



Corporate Social Responsibility: Kennzahlen

(Auswahl; zu weiteren Kennzahlen der Deutschen Bank siehe hintere Umschlagseite)

	2004	2005	2006
--	------	------	------

Nachhaltigkeits-Management-System (s. S. 7 ff)

Nach DIN EN ISO 14001 für 2005-2008 extern zertifiziert (erstmalige Zertifizierung in 1999)

In 2005 Neuaufnahme des Standorts in New York sowie der DWS, in 2006 des Standorts in London und der DB Bauspar.

Umweltdaten (s. S. 57 zu weiteren Daten, auch zu Standorten im Ausland und deutschen Tochtergesellschaften)

Stromverbrauch (in GJ) ¹	858 919	749 614 ²	679 195
Heizenergie (in GJ) ¹	775 798	647 662 ²	661 736
CO ₂ -Emissionen aus der Energieerzeugung (in t) ^{1/3}	140 992	126 149	98 282

Deutsche Bank Listing in Nachhaltigkeits-Indizes (s. S. 18 f)

ASPI Index			
Dow Jones STOXX Sustainability Indices			
Dow Jones Sustainability World Indices			
Ethical Index Euro & Global			
FTSE4GOOD Indices			

Jährliche Wertentwicklung von Nachhaltigkeitsfonds der DWS (s. S. 26)

DWS Invest Sustainability Leaders	5,1%	8,9%	8,3%
GKD-Fonds	6,2%	12,9%	7,6%
DWS Bildungsfonds	6,2%	13,7%	8,9%
PANDA Renditefonds DWS	3,7%	7,2%	-5,3%
DVG Stiftungsfonds	5,0%	7,7%	4,5%

Mitarbeiter (s. S. 32 ff)

Weiterbildung (Aufwendungen pro Mitarbeiter ⁴ in EUR)	1479	1583	1757
Berufsausbildung (Aufwendungen in Mio. EUR)	42	40	40
Mitarbeiter-Commitment-Index (s. S. 44)	68	68	68
Wahrnehmung der Deutschen Bank als verantwortungsbewusster Unternehmensbürger ⁵			
Deutschland	38%	64%	53%
Global	51%	66%	58%
Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter im Rahmen von Volunteeringprogrammen der Bank (in Tagen) ⁶		7155	9843

Corporate Citizenship-Ausgaben (in Mio. EUR; s. S. 5 f)

Spenden	42,8	56,8 ⁷	53,6
Sponsoring ⁸	24,3	26,0	24,0
Stiftungen der Deutschen Bank	5,8	6,9	7,6
Gesamt	72,9	89,7	85,2

Preise und Auszeichnungen 2006 (Auswahl; s. S. 107)

City of London Dragon Award	
Golden Peacock Global Award for Corporate Social Responsibility	
Deutscher Kulturförderpreis	
Operational Risk & Compliance Achievement Award	

¹Angaben gelten für Deutsche Bank AG und Deutsche Bank Privat- und Geschäftskunden AG in Deutschland

²Aktualisierte Werte

³Geänderte Umrechnungsfaktoren für CO₂-Emissionen

⁴Anzahl Mitarbeiter (Kopfzahlen)

⁵Interne, repräsentative Online-Befragung

⁶2005 erstmals erhoben

⁷Einschließlich außerordentlicher Ausgaben für Katastrophenhilfe

⁸Nur solche Sponsorings, die überwiegend zur Förderung kultureller und gesellschaftlicher Belange getätigt wurden

Sehr geehrte Damen und Herren,



Josef Ackermann
Vorsitzender des Vorstands und des
Group Executive Committee

die Umsetzung von Konzepten zur nachhaltigen Entwicklung der Unternehmen gewinnt im globalen Wettbewerb immer mehr an Bedeutung, sie geschieht deshalb nicht aus Altruismus. Konfrontiert mit wissenschaftlichen Erkenntnissen zur Ressourcenverknappung und zum Klimawandel sowie mit einer dadurch ausgelösten breiten politischen Diskussion, ist jede verantwortungsvolle Unternehmensführung längst dabei, nach ihrer adäquaten Antwort auf die sich zuspitzende Situation zu suchen. Und dabei wird vielen zunehmend bewusst, dass nachhaltiges Handeln Wettbewerbsvorteile bringt oder doch bringen kann. Effizientere und kostengünstigere Produktionsprozesse, innovative Produkte, die neue Wettbewerbsfelder erschließen, erhöhte Attraktivität bei der Rekrutierung von besonders qualifizierten Mitarbeitern sind oft die positiven Folgen.

Nachhaltiges Handeln ist auch für die Deutsche Bank kein bloßes Thema der Öffentlichkeitsarbeit. Es fließt stattdessen mehr und mehr in unseren geschäftlichen Alltag und unsere Entscheidungsprozesse ein.



Tessen von Heydebreck
Mitglied des Vorstands und des
Group Executive Committee

Auch im Jahr 2006 haben wir uns wieder aktiv bei der Bewältigung der vielen und neuen gesellschaftlichen Herausforderungen eingebracht. Das Abwehren des Klimawandels stellt eine der größten dar. Insbesondere durch die Zunahme von wetterbedingten Naturkatastrophen werden neben ökologischen und sozialen Auswirkungen enorme volkswirtschaftliche Schäden verursacht, die auch unsere Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Investoren oder sonstige Anspruchsgruppen treffen. Neben der gesellschaftlichen Verantwortung liegt es somit auch in unserem wirtschaftlichen Interesse, den Klimawandel zu bekämpfen. Mit unserer Klimastrategie wollen wir Treibhausgasemissionen vermeiden, die Nutzung von erneuerbaren Energien fördern, die Öffentlichkeit über die Problematik des Klimawandels informieren und die Nutzung marktorientierter Mechanismen wie zum Beispiel des EU-Emissionshandels ausbauen.

Neben der Betätigung auf dem Markt der Emissionsprodukte haben wir auch unser Produktportfolio an nachhaltigen Finanzdienstleistungen und -produkten ausgebaut. Mit Innovationen wie dem „DWS Klimawandel“-Fonds oder „Stiftung Select“ werden wir damit dem Bedürfnis unserer Kunden gerecht, die soziale und ökologische Aspekte bei der Verwaltung ihres Vermögens berücksichtigen möchten.

In einer besonderen Partnerschaft knüpfen wir an eine lange Fördertradition von Innovationen an: Seit Ende 2006 unterstützen wir die Entwicklung des Flugzeugs „Solarimpulse“, das erstmalig ohne den Verbrauch fossiler Brennstoffe die Welt umrunden wird. Damit wollen wir die Nutzung und Entwicklung erneuerbarer Energien vorantreiben und das Bewusstsein für ein Ressourcen schonendes Verhalten schärfen.

Auch der demographische Wandel stellt uns als Unternehmen zunehmend vor neue Herausforderungen. Nach Schätzungen des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit wird aufgrund der sich umkehrenden Alterspyramide das Potenzial an Arbeitskräften in den nächsten Jahrzehnten deutlich zurückgehen. So gilt zunächst für uns, das vorhandene Potenzial unserer Mitarbeiter zu fördern und weiterzuentwickeln.

Unseren Mitarbeitern erleichtern wir die Vereinbarkeit von Beruf und Familie mit zahlreichen Programmen, und mit unserer Diversity-Strategie verfolgen wir den Ansatz, in Arbeitsteams alle Generationen von Mitarbeitern einzubinden.

Der demographische Wandel bestärkt uns darin, unser Engagement für Bildung kontinuierlich weiter auszubauen. Allein in Bildungsinitiativen und Wissenschaftsförderung haben wir im vergangenen Jahr weltweit über 20 Mio. Euro investiert. Und auch unsere Mitarbeiter engagieren sich in diesem Kontext: Sie stehen jungen Menschen als Mentor mit ihrem Fachwissen zur Seite, vermitteln Schülern Finanzwissen oder beraten gemeinnützige Organisationen. Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen ist nur dann wirksam, wenn es auch von den Mitarbeitern mitgetragen wird. Eine Befragung im Juni 2006 ergab, dass 70 Prozent der Mitarbeiter stolz darauf sind, dass die Deutsche Bank gesellschaftliche Verantwortung übernimmt. Und noch mehr freuen wir uns darüber, dass das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter im vergangenen Jahr deutlich gestiegen ist: Sie haben sich 2006 im Rahmen von Volunteering-Programmen an insgesamt 9843 Tagen engagiert – an über 2000 Tagen mehr als im Vorjahr. Ihnen allen gilt unser besonderer Dank.

Wir fühlen uns zu einer transparenten Unternehmenspolitik und -kommunikation verpflichtet. Deshalb bilanzieren wir auch jährlich unseren Leistungsbeitrag für eine nachhaltige Entwicklung und für die Gesellschaft in dem vorliegenden Bericht. Darüber hinaus sehen wir ihn aber auch als Einladung zum offenen und konstruktiven Dialog. Wir sind gespannt auf neue Impulse und Ihre Meinung, die uns ermöglicht, unsere Aktivitäten zu evaluieren und auch weiterhin erfolgreich fortzuführen.

