfe.

So sind alle zufrieden. Die „Kanu-Connection“ kann sich einen fähigen und engagierten Mitarbeiter leisten, der immer auf dem neuesten Stand ist und das Ohr an der Szene hat. Stefan Ulm kann sich auf seinen Sport konzentrieren, ist finanziell abgesichert und kann sich schon jetzt für „die Zeit danach“ eine berufliche Perspektive aufbauen. Und der deutsche Kanusport und der Olympia-Kader haben einen erfolgreichen Athleten, der optimal trainieren kann und deshalb beste Wettkampf-Chancen hat. Das Einzige was jetzt noch fehlt ist – ein Quentchen Glück!

Auf dem Weg nach Olympia
Förderungen nach Sportarten (gesamt: 131)



Von Fairplay, Handicaps und Pirouetten

Sportprojekte und Sportsponsoring



Die Deutsche Bank ist dem Sport auf vielfältige Weise verbunden. „Teamwork, Leistung und fairer Wettbewerb sind Werte, die im Sport essentiell sind“, sagt Michael Hölz, der bei der Deutschen Bank den Bereich Corporate Citizenship weltweit verantwortet. „Sie stehen aber auch für die Identität des Unternehmens Deutsche Bank.“ Aus diesem Grund engagiert sich die Bank zum Beispiel aktiv gegen Doping – auch wenn das weniger Schlagzeilen bringt als zum Beispiel das Sponsoring von publikumstarken Sport-Ereignissen oder Vereinen.

Sport hat viel mit Ehrgeiz zu tun. Und der kann über das Ziel hinauschießen: Mancher Sportler ist bereit, für den Erfolg Dinge zu tun, die sich nicht mit dem Gedanken eines fairen Wettbewerbs vertragen, nämlich die Regeln der Chancengleichheit zu verletzen und sich mit unlauteren Mitteln Vorteile zu verschaffen. Seitdem Geld auch im Sport eine immer wichtigere Rolle spielt, ist die Versuchung groß, „nachzuhelfen“. Aber Doping ist kein Kavaliärsdelikt, sondern der Anfang vom Ende des Leistungssports. Denn wenn nicht der einzelne Mensch, sondern die Chemie den Sieg davonträgt, hat Sport als Wettkampf seine Bedeutung

verloren – und verkommt zu einem reinen Spektakel.

Um das zu verhindern, genügen keine Appelle und keine Kontrollen. Die Bekämpfung des Dopings ist eine ständige gemeinsame Aufgabe von Trainern und Übungsleitern, von Eltern, Vereinen und Verbänden – d. h. einer breiten Öffentlichkeit. Die Vergangenheit hat gezeigt, dass die Kräfte, die der Leistungssport selbst gegen das Doping mobilisieren kann, nicht ausreichen. Bisher waren für



Annegret Kramp-Karrenbauer, Otto Schily, Manfred von Richthofen und Bärbel Dieckmann bei der NADA-Gründung

Wettkampfkontrollen die einzelnen Sportverbände und für Trainingskontrollen die Anti-Doping-Kommission des Deutschen Sportbundes und Nationalen Olympischen Komitees zuständig. Inzwischen allerdings hat man erkannt, dass nur eine Instanz, die von Interessengruppen unabhängig ist und vom Sport und der Gesellschaft gemeinsam getragen wird, Doping wirklich erfolgreich bekämpfen kann. Prävention ist auch hier entscheidend für den Erfolg: Schon im Breiten- und Amateursport, d. h. in Schulen, Fitness-Zentren und Sportvereinen, muss eindeutig Position bezogen werden, schon hier sind Aufklärung und Vorbildfunktion Teil der Verantwortung aller Aktiven. Denn am Ende kommt es entscheidend da-

rauf an, dass junge Menschen schon früh gegen das Doping immunisiert werden.

2002 wurden deshalb nach dem Vorbild der World Anti Doping Agency (WADA) des Internationalen Olympischen Komitees die **Nationale Anti Doping Agentur (NADA)** als deutsche Stiftung des privaten Rechts geschaffen. Am 15. Juli 2002 gaben der für den Sport zuständige Innenminister Otto Schily und der Präsident des Deutschen Sportbundes, Manfred

von Richthofen, die Gründung der Stiftung bekannt, im November wurde sie rechtskräftig anerkannt. Sie soll alle deutschen Anti-Doping-Maßnahmen, von den (bislang jährlich knapp 4000) Kontrollen bis zu einer einheitlichen Schiedsgerichtsbarkeit, bündeln und sich verstärkt um die Doping-Prävention bemühen.

Die **NADA** ist eine konzentrierte Aktion aus Sport, Politik und Wirtschaft: Das Stiftungskapital in Höhe von bislang 6,6 Millionen Euro kommt zum größten Teil vom Bund (5,1 Millionen Euro), zum Teil von den Ländern und der Stadt Bonn, die der NADA auch Büroräume zur Verfügung gestellt hat, sowie von den Sportverbänden. Für die Wirtschaft haben die Deutsche Bank

und die Deutsche Telekom als Gründungspartner jeweils 250 000 Euro, verteilt auf fünf Jahre, zugesagt.

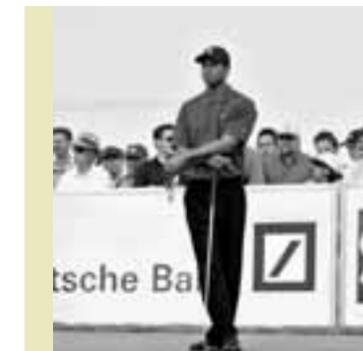
Dieses Engagement von Politik und Wirtschaft ist ein deutliches Signal, dass es nicht nur um das sogenannte „technische“ Problem geht, Doping im Einzelfall nachzuweisen bzw. durch Kontrollen zu verhindern. Es geht vielmehr vor allem um die unmissverständliche und geschlossene Ablehnung jeder Form des Dopings bzw. des Einsatzes stimulierender Substanzen. Bei allen spektakulären und medienwirksamen Fällen sollten allerdings die Relationen beachtet werden: Nur ein ganz kleiner Teil der Sportler versucht, sich mit unerlaubten Mitteln Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Die überwiegende Mehrheit lehnt Doping ab und setzt alles daran, durch optimales Training Höchstleistungen zu erzielen.

Bei jüngeren Sportlern geht das häufig zu Lasten der Berufsausbildung. Am Olympiastützpunkt Berlin wurde deshalb von der Stiftung Deutsche Sporthilfe in Kooperation mit der bbw Akademie, dem Bildungswerk der Wirtschaft in Berlin und Brandenburg, ein **Ausbildungsprojekt für Leistungssportler** entwickelt. Dabei wurden mehrere Ausbildungsklassen gebildet, die durch eine Verlängerung der Ausbildungszeit den Sportlern Freistellungen für Training und Wettkämpfe ermöglichen. Die Deutsche Bank gibt dafür Zuschüsse im Sinne eines „Ausbildungsentgelts“.

Im Rahmen des Programms **„Einer von uns“** unterstützt die Deutsche Bank darüber hinaus potentielle Olympia-Teilnehmer in der eigenen Mitarbeiterschaft. Im Rahmen des Programms wird es diesen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern er-

möglicht, sich intensiv auf die Olympischen Spiele vorzubereiten. Zu den Teilnehmern gehören u. a. die Ruderin Kathrin Boron, der Schwimmer Christian Keller und der Boxer Sebastian Köber.

Die Deutsche Bank engagiert sich im Sport aber nicht nur „zwecklos“ bei der Nachwuchsförderung und im Kampf gegen Doping, sondern auch als klassischer Sponsor bei zwei bedeutenden Sportereignissen. Die **Deutsche Bank-SAP Open Tournament Players' Championship of Europe**, die abwechselnd



auf Gut Kaden bei Hamburg und in St. Leon-Rot bei Heidelberg ausgetragen wird, ist das wichtigste Golf-Turnier auf dem europäischen Festland. Das Turnier entwickelte sich 1998 aus der auf der eigenen Platzanlage ausgetragenen Deutsche Bank Open, die 1995 erstmals den deutschen und europäischen Golf-sport bereicherte. Im Jahr 2002

verfolgten 78 000 Zuschauer das Turnier in St. Leon-Rot, das schließlich Tiger Woods in einem spannenden Stechen gegen Colin Montgomerie gewann – zum dritten Mal seit 1999.

Durch ihr Engagement unterstützt die Deutsche Bank die Popularität und die Verbreitung des Golfsports, den mittlerweile über 400 000 Menschen in Deutschland ausüben. Daneben eröffnet es exklusive Möglichkeiten zur Kundenbindung. Ende August 2003 startet in Boston/USA die **„Deutsche Bank Championship“** als neues Turnier auf der US PGA-Tour.

Ähnliche Überlegungen wie beim Golfsport haben die Deutsche Bank schon vor vielen Jahren veranlasst, den **Concours Hippique International Officiel (CHIO)** in Aachen als Sponsor zu fördern. Das Turnier ist der einzige offizielle internationale Wettkampf im Pferdesport, der weltweit Nationenpreise in den drei Disziplinen Dressur, Springen und Fahren vergibt. Im Jahr 2002 besuchten über 300 000 Zuschauer das Turnier und bestätigten so eindrucksvoll den Titel eines „Weltfestes des Pferdesports“. Mit der Vergabe des Preises der Deutschen Bank AG **„Großer Dressurpreis von Aachen“** und der Namensgebung des modernen Dressurstadions hat die Deutsche Bank den Schwerpunkt ihres Engagements auf die Dressur gelegt.



Globale Unternehmen – globale Verantwortung

Die Herausforderungen annehmen



Carly Fiorina
CEO, Hewlett Packard

Eines der Bilder, das sich seit dem Fall der Berliner Mauer als Symbol für unsere moderne Welt durchgesetzt hat, ist die Metapher vom „global village“, vom „globalen Dorf“, mit der die zunehmende Vernetzung der Welt beschrieben wird. Mittlerweile haben wir diesen Begriff so oft gehört, dass wir ihn beinahe schon für selbstverständlich halten. Aber haben wir uns jemals wirklich vorgestellt, wie die Welt aussähe, wenn sie aus einem Dorf bestünde?

Welcher Anblick würde sich uns wohl bieten, wenn wir die jetzigen globalen Verhältnisse 1:1 auf ein Dorf mit hundert Menschen übertragen? Von hundert Einwohnern stammten 57 aus Asien, 21 aus Europa, 14 aus der westlichen Hemisphäre und 8 aus Afrika. 80 wohnten in ärmlichen Behausungen. 70 könnten nicht lesen. 65 hätten noch nie ein Telefongespräch geführt. 50 litten an Unterernährung. Nahezu 25 hätten weniger als einen Dollar pro Tag zum Leben. 20 hätten keinen Zugang zu sauberem Trinkwasser. Nur einer hätte einen Hochschulabschluss. Und nur einer verfügte über einen Computer.

Man kann die Analogie gedanklich noch ein Stück weiter treiben und sich vorstellen, was wäre, wenn diese Menschen tatsächlich in einem Dorf zusammenlebten. Wie hautnah würde jeder Einzelne das Leben seiner Nachbarn mitbekommen! Welche Ressentiments würden in so einem Dorf entstehen, in dem diejenigen, die genug zu essen haben, nicht alles dafür tun, dass die Nahrungsmittel für alle reichen; oder wenn der Akademiker sich ein Auto und einen Satelliten-Fernseher anschaffte und das Leben einfach genießen würde, während die Kinder auf der anderen Straßenseite im Dunklen säßen und um Essen betteln müssten?

Welche Erwartungen hätte man an einen „guten Bürger“ eines solchen Dorfes? Vor allem doch eine: dass er oder sie erkennen würde, welche Konsequenzen die eigenen Handlungen im Zusammenhang eines wesentlich größeren Systems von Ursache und Wirkung haben. Das hieße, das eigene Handeln innerhalb des Systems nicht isoliert zu betrachten; und auch dass jeder Bewohner des Dorfes sich fragte, was er oder sie dazu beitragen kann, das Dorf nachhaltig zu einem für alle lebenswerteren Ort zu machen.

Was also sind die Erwartungen an ein internationales Unternehmen, wenn es darum geht, als verantwortungsvoller „Weltbürger“ zu handeln? Als Minimum würde man sicher absolute Glaubwürdigkeit und eine Unternehmenspolitik erwarten, die auf größtmöglicher Transparenz und klarer Rechenschaftslegung beruht. In den Bereichen Umweltschutz, Schutz der Privatsphäre, Arbeitsordnung und Menschenrechte gälte es, höchstmögliche Standards einzuhalten. Darüber hinaus würde man erwarten, dass das Unternehmen sich zumindest in seinem unmittelbaren Umfeld auch gemeinnützig engagiert.

Das alles wäre schon ganz gut, doch es bedarf noch mehr. Angesichts der globalen Vernetzung und dem Grad der Integration der Weltwirtschaft müssen sich gute globale „Corporate Citizens“ heute mit den Stakeholdern zusammentun und sich mit ihnen gemeinsam dafür engagieren, die fundamentalen Probleme unserer Welt lösen zu helfen.

Wie können wir die Ressourcen von Unternehmen so einsetzen, dass wir die größtmögliche Wirkung erzielen? Finanzielle Unterstützung ist sicher von entscheidender Bedeutung, wenn es darum geht, die Situation der Entwicklungsländer und der sozial und wirtschaftlich schwachen Regionen der Industrieländer zu verbessern. Darüber hinaus haben die Unternehmen aber noch ganz andere Ressourcen zu bieten: Unser intellektuelles Vermögen, Produkte und Verfahren zu entwickeln, die im lokalen Umfeld von Bedeutung sind, und unsere organisatorischen Fähigkeiten und Projektmanagement-Kompetenzen werden noch viel mehr gebraucht als unser Geld. Auf dem Gipfeltreffen letzten Sommer in Johannesburg wurde kein Zweifel daran gelassen, dass die Entwicklungslücke vor allem eine Umsetzungslücke ist: Wenn es gelänge, die Kluft zwischen den Inhalten weltweiter Abkommen und deren tatsächlicher Umsetzung zu schließen, wäre schon einiges erreicht. Der wichtigste Beitrag, den multinationale Unternehmen heute für eine nachhaltige Entwicklung leisten können, besteht folglich nicht in ihrem finanziellen, sondern in ihrem Humankapital; das heißt in ihrer Erfahrung, ihrem Wissen und der Fähigkeit, dieses kompetenzbildend wirksam werden zu lassen. Für Hewlett Packard hieß das, einen Fachmann aus dem Senior Management des Unternehmens für die Leitung einer Arbeitsgruppe der UNO zu stellen, bei der es darum geht, alle Potentiale der Informations- und Kommunikationstechnologie für die Armutsbekämpfung, für das Erreichen der Ziele der Millenniums-Erklärung bis 2015 zu mobilisieren. In gleicher Weise engagiert sich die Deutsche Bank in der Financial Initiative der UNEP seit vielen Jahre dafür, den Sustainability-Beitrag der weltweiten Finanzinstitutionen zu verbessern.

Es geht darum, neue Produkte und Systeme zu entwickeln, die den konkreten Bedürfnissen dieser Gemeinschaften gerecht werden. Als Vertreter der IT-Branche, deren Produkte nur von zehn Prozent der Weltbevölkerung gekauft werden können, müssen wir uns darüber im Klaren sein, dass große Teile der zukünftigen Ideen und der zukünftigen Nachfrage aus den Entwicklungsländern kommen werden. Wir können deshalb nicht länger so tun, als hätten unsere Aktivitäten in diesem Bereich nichts mit unserem langfristigen Geschäftserfolg zu tun; sie sind vielmehr von fundamentaler Bedeutung für diesen Erfolg. Es geht hier also nicht nur um die Schaffung sozialer Werte, sondern auch um die Entwicklung neuer Produkte und Anwendungen, die unseren Unternehmenserfolg beflügeln.

Im Geschäftsbericht der Deutschen Bank von 1999 hieß es in diesem Sinne, dass die Fähigkeit, Profitabilität, unternehmerisches und gesellschaftliches Engagement zu verbinden, zu einem zunehmend wichtigen Erfolgsfaktor werde. Wir teilen die Überzeugung der Deutschen Bank, dass die Globalisierung der Wirtschaft mit einer Globalisierung der Verantwortung einhergehen muss. Als Unternehmenslenker steht es in unserer Macht, die Rolle der Konzerne auf der Weltbühne neu zu definieren, Fähigkeiten nutzbar zu machen, Gemeinschaften vor Ort entsprechend zu stärken und die Hoffnung zu geben, dass wir die komplexen Probleme unserer heutigen Welt angehen werden – während wir zugleich an unserem langfristigen Unternehmenserfolg arbeiten. Nichts weniger als das sollte heute mit „global citizenship“ gemeint sein. Denn die Welt und unsere Zukunft warten auf uns.

Nachhaltigkeit als umfassender Auftrag

Ein Unternehmensüberblick

Die Deutsche Bank AG ist ein weltweit führender Anbieter integrierter Finanzlösungen für anspruchsvolle Kunden und die führende Bank in Deutschland. Der Heimatmarkt ist Europa, eine starke Stellung im europäischen und insbesondere im deutschen Markt ist die Grundlage für die globalen Aktivitäten. Mit 77 442 Mitarbeitern Ende 2002 betreut die Bank über zwölf Millionen Kunden in 76 Ländern. Mehr als die Hälfte der Mitarbeiter arbeitet außerhalb Deutschlands.

Als moderne Universalbank bietet die Deutsche Bank eine breite Palette hochwertiger Dienstleistungen an: Die Rundumbetreuung der privaten Kunden reicht von der Kontoführung über die Beratung bei der Geld- und Wertpapieranlage bis hin zur Vermögensverwaltung und Vorsorgeplanung. Firmen und institutionellen Kunden wird das gesamte Spektrum einer internationalen Firmenkunden- und Investmentbank geboten – von der Abwicklung des Zahlungsverkehrs über die gesamte Bandbreite der Finanzierung bis hin zur Begleitung von Börsengängen und der Beratung bei Übernahmen und Fusionen. Darüber hinaus nimmt die Deutsche Bank eine führende internationale Stellung im Geschäft mit Devisen, Anleihen und Aktien einschließlich der zugehörigen Derivate ein.

Weil sich Unternehmen aber nicht allein im „wirtschaftlichen Raum“ bewegen, sondern immer auch als gesellschaftliche Institution handeln, müssen sie bei ihren Entscheidungen die Interessen verschiedener Gruppen berücksichtigen. In ihren Aktionären, Kunden, Mitarbeitern und der Gesellschaft sieht die Deutsche Bank ihre wichtigsten Zielgruppen. Der Prozess der Entscheidungsfindung wird durch Diskussionen und Erfahrungsaustausch mit Stakeholdern unterstützt. Um nachhaltigen Mehrwert für die Deutsche Bank – und damit auch für die Zielgruppen – zu schaffen, gilt es, unterschiedliche Wechselwirkungen zwischen diesen Zielgruppen zu berücksichtigen und langfristig ausgleichend zu agieren. Dazu ist die Bereitschaft der Anleger nötig, sich am Unternehmen zu beteiligen. Gegenwärtig hat die Bank mehr als eine halbe Million Aktionäre. Die Aktien werden zu 80 Prozent von institutionellen Anlegern (einschließlich Banken) und zu knapp 50 Prozent von Ausländern gehalten.

Deutsche Bank AG

deutsche.bank@db.com

Aktionärs-Hotline:
08 00-9 10-80 00

Investor Relations:
0 69-9 10-3 80 80
db.ir@db.com

**Geschäftsbericht
im Internet:**
www.deutsche-bank.de/02

**Corporate Governance
Bericht und Grundsätze:**
www.deutsche-bank.de/ir

Für den Erfolg am Markt ist vor allem die Zufriedenheit der Kunden wichtig. Nur mit attraktiven Produkten zu wettbewerbsfähigen Bedingungen und hervorragendem Service kommt die Bank deren Bedürfnissen optimal entgegen. Die Kunden stehen deshalb im Mittelpunkt des unternehmerischen Denkens. Ein attraktives Leistungsspektrum wiederum können nur Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen mit erstklassiger Ausbildung, hoher Motivation und breiter Erfahrung anbieten, die sich mit der Deutschen Bank, ihren Werten und ihrer Unternehmenskultur identifizieren. Die Deutsche Bank will in ihrer geschäftlichen Entwicklung nicht nur ihrer ökonomischen, sondern auch ihrer ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden. Die gleichzeitige Berücksichtigung aller drei Kriterien ist Bedingung für Nachhaltigkeit – Sustainability – und kennzeichnet in unseren Augen ein Handeln, das darauf ausgerichtet ist, kommenden Generationen stabile wirtschaftliche und soziale Verhältnisse sowie eine gesunde Umwelt zu übergeben. Mit ihrem vielfältigen kulturellen und gesellschaftlichen Engagement,

das durch die freiwillige Hilfe der Mitarbeiter unterstützt und mit diesem Bericht zum ersten Mal umfassend dokumentiert wird, übernimmt die Deutsche Bank darüber hinaus Verantwortung als Corporate Citizen – auch dort, wo sie nicht geschäftlich aktiv ist.

Um den optimalen Erfolg für alle Gruppen zu erreichen, müssen sich gerade global operierende Unternehmen immer wieder den Anforderungen der internationalen Märkte anpassen. Seit dem Jahr 2001 gliedert sich die Deutsche Bank in drei Konzernbereiche: Corporate and Investment Bank (CIB), Private Clients and Asset Management (PCAM) und Corporate Investments (CI). Letztere betreut im Wesentlichen die Anlagen in Private Equity, Immobilien und die traditionellen Industriebeteiligungen. Hinzu kommt das Corporate Center, das den Vorstand bei der Planung, Lenkung, Kontrolle, Risikosteuerung und Erfüllung aufsichtsrechtlicher Auflagen unterstützt.

Unsere Führungsstruktur



Zu CIB gehören

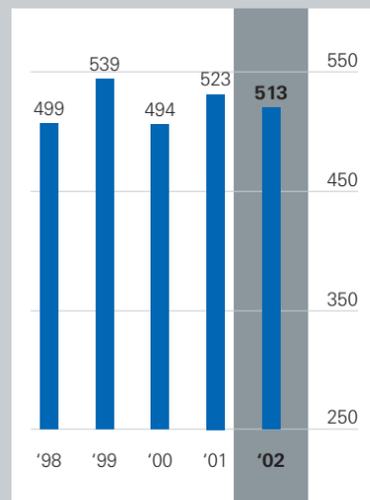
- Global Markets, das sämtliche Handels-, Verkaufs- und Analyse-Aktivitäten im Geschäft mit Devisen, Anleihen, Derivaten umfasst,
- Global Equities, also im Wesentlichen Analyse, Verkauf und Handel von Aktien,
- Global Corporate Finance für alle Fragen der Firmenfinanzierung und schließlich
- Global Transaction Banking mit dem Cash-Management für Unternehmen und Finanzinstitute.

Kernbereiche in PCAM sind

- Private and Business Clients, in dem mehr als 12 Millionen Privat- und Geschäftskunden betreut werden,

Anzahl der Aktionäre leicht rückläufig

in Tausend zum Jahresende



■ Private Wealth Management, das sich auf die Betreuung vermögender Personen und Familien weltweit konzentriert, sowie

■ Asset Management mit dem weltweiten Fondsgeschäft für private und institutionelle Kunden sowie maßgeschneiderten Anlageprodukten bei Aktien, Renten und Immobilien.

Der Vorstand führt den Konzern als virtuelle Holding.

An ein internationales Unternehmen wie die Deutsche Bank werden besondere Anforderungen gestellt, die über die gesetzlichen Standards hinausgehen. Bereits im März 2001 haben Vorstand und Aufsichtsrat der Deutschen Bank deshalb Grundsätze der Corporate Governance beschlossen. Nachdem eine Regierungskommission in Deutschland inzwischen einen Kodex vorlegte, hat die Bank ihre Grundsätze aktualisiert. Sie gehen als freiwillige Selbstverpflichtung über die gesetzlichen Vorschriften und den Regierungskodex hinaus.

Damit liegt ein klares Regelwerk für eine verantwortungsvolle, auf Wertschöpfung ausgerichtete Leitung des Unternehmens vor. Behandelt werden darin vor allem die Beziehungen zu den Aktionären, die Aufgaben und Pflichten von Vorstand und Aufsichtsrat, die Gestaltung und Veröffentlichung der erfolgsorientierten Vergütung sowie die Anforderungen an die Rechnungslegung und die Transparenz. Die hohen Standards unserer Corporate Governance-Grundsätze hat die Beratungsfirma Déminor in einer Studie über die EURO STOXX 50-Unternehmen erneut mit einem hervorragenden dritten Platz bestätigt. Der ausführliche Corporate Governance-Bericht 2002 einschließlich der aktuellen Corporate Governance-

Nettoerträge¹

in Mio €	2002	2001	2000
Deutschland	11 330	13 572	16 050
Europa ohne Deutschland ²	6 655	7 508	8 889
Nordamerika ³	6 041	6 549	7 382
Asien/Pazifik	2 162	1 998	1 978
Südamerika	189	294	173
Nettoerträge insgesamt	26 377	29 921	34 472

¹ Gemäß Segmentberichterstattung

² Großbritannien ist verantwortlich für mehr als die Hälfte dieser Erträge.

³ Hauptsächlich aus den USA

Ertragsteuern

Komponenten des Steueraufwands/-ertrags:

in Mio €	2002	2001	2000
Inland	215	486	337
Ausland	494	1 102	1 351
Tatsächliche Steuern	709	1 588	1 688
Inland	2 992	100	-8 356
Ausland	-512	-259	24
Latente Steuern	2 480	-159	-8 332
Insgesamt	3 189	1 429	-6 644

Grundsätze kann bei der Deutschen Bank angefordert oder über Internet abgerufen werden.

Die Deutsche Bank fühlt sich auch dem globalen Kampf gegen Geldwäsche, Bestechung und Korruption verpflichtet. Sie arbeitet an der Entwicklung entsprechender Standards, wie zum Beispiel an den Wolfsberg Principles (siehe Glossar) mit. Die Strategien, Ziele und Maßnahmen innerhalb der Bank werden ständig überprüft und aktualisiert, um eine erstklassige Umsetzung der Standards zu garantieren. Dies ist ein Teil des Risikomanagements und damit ein elementarer Bestandteil der Kernkompetenz unseres Hauses. Kredit-, Markt-, Liquiditäts-, operationelle und Geschäftsrisiken werden in einem koordinierten Prozess auf allen relevanten Ebenen des Konzerns geprüft. Berücksichtigung finden dabei auch Sustainability-relevante Kriterien.

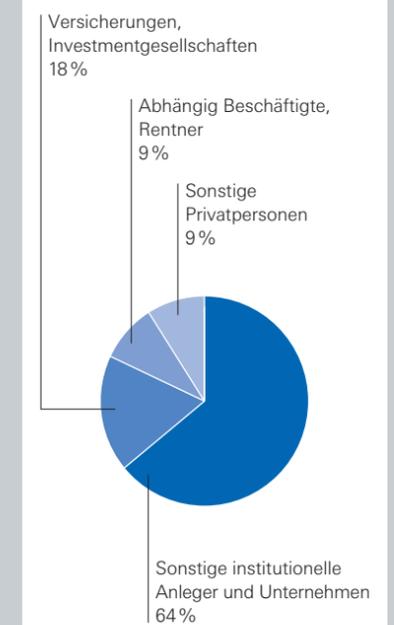
Mit Hilfe interner Policies werden Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Deutsche Bank zur Beachtung und Einhaltung verschiedenster Vorgaben und Regelungen verpflichtet. Diese Policies umfassen Regelungen für das Miteinander in der Deutschen Bank, für sämtliche Geschäftsfelder wie zum Beispiel das Risikomanagement oder Produktentwicklungen und nicht zuletzt für die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien. Die Mitarbeiter werden bezüglich dieser Regelungen regelmäßig geschult und informiert, die Einhaltung der Regelungen wird intern und zum Teil auch extern kontrolliert, Verstöße können persönliche Konsequenzen nach sich ziehen.

Rating der Deutschen Bank 2002

Langfrist-Rating	
Moody's Investors Service, New York	Aa3
Standard & Poor's, New York	AA-
Fitch Ratings, New York	AA-
Sustainability-Rating	
Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI World und DJSI STOXX)	Rang 2 unter den Finanzdienstleistern
FTSE4Good (FTSE4Good Europe 50 und FTSE4Good Global 100)	Rang abhängig von der Marktkapitalisierung

Verteilung des Grundkapitals

621,9 Mio Aktien zum Jahresende 2002



Human Resources

Entwicklung, Anerkennung und Vielfalt als Schlüssel zum Erfolg

Ziel der Deutschen Bank ist es, der beste Finanzdienstleister der Welt zu sein und damit bleibenden Mehrwert für unsere Kunden, Aktionäre, unsere Mitarbeiter und die Gesellschaft zu schaffen. Schlüssel zum Erfolg und Grundlage, auf der dieses Ziel erreicht werden kann, sind Können und Engagement unserer Mitarbeiter.

Die Anforderungen sind hoch

Gerade in Zeiten, in denen die Bank ihre Wettbewerbsfähigkeit in umkämpften und immer anspruchsvolleren Märkten täglich neu unter Beweis stellen muss, sind Kreativität und die Bereitschaft zu Leistung und Einsatz gefordert. Wir wollen, dass unsere Mitarbeiter unternehmerisch denken und handeln und in ihrem Arbeitsumfeld persönlich Verantwortung übernehmen. Der Code of Conduct der Deutschen Bank verpflichtet auf hohe Standards nicht nur in puncto Professionalität, sondern auch im Hinblick auf Integrität gegenüber Kunden, der Fairness im Umgang mit Wettbewerbern und den Interessen Dritter und untadeliges Verhalten am und außerhalb des Arbeitsplatzes.

Wenn man bei diesen Ansprüchen den Status eines bevorzugten Arbeitgebers genießen und weltweit die am besten geeigneten Menschen dafür gewinnen will, ihre Leistungskraft langfristig in den Dienst unserer Kunden zu stellen, gilt es vor allem, eine Kultur zu schaffen, in der Leistung honoriert wird, der Einzelne sich entwickeln kann und in der eine gesunde Balance zwischen Arbeit und privatem Umfeld gefunden werden kann.

Modernste Vergütungssysteme

Die Deutsche Bank verfügt über eines der modernsten Vergütungssysteme der Branche. Zu einem marktgerechten Grundgehalt kommen für jeden Mitarbeiter variable Gehaltsbestandteile, deren Höhe von dem Ergebnis der Bank und von der Leistung des Einzelnen abhängen. Sukzessive wurde der Anteil aktienbasierter Vergütungsbausteine ausgeweitet, um die leistungsbezogene Vergütung an die Kursentwicklung und die langfristige Entwicklung des Shareholder Value anzubinden. Allen Mitarbeitern werden attraktive Leistungen zur Altersvorsorge gewährt. Mit einem Menue-Programm hat der Einzelne zum Beispiel in Deutschland zusätzlich die Möglichkeit, Teile seiner Barvergütung gegen Zusatzleistungen einzutauschen. Neben attraktiven Leistungsinhalten sind in das Menue-Angebot Steuervorteile für Sachleistungen und Einkaufsvorteile der Bank integriert.

Innovative Formen der Arbeit, flexible Arbeitszeiten

Moderne Formen der Arbeitsorganisation und Möglichkeiten der flexiblen Gestaltung der täglichen Arbeitszeit tragen dem wachsenden Bedürfnis der Menschen nach gestalterischen Freiräumen und dem autonomen Umgang mit der Ressource Zeit Rechnung. Neue Kommunikationstechnologien und ein wachsendes Verständnis dafür, dass „Arbeit“ nicht zwingend identisch mit „Arbeit im Büro“ sein muss, erlauben es, dass Mitarbeiter der Deutschen Bank heute überall in der Welt ihre Arbeitsleistung tageweise oder dauerhaft, informell abgestimmt oder über den Abschluss einer arbeitsvertraglichen Zusatzregelung von zu Hause oder an Arbeitsplätzen außerhalb des Betriebes erbringen. Flexible Regelungen zur Ausgestaltung

der wöchentlichen Arbeitszeit erlauben es unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an vielen Standorten weltweit, ihren Arbeitstag autonom einzuteilen. Jeder Mitarbeiter in Deutschland hat darüber hinaus die Möglichkeit, zum Beispiel Teile seiner Vergütung gegen zusätzliche Freizeit einzutauschen. Das Leistungskontenmodell „zeitinvest“ steht für voll vergütete Sabbaticals von bis zu einem Jahr, die Möglichkeit für einen befristeten Zeitraum bei vollen Bezügen auf Teilzeitbasis zu arbeiten oder vorzeitig in den Ruhestand zu treten. Rund 2500 Mitarbeiter investieren derzeit in eine derartige bezahlte Freistellung und lassen sich ihre in das System eingestellten Beiträge am Kapitalmarkt verzinsen. Job-Sharing und die Bereitschaft der Deutschen Bank, unterschiedliche Teilzeit-Konzepte umzusetzen, eröffnen weitere Spielräume, persönliche und betriebliche Belange in Übereinstimmung zu bringen.