Mit freundlichen Grüßen



Josef Ackermann
Vorsitzender des Vorstands
und des Group Executive Committee



Tessen von Heydebreck
Mitglied des Vorstands
und des Group Executive Committee

Verantwortung gegenüber unseren Stakeholdern

Corporate Social Responsibility	
Unsere Förderbereiche und -prinzipien	5
Nachhaltigkeits-Management-System	7

AKTIONÄRE

Wie die Deutsche Bank mit marktgerechten Finanzinstrumenten den Klimawandel bekämpft	10
Die Klimastrategie der Deutschen Bank	14
Corporate Governance	15
Nachhaltiges Risikomanagement	16
Das Compliance- und Anti-Geldwäsche-Programm der Deutschen Bank	17
Nachhaltigkeitsratings und Nachhaltigkeitsindizes	18
Mehrwert schaffen: Gesellschaftliches Engagement als Ausdruck der Markenidentität	20

KUNDEN

Neue Wege beschreiten, um bei neuen Kunden zu überzeugen	22
Unsere nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen	26
Zufriedenheit unserer Privat- und Geschäftskunden	30
Verbraucherschutz und Produktverantwortung in unserem Privat- und Firmenkundengeschäft	30
Datenschutz	31

MITARBEITER

Wie begegnen wir als Bank den Herausforderungen des demographischen Wandels?	32
Talente gewinnen	36
Unsere Kooperationen mit Schulen und Hochschulen	37
Qualifikationen weiterentwickeln	37
Beruflich fit bleiben	38
Erfahrungsaustausch anregen	39
Vielfalt fördern	39
Führungskompetenz stärken	41
Leistung anerkennen	41
Aktives Gesundheitsmanagement	42
Beruf und Privatleben vereinbaren	43
Für das Alter vorsorgen	44
Vergütung von Betriebsräten	44
Arbeitssicherheit	45

GESELLSCHAFT

Startkapital für soziale Innovationen	46
UN Global Compact – Communication on progress	50
Mitgliedschaften der Deutschen Bank zur Förderung von Nachhaltigkeit	51
Solarimpulse	52
Deutsche Bank Research	52
365 Orte im Land der Ideen	53
Betrieblicher Umweltschutz	54
Umweltdatenvergleich 2002–2006	57
Nachhaltigkeit in der Beschaffung	58
Konzernsicherheit und Krisenmanagement	59
Politische Kommunikation	59

Gesellschaftliches Engagement

BILDUNG

Wirtschaft zum Anfassen: Wenn Banker in die Schule kommen	60
Weitere Förderprojekte	64

SOZIALES

Durchstarten ins Berufsleben – Beratung und Unterstützung für benachteiligte Jugendliche	66
Weitere Förderprojekte	70

MUSIK

Pimp my Brecht: Ein Sponsoring, 234m² Plakate und Texte von 80 Schulen	72
Weitere Förderprojekte	76

KUNST

Businesspläne für Künstler – Der Pyramid Award unterstützt beim Weg in die Selbstständigkeit	78
Weitere Förderprojekte	82

NEUE NETZWERKE

Urban Age – die Stadt des 21. Jahrhunderts neu erfinden	84
Weitere Initiativen der Alfred Herrhausen Gesellschaft	88
Unsere Hochschulkooperationen	89

MITARBEITERENGAGEMENT

Wie Bankmitarbeiter in ehrenamtlichen Initiativen ihr Wissen zielführend einbringen	90
Weitere Mitarbeiterinitiativen	94

UNTERNEHMENSGESCHICHTE

Die Deutsche Bank und die USA – Wissenschaftliche Aufarbeitung einer wechselhaften Geschichte	96
--	----

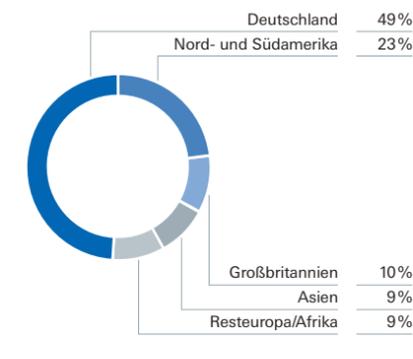
ERGÄNZENDE INFORMATIONEN

Stiftungen und gemeinnützige Gesellschaften der Deutschen Bank	100
Preise und Auszeichnungen 2006	107
Über diesen Bericht und GRI-Index	108
Impressum	110

Corporate Social Responsibility Unsere Förderbereiche und -prinzipien

Weltweites Fördervolumen für Kultur und Gesellschaft nach Regionen 2006

Insgesamt: Mio. EUR 85,2¹



¹Inklusive Sponsoring für Kultur und Gesellschaft

Corporate Social Responsibility (CSR) bedeutet für uns verantwortungsbewusstes Handeln gegenüber Aktionären und Kunden ebenso wie gegenüber Mitarbeitern und der Gesellschaft. Nur durch solch eine ganzheitliche Herangehensweise können wir als Unternehmen nachhaltig Erfolge erzielen.

Als Unternehmen haben wir zunächst eine unmittelbare Verantwortung nach innen, unseren Mitarbeitern gegenüber. In diesen Bereich fallen zum Beispiel alle außertariflichen Sozialleistungen, Investitionen in die Entwicklung von Arbeitszeitregelungen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie oder Maßnahmen zur Weiterbildung unserer Mitarbeiter (s. S. 32 ff).

Die Auswirkungen, die unsere unternehmerische Tätigkeit – d. h. die strategische Unternehmensführung genauso wie der „laufende Betrieb“ – nach außen, auf Umwelt und Gesellschaft haben, bilden den zweiten Bereich unserer CSR-Aktivitäten. Hierzu zählt die Verantwortung zur Schaffung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen (s. S. 36/37). Dazu gehören auch unsere über das gesetzlich verlangte Maß hinausgehenden Maßnahmen zur Wahrnehmung von Verantwortung gegenüber dem Kunden etwa im Bereich der Produkt- bzw. Prospekthaftung (s. S. 30), aber auch die Überprüfung von ökologischen Auswirkungen von bestimmten Großprojekten im Rahmen von Projektfinanzierungen und Kreditvergaben (s. S. 16). Dabei bildet unser Nachhaltigkeits-Management-System den Rahmen für eine systematische Berücksichtigung nachhaltiger Herausforderungen über alle Hierarchiestufen hinweg, alle Geschäftsbereiche und -aktivitäten betreffend (s. S. 7 ff).

Zu guter Letzt umfasst CSR auch all jene Aktivitäten, die über die soziale Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern und eine sozial und ökologisch verantwortliche Geschäftstätigkeit hinausgehen und die im angelsächsischen Raum mit „Corporate Citizenship“ bezeichnet werden (s. S. 60 ff). Wir engagieren uns mit einer Vielzahl gemeinnütziger Aktivitäten: mit Spenden und Sponsorships, mit eigenen Projekten und nicht zuletzt durch das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter. Mit einem Fördervolumen von 85,2 Mio. Euro gehörte die Bank mit ihren Stiftungen und gemeinnützigen Gesellschaften 2006 wieder zu den weltweit engagiertesten Unternehmen.

In Hinblick auf unsere Förderungen halten wir uns konsequent an festgelegte Förderprinzipien (s. S. 20) und konzentrieren unser Engagement auf die Bereiche Bildung, Soziales, Kunst und Musik. Denn nur durch ein kontinuierliches und zielgerichtetes Engagement in ausgewählten Themenfeldern lässt sich Urteilskompetenz entwickeln, um nachhaltige Partnerschaften aufzubauen, die Glaubwürdigkeit schaffen und Erfolg versprechend für alle Stakeholder der Deutschen Bank sind.

UM DEN MEHRWERT UNSERES GESELLSCHAFTLICHEN ENGAGEMENTS ZU OPTIMIEREN, ORIENTIEREN WIR UNSERE CORPORATE CITIZENSHIP-AKTIVITÄTEN AN ACHT ERFOLGSFAKTOREN:

1. **Relevanz:** Corporate Citizenship-Aktivitäten müssen einen Mehrwert, eine Relevanz für die Zielgruppe haben.

2. **Fokus:** Bei unseren Förderungen stellen wir uns stets die Frage, was ein Engagement in unseren vier Förderbereichen zu einem passenden Deutsche Bank-Projekt macht. So haben wir vier Prinzipien formuliert, die für unsere weltweiten Aktivitäten Richtschnur sind und die im Selbstverständnis unserer Marke verankert sind: „Nachhaltigkeit“, „Vielfalt“, „Investitionen in Menschen“ und „Mehr als Geld“ (s. S. 20).

3. **Kontinuität:** Nur durch ein kontinuierliches Engagement in ausgewählten Themenfeldern lässt sich die Urteilskompetenz entwickeln, die man braucht, um Erfolg versprechende Projekte auswählen zu können. Und nur in langfristig angelegten Programmen und Partnerschaften lassen sich nachhaltige Erfolge erzielen.

4. **Kompetenz:** Wir sind überzeugt davon, dass man mit Fachwissen, Prozess-Know-how oder speziellen Innovationsressourcen oft mehr bewegen kann als mit Spenden und Sponsoring alleine. Ein Engagement, das die Mitarbeiter und deren fachliche Kompetenz mit einbindet, schafft nicht nur mehr Glaubwürdigkeit nach innen und außen; es erhöht vor allem die Wirkung unserer Aktivitäten (s. S. 46–49 und 90 ff).

5. **Assoziation mit unserer Marke:** CSR-Aktivitäten müssen einen engen Bezug zur Branche und zum Unternehmen haben, der für Außenstehende intuitiv nachvollziehbar und überzeugend ist. Unser Wertschöpfungspotenzial basiert in hohem Maße auf der Kompetenz und der Einsatzbereitschaft unserer Mitarbeiter. Entsprechend stehen auch jene Projekte im Fokus unseres gesellschaftlichen Engagements, die die Entwicklungsmöglichkeiten von Individuen fördern.

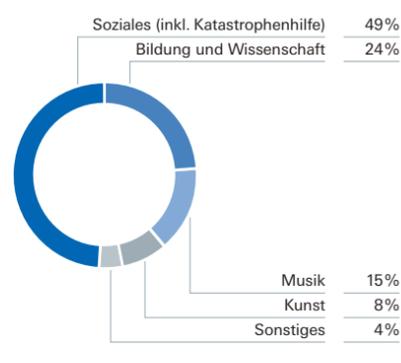
6. **Kommunikation:** Gesellschaftliches Engagement muss von unterschiedlichsten Akteuren mitgetragen und kontinuierlich evaluiert werden. Daher ist uns eine transparente Kommunikation, und zwar nicht nur der Aktivitäten und der eingesetzten Mittel, sondern auch der Wirkungen und Ergebnisse, nach innen wie nach außen wichtig.

7. **Differenzierung:** Unsere CSR-Aktivitäten zeichnen sich durch ein Alleinstellungsmerkmal, ein spezifisches Profil aus: Die Förderprinzipien, die Ausrichtung unseres Engagements an der Markenidentität und an der Zielsetzung, Mitarbeiter einzubeziehen, schaffen einen verbindlichen Orientierungsrahmen und Filter gegenüber den vielfältigen Erwartungen von Stakeholdern und den zahlreichen Unterstützungsanfragen.

8. **Stakeholder-Beteiligung:** Die Einbeziehung von Mitarbeitern und der konstruktive Dialog mit Kunden, sozialen und politischen Organisationen sowie Nicht-Regierungs-Organisationen sind ein wesentlicher Motor sowohl unseres gesellschaftlichen Engagements als auch unserer Unternehmensentwicklung. Erst die Bündelung von finanziellen Ressourcen und unterschiedlicher Expertise ermöglicht es, besonders effizient zu fördern und zu arbeiten. Richtig genutzt, können wir aus solch einem Austausch frühzeitig neue Erkenntnisse gewinnen, die sowohl für unser gesellschaftliches Engagement als auch für unser Geschäft als Finanzdienstleister von strategischer Bedeutung sind.