Exzellenz durch Kompetenzaufbau

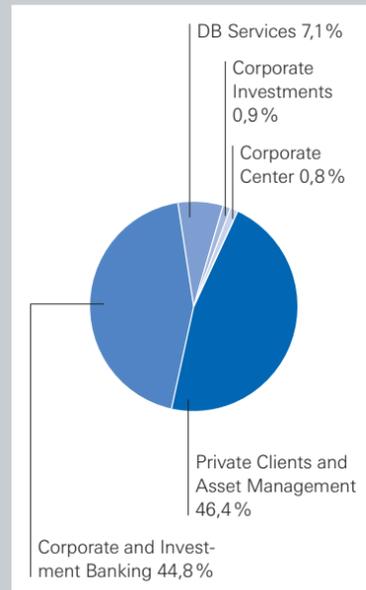
Schnellere Innovationszyklen und veränderte Geschäftsprozesse sowie die zunehmende weltweite Vernetzung unserer geschäftlichen Aktivitäten führen zu hohem Anpassungs- und Lernbedarf. Die Trainingsbudgets belaufen sich jährlich weltweit auf über 126 Millionen Euro, im letzten Jahr fanden nahezu 70 000 individuelle Trainingsmaßnahmen statt. Das Bestreben der Bank ist es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mehr Entscheidungsfreiheit darüber zu geben, wann und wo sie lernen wollen. Über das Intranet-Portal „Learning Web“ können alle Trainingsangebote weltweit eingesehen und direkt gebucht werden. Neue e-Learning-Angebote erlauben den Zugriff auf Lerninhalte zu jeder Zeit und von jedem Ort. Zudem findet Lernen häufiger in Projekten und arbeitsplatznah statt, um den Transfer des Gelernten zu erhöhen.

Soziale Verantwortung auch in schwierigen Zeiten

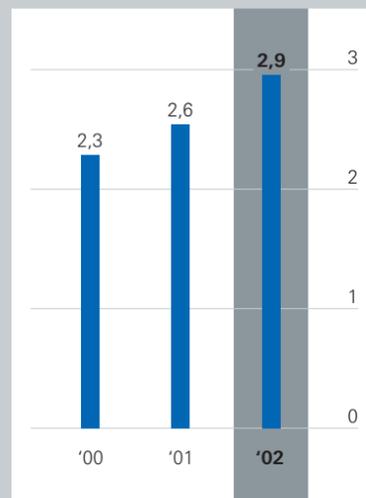
Der Abbau von Arbeitsplätzen – dies zeigten die letzten beiden Jahre – wird sich nie ausschließen lassen. Er ist selten die zwingende Folge einer unbefriedigenden Ertragslage. Vielmehr resultiert ein Stellenabbau in der Regel aus der Notwendigkeit struktureller Veränderungen. Es geht darum, zukünftige Marktbedingungen und Kundenerwartungen zu antizipieren und effiziente, tragfähige Strukturen zu schaffen.

In dem Bemühen um eine für jeden betroffenen Mitarbeiter sachgerechte und faire Lösung bleibt die Nutzung konzerninterner Optionen vorrangiges Ziel. Mit unserem 1998 ins Leben gerufenen „DB Mosaik für Beschäftigung“ steht ein ganzes Bündel unterschiedlichster Instrumente zur Unterstützung der beruflichen Neuorientierung zur Verfügung. Über das Angebot eines umfassenden JobCoachings und dem DB JobCenter, einer Orientierungs- und Platzierungsberatung, gelingt es, die Mitarbeiter individuell auf die Suche am internen wie externen Markt vorzubereiten. Systematisch werden passende Vakanzen in Konzerngesellschaften und bei externen Unternehmen identifiziert, die den Bewerbern zusätzliche Optionen eröffnen. Allein in den letzten zwölf Monaten wurden diese Angebote von rund 800 Mitarbeitern mit sehr guten Erfolgen in Anspruch genommen. Die rund 150 Mitarbeiter unseres konzerninternen Zeitarbeitsunternehmens „Bankforce“ sind im Rahmen von Projekten und Vertretungseinsätzen tätig. Ziel ist es hier, mit bundesweiten Einsätzen in einem Zeitraum von ein bis zwei Jahren eine endgültige Wiederplatzierung im Konzern zu ermöglichen. Abgerundet wird dieses Angebot durch „Bankpower“ – ein Joint Venture mit einer externen Zeitarbeitsfirma, das ausscheidenden Mitarbeitern eine Brücke in ein neues, unbefristetes Arbeitsverhältnis baut. Daneben beinhaltet das Mosaik die

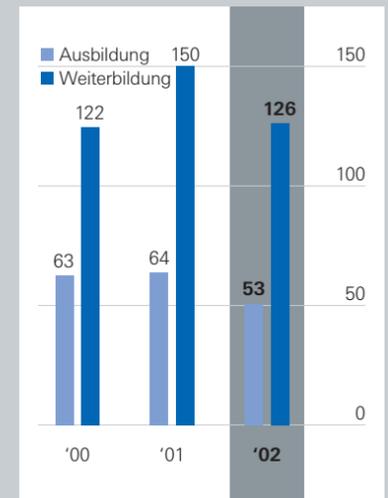
Personalstruktur nach Geschäftsbereichen 2002



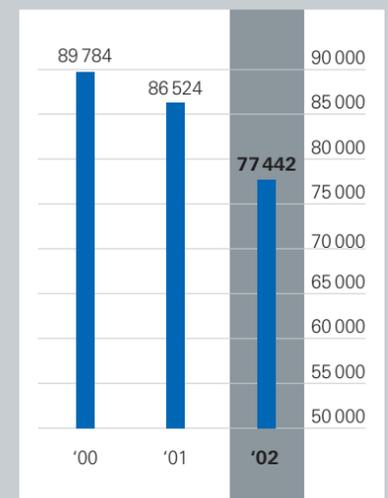
Fehlzeitenquote 2000–2002 in Prozent



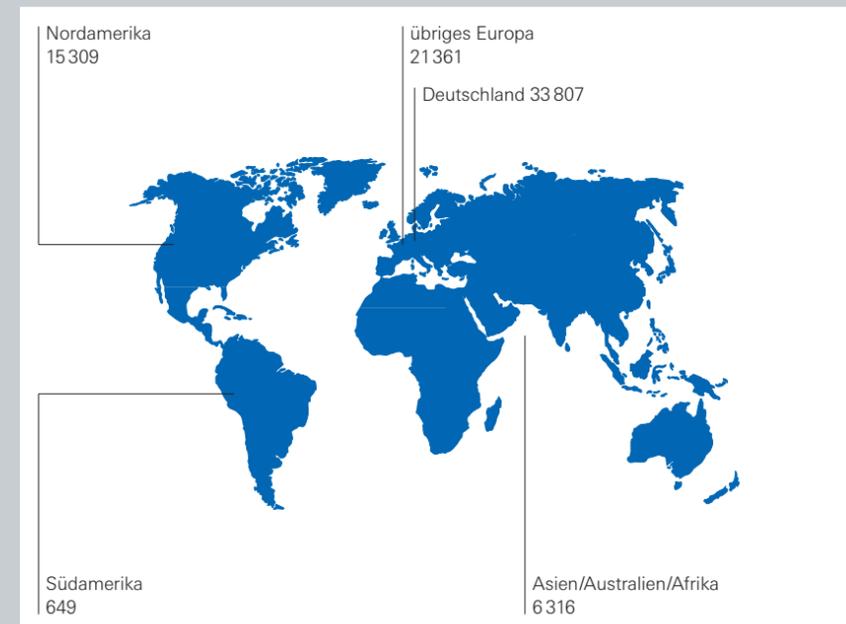
Aufwendungen für Aus-/Weiterbildung in Mio EUR 2000–2002



Entwicklung der Mitarbeiterzahlen 2000–2002



Regionaler Einsatz unserer Mitarbeiter 2002



Unterstützung bei Existenzgründungen wie auch die Finanzierung von Umschulungsprogrammen für Mitarbeiter, die sich grundsätzlich neu orientieren möchten.

Diversity – Vielfalt der Talente in der Deutschen Bank

Weil unternehmerischer Erfolg von der Individualität der Mitarbeiter, der Breite an Erfahrungen und Persönlichkeiten, getragen wird, ist Diversity, die Vielfalt von Kulturen und Erfahrungshorizonten, wesentliches Leitmotiv für die Personalarbeit. Diversity – das ist für uns in erster Linie eine Frage der Unternehmenskultur, insbesondere einer Haltung, die gegenseitige Wertschätzung und Offenheit widerspiegelt. Wir möchten jeden, der für uns tätig ist, dazu ermutigen, die eigene Individualität zu leben und die Unterschiedlichkeit der Menschen in der Bank als Reichtum und Vorteil zu erleben. Wir erwarten diese Grundeinstellung von jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter und haben sie in einem weltweit gültigen Verhaltenskodex für uns ausformuliert.

Die Deutsche Bank beschäftigt Mitarbeiter aus insgesamt 124 Nationen in 75 Ländern. Rund 4 000 unserer Mitarbeiter arbeiten außerhalb des Landes, dessen Pass sie tragen – nicht als Delegierte, sondern zu den jeweils lokalen Bedingungen ihres Einsatzortes. Keiner weiß besser als diese Kolleginnen und Kollegen, was es heißt, sich über kulturelle und nationale Grenzen hinweg in die unterschiedlichen Usancen des Geschäfts und verschiedener Infrastrukturen einzuarbeiten.

Wir wollen traditionell unterrepräsentierten ethnischen Gruppen eine bessere Chance in unserer Organisation geben. Daher bieten wir mit unseren Initiativen „Next Steps“ und „I Have a Dream“ gezielt qualifizierten Schülern und Studenten, die zu einer ethnischen Minderheit gehören, Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten in Form eines Praktikums in der Bank an. Diese Initiativen sollen den Austausch von Erfahrungen sowie die Bildung von Netzwerken unterstützen. Darüber hinaus machen sie die Bank mit vielversprechenden potentiellen Nachwuchskräften

bekannt. Unsere Geschäftseinheiten unterstützen diese Initiativen und übernehmen selbst die Betreuung der Studenten durch erfahrene Führungskräfte als „Champions“.

Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels vor allem in Europa besteht auch für uns eine besondere Herausforderung darin, die richtige Balance der Generationen in unserer Bank zu bewahren, die Motivation und Leistungsfähigkeit unserer erfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufrechtzuerhalten und gezielt zu fördern sowie die Zusammenarbeit zwischen den Generationen zu unterstützen. Da zudem das Management des durch Erfahrung gewonnenen Know-hows in unserer Wissensgesellschaft eine immer größere Bedeutung erlangen wird, bilden ein gut funktionierendes Wissensmanagement und die intergenerative Zusammenarbeit einen wichtigen Wettbewerbsvorteil. Daher nimmt unsere Personalarbeit verstärkt eine lebensphasenorientierte Perspektive ein. Unser Ziel dabei ist, eine Unternehmenskultur zu schaffen, in der die Zusammenarbeit zwischen den Generationen, lebenslanges Lernen sowie der offene Austausch von Know-how zum gegenseitigen Gewinn aller einen integralen Bestandteil bilden.

Die Erfolge unserer Anstrengungen zur Talentförderung wollen wir messbar machen. Ein Kriterium dafür ist u. a. Chancengleichheit für Frauen. So konnte der Anteil von Frauen in Führungspositionen in den letzten zwei Jahren von 9,4 % auf 14 % gesteigert werden. Die gezielte Karriereförderung von Frauen wird von der Deutschen Bank durch verschiedene Maßnahmen unterstützt: Neben der Veranstaltung von Konferenzen wie „WOW – Women on Wallstreet“ und „WEB – Women in European Business“, die mittlerweile eine hervorragende internationale Reputation gewonnen haben, unterstützen wir verschiedene interne Initiativen, um qualifizierten Frauen ein Forum für den gegenseitigen Austausch und die Netzwerkbildung zu bieten. Außer regionalen Frauen-Netzwerken engagieren wir uns für unternehmensinterne Mentoring-Programme und unternehmensübergreifende Cross-Mentoring Programme. Unser Engagement für Chancengleichheit wurde 2002 mit dem angesehenen „Total E-Quality“ – sowie mit dem Max-Spohr-Preis des Völklinger Kreises e.V. ausgezeichnet.

Diversity beinhaltet auch die Übernahme von Verantwortung für behinderte Menschen und das Engagement für deren Integration im Unternehmen und in der Gesellschaft. Eine Integrationsvereinbarung zur Förderung und Betreuung von Schwerbehinderten zeigt die besondere Fürsorgepflicht, die die Deutsche Bank gegenüber ihren behinderten Arbeitnehmern übernimmt. Eine interne Policy zur Beschäftigung von Schwer- und Schwerstbehinderten in der Bank erleichtert die Neueinstellung behinderter Mitarbeiter und fördert die Beschäftigungsfähigkeit von im Hause tätigen behinderten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Die Kooperation mit der Genossenschaft der Werkstätten für Behinderte eG (GDW) in Deutschland ist eine Initiative, die in der Deutschen Bank seit Jahren erfolgreich praktiziert und kontinuierlich verbessert wird. Die soziale Verantwortung, durch die Auftragsvergabe an die GDW Arbeitsplätze für behinderte Menschen zu schaffen, wird vom Vorstand getragen und ausdrücklich unterstützt. Die Deutsche Bank engagiert sich in England seit vielen Jahren aktiv im „Employers' Forum on Disability“. In Deutschland gehört sie zu den Gründungsmitgliedern des „Unternehmensforums für schwerbehinderte Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen, Kundinnen und Kunden“, einer Initiative von Unternehmen, die sich nach englischem Vorbild um Qualitätskriterien in Bezug auf die Integration behinderter Mitarbeiter konzentriert.

Global Diversity

Netzwerke und Konferenzen
<p>Global Partnership Network for Women (GPNW): Organisiert Netzwerkveranstaltungen für Frauen wie zum Beispiel interne Foren, Workshops und Diskussionsrunden sowie Weiterbildungsprogramme, an denen alle Mitarbeiter teilnehmen können (seit 1995).</p>
<p>Women on Wall Street® (WOWS): Jährliche Konferenz zu den Bereichen Netzwerk-Aufbau und berufliche Weiterentwicklung</p>
<p>Deutsche Bank Women (DBW) Network: In Großbritannien ansässiges Forum, das seit 1999 die Vertiefung von Fachkenntnissen fördert, indem es seinen Schwerpunkt auf den Ideenaustausch und das bereichsübergreifende Networking legt. Zur Zeit existieren zwei regionale Netzwerkgruppen in London und Edinburgh.</p>
<p>Women in European Business® (WEB) – Frankfurt/London: Netzwerk von leitenden Frauen in der Deutschen Bank und Alumnae, die es sich zum Anliegen gemacht haben, den Erfahrungsaustausch zwischen Frauen in Führungspositionen in der europäischen Wirtschaft zu intensivieren.</p>
<p>Regional Women's Networks – Germany: Zusammenschluss mehrerer regionaler Netzwerke in Deutschland, die eigene Initiativen zur Verbesserung der Arbeitsbedingungen von Frauen ins Leben gerufen haben.</p>
<p>Rainbow Group (Germany & Americas): Rainbow Group Germany und Rainbow Group Americas sind Deutsche Bank Netzwerke für Lesben, Schwule, Bisexuelle und Transsexuelle.</p>
<p>Deutsche Bank's Diversified Network (DBDN): 2002 ins Leben gerufene offene Initiative zur Förderung des Nachwuchses aus traditionell unterrepräsentierten ethnischen Minderheiten</p>
Mentoring- und Praktikanten-Programme
<p>Cross-Company mentoring for women (Germany): In dem firmenübergreifenden Cross-Mentoring Programm werden hoch qualifizierten Mitarbeiterinnen Senior Manager aus acht verschiedenen Unternehmen als Mentor zur Seite gestellt.</p>
<p>Internal mentoring for women (Germany, UK, US): Internes Mentoringprogramm – auch bereichsübergreifend – für hoch qualifizierte Mitarbeiterinnen</p>
<p>Next Steps Mentoring (UK): Mentoring-Programm zwischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Deutschen Bank und Studenten im Grundstudium an britischen Universitäten, die ethnischen Minderheiten angehören.</p>
<p>Deutsche Bank „I Have a Dream“: Globales bankinternes Praktikanten-Programm für Studenten, die bei der Hochschulabsolventen-Vermittlung und der Mitarbeiter-Rekrutierung unterrepräsentiert sind.</p>
<p>Sponsors for Educational Opportunity (SEO): Gemeinnützige Organisation, deren Ziel es ist, das persönliche und berufliche Potential von Schülern und Studenten aus Großbritannien und den USA, die Minderheiten angehören, von ihrer Jugend bis zum Erwachsenenalter zu fördern. Die ausgewählten Studenten erhalten die Möglichkeit, Praktika im Investment-Banking der Deutschen Bank und anderer Unternehmen zu absolvieren.</p>
<p>Head Office Internship: Koordiniert von der Frankfurter Zentrale werden an deutschen Universitäten eingeschriebenen Studenten in weltweit über zwanzig Niederlassungen der Deutschen Bank Praktika angeboten.</p>
Preise und Auszeichnungen
<p>Working Mother Award: Im jährlichen Ranking der besten Unternehmen für berufstätige Mütter des Magazins „Working Mother“ wurde die Deutsche Bank vier Mal in den letzten fünf Jahren aufgenommen, zwei Mal unter den besten zehn.</p>
<p>Max-Spohr-Managementpreis: Auszeichnung des Völklinger Kreises e.V. Bundesverband Gay Manager</p>
<p>Total E-Quality Award: 1999 und 2002 Auszeichnung verliehen von dem Total E-Quality Deutschland e.V. für beispielhaftes Handeln im Sinne einer an Chancengleichheit ausgerichteten Personalführung.</p>