Weltweites Fördervolumen für Kultur und Gesellschaft nach Themen 2006

Insgesamt: Mio. EUR 85,2¹



¹Inklusive Sponsoring für Kultur und Gesellschaft



Nachhaltigkeits-Management-System

Nachhaltigkeit bedeutet für die Deutsche Bank Zukunftsfähigkeit – d. h. nachfolgenden Generationen stabile wirtschaftliche und soziale Verhältnisse sowie eine intakte Umwelt zu hinterlassen. Auf unsere geschäftliche Praxis übertragen heißt dies, bei der Verfolgung ökonomischer Ziele immer auch die ökologische, soziale und ethische Dimension unseres Handelns mit zu berücksichtigen.

Basierend auf einem klaren Bekenntnis unseres Konzernvorstandes haben wir hierzu ein umfassendes Nachhaltigkeits-Management-System nach ISO 14001 etabliert, das wir seit 1999 jährlich von einer unabhängigen Zertifizierungsgesellschaft auf Normkonformität und kontinuierliche Verbesserungen überprüfen lassen. Es bildet den Rahmen für eine einheitliche und systematische Berücksichtigung nachhaltiger Herausforderungen in unserem Unternehmen – über alle Hierarchiestufen hinweg, alle Geschäftsbereiche und -aktivitäten betreffend. Im Mittelpunkt unseres Engagements steht dabei insbesondere das Ziel, Reputationsschäden aus so genannten ESG-Risiken (ökologische („environmental“), soziale und Governance-Risiken) zu vermeiden und gleichzeitig Chancen aus nachhaltigen Entwicklungen zu realisieren, um so einen positiven Beitrag zur Wertentwicklung der Deutschen Bank zu leisten.

Durch abteilungsspezifische und übergreifende Richtlinien haben wir bereits für die Deutsche Bank weltweit nachhaltige Aspekte in unseren Infrastrukturfunktionen und zentralen Abteilungen unserer Geschäftsbereiche verankert. Auf dieser Grundlage gilt es nun, ein einheitliches Verständnis und Vorgehen bei der Adressierung möglicher ökologischer, sozialer und ethischer Auswirkungen unseres Handelns in allen Regionen sicherzustellen.

Leitbild der Deutschen Bank zur Nachhaltigkeit

- Nachhaltigkeit 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 Nachhaltigkeit dient der langfristigen Sicherung unseres Unternehmenswertes. Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil unserer geschäftspolitischen Entscheidungen. Über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus berücksichtigen wir soziale, ethische und ökologische Aspekte im geschäftlichen Alltag.
- Unsere täglichen Arbeitsprozesse prüfen wir auf nachhaltigkeitsrelevante Aspekte und entwickeln diese im Sinne eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses weiter.
- Wir verpflichten uns, für unsere Mitarbeiter ein gesundes und sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten, wobei rechtliche Anforderungen das Mindestmaß hierfür sind. 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.
- Nachhaltigkeit 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.

Wesentliche Herausforderungen und Tätigkeitsschwerpunkte im Rahmen unseres Nachhaltigkeitsmanagements sind:

- Kontinuierliche Verbesserung sowie konzernumfassende Ausweitung unseres Nachhaltigkeits-Management-Systems
- Integration nachhaltiger Kriterien bei Produktentwicklungen
- Berücksichtigung nachhaltiger Aspekte im Rahmen von Finanzierungen, Transaktionen und Beratungsmandaten
- Bewältigung von Anforderungen des Klimaschutzes

2006 haben wir folgende Maßnahmen umgesetzt:

- Einbeziehung unseres Tochterunternehmens DB Bauspar sowie des Standorts London in das Nachhaltigkeits-Management-System
- Verabschiedung des Konzernstandards „Ergänzende Dokumente zum Nachhaltigkeits-Management-System“, der unsere internen Richtlinien mit einschlägigen externen Standards und Selbstverpflichtungen der Deutschen Bank vernetzt
- Regelmäßige Kommunikation mit Mitarbeitern in zentralen Abteilungen und in den Geschäftsbereichen über unser Nachhaltigkeitsengagement
- Intensivierung des Dialogs mit Investoren und Vertretern von Nichtregierungsorganisationen
- Überprüfung des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses unseres Nachhaltigkeits-Management-Systems im Rahmen eines periodischen Audits von der unabhängigen Prüfungsgesellschaft Det Norske Veritas
- Weiterentwicklung unserer Klimastrategie (s. S. 14)

2007 wollen wir unter anderem folgende Ziele erreichen:

- Ausweitung unseres Nachhaltigkeitsmanagements auch auf die Geschäftsaktivitäten am Standort New York und weiterer Konzerntöchter
- Vorantreiben der Integration unserer Region Asien/Pazifik in das Nachhaltigkeits-Management-System
- Entwicklung von Instrumenten als Hilfestellung zur frühzeitigen Erkennung und zum Management von ESG-Risiken im Rahmen von Finanzierungsprojekten, Transaktionen und Beratungsmandaten
- Entwicklung eines zusätzlichen elektronischen Schulungsinstruments für Mitarbeiter zum Thema Nachhaltigkeit

In das Nachhaltigkeits-Management-System integrierte Bereiche und zentrale Funktionen:

- Asset Finance & Leasing
- Communications
- Compliance
- Corporate Development
- Corporate Security
- Corporate Real Estate
- Corporate Social Responsibility
- DB Bauspar
- DB Research
- Deutsche Bank Stiftung
- DWS
- Global Banking – Spezialfinanzierung
- Global Sourcing
- Global Transaction Banking
- Human Resources
- Investor Relations
- Legal
- London
- New York, 60 Wall Street
- Öffentlicher Sektor
- Privat- und Geschäftskunden
- Private Wealth Management
- Risk Management
- Structured Trade & Export Finance
- Sustainable Development

Nachhaltigkeits-Management-System der Deutschen Bank nach ISO 14001

Organisatorische Grundlage

- Unternehmensweite Querschnittsaufgabe
- Extern zertifiziert seit 1999 nach DIN EN ISO 14001, rezertifiziert bis 2008

Verantwortung

- Konzernvorstand, insbesondere Chief Administrative Officer (Tessen von Heydebreck)
- Delegiert auf nachfolgende Führungsebene, insbesondere an den global verantwortlichen Konzernbeauftragten für das Nachhaltigkeits-Management-System (Hanns Michael Hölz)

Anwendungsbereiche

- Unternehmensstrategische und operative Entscheidungen
- Direkte und indirekte Auswirkungen unseres Bankbetriebes und unserer Geschäftstätigkeit

Integrierte Bereiche und Funktionen

- Alle nachhaltigkeitsrelevanten zentralen Funktionen
- Geschäftsbereiche Privatkunden und Asset Management und Corporate Investment Bank (Firmenkunden und Institutionen)
- Konzerntöchter DWS, DB Bauspar
- Internationale Standorte 60 Wall Street New York, London

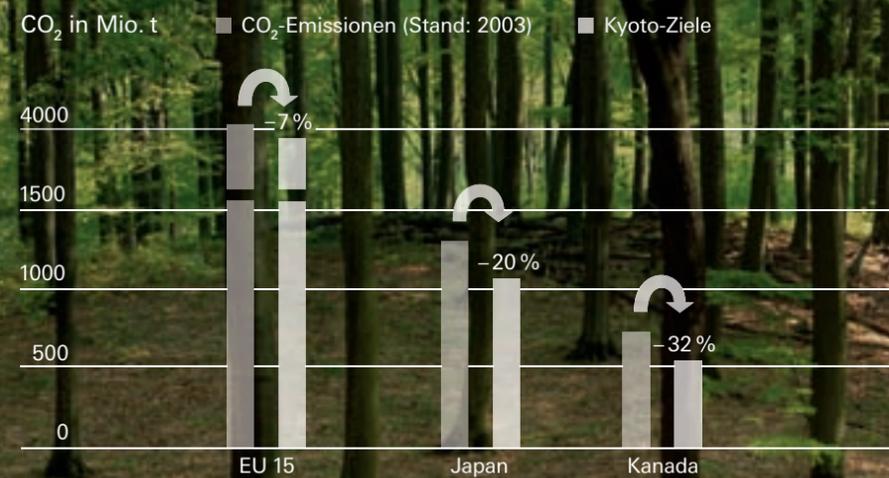
Kontrollmechanismen

- Jährliche interne Audits in allen integrierten Abteilungen und Geschäftsbereichen
- Jährliche externe Überprüfung der Normkonformität und des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses durch externen Zertifizierer
- Umfassende Rezertifizierung im Dreijahreszyklus, letztmalig in 2005
- Jährliche Einberufung des Committee of Sustainable Development als internes Lenkungs-, Kontroll- und Entscheidungsgremium

Übersicht: Organisation und Funktionen des Nachhaltigkeits-Management-Systems



Reduzierung der CO₂-Emissionen gemäß der Kyoto-Ziele nach Ländern



Globale Probleme sind nur durch breite Allianzen und länderübergreifende Regelungen zu lösen – wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, soziale Verantwortung und Umweltschutz sind untrennbar miteinander verbunden. Das 2005 in Kraft getretene Kyoto-Protokoll schreibt verbindliche Zielwerte für den Ausstoß von Treibhausgasen fest, welche die Hauptursache der globalen Erwärmung sind. Bezogen auf die CO₂-Emissionen des Jahres 2003 müssen die EU-Staaten noch sieben Prozent, Japan 20 Prozent und Kanada 32 Prozent einsparen, um die Vorgaben des Klimaschutzabkommens zu erfüllen. Das Kyoto-Protokoll sieht mehrere flexible Mechanismen vor, mit denen die Unterzeichnerstaaten die Ziele erreichen können. Clean Development Mechanism (CDM) oder Emissionshandel sind zwei dieser Möglichkeiten. Die Deutsche Bank unterstützt beide Instrumente mit ihrem finanziellen Know-how, um den Klimawandel zu bekämpfen und um gleichzeitig Mehrwert für Kunden und Aktionäre zu schaffen.

Wie die Deutsche Bank mit marktgerechten Finanzinstrumenten den Klimawandel bekämpft

Das Thema Klimawandel ist präsenter denn je: Seit Anfang 2006 zieht der ehemalige US-Vizepräsident Al Gore mit seinem Film „Eine unbequeme Wahrheit“ Millionen von Menschen in die Kinosäle. Im Herbst beschrieb Nicholas Stern, Berater der britischen Regierung und ehemaliger Chefökonom der Weltbank, erstmals die Folgen des Klimawandels aus wirtschaftlicher Sicht. Im Februar und April 2007 zeichnete der Klimareport der Vereinten Nationen (IPCC-Report) ein alarmierendes Zukunftsszenario: Abhängig von der Menge der freigesetzten Treibhausgasen können bis zum Jahr 2100 die Temperaturen durchschnittlich um bis zu 4 Grad steigen.

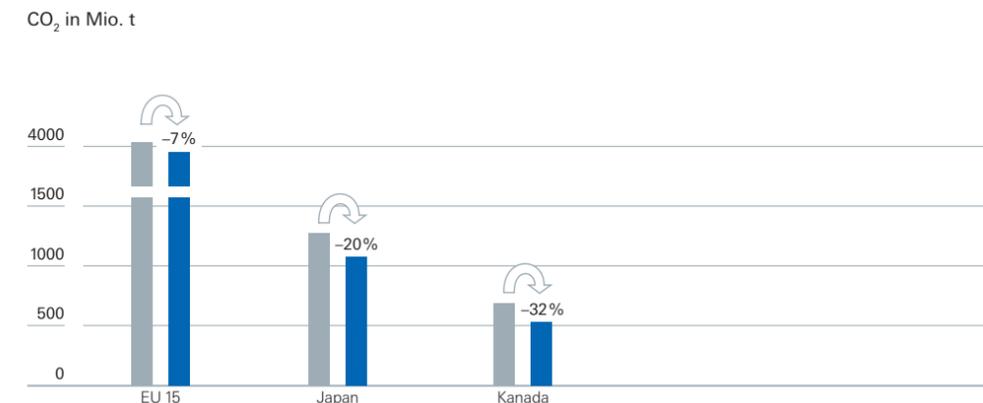
Die Auswirkungen des Klimawandels sind bereits spürbar und können nur durch globale Maßnahmen begrenzt werden. Aus diesem Grund wurde 1997 das Kyoto-Protokoll verabschiedet (s. Infokasten). Zur Erfüllung der Minderungsverpflichtungen des Protokolls hat die EU im Jahr 2005 das Instrument des Emissionshandels eingeführt, das laut einer Studie von Deutsche Bank Research (s. S. 52) „das Potenzial hat, zum international wichtigsten Instrument bei der Bekämpfung des Klimawandels zu reifen“.

Bereits im Jahr 2000 beteiligte sich die Deutsche Bank als eine von zwei Banken am „Prototype Carbon Fund“ der Weltbank. Dieser Fonds finanzierte erstmals in Asien, Osteuropa, Lateinamerika und Afrika Projekte, die zu einer Reduktion klimaschädlicher Treibhausgasemissionen führten. Aus den Emissionsreduktionen lassen sich so genannte Emissionszertifikate generieren, die ver- und gekauft werden können. Die Idee dahinter: Es werden Projekte durchgeführt, die ohne den finanziellen Anreiz durch den Verkauf der Zertifikate nicht realisiert worden wären, zum Beispiel Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz in technischen Anlagen, Projekte zur Methanvermeidung, der Bau von Solaranlagen oder Windparks in Entwicklungsländern.

Auf dem Markt der Emissionszertifikate betätigt sich die Deutsche Bank durch die Abteilung Global Commodities in London in mehrfacher Hinsicht: Wir entwickeln marktgerechte Finanzprodukte für Unternehmen und Regierungen auf Basis der Emissionszertifikate und handeln im Kundenauftrag sowie auf eigene Rechnung mit den Emissionsrechten bzw. den daraus generierten Finanzinstrumenten. Der Markt für Emissionszertifikate wächst sehr schnell, insbesondere im Bereich der so genannten „Clean Development Mechanism“-Projekte (CDM), die in Entwicklungs- und Schwellenländern generiert werden. Die Zertifikate werden als „Certified Emissions Reductions“ (CERs) bezeichnet. Die Qualität der Projekte wird durch eine UN-Genehmigung durch das CDM Executive Board sichergestellt.



Reduzierung der CO₂-Emissionen gemäß der Kyoto-Ziele nach Ländern



Bezogen auf die CO₂-Emissionen des Jahres 2003 müssen die EU-Staaten noch 7%, Japan 20% und Kanada 32% einsparen, um die Ziele des Kyoto-Protokolls zu erreichen.

Quelle: Deutsche Bank Equity Research, 2006

■ CO₂-Emissionen (Stand: 2003)
■ Kyoto-Ziele

Die Hintergründe

Im Kyoto-Protokoll haben sich die EU-Staaten dazu verpflichtet, zwischen 2008 und 2012 die Emission von Treibhausgasen gegenüber 1990 um durchschnittlich 8% zu reduzieren. Da es für den Klimaschutz keine Rolle spielt, an welchem Ort der Erde die Treibhausgase reduziert werden, ermöglicht das Kyoto-Protokoll die Anrechnung von Emissionsreduktionen aus Projekten in anderen Ländern. In dem EU-weiten Emissionshandelssystem können zu einem begrenzten Teil Emissionszertifikate (CERs) aus Minderungsprojekten in Entwicklungsländern (CDMs) eingeführt werden.

Darüber hinaus unterstützen wir die Durchführung dieser Klimaschutzprojekte mit unserem finanziellen Know-how. „Treibhausgasreduktionsprojekte in Entwicklungsländern sind immer mit vielen variablen Ausfallrisiken verbunden“, erklärt Ayesha Choudhury, Expertin bei Commodities Structuring. „Wir können ein Portfolio dieser Produkte so managen, dass sich für unsere Kunden die Risiken minimieren.“ Die daraus entstehende Liefergarantie der Deutschen Bank hilft unseren Kunden, die ihnen auferlegten Verpflichtungen aus dem europäischen Emissionshandel bzw. den Minderungsverpflichtungen des Kyoto-Protokolls zu erfüllen.

Die Deutsche Bank zählt mit mehr als 50 Projekten im globalen Emissionsgeschäft zu den Marktführern. Damit werden mehr als 189 Mio. t CO₂-Äquivalente¹ eingespart – in etwa so viel, wie die Bewohner Nordrhein-Westfalens jährlich freisetzen². Zwei der Reduktionsprojekte sind die größten Aktivitäten in diesem Bereich weltweit: So beteiligt sich die Deutsche Bank mit zunächst 50 Mio. Euro am Umbrella Carbon Fund (UCF) der Weltbank. Mit einem Gesamtvolumen von 1 Mrd. US-Dollar (0,8 Mrd. Euro) werden zwei chinesische Chemieunternehmen unterstützt, ihre Treibhausgasemissionen jährlich um eine Menge zu reduzieren, die 19 Mio. t CO₂-Äquivalenten entspricht. Neben der finanziellen Beteiligung übernimmt die Deutsche Bank als Emissionshändler in den nächsten Jahren einen Teil der auf diese Weise geschaffenen Zertifikate. In einer ähnlichen Aktion ermöglichen wir das größte vom Privatsektor finanzierte Emissionsreduzierungsprojekt in China. Über die nächsten Jahre wird dieses Projekt Emissionen verringern, die 29,5 Mio. t CO₂-Äquivalenten entsprechen, da die Entstehung des klimaschädlichen Treibhausgases HFC 23 durch eine neue Technik verhindert wird.

Auch die Bank selbst hat damit begonnen, ihre Geschäftsprozesse in Hinblick auf den Klimaschutz zu optimieren. Unsere Klimastrategie beinhaltet zahlreiche Aktivitäten (s. S. 14): von der Erhöhung der Energieeffizienz bis hin zur Klimaneutralität dieses CSR-Berichts. „Es liegt in unserem Interesse, die Treibhausgasemissionen drastisch zu senken beziehungsweise deren Entstehung zu vermeiden“, erläutert Hanns Michael Hölz, Global Head Sustainable Development, die Strategie. Denn von den Folgen des Klimawandels sind alle Stakeholder der Bank betroffen: Kunden, Aktionäre, Mitarbeiter und die Gesellschaft.

¹Neben CO₂ beinhalten die Reduktionsziele des Kyoto-Protokolls fünf weitere Treibhausgase. Um eine einheitliche Bemessungsgrundlage zu erhalten, werden alle Treibhausgase in CO₂-Äquivalente umgerechnet.

²Im Schnitt belastet jeder Bundesbürger jährlich die Atmosphäre mit ca. 10 t CO₂.

Die Klimastrategie der Deutschen Bank

Der im Februar 2007 erschienene 4. Bericht des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) lässt keinen Zweifel daran, dass die Erderwärmung der letzten 50 Jahre wesentlich durch anthropogene Treibhausgase (hauptsächlich Kohlendioxid) verursacht worden ist. Die internationalen Klimaexperten prognostizieren eine weitere Erwärmung des Klimasystems, das Abschmelzen von Gletschern, den Anstieg des Meeresspiegels sowie die Zunahme von extremen Wetterereignissen. Insbesondere durch die Zunahme von wetterbedingten Naturkatastrophen werden neben ökologischen und sozialen Auswirkungen enorme volkswirtschaftliche Schäden verursacht, die auch unsere Kunden, Lieferanten, Mitarbeiter, Investoren oder sonstige Anspruchsgruppen treffen.

Neben der gesellschaftlichen Verantwortung liegt es somit im wirtschaftlichen Interesse der Deutschen Bank, den Klimawandel zu bekämpfen. Denn es ist volkswirtschaftlich deutlich günstiger, sofort Maßnahmen gegen den Treibhauseffekt zu ergreifen, als die Folgen der globalen Erderwärmung zu finanzieren.