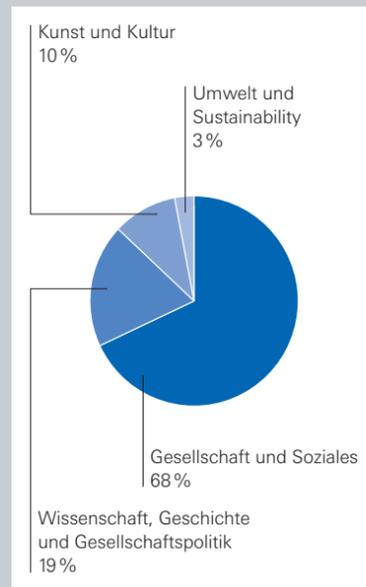
Engagement für Menschen mit Behinderungen

Kooperationen
<p>Interessengemeinschaft von (Schwerbehinderten-) Vertrauenspersonen großer Unternehmen (IBW)</p>
<p>Bundesarbeitsgemeinschaft Behinderung (BAG): Dachverband aller Organisationen für behinderte Menschen</p>
<p>Arbeitsgemeinschaft der (Schwerbehinderten-) Vertrauensleute von Banken, Sparkassen, Versicherungen und Kommunen in Nordrhein-Westfalen (ARGE)</p>
<p>Genossenschaft der Werkstätten für Behinderte eG (GDW): Zusammenschluss der Werkstätten für angepasste Arbeit für Menschen mit Behinderung</p>
<p>Berufsförderungswerke für behinderte Menschen in Heidelberg und Hamm:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Praktikaangebote ■ Zusammenarbeit im Bereich des „Mosaiks für Beschäftigung“
<p>Werkstätten für behinderte Menschen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ „Initiative Leisten – Helfen – Profitieren“ ■ Konzernweite Veröffentlichung des Leistungsspektrums der Werkstätten und Prozess der Auftragsvergabe durch die Deutsche Bank
<p>Unternehmensforum: Zusammenschluss mit Unternehmen wie Lufthansa, Fraport AG oder ZDF. Die Initiative hat zum Ziel, das Angebot von Produkten, Dienstleistungen und Arbeitsplätzen für Menschen mit Behinderung auf der Basis unternehmerischer Leitlinien aktiv und flexibel zu gestalten.</p>

Corporate Cultural Affairs

Über den Zusammenhang von Identität, Kultur und Verantwortung

Förderungen weltweit
nach Bereichen



Fördervolumen insgesamt (in Mio): EUR 41,3

Wenn in großen Unternehmen von Kultur die Rede ist, geht es heute meist nicht mehr um Kunst oder Mäzenatentum. Kultur meint vielmehr im umfassenden Sinne die Kultur des Unternehmens, seine Identität. Wenn bei der Deutschen Bank von „Corporate Cultural Affairs“ die Rede ist, dann geht es konkret um den Zusammenhang zwischen der Identität der Bank, ihrer Unternehmenskultur und der Wahrnehmung ihrer Verantwortung gegenüber der Gesellschaft.

Unternehmen sind die Summe aus Mitarbeitern, Kunden und Anteilseignern. Im Unternehmen werden diese unterschiedlichen Gruppen zu einer Einheit. Doch worin genau besteht diese Einheit? Nur allein in dem gemeinsamen Zweck, einen Mehrwert zu produzieren zum gegenseitigen Nutzen? Sicher nicht. Unternehmen sind auch „moralische Einheiten“, „Wertegemeinschaften“. Für die Deutsche Bank sind die zentralen, ihre Identität bestimmenden Werte Kundenfokus, Teamwork, Leistungsorientierung, Innovation und Vertrauen. Darüber hinaus hat sie sich in ihrem Sustainability-Leitbild dazu verpflichtet, ihr Handeln am Prinzip der Nachhaltigkeit, das heißt an der Balance von wirtschaftlicher, sozialer und ökologischer Entwicklung auszurichten. Als Einheit aus Kunden, Mitarbeitern und Anteilseignern ist die Bank Mitglied einer größeren Einheit, der Gesellschaft bzw. der Gesellschaften, in denen sie international tätig ist. Ihr gegenüber trägt sie als Unternehmensbürger zusätzlich Verantwortung. Entsprechend ihrer Wertorientierung hat sich die Deutsche Bank entschieden, dieser Verantwortung aktiv und auf vielfältige Weise gerecht zu werden.

Die Basis für ein wirtschaftlich und gesellschaftlich erfolgreiches Handeln ist die eigene Identität. Nur wenn wir wissen, wer wir sind, können wir auf andere Menschen, auf andere Kulturen zugehen, uns öffnen und Chancen erkennen. Die aktive Auseinandersetzung mit Kultur ist deshalb ein, vielleicht das entscheidende Instrument, mit dem die Menschen die Globalisierung als positive Bereicherung erfahren können. Globalisierung heißt nicht, anderen unsere Weltsicht aufzudrücken, sondern von anderen Kulturen zu lernen, das Beste aus allen Kulturen zu erkennen und zum gemeinsamen Wohl umzusetzen. Wie schnell solche Verständigungsprozesse abbrechen oder sich umkehren können, zeigen die tiefgreifenden Auswirkungen ganz neuer Bedrohungen wie zum Beispiel durch den internationalen Terrorismus oder durch Epidemien wie SARS. Doch nur wenn es uns gelingt, Kulturen weiter miteinander zu vernetzen und zu verhindern, dass sich Nationen und ganze Weltgegenden wieder voneinander abschotten und isolieren, können die Menschheitsprobleme gemeistert werden. Kultur, die Gesamtheit unserer Werte, Traditionen, Überzeugungen und Gebräuche, ist also keine Nebensächlichkeit, sondern ein wesentlicher Faktor, der unsere Wirklichkeit bestimmt. Mit ihr gestalten wir auch unsere Zukunft – unsere ganz persönliche Zukunft, die Zukunft unserer Gesellschaft und die Zukunft von internationalen Unternehmen wie der Deutschen Bank.

Dazu müssen wir auch mit Konventionen brechen, mit den Mechanismen, die uns vielleicht das Leben manchmal leichter machen, aber letzten Endes für Stagnation, ja Rückschritt sorgen. Kreativität ignoriert Konventionen. Kreativität

ist auf der Suche nach Neuem, Besserem, dessen Feind das bewährte Gute ist, be- und verhindert es doch neue Ansätze, neues Denken, neue Möglichkeiten. Wir sind engagiert daran beteiligt, die Gesellschaft weiter zu entwickeln, Innovationen voran zu treiben, Stillstand zu vermeiden. Nur wenn wir ständig im direkten Kontakt mit der Gesellschaft sind, wenn wir Entwicklungen erkennen und mitgestalten, werden wir auch als Unternehmen erfolgreich sein können.

Bei Corporate Cultural Affairs geht es also um Kultur im umfassenden Sinne: Unternehmenskultur, die Vielfalt der in sie eingehenden Kulturen und die Wechselwirkung mit den Kulturen, an denen das Unternehmen teil hat. Cultural Affairs – das sind aber auch die dahinter stehenden konzeptionellen Anstrengungen und inhaltlichen Überlegungen, das was im angelsächsischen Raum „strategic philanthropy“ genannt wird: Was genau sollte ein Unternehmen tun (außer, natürlich, wirtschaftlich erfolgreich zu sein), um für die Gesellschaft nützlich zu sein – und wie muss es das tun, damit sein gesellschaftliches Engagement langfristig auch für das Unternehmen nützlich ist. Eine wesentliche Voraussetzung dafür ist: Das kulturelle und soziale Engagement eines Unternehmens nach außen muss stimmig mit seiner Identität und mit seinem kulturellen und sozialen Engagement nach innen verbunden sein – und es muss transparent und evaluierbar sein.

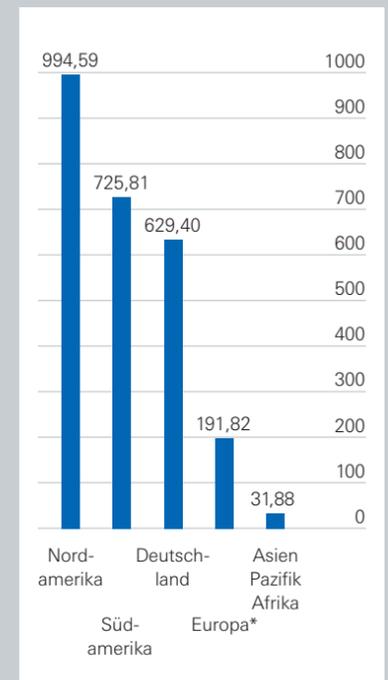
Der vorliegende Corporate Cultural Affairs-Bericht will genau dazu einen Beitrag leisten. Zum ersten Mal wird in diesem Bericht das weltweite kulturelle und gesellschaftliche Engagement der Deutschen Bank und ihrer Stiftungen zusammenfassend dargestellt. Er soll zum Lesen animieren, einen Überblick verschaffen und gegenüber der Öffentlichkeit, den Mitarbeitern und Anteilseignern Rechenschaft ablegen. In Reportagen werden charakteristische Projekte ausführlich dargestellt. Überblicksartikel stellen danach die ganze Bandbreite der Aktivitäten in einem Themenfeld vor, und Doppelseiten mit Zahlen und Fakten machen das Engagement quantitativ und qualitativ fassbar. Außerdem soll der Bericht den Zusammenhang zwischen dem Wirtschaftsunternehmen und dem Unternehmensbürger Deutsche Bank deutlich machen. Die zwei vorherigen Kapitel behandelten deshalb die Deutsche Bank im engeren Sinne: ihr Selbstverständnis, ihre Führungsstruktur, wesentliche Verhaltenskodizes, Richtlinien und Policies, die fundamentalen wirtschaftlichen Kennzahlen sowie ihre Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern. Darüber hinaus werden im Folgenden die Träger des weltweiten gesellschaftlichen Engagements, die verschiedenen Stiftungen und Initiativen der Deutschen Bank, in Einzelportraits vorgestellt.

Dieser Bericht ist aber nicht nur ein Tätigkeits- und Rechenschaftsbericht, sondern versteht sich auch als Anregung zum Gespräch, etwa über die Rolle von privaten Stiftern in unterschiedlichen Kulturräumen oder über allgemeine Kriterien zur Beurteilung von „Corporate Citizenship“-Aktivitäten. Er ist nicht nur eine Dokumentation des Geleisteten, auf das wir stolz sind, sondern auch Aufforderung zum Dialog – vor allem darüber, wie wir den gesellschaftlichen Herausforderungen noch wirksamer begegnen und unserer Verantwortung noch besser gerecht werden können.

Manfred Pohl
Global Head of Corporate Cultural Affairs

Fördervolumen weltweit

im Verhältnis zur Mitarbeiterzahl nach Kontinenten in EUR pro Mitarbeiter



* ohne Deutschland
Fördervolumen insgesamt (in Mio): EUR 41,3
Mitarbeiter insgesamt: 77442

Die Stiftungen und Initiativen der Deutschen Bank

- 62 Deutsche Bank Stiftung Hilfe zur Selbsthilfe
- 64 Kultur-Stiftung der Deutschen Bank
- 66 Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog
- 68 Deutsche Bank Americas Foundation
- 70 Deutsche Bank Citizenship UK
- 72 Deutsche Bank Africa Foundation

- 74 Deutsche Bank Art
- 74 Historisches Institut
- 75 Umwelt und Sustainability
- 75 Sportförderung und Sportsponsoring

Anhang

- 76 Kooperationspartner
- 78 Glossar
- 80 Über diesen Bericht
- 81 Impressum

Deutsche Bank Stiftung Hilfe zur Selbsthilfe

Gezielt, schnell und unbürokratisch: Mehr als 3 Millionen Euro Soforthilfe für die Opfer der „Jahrhundertflut“

1987 gründete die Deutsche Bank ihre erste Stiftung, in der sich ein bis heute wesentlicher Teil ihres sozialen und gesellschaftlichen Engagements ausdrückt. Nach 1989 erhielt sie den Namen des ermordeten Vorstandssprechers, der ihre Anfänge und die Ausrichtung der Stiftungsarbeit auf „Hilfe zur Selbsthilfe“ wesentlich prägte.

Die Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe ist mit einem Kapital von nominal 56,1 Millionen Euro ausgestattet. Aus den Erträgen ihres Vermögens (Grundkapital und Reserven) standen der Stiftung in der Vergangenheit im Durchschnitt jährlich etwa 3,5 Millionen Euro zur Verfügung. Im Jahr 2002 konnte sie insgesamt Erträge von 4,4 Millionen Euro verzeichnen. Zusätzlich hat sie Spenden für die Opfer der Jahrhundertflut in Höhe von 5,2 Millionen Euro einwerben können, von denen rund 3,1 Millionen in 2002, der Rest in 2003 ausgezahlt wurde.

Die Ursprungsidee der Stiftung war es, Menschen, die in Not oder in eine sozial schwierige Situation geraten waren, unbürokratisch zu helfen, sich selbst zu helfen. Ein Unfall, ein Todesfall, unerwartete Arbeitslosigkeit o. ä. verändern das Leben von einem Moment auf den anderen, und nicht immer fängt das soziale Netz die Betroffenen auf. Durch die Förderung von innovativen Institutionen und durch die Entwicklung eigener Projekte stößt sie darüber hinaus konkrete Entwicklungen an, die insbesondere junge Menschen in ihrer beruflichen Entwicklung fördern und zur Eigeninitiative ermutigen.

Seit ihrer Gründung hat die Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen mit 57 Millionen Euro in 2.339 Fällen „Hilfe zur Selbsthilfe“ geleistet. In den Jahren nach 1989 standen Förderungen in Ostdeutschland, insbesondere der Aufbau von Sozialstationen, im Vordergrund. Im Rahmen der Initiative „Mehr Ausbildungsplätze – jetzt!“ wurden von 1997 bis 2002 mehr als 1.800 zusätzliche Ausbildungsplätze geschaffen. Seit 1998 haben sich rund 10.000 Schüler über das Projekt „Jugend-Schule-Wirtschaft“ (s. S. 10) aktiv und direkt mit wirtschaftlichen Zusammenhängen auseinander gesetzt und darüber in den am Projekt beteiligten Zeitungen geschrieben. Unter den 1.865 Schülern aus 99 Schulen, die sich 2002 an dem Projekt beteiligten, waren erstmals auch Jugendliche aus Polen, Tschechien und Ungarn.

Um junge Menschen und ihre beruflichen Perspektiven geht es auch in den beiden anderen von der Deutsche Bank Stiftung entwickelten Projekten. Im Rahmen der Initiative für junge Existenzgründer „Mein Chef bin ich“, die die Stiftung in Kooperation mit Gründerzentren und der Bundesanstalt für Arbeit initiierte, konnten mittlerweile 150 junge Menschen mit finanzieller Starthilfe und fachlicher Beratung ihren Weg aus der Arbeitslosigkeit in die unternehmerische Selbständigkeit finden (ein Projekt, dem im Kern die gleiche Idee wie dem Deutsche Bank Microcredit Development Fund zugrunde liegt, s. S. 6).

2002 wurde mit dem Deutschen Verein für öffentliche und private Fürsorge in fünf deutschen Städten das neue Projekt „Coole Schule: Lust statt Frust am Lernen“ gestartet. Es zielt darauf ab, wirksame Strategien für den Umgang mit

Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe

Kuratorium:

Tessen von Heydebreck
(Vorsitzender)

Hanns Michael Hölz
Marc-Aurel von Dewitz
Alfredo Flores Pachón
Friedhelm Herb

Geschäftsführung:

Christian J. Stronk
(Vorsitzender)

Jörg Eduard Krumsiek
Peter A. Spitze

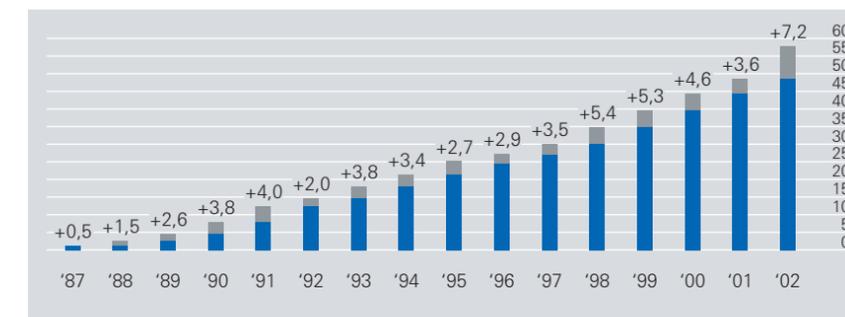
www.deutsche-bank-stiftung.de

der wachsenden Zahl von Schulverweigerern zu entwickeln und in der Praxis zu testen. Denn durch „Lern-Müdigkeit“ verbauen sich die Schüler nicht nur die Chancen auf einen Schulabschluss, sondern auch auf eine berufliche Zukunft. „Schulverweigerung“ ist ein Problem, das scheinbar nur Einzelne, deren Eltern und bestenfalls noch die Lehrer betrifft, langfristig aber eine Gesellschaft, in der lebenslanges Lernen Bedingung für wirtschaftliche Prosperität ist, vor ungeahnte Herausforderungen stellt. Umso wichtiger ist es, die Verweigerungshaltung frühzeitig positiv zu wenden und wieder Lust aufs Lernen zu machen. Gleichzeitig wird in diesem Projekt durch die enge Kooperation zwischen Schulen, Jugendhilfe und der Wirtschaft ein regionales Netzwerk „Jugend-Bildung“ aufgebaut.

Lokale Vernetzung ist, neben dem Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“, von grundsätzlicher Bedeutung für die Arbeit der Stiftung. Neue Projekte werden danach ausgewählt, welche Praxisorientierung sie haben und ob durch die Verbindung mit anderen Einrichtungen vor Ort sichergestellt ist, dass für alle Beteiligten der größtmögliche Nutzen realisiert werden kann. Das gilt auch für die Arbeit der Stiftung selbst: Sie ist eingebunden in ein Netzwerk von anderen Institutionen, Unternehmen, Stiftungen und Verbänden.

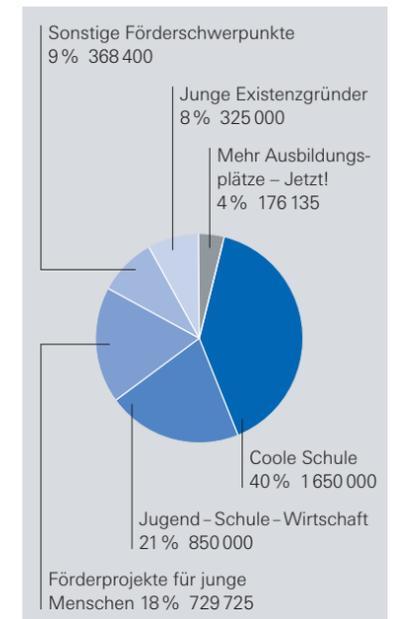
Aufgrund neuer Anforderungen und Projekte sind neue Aspekte in der Stiftungsarbeit in den Vordergrund gerückt. Die Förderung der Eigeninitiative von Menschen in Notsituationen macht aber nach wie vor einen Schwerpunkt der Stiftungstätigkeit aus, von dem man in der Öffentlichkeit naturgemäß wenig mitbekommt. Anders im Jahr 2002, dem Jahr der „Jahrhundertflut“: Angestoßen durch eine Spende der Deutschen Bank AG in Höhe von 3,5 Millionen Euro (und weiteren 1,5 Millionen Euro an die Kultur-Stiftung), gelang es der Deutsche Bank Stiftung, von Mitarbeitern und Kunden der Bank weitere 1,6 Millionen Euro für die Opfer der Hochwasserkatastrophe einzuwerben. Zusammen mit der Kultur-Stiftung koordinierte sie die Spendenvergabe, die sich nach einer Soforthilfe auf die Instandsetzung von Schulen, Kindergärten, Kliniken und sozialen Einrichtungen konzentrierte. Insgesamt haben die Deutsche Bank und ihre Stiftungen sowie ihre Mitarbeiter und Kunden 2002 und 2003 6,6 Millionen Euro „Hilfe zur Selbsthilfe“ bei der Beseitigung der Flutschäden aufbringen können.

Kumulierte Förderzusagen 1987–2002 in Mio. Euro



Förderungen nach Themen 2002 in Euro

Insgesamt EUR 4 099 260 *



* Exklusive der Zuwendungen im Rahmen der Hochwasserhilfe

Kultur-Stiftung der Deutschen Bank

Fördervolumen im Jahr 2002 über 2,3 Mio. Euro

Die Kultur-Stiftung der Deutschen Bank wurde 1995 anlässlich des 125-jährigen Bestehens des Unternehmens als Stiftung bürgerlichen Rechts ins Leben gerufen. Sie ist mit einem Kapital von 51 Millionen Euro ausgestattet, mit dessen Erträgen von rund 2,3 Millionen Euro im Jahr Kulturprojekte gefördert werden. Seit Bestehen wurden rund 600 Aktivitäten mit insgesamt 25,2 Millionen Euro unterstützt.

Mit der Einrichtung der Kultur-Stiftung hat die Bank ihrem kulturellen Engagement eine unabhängige und dauerhafte Verankerung gegeben. Die Satzung lässt bewusst einen großen Freiraum bei der Förderung. So heißt es dort, „Aufgabe der Stiftung ist die Förderung kultureller und künstlerischer Zwecke im In- und Ausland, insbesondere in den Bereichen Musik, Literatur, Theater, bildende Kunst, Architektur, Design und Denkmalpflege“. In den vergangenen Jahren hat sich die Stiftung zunehmend darauf ausgerichtet, Projekte zu fördern, die sonst keine Chance auf Realisierung gehabt hätten. Gerade in solchen Fällen tritt die Kultur-Stiftung nicht nur als passiver Geldgeber auf, sondern steht auch bei der Umsetzung als aktiver Partner zur Verfügung.

Schwerpunkte der Förderung sind die Musik – als der universellsten und am leichtesten kulturelle Grenzen überschreitenden Kunstform – und die Förderung junger Nachwuchskünstler. So entwickelte die Stiftung gemeinsam mit der Oper Frankfurt ein Stipendienprogramm für junge Opernkomponisten. Zukünftige Meister am Pult werden im Rahmen eines nach dem Dirigenten Georg Solti benannten internationalen Dirigentenwettbewerbs unterstützt. Junge Instrumentalisten, die sich in der Orchesterakademie der Berliner Philharmoniker auf die hohen Anforderungen internationaler Spitzenensembles vorbereiten, werden ebenso von der Stiftung gefördert wie Schülerinnen und Schüler aus aller Welt, die am Musikgymnasium Schloss Belvedere in Weimar, einem UNESCO-Projekt, parallel zur Vorbereitung auf das Abitur ihr musikalisches Talent weiterentwickeln.

Um Talente der Oper in den Bereichen Dirigieren, Dramaturgie, Intendanz und Regie nachhaltig zu fördern, wurde 2001 die „Akademie Musiktheater Heute“ als gemeinnützige GmbH gegründet. Ein 19-köpfiges Kuratorium aus renommierten Opernfachleuten vergibt jedes Jahr 15 zweijährige Stipendien an besonders talentierte Musikstudenten. 2002 bewarben sich 88 Kandidaten aus 21 Ländern.

Die Kultur-Stiftung der Deutschen Bank will aber nicht nur traditionelle Kunstformen, sondern gezielt auch avangardistische Auffassungen und Konzepte fördern. So wurde etwa mit dem Frankfurter Künstlerhaus Mousonturm das so genannte „plateaux“-Festival ins Leben gerufen, bei dem junge Theaterschaffende aus ganz Europa einmal im Jahr eigene Produktionen vorstellen können.

Das Jahr 2000 markiert den Wandel von einer vor allem fördernden zu einer stärker operativ ausgerichteten Stiftungsarbeit. Die Kultur-Stiftung startete drei Redenreihen, die seitdem im deutschsprachigen Raum stattfinden. In der Gesprächsreihe „GrenzDenker“ organisiert sie Diskussionen mit Menschen, die über ihre Grenzen hinausgewachsen sind, grenzübergreifend gewirkt haben oder in Lebens-

Kultur-Stiftung der Deutschen Bank

Beirat:

Tessen von Heydebreck
(Vorsitzender)

Clemens Börsig
Hanns Michael Hölz

Vorstand:

Manfred Pohl
(Vorsitzender)

Walter Homolka
(bis 30.06.2003)
Michael Münch

www.kultur-stiftung.org

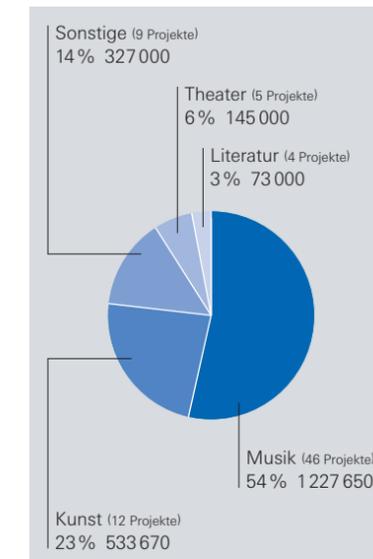
situationen waren, die sie an ihre persönlichen Grenzen geführt haben. 2002 traten darin so unterschiedliche Persönlichkeiten wie Kurt Masur, Rupert Neudeck, Alfred Grosser oder Lord Ralf Dahrendorf auf. In der Reihe „Literalog“ haben junge Autoren die Möglichkeit, ihre Werke einem größeren Publikum vorzustellen, wobei sie von bekannten Schauspielern unterstützt werden, die die Texte vortragen. Und die interdisziplinären Vorträge im Rahmen der „Inselperspektiven“ begleiten die Erneuerung des weltbekannten Museumskomplexes in Berlin.

Neben der Nachwuchsförderung ist die Belebung des regionalen Kulturlebens ein besonderes Anliegen der Stiftung, das von den lokalen Niederlassungen der Deutschen Bank unterstützt wird. Im Rahmen dieses Engagements wurden 2002 u. a. die Brandenburgischen Sommerkonzerte, das Detmolder Sommertheater oder etwa die Passauer Europäischen Wochen gefördert, die als Festspiele Deutsche, Tschechen und Österreicher im Dreiländereck verbinden.

Der Internationalisierung der Fördertätigkeit soll zukünftig besondere Aufmerksamkeit gelten. Zwar wurden auch in der Vergangenheit schon viele einzelne Projekte im europäischen Ausland (etwa in Russland und Polen) und insbesondere in Asien (Indien, Korea, China und Singapur) unterstützt. Doch gerade im Zusammenhang mit der Osterweiterung der EU gilt es jetzt, dieses Engagement systematisch auszubauen und – entsprechend dem Leitmotiv „Learning from Cultures“ – den Austausch zwischen den Kulturen und Kunstformen mit speziell dafür konzipierten Projekten zu fördern.

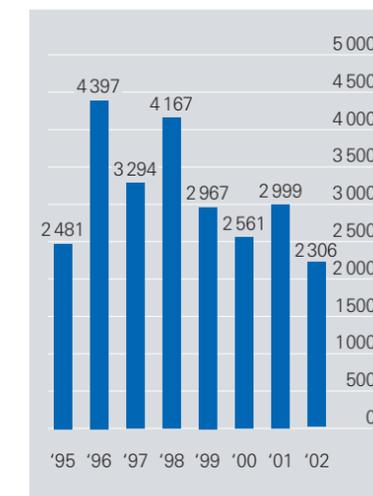
Förderungen nach Themen 2002 in Euro

Insgesamt 76 Projekte, EUR 2 306 320



Fördervolumen 1995 – 2002 in TEuro

Insgesamt 596 Projekte, EUR 25 173 000



Alfred Herrhausen Gesellschaft

2002: Internationaler Dialog zum Thema Toleranz

Denkanstöße zu geben und neue Perspektiven zu eröffnen sind Ziel und Aufgabe der 1992 gegründeten Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog – ganz im Sinne des 1989 ermordeten Vorstandssprechers. Als gesellschaftspolitischer „Think tank“ der Deutschen Bank führt die gemeinnützige Gesellschaft internationale Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft zusammen und erarbeitet richtungweisende Impulse – für das Handeln der Bank ebenso wie für die Gesellschaften und Kulturen, in die die Bank eingebunden ist. Finanziert wird die Arbeit durch eine jährliche Spende der Deutschen Bank. 2002 waren das rund 1,5 Millionen Euro.

Die Arbeitsweise der Herrhausen Gesellschaft – ihre internationale Ausrichtung, der unmittelbare Austausch als Medium der Verständigung sowie die Diskussion komplexer Probleme aus verschiedenen Blickwinkeln – ist eine geradezu idealtypische Umsetzung des Mottos „Learning from Cultures“. In den Konferenzen und Veranstaltungen der Herrhausen Gesellschaft debattieren Experten über nationale, kulturelle, fachliche und Generationengrenzen hinweg. Die Ergebnisse sowie zusätzliche, vertiefende Beiträge werden sowohl in Deutsch als auch in Englisch publiziert und einer breiten, internationalen Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Bei ihrer Arbeit kooperiert die Gesellschaft mit einer Reihe von Partnern: politischen und kulturellen Stiftungen, öffentlichen Instituten, den Medien, Vereinen, universitären Einrichtungen und dem wissenschaftlichen und politischen Nachwuchs.

Alljährlich wählt die Herrhausen Gesellschaft ein Jahresthema von besonderer gesellschaftlicher Relevanz, das insbesondere bei der Hauptveranstaltung, dem zweitägigen internationalen Jahreskolloquium, intensiv diskutiert wird. Ein Kuratorium aus 15 hochrangigen Persönlichkeiten aus Kultur, Medien, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft unter Vorsitz von Josef Ackermann, Sprecher des Vorstands der Deutschen Bank, berät die dreiköpfige Geschäftsführung und entscheidet über die Wahl des jeweiligen Jahresthemas. 2002 wurden von der Gesellschaft weltweit insgesamt 16 Veranstaltungen ausgerichtet und fünf Bücher publiziert, die die verschiedenen Aspekte des Jahresthemas „Toleranz“ beleuchten.

Alfred Herrhausen Gesellschaft für internationalen Dialog

Geschäftsführung:

Wolfgang Nowak
(Sprecher, seit April 2003)

Walter Homolka
(bis März 2003)

Hanns Michael Hölz
Norbert Walter

Leitung der Geschäftsstelle: Maike Tippmann

www.alfred-herrhausen-gesellschaft.org

Schwerpunkthemen der Alfred Herrhausen Gesellschaft:

2003	Europa leidenschaftlich gesucht
2002	Toleranz: Vielfalt – Identität – Anerkennung
2001	Orientierung für die Zukunft. Bildung im Wettbewerb
2000	Generationen im Konflikt
1999	Der Kapitalismus im 21. Jahrhundert
1998	Pax Americana?
1997	Russland – Was tun?
1996	Europa wohin?

Jahresthema 2002: „Toleranz: Vielfalt – Identität – Anerkennung“ Auswahl aus dem Jahresprogramm der Alfred Herrhausen Gesellschaft

Grundlagen des Zusammenlebens
„Code Napoléon – Napoleons Gesetzbuch“ – Faksimileausgabe des deutsch-französischen Originals von 1808
„Der Code Napoléon: Grundlagentext des modernen toleranten Rechtsstaats“ – Festveranstaltung in Berlin mit Herta Däubler-Gmelin und Claude Martin
„Vom liberalen Rechtsstaat und bürgerlichen Freiheiten“ – Diskussion in Berlin mit Robert Badinter, Dieter Grimm, Barbara Dölemeyer, Jean-Louis Halpérin, Wolfgang Schomburg und Heribert Prantl
„Building an Open Mind! – Erziehung zur Toleranz“ – Vortragsveranstaltung in Berlin mit Hans Küng
„Die katholische Kirche und der Holocaust. Eine Untersuchung über Schuld und Sühne“ – Vortrag und Diskussion mit Daniel Jonah Goldhagen, Erika Weinzierl und Hansjakob Stehle
„Religiöse Wurzeln der Toleranz“ – dreitägige Fachkonferenz in Wien
„Die religiösen Wurzeln der Toleranz“ – Publikation mit Beiträgen zu zentralen Fragen der Toleranz in den Weltreligionen
Toleranz nach dem 11. September 2001
„Der bedrohte Frieden. Herausforderung an unsere offene Gesellschaft“ – Diskussion in Hamburg mit Alfred Grosser, Karl Dedecius, Barbara Spinelli, Tahar Ben Jelloun und Josef Joffe
„Das Ende der Toleranz? Identität und Pluralismus in der modernen Gesellschaft“ – Grundlagenband zum Jahresthema 2002
„The End of Tolerance?“ – Diskussion in London mit Bassam Tibi, Ian Buruma und Nigel Barley
„The Triumph of ‚Just War Theory‘ – and the Perils of Victory“ – Vortragsveranstaltung in Berlin mit Michael Walzer und Wolf Lepenis
„Toleranz und Solidarität versus Terror: die Verantwortung der Religionen“ – Diskussion in Wien mit Paul Chaim Eisenberg, Gertraud Knoll, Christoph Schwöbel, Anas Schakfeh und Erich Zenger
„The Clash of Fundamentalisms“ – Diskussion in Berlin mit Tariq Ali, Benjamin R. Barber, Daniel Cohn-Bendit, Fyodor Burlatsky und Cem Özdemir
Europa und die Welt im Dialog
„Die Schattenseiten der Globalisierung“ – Vortragsveranstaltung in Frankfurt am Main mit Joseph Stiglitz
„Volles Boot heute, leerer Bauch morgen? Migration und Integration:“ – Diskussion in Berlin mit Daniel Libeskind, Wolfgang Schäuble, Roger van Boxtel, Peter Scholl-Latour und Gianni Vattimo
„The Intervention Conundrum“ – Vortrag und Diskussion in Berlin mit Ian Buruma, Peter Eigen, Ilija Trojanow, Richard Goldstone und Barry Steinhardt
„Gesellschaft im Wandel: Die Dynamik von Identität und Pluralismus“ – Diskussion in Berlin mit Imre Kertész, Dan Diner, Assia Djebar und Harriet Mandel
„Vielfalt und Verschiedenheit: Herausforderungen für die Wirtschaft“ – Diskussion in Berlin mit Tessen von Heydebreck, Rama Bijapurkar, Vural Öger, Museji Ahmed Takolia, Peter Goldmark und Kenichi Ohmae
„Kunst in der Zeitung“ – 12 Künstler des Museum in Progress gestalten Seiten in der Süddeutschen Zeitung und im Standard zum Jahresthema „Toleranz“

Kuratorium:

Josef Ackermann
(Vorsitzender)

Rolf-E. Breuer
(Vorsitzender, bis Mai 2002)

Jean-Christophe Ammann
Sybille Ebert-Schifferer
Wolfgang Frühwald
Tessen von Heydebreck
Wolfgang Ischinger
Jürgen Jeske
Josef Joffe
Hans Werner Kilz
Joachim-Felix Leonhard
Ingo Metzmacher
Eckard Minx
Julia Neuberger
Wolfgang Nowak
(seit April 2003 Sprecher der Geschäftsführung)
Christoph Schwöbel

(Stand: 31.12. 2002)

Deutsche Bank Americas Foundation

2002: Mehr als 1100 Freiwillige

Als die Deutsche Bank 1999 das US-Finanzinstitut Bankers Trust übernahm, gehörte dazu auch die Bankers Trust Stiftung. Das vielfältige Engagement der Deutsche Bank Americas Foundation konnte auf den seit den achtziger Jahren in dieser Stiftungsarbeit gesammelten Erfahrungen aufbauen. Schwerpunkte des Engagements sind Projekte zum Community Development, Förderung von Kunst und Kultur, Programme zur schulischen Bildung, Maßnahmen zur interkulturellen Verständigung sowie lokale Umweltprojekte in den USA, in Kanada und Lateinamerika (Mexiko, Argentinien, Brasilien, Chile).