Unsere Klimastrategie

1. Vermeidung von Treibhausgasemissionen

- Erhöhung der Energieeffizienz durch eine kontinuierliche Optimierung der technischen Anlagen der Deutschen Bank
- Reduzierung des Energieverbrauchs durch verhaltensbedingte Änderungen unserer Mitarbeiter durch die Durchführung von Energiespar-kampagnen und -informationen
- Berücksichtigung von Energieeffizienzkriterien im Einkauf, insbesondere bei der Beschaffung von Bürogeräten (s. S. 58)
- Verpflichtung zur Nutzung von Video- und Telefonkonferenzen mit dem Ziel der kontinuierlichen Reduzierung des Reiseaufkommens
- Förderung des öffentlichen Nahverkehrs durch die Finanzierung von Jobtickets an vielen Standorten der Deutschen Bank
- Verringerung des Anteils von Kurzstreckenflügen durch die Finanzierung der BahnCard für Mitarbeiter, die geschäftlich viel reisen
- Reduzierung des durchschnittlichen Kraftstoffverbrauches der Firmenwagen durch die finanzielle Beteiligung der Mitarbeiter an dem Treibstoffbedarf ihres Fahrzeuges
- Verpflichtung, Dieselfahrzeuge mit einem Rußpartikelfilter auszustatten

2. Förderung von regenerativen Energien

- Bezug von Strom aus regenerativen Energien zu einem Anteil von 20% in Deutschland
- Finanzierung von Projekten im Bereich der erneuerbaren Energien (z. B. Solaranlagen, Windparks, Biogasanlagen; s. S. 27)
- Finanzierung von Unternehmen auf dem Gebiet der regenerativen Energien (z. B. Solarindustrie, Windkrafthersteller; s. S. 27)
- Auflegen des Fonds „DWS Klimawandel“ (s. S. 26)

3. Erhöhung der öffentlichen Sensibilität für die Thematik des Klimawandels

- Teilnahme am Carbon Disclosure Project (CDP): 285 institutionelle Investoren mit einem Gesamtanlagevermögen von über 41 Billionen US-Dollar fordern die Offenlegung von Klimastrategien und Treibhausgasemissionen von Unternehmen
- Veröffentlichung vielfältiger Studien von DB Research und Equity Research zu den Themen erneuerbare Energien, Emissionshandel und Energiepolitik (s. S. 52)
- Aktive Mitgliedschaft in Initiativen und Vereinen zur Förderung von Energieeffizienz, Klimaschutz und Emissionshandel (s. S. 51)

4. Förderung der flexiblen Mechanismen des Kyoto-Protokolls und Neutralisation unvermeidbarer Treibhausgasemissionen

- Beteiligung an Klimafonds der Weltbank: Prototype Carbon Fund (PCF) und Umbrella Carbon Fund (UCF; s. S. 12 f)
- Investitionen in weitere Clean Development Mechanism (CDM) und Joint Implementation (JI) Projekte (s. S. 12 f)
- Aktive Teilnahme am Emissionshandel auf eigene und auf Kundenrechnung
- Durchführung klimaneutraler Aktivitäten im Rahmen der Initiative „Klima-Partner 2007“
 - Klimaneutralstellung diverser Veranstaltungen der Deutschen Bank
 - Klimaneutralstellung einzelner Publikationen der Bank (s. S. 110)
 - Nutzung eines CDM-Ausgleichsprojektes, das die Kriterien des WWF Gold Standard erfüllt
 - Fortführung und Ausweitung der klimaneutralen Aktivitäten in 2007

Corporate Governance

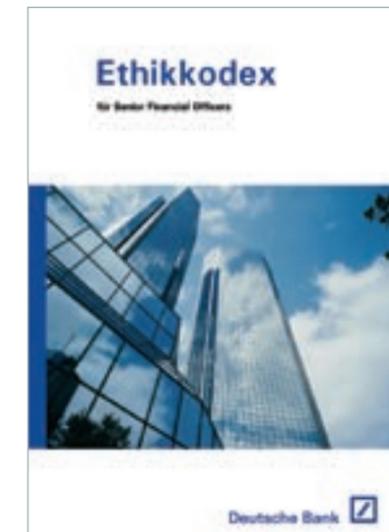
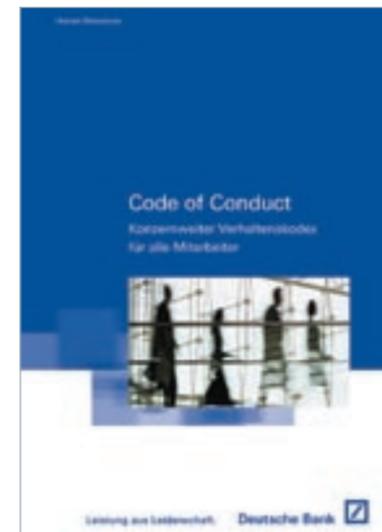
Wirkungsvolle Corporate Governance ist Teil unseres Selbstverständnisses. Wir stellen dadurch eine verantwortungsbewusste, auf Wertschöpfung ausgerichtete Leitung und Kontrolle der Deutschen Bank sicher. Vier Elemente sind für unsere Corporate Governance kennzeichnend:

- Gute Beziehungen zu den Aktionären
- Eine effektive Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat
- Ein erfolgsorientiertes Vergütungssystem für Führungspersonen und Mitarbeiter
- Eine transparente Rechnungslegung und frühzeitige Berichterstattung

Die wesentlichen Grundlagen sind für uns vor allem das deutsche Aktiengesetz und der Deutsche Corporate Governance Kodex. Wir erfüllen die Empfehlungen des Kodex mit nur einer Ausnahme: Die D&O-Versicherung sieht für die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats keinen Selbstbehalt im Schadensfall vor. Es handelt sich dabei um eine Gruppenversicherung für eine Vielzahl von Mitarbeitern im In- und Ausland. Im Ausland ist ein Selbstbehalt unüblich; eine Differenzierung zwischen Organmitgliedern und Mitarbeitern erscheint im Übrigen nicht sachgerecht. Auch die Anregungen des Kodex halten wir weitestgehend ein.

Da unsere Aktie an der New Yorker Börse notiert ist, unterliegen wir zudem den betreffenden US-amerikanischen Kapitalmarktgesetzen, insbesondere dem Sarbanes-Oxley Act, und Bestimmungen der Securities and Exchange Commission sowie der New York Stock Exchange.

Darüber hinaus fördert die Deutsche Bank ein transparentes und ethisches Verhalten bei allen geschäftlichen Aktivitäten. Unser konzernweiter Verhaltenskodex für alle Mitarbeiter beinhaltet grundlegende Anforderungen an das Verhalten jedes Einzelnen, um stets ein hohes Maß an Integrität und Konsequenz in unserem gesamten Handeln zu gewährleisten. Und unser Ethikkodex verpflichtet unsere Senior Financial Officers, bei Ausübung ihrer Tätigkeit für die Deutsche Bank die Grundsätze der Integrität, Rechenschaft, Verantwortlichkeit, Fairness und der Rücksichtnahme auf andere zu beachten.



Der hohe Standard unserer Corporate Governance wurde durch unabhängige nationale und internationale Institute bewertet; dabei belegten wir stets vorderste Plätze. Wir werden unsere Corporate Governance vor dem Hintergrund neuer Erfahrungen, gesetzlicher Vorgaben wie auch fortentwickelter nationaler und internationaler Standards regelmäßig überprüfen und gegebenenfalls anpassen.

Unseren ausführlichen Corporate Governance-Bericht für 2006 finden Sie im separaten Finanzbericht 2006 auf den Seiten 194 ff. Der Bericht und weitere Dokumente zu Corporate Governance, wie die Geschäftsordnungen für den Vorstand, den Aufsichtsrat und seine Ausschüsse sowie den Verhaltenskodex für Mitarbeiter und den Ethikkodex für Senior Financial Officers, sind zudem im Internet abrufbar.

Nachhaltiges Risikomanagement

Das Erkennen und Vermeiden ökologischer, sozialer und Governance (ESG) Risiken ist ein zentrales Anliegen unseres Engagements im Bereich der Nachhaltigkeit. Um dieser Aufgabe gerecht zu werden, kommt auch dem Risikomanagement der Deutschen Bank eine wichtige Rolle zu.

Bei unseren Geschäftsaktivitäten beziehen wir im Rahmen unseres Risikomanagements alle relevanten Kriterien ein und gewichten sie, um so unter geschäftspolitischen Aspekten und Nachhaltigkeitsgesichtspunkten entsprechende Entscheidungen zu treffen. Ein Rahmenwerk von Risikogrundsätzen und Richtlinien, Organisationsstrukturen und Prozessen zur Risikomessung, -überwachung und -steuerung unterstützt dabei die Entscheidungsfindung. Es ist auf die jeweiligen Tätigkeiten der Konzernbereiche ausgerichtet.

Neben der selbstverständlichen Einhaltung gesetzlicher Vorgaben orientieren wir unsere geschäftlichen Aktivitäten an international anerkannten Standards, Vorschriften sowie Selbstverpflichtungen, wie zum Beispiel den Weltbankstandards, OECD-Leitlinien für multinationale Unternehmen, Embargo-Vorschriften, den Prinzipien des UN Global Compact sowie des Umweltprogramms der Vereinten Nationen (UNEP).

Darüber hinaus beziehen auch unsere internen Richtlinien, Prozesse und Gremien ökologische und soziale Aspekte ein. Hierzu zählen insbesondere:

Richtlinie/Prozess/Gremium	Inhalt/Funktion
Credit Directives	<ul style="list-style-type: none"> Weltweit gültige Kreditrichtlinien der Deutschen Bank Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten, wie z. B. ökologische, soziale und ethische Faktoren, Embargos und ähnliche Beschränkungen, Wetten und Glücksspiel, Rüstungsgüter und Pornografie
Group Reputational Risk Program Policy	<ul style="list-style-type: none"> Konzernweite Richtlinie zur Schaffung einheitlicher Standards zur Identifizierung, Eskalation und Klärung von Reputationsrisiken, die bei Transaktionen mit Kunden entstehen können
Branchenberichte	<ul style="list-style-type: none"> Umfangreiche Analysen der Chancen und Risiken einzelner Industrien und Kreditportfolien Je nach Relevanz für die Branche sind ökologische, soziale und ethische Aspekte integriert
Group Credit Policy Committee	<ul style="list-style-type: none"> Wichtigstes Sub-Committee des vom Chief Risk Officer geleiteten Risk Executive Committees Halbjährliche Information über so genannte Policy-Entscheidungen, die zusätzlich zur materiellen Kreditentscheidung getroffen werden Mindestens einmal jährlich Überprüfung der relevanten Richtlinien und Weisungen
Group Reputational Risk Committee	<ul style="list-style-type: none"> Bereichsübergreifendes Gremium zur Überprüfung und endgültigen Entscheidung von Reputationsrisiken, bei denen eine Eskalation seitens der Geschäftsleitung und regionalem Management für notwendig erachtet oder von anderen Konzernrichtlinien und -verfahren verlangt wird
New Client Adoption Prozess (Know your customer)	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlicher Bestandteil effektiver „Know Your Customer“-Maßnahmen im Zusammenhang mit der Aufnahme neuer Kunden Schutz vor Missbrauch hinsichtlich Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung oder anderen betrügerischen Geschäften und der Reputation der Bank vor Missbrauch der Bankprodukte und -dienstleistungen

Weitere Informationen zu Prinzipien, Organisation, Kategorien und Hilfsmitteln des Risikomanagements entnehmen Sie bitte dem detaillierten Risikobericht unseres Geschäftsberichts 2006: www.deutsche-bank.de/06

Das Compliance- und Anti-Geldwäsche-Programm der Deutschen Bank

Als international tätiger Finanzdienstleister bewegt sich die Deutsche Bank weltweit in einem komplexen Umfeld, in dem einerseits die Zahl der einschlägigen Gesetze, Vorschriften und Regelungen zunimmt und andererseits die Vorschriften sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene immer häufiger geändert werden. Wir befolgen unter anderem die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, einschließlich der Empfehlungen der Financial Action Task Force on Money Laundering (FATF), die Empfehlungen und Standards des Baseler Ausschusses für Bankenaufsicht, die neuen Vorschriften der dritten EU Anti-Money Laundering Directive sowie die Wolfsberg Anti-Money Laundering Principles, die von zwölf internationalen Banken verabschiedet worden sind.