Anders als die deutschen Stiftungen der Bank werden die Projekte der Americas Foundation nicht aus den Erträgen eines eigenen Stiftungskapitals finanziert, sondern durch Spenden der Bank. 2002 wurden von der Stiftung rund 8,5 Millionen Dollar an direkten „Grants“ (Spenden) im Rahmen der strategischen Stiftungsprogramme in den oben genannten Bereichen vergeben. Darüber hinaus unterstützt die Stiftung auf Anregung der Geschäftsbereiche eine Vielzahl kleinerer und mittlerer Projekte oder vergibt Einzelspenden an gemeinnützige Organisationen. 2002 belief sich die Summe dieser Spenden auf rund 4,5 Millionen Dollar. Weitere 3,74 Millionen Dollar wurden 2002 in Form von „matching gifts“ vergeben. Dabei „matched“, d. h. verdoppelt, die Deutsche Bank Americas Foundation bis höchstens 5000 Dollar den Betrag, den eine Mitarbeiterin oder ein Mitarbeiter privat an eine gemeinnützige Organisation spendet. Zusätzlich zu diesen Aufwendungen der Stiftung wurden 2002 noch einmal 2,45 Millionen Dollar zur Unterstützung der Opfer der Anschläge vom 11. September vergeben (2001 hatten die Bank, die Mitarbeiter, die Stiftung und Kunden als unmittelbare Reaktion auf die Anschläge zusammen rund 11,1 Millionen aufgebracht).

Im Rahmen der Programme zum Community Development kooperiert die Stiftung vornehmlich mit lokalen Initiativen und Non-Profit-Organisationen, die erschwinglichen Wohnraum schaffen, Unternehmensgründungen unterstützen, Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen entwickeln oder die Berufs-Trainings, Kinderbetreuung oder Jugendarbeit organisieren. Flankiert wird die Arbeit der Stiftung in diesem Feld durch die Community Development Group (CDG) der Deutschen Bank. Im Rahmen des CRA, des Community Reinvestment Acts (ein Gesetz, das Finanzdienstleister verpflichtet, wirtschaftlich schwache Gemeinden mit Spenden, Dienstleistungen, Investitionen und Krediten zu unterstützen), hat sie insgesamt rund 350 Millionen Dollar an Krediten und Investitionen vergeben, darunter 2002 neue Kredite im Volumen von 28 Millionen Dollar. Das Engagement der Community Development Group geht weit über das gesetzlich verlangte Minimum hinaus und wird seit Jahren in Folge von der US-Regierung als „outstanding“ bewertet.

Entsprechend dem für das Engagement der Deutschen Bank grundlegenden Motto „Learning from Cultures“ geht es bei den Bildungs-Programmen und den Projekten zur interkulturellen Verständigung vornehmlich darum, Brücken zu bauen zwischen den Kulturen, d. h. auch zwischen der Welt des „Business“ und der sozialen Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen in benachteiligten Vierteln. Dazu gehören etwa Programme zur Förderung der „financial literacy“, zur Unter-

Deutsche Bank Americas Foundation

Chairman:
Seth Waugh

Board Members:
Gary Hattem
(President)
Robert Cotter
Hanns Michael Hölz
Tom Hughes
John Ross

www.cib.db.com/
community

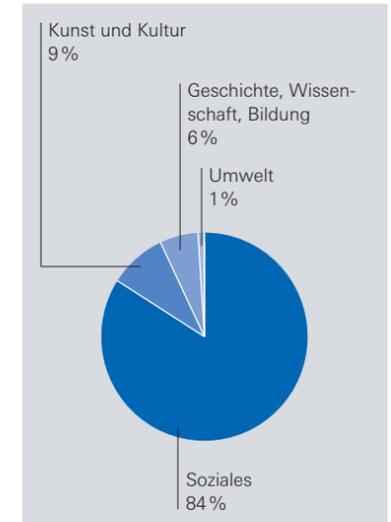
stützung von Private-Public-Partnerships im Bildungswesen oder gezielte Maßnahmen zur Verbesserung der Karrierechancen von Minderheiten, die in der Finanzindustrie traditionell unterrepräsentiert sind.

Zu einer intakten Lebenswelt gehört natürlich auch eine gesunde Umwelt. Geld von der Deutsche Bank Americas Foundation fließt deshalb auch in Projekte, durch die beispielsweise ökologisch belastete ehemalige Industriegelände saniert und für eine neue wirtschaftliche oder öffentliche Nutzung – etwa als Parks, Spiel- oder Sportplätze – wiederhergestellt werden.

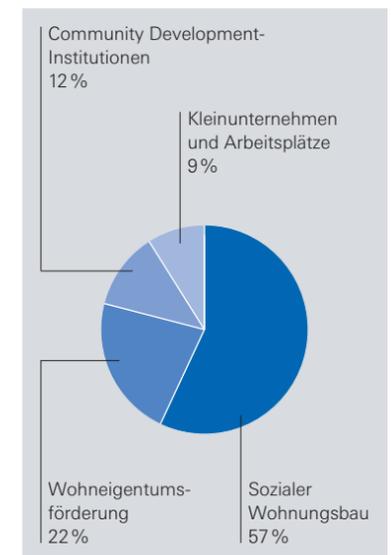
Schließlich stehen Geld und Expertise auch da zur Verfügung, wo Kunst und Kultur zur Entwicklung des Einzelnen oder zur Wohlfahrt einer Gemeinde einen konkreten Beitrag leisten können. Auch hier konzentriert sich die Stiftung darauf, in einkommensschwachen Vierteln Kunstausstellungen und kulturelle Veranstaltungen sowie Projekte zur Kunsterziehung von benachteiligten Kindern und Jugendlichen zu fördern. Gerade bei diesen Engagements wird deutlich, wie sehr sich Investitionen in Bildung, Kultur und Infrastruktur gegenseitig befördern und wie sehr sie erst im Zusammenwirken einen nachhaltigen positiven Einfluss auf die soziale und wirtschaftliche Entwicklung eines Stadtteils haben.

Was aber wirklich zählt ist: Tatkraft. Dies beweisen die vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Bank, die sich Jahr für Jahr in sozialen Projekten engagieren und mithelfen, die Lebensbedingungen in ihrem direkten Wohnumfeld zu verbessern. Die Engagements reichen von fachlicher Hilfe bei der Ausbildung bis zum Lesetraining in Schulen. Insgesamt waren 2002 in den USA, Kanada und Lateinamerika mehr als 1100 Beschäftigte der Deutschen Bank ehrenamtlich aktiv – sicher von allen die beeindruckendste Zahl in diesem Profil.

Deutsche Bank Americas Foundation Förderungen nach Bereichen 2002



Community Development Group Kredite und Investitionen 2002



Deutsche Bank Citizenship UK

2002: London Dragon Award für „Banking on Shadwell“

Deutsche Bank Citizenship UK ist formal eine Geschäftseinheit der britischen Vertretung der Deutschen Bank, die praktisch wie eine selbständige Stiftung wohltätige Zwecke verfolgt und gemeinnützige Projekte unterstützt bzw. selbst initiiert. Sie ging aus einem Charity-Programm der Morgan Grenfell, Ltd. hervor, die 1998 von der Deutschen Bank übernommen wurde, und setzt deren Aktivitäten fort. Für ihre Aufgaben steht ein variierendes jährliches Budget von durchschnittlich rund 3,5 Millionen Euro zur Verfügung. 2002 wurden 3,84 Millionen Euro in soziale, kulturelle und Bildungsprojekte investiert.

Die Deutsche Bank legt bei ihrem gesellschaftlichen Engagement Wert auf stabile Partnerschaften mit kommunalen Partnern. Deshalb geht es Citizenship UK auch weniger um Hilfe bei akuten finanziellen Engpässen, als vielmehr darum, Schlüsselprojekte zu entwickeln, die von Kommunal- und Bildungspolitikern als innovativ und langfristig wirksam erachtet werden und so Vorbildfunktion in der Gesellschaft haben können. In Zusammenarbeit mit lokalen Partnern fördert Citizenship UK vorrangig Projekte in unterentwickelten Gemeinden und Stadtteilen, die dazu beitragen, neue Bildungskonzepte in Haupt- und weiterführenden Schulen zu implementieren, die junge Leute ermutigen, gesellschaftlich aktiv zu sein, die Existenzgründungen erleichtern, und Projekte, die auf eine Verbesserung der beruflichen Bildung ausgerichtet sind.

Bei ihrer Arbeit beschränkt sich die Geschäftsführung von Citizenship UK nicht nur darauf, eingehende Anfragen zu filtern und daraus mögliche Projekte auszuwählen, sondern sucht selber nach Partnern, die den Förderkriterien entsprechen. Dabei geht es Citizenship UK um die konzeptionelle Begleitung der Projekte und die Evaluation ihrer nachhaltigen Wirksamkeit. Ein Charities Committee aus Vertretern aller Geschäftsbereiche in Großbritannien entscheidet schließlich über die Vergabe der Mittel. Läuft ein Projekt, berichten die Partner regelmäßig über das Erreichen der zu Beginn gemeinsam formulierten Ziele. Als Mitglied einer Londoner Benchmark-Gruppe, in der 60 Unternehmen zusammenarbeiten, um das Management und die Erfolgsorientierung ihrer kommunalen Programme zu verbessern, arbeitet Citizenship UK auch an der laufenden Optimierung des eigenen Non-Profit-Managements.

Ein weiteres vorrangiges Ziel ist es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bank zu aktivieren, sich sowohl während der Arbeitszeit als auch in der Freizeit ehrenamtlich zu engagieren. Denn gerade ein solches Engagement stärkt die Verankerung des Unternehmens in den Gemeinden, unterstützt die Identifikation einer international ausgerichteten Bank mit ihrem jeweiligen lokalen Umfeld und schafft eine Verbindlichkeit, die nur aus direktem persönlichen Kontakt erwachsen kann.

Bemerkenswerte Ergebnisse kann in diesem Zusammenhang das Programm „Banking on Shadwell“ vorweisen, das Ende 2001 ins Leben gerufen wurde (s. S. 9). Gemeinsam mit Cityside Regeneration und der East London Business Alliance fördert Citizenship UK den Stadtteil im Londoner East End, der durch eine Reihe von sozialen Problemen gekennzeichnet ist: Der junge Bevölkerungs-

Deutsche Bank Citizenship UK

Charities Committee:

Anthony Buckland
Martyn Drain
Chris Gallop
Gillian Lancaster
Lisa Larkins
Nick Lawson
David Penfold
Eileen Taylor
Peter Twidale

Leitung:

Kate Cavelle

www.deutsche-bank.de/cca/db_citizenship_uk.html

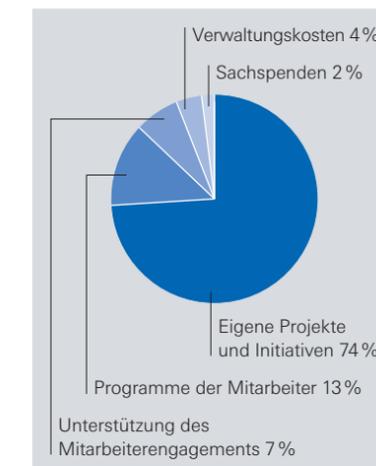
anteil wächst rasch, die Wohnverhältnisse sind schlecht, das Ausbildungsniveau niedrig, Arbeitslosigkeit und Kinderarmut liegen weit über dem Durchschnitt.

Die Behörden wollten mit dem Projekt vor allem die soziale Kluft zwischen der nur einen Kilometer entfernten City und dem unterentwickelten Stadtteil verringern. Für die Bank war das Projekt interessant, weil es den Mitarbeitern die Möglichkeit bot, sich gemeinsam unweit der Büros in London sozial zu engagieren, was sowohl den internen Teamgeist als auch die Verbindung mit der Nachbarschaft der Bank stärkte. Schon jetzt hat das Projekt das gegenseitige Verständnis wesentlich verbessert und dem „Involvement“ der Bank einen kräftigen Schub gegeben: Mehrere hundert Angestellte arbeiten inzwischen im Rahmen des Programms an lokalen Projekten mit. Im Oktober 2002 wurde Citizenship UK für „Banking on Shadwell“ vom Londoner Bürgermeister mit dem angesehenen „London Partnership Dragon Award“ ausgezeichnet.

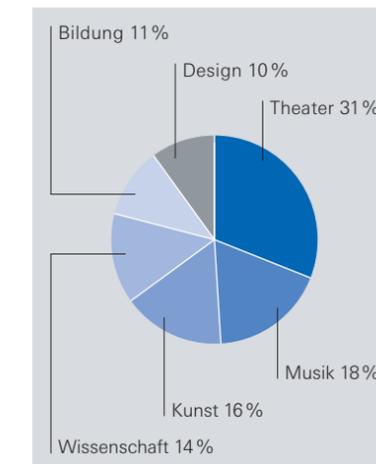
Große öffentliche Aufmerksamkeit erhielt auch das Projekt „Enriching Curriculum Learning“. Gemeinsam mit so renommierten Partnern wie dem London Philharmonic Orchestra, der National Gallery, verschiedenen Museen und Theatern wie dem National Theatre unterstützt Citizenship UK Londoner Schulen bei der Entwicklung und Durchführung extracurricularer Unterrichtseinheiten zu Themen aus Kunst, Musik, Wissenschaft und Literatur (s. S. 18). Das Angebot, das zunächst nur für die 32 Partnerschulen galt, die Citizenship UK langfristig in London betreut, ist längst über diesen Kreis hinausgewachsen und wird mittlerweile auch von den britischen Bildungsbehörden anerkannt. Seit 2000 haben über 20 000 Schüler an diesem Programm teilgenommen.

Beide „Flagship“-Projekte sind idealtypische Beispiele für die drei wesentlichen Prinzipien der Arbeit von Citizenship UK: Bündelung von finanziellen, professionellen und persönlichen Ressourcen der Bank und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, „intelligente“ Kooperation mit lokalen und regionalen Partnern und – Mut zum Experimentieren.

Aufwendungen nach Sachgebieten 2002
Insgesamt £ 2 854 000



Enriching Curriculum Learning:
Förderungen nach Themen 2002
Insgesamt £ 480 429



Deutsche Bank Africa Foundation

2002: Programm für 5000 neue Unternehmer

Die Deutsche Bank Africa Foundation in Johannesburg ist die jüngste, 2001 gestartete Initiative im Rahmen des weltweiten gesellschaftlichen Engagements der Bank. Seit 2002 unterstützt die mit einem Kapital von 15 Millionen Dollar dotierte Stiftung Projekte zur sozialen und wirtschaftlichen Stabilisierung der durch die Folgen des Apartheid-Regimes schwer belasteten jungen südafrikanischen Gesellschaft.

Trotz des vergleichsweise nur geringen Geschäftsvolumens in Afrika ist es der Deutschen Bank ein grundsätzliches Anliegen, ihrer Rolle als global verantwortlicher Unternehmensbürger auch auf diesem Kontinent mit eigenen Initiativen gerecht zu werden. Dies ist zugleich ihr Bekenntnis zur langfristigen Entwicklung dieser in der Wahrnehmung der Weltöffentlichkeit so oft vernachlässigten Region.

An keinem anderen Ort der Welt wird die Erkenntnis, dass nachhaltiger Fortschritt und Frieden nur durch die parallele Entwicklung der sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Lebensbedingungen erreicht werden können, so sinnfällig wie hier im südlichen Afrika (s. S. 34). Bildung und Ausbildung, die Schaffung von Arbeitsplätzen, Verbrechens- und Armutsbekämpfung – die vier Schwerpunkte der Stiftungsarbeit – hängen ursächlich und systemisch zusammen (siehe Schaubild). Darüber hinaus kommt wie in den meisten Entwicklungsregionen der Balance zwischen städtischer und ländlicher Entwicklung eine besondere Bedeutung zu. Mit ihren Programmen unter dem Motto „Touching Lives – Shaping Futures“ will die Deutsche Bank Africa Foundation in den nächsten drei Jahren einen wirksamen und sichtbaren Beitrag zur sozialen und wirtschaftlichen Erneuerung leisten.

Weil ein großer Teil der jährlich mehr als 350 000 Hochschulabsolventen keinen Job findet, unterstützt die Foundation vor allem Programme, die berufliche Fertigkeiten vermitteln oder die Voraussetzungen für selbständiges Unternehmertum verbessern. Arbeitsbeschaffung durch Existenzgründung – das ist die effektivste Unterstützung des sozialen und wirtschaftlichen Aufbruchs. Ein Eckpfeiler der Stiftungsarbeit 2002 war deshalb neben der CIDA (s. S. 9) das Lim'uvune Entrepreneurial Assistance Programme. Bis 2006 sollen 5000 junge Unternehmer in die Selbständigkeit begleitet werden. Fortschritt und Erfolg des individuellen Geschäftsmodells werden regelmäßig überprüft: In einem dreistufigen Prozess wird die Unterstützung der jeweils besten zehn Prozent über einen Zeitraum von zwei Jahren signifikant gesteigert. Ehemalige Teilnehmer bleiben als Mitglieder des „Master Network“ im Kontakt zur Bank – und mit den neuen Kandidaten, denen sie wiederum selbst mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Doch was immer man tut und mit welchem Erfolg auch immer man die wirtschaftlichen und sozialen Probleme des Landes angeht – die Zukunft Südafrikas wird entscheidend davon abhängen, wie das Land mit den verheerenden Folgen der Aids-Epidemie fertig wird. Mittlerweile sind zehn Prozent der Bevölkerung infiziert. Dies stellt allein schon das Gesundheitssystem vor schier unlösbare Probleme. Doch nicht nur die medizinische Versorgung der Kranken, auch die Betreuung der rund drei Millionen gesunden Aids-Waisen, mit denen bis 2008

Deutsche Bank Africa Foundation

Board of Trustees:

Colin Brown
Hanns Michael Hölz
Maryanne Landsdown

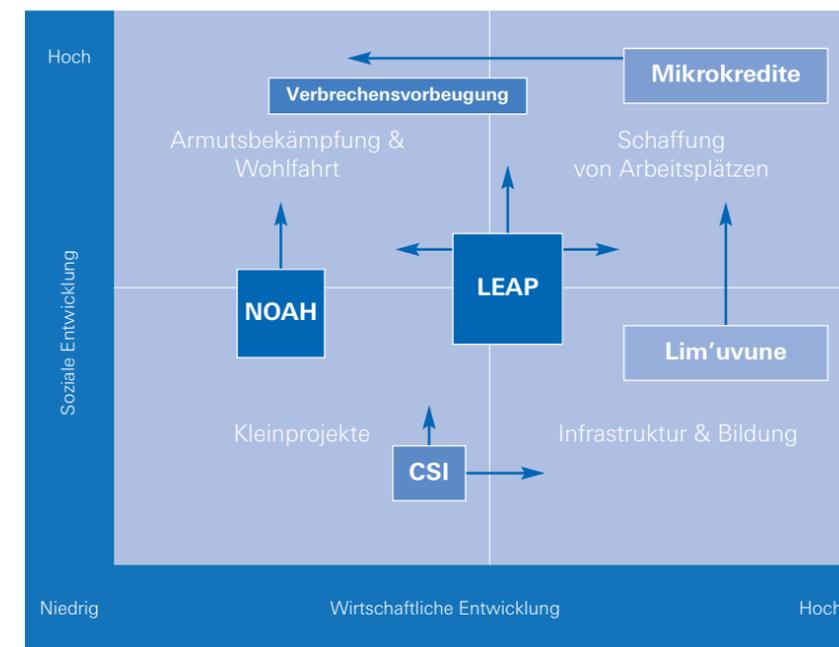
Leitung:

Tsholo Diale

www.deutsche-bank.de/cca/db_africa_foundation.html

gerechnet wird, stellt eine kaum vorstellbare Herausforderung dar. Dies ist nicht nur eine Frage der materiellen Ressourcen, sondern auch eine beispiellose menschliche und organisatorische Aufgabe: Wie kann man der Isolation und Vernachlässigung einer ganzen Generation entgegenwirken? Wie kann man einer so großen Zahl von Kindern Eltern und Familie ersetzen und ein Zuhause schaffen? Ein Netzwerk und eine Infrastruktur aufzubauen, um den Aids-Waisen landesweit zu helfen, einen Platz in der Gesellschaft zu finden und stabile persönliche Beziehungen aufzubauen, ist Ziel des NOAH-Projekts (Nurturing Orphans of Aids for Humanity), das neben vielen anderen auch von der Africa Foundation der Deutschen Bank unterstützt wird. Denn eines ist allen klar: Jede andere Anstrengung, das Land nach vorne zu bringen, wird zum Scheitern verurteilt sein, wenn es nicht gelingt, neben den gesundheitlichen auch die gesellschaftlichen Probleme der Aids-Krankheit zu lösen.

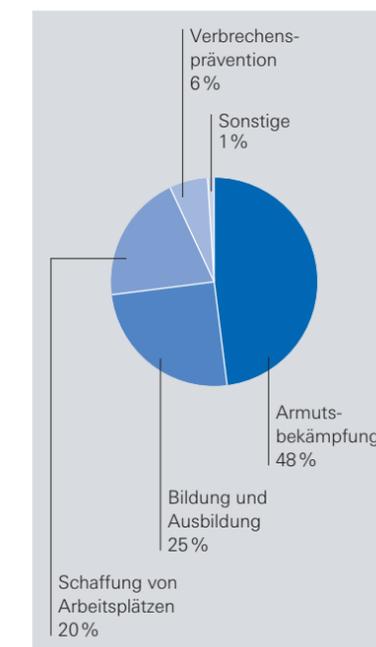
Deutsche Bank Africa Foundation: strategische Ausrichtung



CSI (Corporate Social Investments): Kleinprojekte und Spenden
LEAP (Lim'uvune Entrepreneurial Assistance Programme): Förderprogramm für Existenzgründer
Lim'uvune: „Black Empowerment Training“/Banking-Traineeprogramm
NOAH (Nurturing Orphans of Aids for Humanity): Hilfe für Aids-Waisen

Förderungen nach Themen 2002

Gesamtvolumen in Rand: 3 558 380



Deutsche Bank

Das gesellschaftliche Engagement der Deutschen Bank hat vielfältige Ausprägungen: Neben den selbständigen Stiftungen, gemeinnützigen Gesellschaften bzw. stiftungsähnlichen Geschäftseinheiten engagiert sich die Bank auch direkt, insbesondere in den Bereichen Kunst, Sport, Umwelt und Geschichte. Seit 2002 werden alle direkten und indirekten kulturellen und gesellschaftlichen Engagements der Deutschen Bank in dem Stabsbereich „Corporate Cultural Affairs“ koordiniert.

Deutsche Bank Art – Die Kunst der Deutschen Bank

Als eines der ersten Unternehmen verband die Deutsche Bank Ende der siebziger Jahre zeitgenössische Kunst und Arbeitswelt. Dem Konzept „Kunst am Arbeitsplatz“ folgend, entstand mit knapp 50 000 Kunstwerken eine der weltweit größten Unternehmenssammlungen, die international in den Bankgebäuden präsentiert ist. Anders als im Museum kommt die Kunst hier zum Betrachter an den Arbeitsplatz. Die aktive Vermittlung der ungewöhnlichen Kunstpräsentation reicht von kunsthistorischen Führungen über Kataloge und Kunstkalender bis zu Leihgaben. Aufsehenerregend sind die aus dem Sammlungsbestand konzipierten Ausstellungen, die in Museen rund um die Welt gezeigt werden (s. S. 22). Das Online-Kunst-Magazin db-art.info berichtet international über die Projekte und Ausstellungen des Kunstprogramms der Deutschen Bank. Ergänzt wurden die Kunstaktivitäten der Bank 1997 durch die gemeinsam mit der Solomon R. Guggenheim Foundation geführte Ausstellungshalle „Deutsche Guggenheim“. Mit bisher 23 Schauen (vier pro Jahr) und über 600 000 Besuchern ist sie die am stärksten an Zuspruch gewinnende Kunsthalle in Berlin und eine der erfolgreichsten Neugründungen in Deutschland.

Deutsche Bank Art

Leitung:

Ariane Grigoteit
Friedhelm Hütte

www.db-art.info

Historisches Institut der Deutschen Bank

Leitung:

Manfred Pohl
Angelika Raab-Reben-
tisch

www.deutsche-bank.de/geschichte
www.bankgeschichte.de

Historisches Institut der Deutschen Bank

Die Auseinandersetzung mit ihrer Geschichte ist ein zentraler Bestandteil der Unternehmenskultur der Deutschen Bank. Seit 1961 führt die Bank ein Historisches Archiv, in dem heute rund 5000 Regalmeter Akten gelagert werden, von denen die ältesten aus Vorläuferinstituten der Deutschen Bank aus der Mitte des 19. Jahrhunderts stammen. Alle Archivunterlagen aus der Zeit vor 1945 sind für wissenschaftliche Zwecke öffentlich zugänglich. 1996 wurde das Historische Institut gegründet, das sich durch eigene und externe Forschungen und Publikationen kritisch mit der Geschichte der Bank auseinandersetzt. Ein Jahr später wurde speziell zur Erforschung der Rolle der Deutschen Bank während des Nationalsozialismus eine international besetzte unabhängige Kommission berufen (s. S. 26). Weitere Forschungsthemen sind das Verhältnis von Bank und Politik, die Rolle der Geschichte im Rahmen einer globalen Unternehmenskultur, die Entwicklung der Deutschen Bank in Ostasien sowie – jüngst – die Geschichte der Bank in Nordamerika. Die 1991 gegründete Historische Gesellschaft e.V. hat sich darüber hinaus zum Ziel gesetzt, die Geschichte des deutschen und internationalen Kreditwesens einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln und das Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter durch die Beschäftigung mit der Geschichte des Hauses zu stärken.

Umwelt und Sustainability

Die Deutsche Bank engagiert sich bereits seit mehr als 15 Jahren aktiv für eine nachhaltige Entwicklung. Eine der ersten Sustainability-orientierten Initiativen war 1988 die Realisierung der Debt-for-Nature-Swaps: Im Zusammenhang mit der Verschuldungskrise der Dritten Welt wurden gegen bestimmte umwelt- bzw. entwicklungspolitische Auflagen Forderungsverzichte gegenüber Schuldnerländern gewährt. Die folgenden Jahre waren geprägt von der Integration der Umweltthemen in die Risikobeurteilung bei der Kreditvergabe und der Beratung der Firmenkunden zu speziellen umweltpolitischen Themen, wie zum Beispiel Altlastensanierung. Die Veröffentlichung der Grundsätze der Deutschen Bank zur Umweltpolitik, die eine Konkretisierung der „Erklärung der Finanzinstitute zur Umwelt und zur nachhaltigen Entwicklung“ darstellt (UNEP-Erklärung ursprünglich aus dem Jahr 1992, deren Erstellung die Deutsche Bank von Anfang an mit großem Engagement vorangetrieben hat), gab 1995 den Startschuss zur Implementierung des Umweltmanagementsystems. Als global agierendes Unternehmen orientiert sich der Konzern dabei an dem Standard ISO 14 001. Die erste Zertifizierung für Deutschland erfolgte im Mai 1999.

Sportförderung und Sportsponsoring

Mit ausgewählten Förderprogrammen unterstützt die Bank Spitzensportler bei der Koordination ihrer sportlichen und beruflichen Karriere und sportbegeisterte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Breiten- und Freizeitsport. Das Engagement für talentierte Nachwuchssportler aus dem eigenen wie aus anderen Unternehmen steht dabei im Mittelpunkt und wird in den Projekten „Auf dem Weg nach Olympia“ und „Einer von uns“ als bankinternes Programm umgesetzt (s. S. 42). Darüber hinaus wird in Deutschland an ca. 100 Standorten der Betriebssport in etwa 35 Sportarten gefördert. Etwa 16 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ihre Angehörigen gehen dort ihrer Sportbegeisterung nach. Allein 4 000 Mitarbeiter halten sich am Standort der Zentrale fit und nutzen das bankeigene Sport-Zentrum in Frankfurt am Main/Eschborn. Das Engagement im Bereich Sportförderung und die Unterstützung der NADA (Nationale Anti Doping Agentur) wird ergänzt durch ein marketingorientiertes Sportsponsoring, mit dem die Deutsche Bank zur Vielfalt der Sportlandschaft beitragen und die Verbindungen mit Kunden und Partnern vertiefen möchte. So werden die zwei renommiertesten Sportveranstaltungen ihrer Art in Europa ermöglicht: das Profigolfturnier Deutsche Bank-SAP-Open und das internationale Reitturnier CHIO Aachen.

Deutsche Bank Umwelt und Sustainability

Leitung:

Hanns Michael Hölz
Barbara Menrad

www.deutsche-bank.de/sustainability

Deutsche Bank Sport

Leitung:

Hanns Michael Hölz
Ottmar Kayser

www.deutsche-bank.de/cca/sport.html

Kooperationspartner

Für die gute Zusammenarbeit danken wir allen unseren Partnern

Aachener Reitturnier GmbH, Aachen	econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung, Berlin
ACCION International, Washington D.C.	Enima.garage, Projektmanagement GmbH, Hamburg
Arts & Business and Arts & Kids, London	Ensemble Modern, Frankfurt am Main
Auckland Art Gallery, Auckland (Neuseeland)	Enterprise Brandenburg, IQ e.V. Projekt Enterprise, Berlin
Bellagio Forum for Sustainable Development, Osnabrück	Enterprise Foundation, Columbia (MD, USA)
Bruce Museum, Greenwich (CT, USA)	European Association for Banking History, Frankfurt am Main
Bundesanstalt für Arbeit, Nürnberg	European Foundation Center (efc), Brüssel
Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management B.A.U.M. e.V., Hamburg	Excet Stuttgart e.V., EXCET – Existenzgründerzentrum Stuttgart
Business in the Community, London	Fondazione Mazzotta, Mailand
businessdynamics, London	Gazeta Olsztynska, Olsztyn (Polen)
Charity Bank, London	Gesellschaft für Unternehmensgeschichte, Frankfurt am Main
Cityside Regeneration, London	Global Reporting Initiative (GRI), Amsterdam
Common Purpose, London	Goethe Institut Inter Nationes, Bonn
Community Service Volunteers, London	Goethe-Institut, St. Petersburg
Consultative Group to Assist the Poorest, Washington D.C.	Göttinger Kunstverein, Göttingen
Corporate Responsibility Group, London	Grameen Bank, Dhaka (Bangladesh)
Corporation of London / Heart of the City, London	Habitat for Humanity, Americus (GA, USA)
Der Tagesspiegel, Berlin	HEC School of Management, Paris
Deutscher Verein für öffentliche und private Fürsorge e.V., Frankfurt am Main	Hessische Niedersächsische Zeitung, Kassel
Die Rheinpfalz, Ludwigshafen	Institute for Corporate Cultural Affairs, Frankfurt am Main
Dresdner Exis Europa e.V., Dresden	IZOP-Institut, Aachen
Dresdner Neueste Nachrichten, Dresden	J.W. Goethe-Universität, Frankfurt am Main
East London Business Alliance, London	