Unser Compliance- und Anti-Geldwäsche-Programm unterstützt uns dabei, das Compliance-Risiko zu managen. Mit diesem Begriff wird das Risiko bezeichnet, dass es aufgrund einer mangelnden Einhaltung von einschlägigen Gesetzen, Vorschriften und Regelungen zu gerichtlichen bzw. aufsichtsrechtlichen Sanktionen gegen die Bank kommt oder dass die Bank finanzielle Schäden oder Reputationsschäden hinnehmen muss. Darüber hinaus dient das Anti-Geldwäsche-Programm als Schutz gegen Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und andere kriminelle Aktivitäten im Finanzbereich.

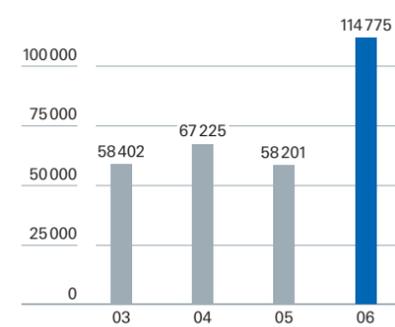
Kernaufgaben der Compliance-Abteilung

- Beratung der Geschäftsbereiche im Hinblick auf die geltenden Gesetze, Vorschriften und Regeln sowie Unterstützung bei deren Umsetzung
- Erstellung und Kommunikation global und lokal geltender interner Compliance-Prinzipien, -Standards und -Verfahren
- Überwachung und Kontrolle der Einhaltung von Compliance-Standards, zum Beispiel durch die Überwachung von Geschäften der Bank selbst, ihrer Mitarbeiter und ihrer Kunden
- Unterstützung bei der Einrichtung von Vertraulichkeitsbereichen („Chinese Walls“)
- Regelmäßige Schulungen der Beschäftigten im Hinblick auf geltende Vorschriften und Regeln

Um sicherzustellen, dass die Compliance-Abteilung diese Aufgaben wirksam erfüllen kann, ist sie und damit auch ihr Management von allen operativen Einheiten der Bank unabhängig. Mehr als 700 Mitarbeiter arbeiten weltweit für die Abteilung. Allein über 120 Mitarbeiter – geführt von zwei Konzern-Geldwäschebeauftragten – setzen das Anti-Geldwäsche-Programm um, in das der Konzern über 30 Mio. Euro jährlich investiert. Aufwändige Filter- und Monitoringsysteme unterstützen dieses Programm bei der Eröffnung von neuen und der Überprüfung von bestehenden Konten sowie bei der Überwachung laufender Transaktionen. Die Deutsche Bank eröffnet pro Tag etwa 8000 Konten, unterhält mehr als 20 Millionen Konten weltweit und transferiert täglich etwa eine Billion Euro in mehr als 250 000 Transaktionen.

In 2006 hat die Abteilung weltweit mehr als 800 Schulungsmaßnahmen entwickelt und angeboten, in denen die für Mitarbeiter und Bank gültigen Regeln und Gesetze behandelt werden. Insgesamt wurden über 110 000 Trainingskurse absolviert, was nahezu einer Verdoppelung der durchgeführten Maßnahmen entspricht. Diese hohe Zahl an Schulungsmaßnahmen unterstützt uns in dem Bestreben, eine Kultur ethisch angemessenen Verhaltens in der Bank zu entwickeln und nachhaltig zu erhalten. Darüber hinaus fördern wir dadurch bei unseren Mitarbeitern ein Bewusstsein für ihre persönliche Verantwortung im Sinne dieser Kultur.

Anzahl der Compliance-Trainingsmaßnahmen 2003–2006



Nachhaltigkeitsratings

Transparenz ist eine der zentralen Anforderungen an ein geschäftsorientiertes Nachhaltigkeitsmanagement. Um ihr gerecht zu werden, stellen wir uns regelmäßig den Analysen spezialisierter Ratingagenturen. Bewertet wird dabei insbesondere unser Umgang mit Aspekten der Corporate Governance, die Berücksichtigung ökologischer, sozialer und ethischer Herausforderungen in unserem Bankbetrieb sowie in geschäftspolitischen und operativen Entscheidungen.

Die Auswertungen sind wichtiger Bestandteil bei der Analyse unserer Stärken und Verbesserungspotenziale hinsichtlich unseres Engagements im Bereich Nachhaltigkeit. Besonders in den Bereichen der nachhaltigen Produktentwicklung, der Darstellung unserer Prozesse im Risikomanagement und Fragen der Ökoeffizienz sind wir gefordert, um auch in Zukunft den „business case“ der Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen weiter voranzutreiben.

Ratingagentur	Ergebnis Deutsche Bank	Durchschnittliches Ergebnis der Industrie/Branche	Platz
 EIRIS/imug	Ergebnisse werden qualitativ und quantitativ im EIRIS Ethical Portfolio Manager nach individuellen Kriterien abgebildet		Abhängig von der jeweils individuellen Bewertungsskala und Kriterienauswahl
 oekom research AG (2005)	C+(auf einer Skala von A+ bis D-) Einzelbewertungen: Ökologische Dimension: C Soziale und gesellschaftliche Dimension: B-	Bei den 60 untersuchten Finanzdienstleistern lag das durchschnittliche Engagement bei C.	Platz 10 von 60 Finanzdienstleistern
 Sam (2006)	67 (von 100) Einzelbewertungen: Ökonomische Dimension: 77 Ökologische Dimension: 53 Soziale Dimension: 68	Bei den 95 untersuchten Banken lag das durchschnittliche Ergebnis bei 48 (von 100).	Deutsche Bank unter den besten 10%
 scoris DAX-30 Sustainability Rating (2005)	65 (von 100)	Bei den 30 untersuchten Unternehmen lag das durchschnittliche Ergebnis bei 58,6 (von 100).	Platz 10 der DAX 30-Unternehmen
 SiRi Corporate Sustainability Rating (scoris) (2006)	65 (von 100) Einzelbewertungen: Geschäftsethik: 73 Gesellschaftliches Engagement: 64 Corporate Governance: 75 Kunden: 63 Mitarbeiter: 56 Umwelt: 68 Lieferanten: 71	Bei den 51 untersuchten Finanzdienstleistern lag das durchschnittliche Ergebnis bei 47,2 (von 100).	Ein Ranking wird von SiRi nicht erstellt.

Darüber hinaus wurde die Deutsche Bank von Core Ratings, vigeo (2005) und Innovest Strategic Value Advisors (2006) bewertet.

Nachhaltigkeitsindizes

Die Aktie der Deutschen Bank wurde auch 2006 in renommierten Nachhaltigkeitsindizes gelistet. Dies ist für uns nicht nur Bestätigung unseres Engagements, sondern auch ein zusätzlicher Beitrag zur Wertentwicklung der Deutschen Bank als Ganzes. Denn eine wachsende Zahl an Investoren richtet Investitionsentscheidungen neben klassischen betriebswirtschaftlichen Faktoren immer stärker auch an der ökologischen, sozialen und ethischen Leistung eines Unternehmens aus. Als wichtige Entscheidungsgrundlage dienen ihnen dabei Nachhaltigkeitsindizes, die ausschließlich Unternehmen berücksichtigen, die als überdurchschnittlich eingestuft werden.

Listing der Deutschen Bank vor allem in folgenden Indizes	Kurzbeschreibung	Listing der Deutschen Bank-Aktie seit
 ASPI Index (Advanced Sustainable Performance Indices)	<ul style="list-style-type: none"> 2001 von VIGEO aufgelegt Setzt sich zusammen aus den 120 besten Unternehmen des DJ EURO STOXX Fünf Positivkriterien: gesellschaftliches Engagement, Corporate Governance, Beziehung zu den Kunden und Lieferanten, Gesundheit/Umwelt und Personal/internationales Arbeitsrecht 	2001 (seit Bestehen des Index)
 Dow Jones STOXX Sustainability Indices DJSI STOXX DJSI STOXX ex Alkohol, Tabak, Glücksspiel, Rüstung und Waffen DJSI EURO STOXX DJSI EURO STOXX ex Alkohol, Tabak, Glücksspiel, Rüstung und Waffen	<ul style="list-style-type: none"> 2001 aufgelegt Listing der europäischen Sustainability Leaders: die hinsichtlich Nachhaltigkeitskriterien besten 20% aus dem Dow Jones STOXXSM 600 Index Auch erhältlich für die Sustainability Leaders in der Euro-Zone (DJSI EURO STOXX) 	2001 (seit Bestehen des Index)
 Dow Jones Sustainability World Indices (DJSI World) DJSI World DJSI World ex Alkohol, Tabak, Glücksspiel und Waffen	<ul style="list-style-type: none"> 1999 aufgelegte Indexfamilie „Best in class“-Ansatz: die besten 250 Unternehmen des Dow Jones Global Index, die bezüglich unternehmerischer Nachhaltigkeit in ihrer Branche führend sind Basierend auf einer nachhaltigkeitsorientierten Unternehmensbewertung seitens der SAM Group anhand ökonomischer, ökologischer und sozialer Kriterien 	1999 (seit Bestehen des Index)
 Ethical Index Euro Ethical Index Global 	<ul style="list-style-type: none"> Von E. Capital Partners S.P.A. als Social Responsible Investments-Benchmark angeboten Gelistet sind 150 europäische bzw. 300 Unternehmen weltweit, die sozial und ökologisch vorbildliche Standards erfüllen 	2002
 FTSE4GOOD Indices FTSE4GOOD Europe Index (EURO) FTSE4GOOD Global Index (USD)	<ul style="list-style-type: none"> 2001 von der Londoner FTSE aufgelegte Indexfamilie basierend auf dem Rating von EIRIS/imug Listing von Unternehmen, die besonders im Bereich Corporate Social Responsibility engagiert sind Kriterien: positive Beziehungen zu den Stakeholdern, Verwirklichung von Nachhaltigkeitsprinzipien, Beachtung und Unterstützung der Menschenrechte Ausschlusskriterien sind z. B. Herstellung von Tabakwaren und Waffen, Eigentum oder Betrieb von Atomkraftwerken 	2001 (seit Bestehen des Index)

Mehrwert schaffen Gesellschaftliches Engagement als Ausdruck der Markenidentität

Die Deutsche Bank wurde 1870 gegründet, um die Internationalisierung der Wirtschaft zu begleiten. Als weltweit führende Investmentbank mit einem starken und erfolgreichen Privatkundengeschäft steht sie bis heute im Fokus eines breit gefächerten Interesses. Es ist Auftrag und Verpflichtung zugleich, den hohen Erwartungen der Aktionäre, Kunden, Mitarbeiter und der Öffentlichkeit in authentischer Weise gerecht zu werden.