KIZ Netzwerk Offenbach, KIZ Zentrale für Existenzgründung AG, Offenbach	Portikus, Frankfurt am Main
Künstlerhaus Mousonturm, Frankfurt am Main	Právo, Prag
Leipziger Volkszeitung, Leipzig	Princeton University, Princeton (NJ, USA)
Living Cities: The National Community Development Initiative, New York	Robin Hood Foundation, New York
Local Initiatives Support Corporation, New York	SAP Deutschland AG, Walldorf
London Benchmarking Group, London	Schleswig-Holsteinischer Zeitungsverlag, Flensburg
Lower Manhattan Cultural Council, New York	Society for European Business History, Frankfurt am Main
Mannheimer Kunstverein, Mannheim	Solomon R. Guggenheim Foundation, New York
Märkische Oderzeitung, Frankfurt (Oder)	Staatliche Museen zu Berlin, Stiftung Preußischer Kulturbesitz, Berlin
Museum de Arte Moderno, Monterrey (Mexiko)	Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V., Essen
Museum Moderner Kunst Stiftung Wörlen, Passau	Stiftung Berliner Philharmoniker, Berlin
Museum of Modern Art, Singapur	Stiftung Deutsche Sporthilfe, Frankfurt am Main
Museum voor Moderne Kunst, Arnheim (NL)	Stuttgarter Zeitung, Stuttgart
MuseumsQuartier, Wien	The State Hermitage Museum, St. Petersburg
National Gallery, Kapstadt	Thüringer Allgemeine, Erfurt
Nationale Anti Doping Agentur (NADA), Bonn	Thüringische Landeszeitung, Weimar
Neighborhood Housing Services, New York	United Nations Environment Programme (UNEP), Nairobi
Népszabadság, Budapest	United Nations Global Compact, New York
Neues Museum Weserburg, Bremen	University of California, Berkeley (CA, USA)
New York City Partnership, New York	Villa Romana, Florenz
New York Foundation for the Arts, New York	Volksstimme, Magdeburg
Orchesterakademie der Berliner Philharmoniker e.V., Berlin	Women's World Banking, New York
Ostsee-Zeitung, Rostock	World Bank, Washington D.C.
Ostthüringer Zeitung, Gera	World Business Council for Sustainable Development, Conches-Geneva (Schweiz)
Peace Parks Foundation, Stellenboch (Südafrika)	

<p>Balanced Score Card (BSC): BSC (zu deutsch „ausgewogener Berichtsbogen“) ist ein Instrument, das auf der Grundidee der strategischen und ganzheitlichen Steuerung von Unternehmen basiert. Die unternehmerische Vision wird in ein Zielsystem für die vier wesentlichen Bereiche eines Unternehmens heruntergebrochen: Finanzen, Kunden, Prozesse und Mitarbeiter.</p>	<p>ökologische und soziale Leistung von Unternehmen abbilden. Seit dem Bestehen der Indizes ist die Deutsche Bank im DJSI World und DJSI STOXX gelistet. www.sustainability-index.com</p>	<p>www.epifinance.com</p>
<p>Corporate Finance: Sammelbezeichnung für kapitalmarktnahe, innovative Finanzierungsdienstleister mit speziellem Beratungsbedarf im Firmenkundengeschäft.</p>	<p>DWS: Die DWS Investment GmbH, ein Tochterunternehmen der Deutschen Bank ist der größte Anbieter von Publikumsfonds in Europa, der folgende Sustainability-orientierte Fonds anbietet: DWS New Energies Basket 25+, DWS Invest Sustainability Leaders, DWS Panda Rendite Fond, DWS Bildungsfond, GKD Fonds. www.dws.de</p>	<p>FTSE4Good: Der FTSE4Good ist eine Indexfamilie, die ausschließlich Unternehmen beinhaltet, die sich als sozial verantwortlich profiliert haben. FTSE4Good besteht aus jeweils vier so genannten Tradeable- und Benchmark-Indizes. Seit dem Bestehen der Indizes ist die Deutsche Bank im FTSE4Good Europe 50 Index und im FTSE4Good Global 100 Index gelistet. www.ftse4good.com</p>
<p>Corporate Governance: beinhaltet die Grundsätze zur verantwortungsvollen Führung und Kontrolle eines Unternehmens.</p>	<p>econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung: econsense ist eine Initiative führender national und international agierender Unternehmen – darunter auch die Deutsche Bank AG – und Organisationen der deutschen Wirtschaft, die das Leitbild der nachhaltigen Entwicklung in ihre Unternehmensstrategie integriert haben. www.econsense.de</p>	<p>GRI: Die Global Reporting Initiative ist eine Multi-Stakeholder-Initiative, um ein allgemeingültiges Konzept zu einem freiwilligen Reporting für ökonomische, ökologische und soziale Leistungen einer Organisation zu entwickeln, zu fördern und zu verbreiten. Es beteiligen sich daran neben Unternehmen auch Organisationen aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeit, Rechnungswesen sowie Umweltorganisationen. www.globalreporting.org</p>
<p>Debt-for-nature-swaps: Forderungsverzichte gegenüber Schuldnerländern, die gegen bestimmte umwelt- oder entwicklungspolitische Auflagen gewährt werden. Sie wurden im Zusammenhang mit der Verschuldungskrise der Dritten Welt von Gläubigerbanken und Umweltschutzorganisationen entwickelt.</p>	<p>EPI: Der EPI-Finance-2000-Report wurde von 11 Banken und Versicherungsunternehmen entwickelt, die darin Environmental Performance Indicators (Leistungskennzahlen zu Umweltleistungen) vorschlagen. Ziel der Indikatoren ist es, die Qualität der Kommunikation von Umweltleistungen zu verbessern und einen Vergleich der Umweltleistungen von Unternehmen im Finanzsektor zu ermöglichen.</p>	<p>Investment Banking: Sammelbegriff für kapitalmarkt-orientierte Geschäfte. Hierunter fallen insbesondere Emission und Handel von Wertpapieren und ihren Derivaten, Zins- und Währungsmanagement, Corporate Finance, Beratung bei Übernahmen und Fusionen, strukturierte Finanzierungen und Private Equity.</p>
<p>Diversity: Vielfalt der unterschiedlichen Kulturen, Religionen, Nationalitäten, Altersgruppen sowie ethnischen und gesellschaftlichen Gruppen in einem Unternehmen.</p>		<p>ISO 14001: Norm nach DIN ISO für ein Umweltmanagementsystem.</p>

Nach der ISO 14001 wird das Funktionieren von Prozessen eines Unternehmens im Rahmen eines Umweltmanagementsystems durch einen externen Zertifizierer überprüft. www.iso.ch und www.din.de

Marktrisiko:

Resultiert aus der Unsicherheit über Veränderungen von Marktpreisen und –kursen (inklusive Zinsen, Aktienkursen, Wechselkursen und Rohwarenpreisen) sowie den zwischen ihnen bestehenden Korrelationen und ihren Volatilitätsniveaus.

NGOs:

Der Begriff Non Governmental Organizations (Nichtregierungsorganisationen) wurde im Zuge der Rio-Konferenz 1992 geprägt und schuf einen verbindenden Begriff für alle Organisationen, die nicht an der Regierung selbst beteiligt sind, aber dort bestimmte Interessen vertreten. Dazu gehören Umweltverbände, Gewerkschaften, Kirchen sowie Menschenrechts- und andere Organisationen.

Operationelles Risiko:

Risiko des Verlusts im Zusammenhang mit Mitarbeitern, Projektmanagement, vertraglichen Spezifikationen und deren Dokumentation, Technologie, Infrastrukturausfällen und Katastrophen, externen Einflüssen und Kundenbeziehungen. Diese Definition schließt unter anderem rechtliche und aufsichtsrechtliche Risiken ein.

Segmentberichterstattung:

Offenlegung von Vermögens- und Ergebnisinformationen eines Unternehmens, untergliedert nach Tätigkeitsbereichen (Unternehmensbereichen) und

geografischen Merkmalen (Regionen).

Shareholder Value:

Management Konzept, das dauerhafte Wertsteigerungen des Unternehmens in den Mittelpunkt strategischer und operativer Entscheidungen stellt. Kerngedanke ist, dass nur Renditen, die über den Eigenkapitalkosten liegen, Wert für die Aktionäre schaffen.

Stakeholder:

Stakeholder sind alle Anspruchsgruppen, die Interesse an dem ökonomischen, ökologischen und sozialen Handeln und Verhalten eines Unternehmens haben.

SPI/Social Performance Indicators:

Die SPI-Finance 2001/2002 ist ein internationales Projekt von zehn Finanzinstituten und Versicherungsunternehmen, die Indikatoren für das soziale Engagement und Verhalten von Finanzdienstleistern entwickelt haben. Die Ergebnisse sind Bestandteil der GRI-Indikatoren. Siehe auch EPI. www.spifinance.com

Sustainability:

Bezeichnet das Zusammenspiel von Ökonomie, Ökologie und gesellschaftlicher Verantwortung mit dem Ziel, die Lebensgrundlagen der Menschheit nachhaltig und zukunftsfähig weiterzuentwickeln.

UNEP:

United Nations Environment Programme ist die Bezeichnung für das Umweltprogramm der Vereinten Nationen. Die Deutsche Bank hat bereits 1992 die „Erklärung der Finanzinstitute zur Umwelt und zur nachhaltigen Entwicklung“ mit entwickelt, die

heute den anerkannten Umweltkodex für die Finanzwirtschaft darstellt. www.unep.org und www.unepfi.net

Volatilität:

Schwankungsbreite bei Preisbeziehungsweise Kursen, Zinssätzen oder auch ganzen Märkten.

WBCSD:

Der World Business Council for Sustainable Development ist ein Zusammenschluss von etwa 150 internationalen Unternehmen, darunter auch die Deutsche Bank, die sich der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet haben. www.wbcsd.ch

Wolfsberg Principles:

Die Wolfsberg Principles sind globale Richtlinien zur Bekämpfung der Geldwäsche für international tätige Privatbanken, die im Oktober 2000 von elf weltweit führenden Banken sowie der Transparency International bekannt gegeben wurden. www.wolfsberg-principles.com

Über diesen Bericht

Deutsche Bank legt erstmalig „Corporate Cultural Affairs“-Bericht vor

Vision and Strategy	
1.1; 1.2	pg 1

Profile	
2.1; 2.10	Cover
2.2; 2.3; 2.4	pg 49
2.5; 2.6; 2.7	pg 48
2.8	pg 48–53
2.9	pg 48–50
2.11	pg 1
2.17	pg 80

Management Systems	
3.6; 3.7	pg 54–55
3.9; 3.14; 3.20	pg 54
3.15	pg 76–77

Economic	
EC1; EC2	pg 49
EC7; EC8	pg 49
EC10	pg 58

Environmental	
EN1; EN3; EN4	pg 56–57
EN5; EN8	pg 56–57

Social	
LA1	pg 52–53
LA2; LA9	pg 53
LA4	pg 53–54
LA7	pg 52
LA10; LA12	pg 54–57
LA16; LA17	pg 54–57
HR4	pg 54–57

Der vorliegende Bericht gibt dem Leser zum ersten Mal einen umfassenden Überblick darüber, wie die Deutsche Bank ihrer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht wird und durch welche Projekte, Initiativen und Förderungen sie sich weltweit als Corporate Citizen für soziale, kulturelle und ökologische Anliegen engagiert. Der Bericht ergänzt und vertieft in diesem Sinne die Informationen des Geschäftsberichts, in dem die Deutsche Bank die Erfüllung ihrer Verpflichtungen gegenüber Aktionären, Kunden, Mitarbeitern und der Gesellschaft dokumentiert. Er unterstreicht außerdem unser Verständnis von unternehmerischer Verantwortung als zugleich ökonomischer, ökologischer und sozialer Verantwortung.

Bei der Erstellung dieses Berichts haben wir uns an den Richtlinien der „Global Reporting Initiative“ (GRI), einschließlich der „Social Performance Indicators“ (SPI), orientiert. Dabei handelt es sich um ein Bündel anerkannter Indikatoren, die dazu dienen, die Berichterstattung, die über die rein wirtschaftliche Dimension des unternehmerischen Handelns hinausgeht, weltweit zu standardisieren und damit vergleichbar zu machen. Als eine recht junge Initiative ist die GRI noch flexibel und anpassungsfähig gestaltet. Trotz unseres Bestrebens, die Richtlinien der Nachhaltigkeitsberichterstattung umfassend zu erfüllen, konnten nicht alle der vorgeschlagenen Indikatoren dokumentiert werden. Dies beruht teilweise auf rechtlichen Gründen und – speziell für Banken geltenden – regulatorischen Beschränkungen, teilweise auf zu geringer Relevanz, teilweise aber auch auf internen Regelungen oder dem Fehlen entsprechender Daten (bzw. einem unverhältnismäßig hohen Erhebungsaufwand).

Dieser Bericht ist das Ergebnis eines internen Lernprozesses, der mit dem Erscheinungstermin nicht abgeschlossen sein wird. Vielmehr hoffen wir, diese Form der Berichterstattung – auch auf Grund von Anregungen und Kritik, zu der wir ausdrücklich ermuntern möchten, sukzessive vertiefen und verbessern zu können. Um dem Leser die Möglichkeit zu geben, die Entwicklung des gesellschaftlichen Engagements qualifiziert weiterzuerfolgen, wird die Konsistenz der Berichterstattung dabei im Vordergrund stehen.

Soweit sich im „Corporate Cultural Affairs“-Bericht Inhalte des Geschäftsberichts wiederholen, wurden sie im Hinblick auf die besondere Zielsetzung dieses Berichts und die Orientierung an den GRI-Richtlinien teilweise zusammengefasst, aufgeschlüsselt oder anders zusammengestellt. Das nebenstehende Register gibt an, auf welchen Seiten des Berichts die korrespondierenden Indikatoren der GRI behandelt werden.

Impressum/Publikationen

Deutsche Bank AG
Taunusanlage 12
60262 Frankfurt am Main
Telefon: (0 69) 9 10-00
deutsche.bank@db.com

Fragen, Anregungen und Kontakt:
 Deutsche Bank AG
 Corporate Cultural Affairs
 Cultural Management
 Rossmarkt 18
 60311 Frankfurt
 tanja.christ@db.com
 http://www.deutsche-bank.de/ccca

Konzept und Gestaltung:
 Scholz & Friends Berlin

Redaktionelle Anmerkung:
 Alle Angaben in diesem Bericht erfolgten nach bestem Wissen und wurden mit größter Sorgfalt und Umsicht aus unterschiedlichen Quellen zusammengestellt. Nach unserer Kenntnis entsprechen die hier enthaltenen Informationen, Zahlen und Daten der Wahrheit. Eine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der Angaben kann dennoch nicht übernommen werden.

Wenn bei bestimmten Begriffen, die sich auf Personengruppen beziehen, nur die männliche Form gewählt wurde, so ist dies nicht geschlechtsspezifisch gemeint, sondern geschah ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit.

Allen Kollegen und Beteiligten außerhalb des Unternehmens, die an der Erstellung dieses Berichts mitgewirkt haben, danken wir für die freundliche Unterstützung.

Bildnachweis:
S. 11/oben: Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe; Foto: B. C. Möller
S. 11/unten: dpa
S. 16: Peter Adamik, Berlin
S. 17: Berliner Philharmoniker; Foto: Akinbode Akinbiyi
S. 18: National Gallery und Design Museum, London
S. 19: Henning Bock, Hamburg
S. 20/oben: Deutsche Guggenheim, Berlin
S. 20/unten links: Deutsche Guggenheim, Berlin; Foto: Mathias Schormann

S. 20/unten rechts:
 Succession Picasso/
 VG Bild-Kunst, Bonn 2003

S. 21/oben links:
 Kultur-Stiftung der Deutschen Bank; Foto: Peter Poser
S. 21/oben rechts:
 St. Peter, Köln

S. 21/unten links:
 Philipp Stengele

S. 21/unten rechts:
 Komische Oper, Berlin

S. 28: Anne Hoffmann, Reichelsheim/Wetterau

S. 34: Peace Parks Foundation
S. 35/oben: KNA-Bild

S. 35/unten:
 Peace Parks Foundation

S. 44/oben:
 Imagine Fotoagentur, Hamburg

S. 44/unten: NADA, Bonn
S. 45/oben:

Fairway Marketing, Alveslohe
S. 45/unten: Arnd Bronkhorst

Gern senden wir Ihnen folgende Publikationen zum Jahresabschluss:

Results 2002 – Geschäftsbericht Konzern Deutsche Bank (US GAAP)
 (in Deutsch, Englisch und Französisch; in Spanisch als Kurzfassung)

Form 20-F (in Englisch)

Jahresabschluss und Lagebericht der Deutschen Bank AG 2002
 (in Deutsch, Englisch und Französisch)

Verzeichnis der Mandate 2002
 (in Deutsch/Englisch)

Verzeichnis des Anteilbesitzes 2002
 (in Deutsch/Englisch)

Verzeichnis der Beiratsmitglieder 2002
 (in Deutsch)

Corporate Governance – Bericht 2002 und Grundsätze
 (in Deutsch und Englisch)

Corporate Cultural Affairs – Bericht 2002
 (in Deutsch und Englisch)

So können Sie bestellen:
 - als E-Mail an results@db.com
 - im Internet unter www.deutsche-bank.de/02
 - per Fax an (0 69) 95 00 95 29
 - mit Anruf unter (0 69) 95 00 95 30
 - postalisch bei:
 Deutsche BankAG
 Leser-Service-PKS
 60262 Frankfurt am Main