LEISTUNG AUS LEIDENSCHAFT. DAS IST DIE ART, WIE WIR HANDELN.

„Leistung aus Leidenschaft“ ist der Maßstab für alles, was im Namen der Deutschen Bank geschieht. Denn das Wertschöpfungspotenzial der Bank entsteht vor allem aus der Kompetenz, der Innovationsbereitschaft und dem Erfolgswillen ihrer Mitarbeiter. Das gesellschaftliche Engagement zielt deshalb auf die Stärkung des Individuums und seiner Potenziale, setzt Impulse, bietet Inspiration und Perspektive und leistet so einen nachhaltigen Erfolgsbeitrag für die Bank und ihre Stakeholder. Sei es durch Stärkung der Leistungsmotivation, die Förderung kultureller Initiativen, die Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für sozial verantwortliches Handeln oder durch die Stabilisierung des gesellschaftlichen Umfelds in den Wachstumsregionen dieser Welt, die Deutsche Bank nimmt aktiv ihre Verantwortung in der Gesellschaft wahr.

Die Corporate Social Responsibility (CSR) Initiativen der Deutschen Bank wurden bereits mehrfach ausgezeichnet (s. S. 107) und folgen vier Förderprinzipien, die im Selbstverständnis der Marke verankert sind:

MEHR ALS GELD

Herausragendes zu leisten und Spitzenleistungen zu vollbringen ist Anspruch der Deutschen Bank. Ihr gesellschaftliches Engagement zielt darauf ab, mehr zu sein als ein finanzkräftiger Partner. So verstärkt sie beispielsweise die Wirkung von Sponsorings durch die Verknüpfung mit Bildungsinitiativen (s. S. 74). Die Bank unterstützt darüber hinaus bevorzugt Initiativen und Programme, die eine aktive Beteiligung der Mitarbeiter ermöglichen. Ob als Mentor mit Fachwissen (s. S. 95), als Lehrer im Wirtschaftsunterricht in Schulen (s. S. 62) oder als Berater von sozialen Einrichtungen (s. S. 92) – in vielen ehrenamtlichen Volunteering-Projekten zeigen Mitarbeiter, dass „Leistung aus Leidenschaft“ nicht nur im Einsatz für Kunden, sondern auch im Kontakt mit anderen Stakeholdern der Leitgedanke ihres Handelns ist. Dies schlägt sich auch in der ehrenamtlichen Beteiligung der Mitarbeiter in den Projekten wider: So haben sich diese 2006 weltweit an insgesamt 9843 Tagen engagiert – an über 2000 Tagen mehr als im Vorjahr (s. S. 94).

VIELFALT

Die Vielfalt der Talente sowie der aktive Austausch der Kulturen sind für die Deutsche Bank Inspiration und Erfolgsfaktor zugleich. Mit Mitarbeitern aus 132 Nationen, dem internationalen Management-Team, der Präsenz in 73 Ländern, Aktionären aus allen Regionen der Welt sowie einem jenseits des Heimatmarkts generierten Ertragsanteil von 75 Prozent steht sie heute für die erfolgreiche Globalisierung eines deutschen Unternehmens. Die Bank fördert Vielfalt inner- und außerhalb des Unternehmens über zahlreiche Initiativen, wie z. B. in Bildungsprogrammen für Jugendliche mit Migrationshintergrund (s. S. 68) oder in globalen Mitarbeiter-Netzwerken (s. S. 40). 2006 hat die Deutsche Bank zudem zusammen mit DaimlerChrysler, Deutsche BP und der Deutsche Telekom die Charta der Vielfalt unterzeichnet, die darauf abzielt, die Anerkennung, Wertschätzung und die Einbeziehung von Vielfalt in der Unternehmenskultur in Deutschland weiter voranzubringen (s. S. 35).



Die Marke bildet das Fundament für unsere CSR-Prinzipien

Mitarbeiterbefragung zum CSR-Engagement

- 70% der Mitarbeiter sind stolz, dass die Bank gesellschaftliche Verantwortung übernimmt
- 78% der Mitarbeiter sind der Meinung, dass das gesellschaftliche Engagement eine große Rolle bei der überzeugenden Vermittlung des Selbstverständnisses „Leistung aus Leidenschaft“ spielen sollte

Quelle: Repräsentative Online-Befragung unter Deutsche Bank Mitarbeitern; 2006 weltweit durchgeführt



Als international tätiges Unternehmen fühlt sich die Bank auch mitverantwortlich, dass Globalisierung gelingt. So entwickelt ihre Alfred Herrhausen Gesellschaft in der Konferenzreihe „Urban Age“ Lösungsansätze für den Strukturwandel in Mega-Metropolen (s. S. 86).

INVESTITIONEN IN MENSCHEN

Das geistige Kapital der Mitarbeiter, ihre Fähigkeit, neue Wege zu gehen und bessere Lösungen zu entwickeln, machen die Deutsche Bank zum anerkannten Pionier für Produktinnovationen und überlegene Lösungen. Die Stärkung des Individuums und seiner Innovations- und Leistungsfähigkeit ist deshalb ein weiteres Kernprinzip des gesellschaftlichen Engagements. Das heißt, die Bank stellt in allen Projekten und Kontexten Bildung in den Mittelpunkt und begreift sie als wichtigste Ressource.

Das Streben nach wegweisenden Lösungen findet auch seinen Niederschlag in Entwicklungen wie dem „Eye Fund“, mit dem die Deutsche Bank Augenkliniken in Entwicklungsländern unterstützt und bei dessen Konzeption sie auf ihre langjährige Erfahrung im Bereich Mikrofinanzierung aufbauen konnte (s. S. 48).

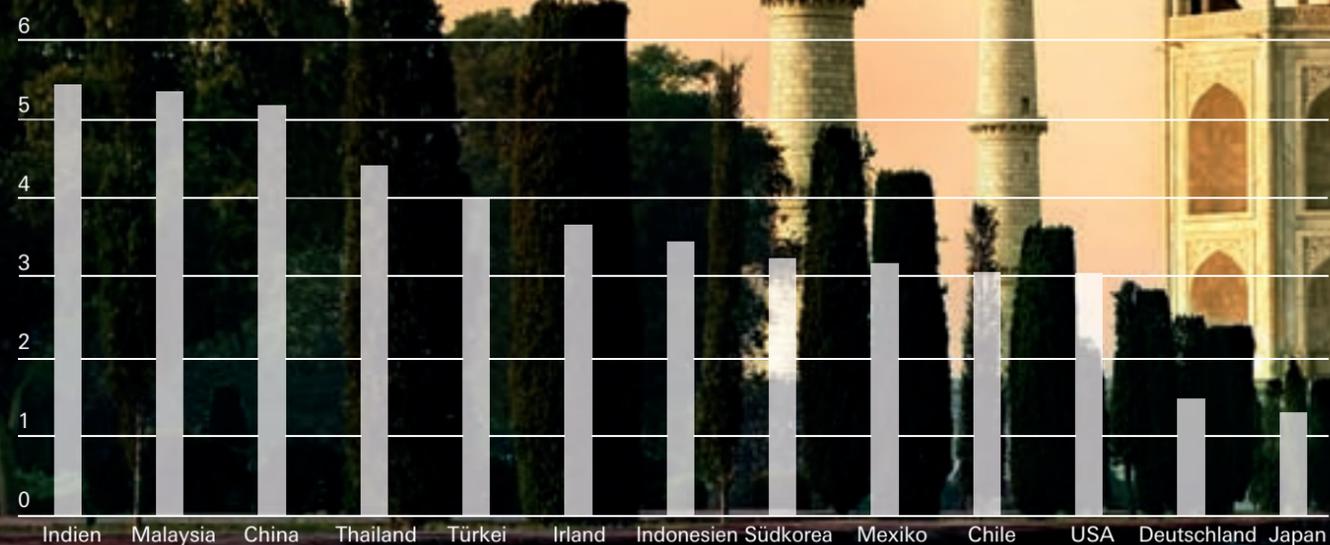
NACHHALTIGKEIT

Langfristige Partnerschaften, Berechenbarkeit und Dialog auf Augenhöhe sind weitere Kernaspekte des Selbstverständnisses der Deutschen Bank. Unter Investoren gilt die Aktie als verlässliche Wertanlage, Mitarbeiter sind zu Recht stolz darauf, für einen führenden Global Player tätig zu sein, und Kunden schätzen die vertrauensvollen Geschäftsbeziehungen. Im Rahmen der gesellschaftlichen Verantwortung setzt die Bank auf die langfristig angelegte, aktive Unterstützung – regional durch eine Vielzahl von Community Development-Projekten, global durch ihr Engagement für den UN Global Compact oder im United Nations Environmental Programme (s. S. 50f). Nachhaltiges Handeln sehen wir als Aufgabe an, die alle Bereiche, Hierarchiestufen und Entscheidungen unseres Unternehmens einbezieht (s. S. 7ff).

Kunden

Rangliste: Wachstum Bruttoinlandsprodukt 2006–2020

In % p. a.



Wachstumsmärkte bergen große Chancen für Unternehmen und Investoren. Ein besonders viel versprechender Markt ist Indien. Über eine Milliarde Menschen leben dort. Mit einem Zuwachs von 15 Mio. Menschen jährlich ist Indien auf dem Weg, China als bevölkerungsreichstes Land der Welt abzulösen. Mit der Bevölkerung wächst in schnellem Tempo auch Indiens Wirtschaft. So wird prognostiziert, dass das indische Bruttoinlandsprodukt im Zeitraum von 2006–2020 um jährlich über fünf Prozent wachsen wird. Die zunehmende Produktivität und die Vielzahl hoch qualifizierter Arbeitskräfte machen Indien attraktiv für ausländische Investoren. Die Anzahl vermöglicher Kunden in Indien steigt, der Konsumgütermarkt wächst und ebenso die Nachfrage der Kunden nach hochwertigen Beratungsleistungen und erstklassigen Bankprodukten. Im Oktober 2005 ist die Deutsche Bank in das indische Privat- und Geschäftskundengeschäft eingestiegen. Bei der Entwicklung unserer Services und Produkte berücksichtigen wir dort kulturelle und religiöse Traditionen, um den Bedürfnissen unserer indischen Kunden nachzukommen.

Neue Wege beschreiten, um bei neuen Kunden zu überzeugen

Geschmückte Elefanten, traditioneller Tanz, Hindu-Priester. Derartige festliche Elemente gehören dazu, wenn die Deutsche Bank in Indien Filialen eröffnet. Wer in neuen Märkten Fuß fassen will, muss bereit sein, neue Wege zu gehen – nicht nur mit einer landestypischen Begrüßungsfeier, auch in der Kundenansprache und im Portfolio.



Filialeröffnung in Indien: 600 Mitarbeiter betreuen Kunden in Mumbai, Delhi, Bangalore, Chennai und Kolkata

Seit Oktober 2005 ist die Deutsche Bank mit Geschäftsstellen für Privat- und Geschäftskunden in Indien vertreten. 600 Mitarbeiter – zumeist gebürtige Inder – betreuen Kunden in Mumbai, Delhi, Bangalore, Chennai und Kolkata. Allein in diesen Städten leben 60 Millionen Menschen. „Indien ist mit rund acht Prozent Wirtschaftswachstum jährlich einer der interessantesten Märkte weltweit“, erläutert Rainer Neske, Mitglied des Group Executive Committee der Deutschen Bank. Zudem ist die indische Bevölkerung „jung, konsumfreudig und zu einem großen Teil erstklassig ausgebildet“, ergänzt Ajay Bimbhet, PBC Head of India. Jeder zweite Inder ist jünger als 25 Jahre. Experten gehen von 226 Millionen jungen Berufstätigen in den kommenden zehn Jahren aus. Darüber hinaus wird der sich dynamisch entwickelnde Mittelstand Investitionen und Konsum ankurbeln.

Die Erschließung des indischen Marktes für Privat- und Geschäftskunden ist Teil einer umfassenden Wachstumsstrategie der Deutschen Bank. „Im Zeitalter der Globalisierung müssen deutsche Banken expandieren, um langfristig überlebensfähig zu sein“, so Rainer Neske. „Wir tun genau dies und wachsen im Heimatmarkt genauso wie in neuen Märkten.“

Eine erfolgreiche Strategie für den indischen Markt braucht Wissen über kulturelle Besonderheiten. Dieses ist für die Planung von Produktadaptionen ebenso unverzichtbar wie für die Umsetzung einer Erfolg versprechenden Personalstrategie. Neue Märkte mit anderen kulturellen und religiösen Traditionen als in Europa oder den USA erfordern neue Fragestel-

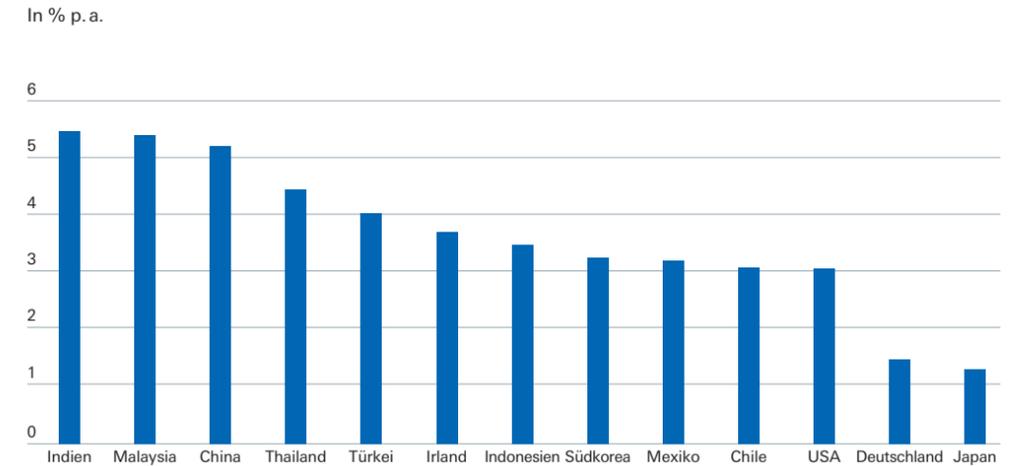


Ajay Bimbhet, Country Head, Privat- und Geschäftskunden in Indien

Nach Einschätzung von Analysten ist Indien der Markt der Zukunft; wird sich das zweit bevölkerungsreichste Land in den nächsten 10 bis 15 Jahren an die Weltspitze setzen. Indien wird bis 2020 ein Bruttoinlandsprodukt von über 5% im Jahr prognostiziert. Damit steht es an der Spitze der untersuchten 34 Volkswirtschaften.

Quelle: Deutsche Bank Research, Formel G, September 2006

Rangliste: Wachstum Bruttoinlandsprodukt 2006–2020

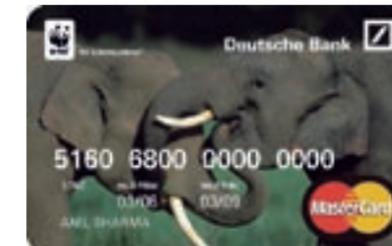


lungen. „Bei dem gesamten Auftritt in Indien, angefangen bei äußeren Merkmalen wie zum Beispiel Anzeigenmotiven bis hin zur Ausgestaltung einzelner Produkte, berücksichtigen wir die Bedürfnisse unserer indischen Kunden“, erklärt Ajay Bimbhet. So bietet das Portfolio der Deutschen Bank für die indischen Privat- und Geschäftskunden neben Bewährtem wie Giro- und Sparkonten, Investment- und Kreditprodukten auch speziell entwickelte Angebote: Für Muslime und andere Glaubensgemeinschaften, mit deren Religion die Vorstellung, dass man ein Leben versichern könne, nicht vereinbar ist, gibt es beispielsweise entsprechend modifizierte Produkte zur Altersversorgung. Die Deutsche Bank kommt auch dem Wunsch vieler Nicht-Regierungsorganisationen in Indien nach, die ihren Mitgliedern sowie Geldgebern einen umfassenden Versicherungsschutz anbieten möchten.

Ganz neue Wege geht die Deutsche Bank in Indien auch bei ihren Kreditkartenprodukten und -services. Die Kunden haben nicht nur die Wahl zwischen unterschiedlichen Designs –



Kreditkartenangebot in Indien: Die Bank spendet bei jedem Einsatz der Karte einen gewissen Prozentteil ...



... der Ausgaben an die Kinderrechtsorganisation „CRY – Child Rights and You“ oder an den „WWF“

seien es die Konterfeis von Stars, berühmte Bauten, Tier- und Sportmotive oder die in Indien auch in der Geschäftswelt fest verankerten Sternzeichen. Darüber hinaus können die Leistungsmerkmale der Karte flexibel festgelegt werden. Die Bank bietet den indischen Kunden vier Rabattprogramme und verschiedene Rückzahlungsmodalitäten. Sie können entscheiden, ob sie zum Beispiel den in einem Monat angelaufenen Betrag komplett oder in Raten bezahlen wollen. Das Angebot findet großen Zuspruch: Die Deutsche Bank hat in Indien bereits 160.000 Kunden.

Unsere nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen (Auswahl)

Nachhaltige Finanzdienstleistungen und -produkte sind nicht nur für unsere Kunden und unser Unternehmen von finan-
ziellem Interesse. Darüber hinaus schaffen sie einen Mehrwert für Gesellschaft und Umwelt. Wir erweitern kontinuierlich
dieses Produktportfolio, um spezifischen Bedürfnissen gerecht zu werden, die zum Beispiel aus politischen Veränderun-
gen, Klimawandel oder kulturellen Besonderheiten entstehen.

Produktfelder	Beschreibung	Ergebnisse	Mehrwert
Vermögensverwaltung mit nachhaltigen Investmentfonds (PWM, seit Mai 2005)	<ul style="list-style-type: none"> Neben dem traditionellen Rendite-/ Risikoprofil des Anlegers Berücksichtigung von nachhaltigen Aspekten und individuellen ethischen Restriktionen (soweit erwünscht und objektivierbar) Umsetzung der Nachhaltigkeitskriterien durch „Best-in-Class“-Ansatz, gestützt auf Dow-Jones Sustainability IndexesSM und die ihnen zugrunde liegende Nachhaltigkeitsexpertise der Schweizer SAM Group (s. S. 18) 	<ul style="list-style-type: none"> Nachhaltigkeitsindizes weisen keinen abweichenden risikogewichteten Ertrag gegenüber konventionellen Benchmark-Indizes auf (siehe z. B. ZEW-Studie, Juli 2005) Ausweitung des Angebots an nachhaltigen/ethischen Investments in sehr individueller Form 	<ul style="list-style-type: none"> Anlage in nachhaltige unternehmensbezogene Wertpapiere Individuelle Berücksichtigung von ethischen Kriterien der Kunden
Nachhaltigkeitsfonds der DWS <ul style="list-style-type: none"> GKD-Fonds DWS Bildungsfonds Panda Renditefonds 	<ul style="list-style-type: none"> Publikumsfonds, deren Erträge für nachhaltige, gemeinnützige Zwecke verwendet werden können 	<ul style="list-style-type: none"> Verwaltung von Mitteln in Höhe von 122 Mrd. EUR durch die DWS (Stand: Ende 2006 in Deutschland) Verwaltung von insgesamt rund 1,2 Mrd. EUR in den hier beschriebenen Fonds und Produktangeboten (linke Spalte) 	<ul style="list-style-type: none"> Kunden können ihre persönliche Überzeugung in Bezug auf Nachhaltigkeit umsetzen Anreiz für Unternehmen, sich im Bereich Nachhaltigkeit zu profilieren Hohes Marktwachstum Große Potenziale bei privaten und institutionellen Anlegern
<ul style="list-style-type: none"> DVG Stiftungsfonds DWS Invest Sustainability Leaders 	<ul style="list-style-type: none"> Publikumsfonds, die Nachhaltigkeitskriterien bei der Auswahl von Unternehmen berücksichtigen 		
<ul style="list-style-type: none"> DWS Zukunftsressourcen 	<ul style="list-style-type: none"> Publikumsfonds, der Unternehmen auswählt, die Lösungen aus der Verknappung von Ressourcen (Wasser, erneuerbare Energien, Nahrung) suchen 		
<ul style="list-style-type: none"> DWS Klimawandel 	<ul style="list-style-type: none"> Publikumsfonds, der Unternehmen auswählt, die Produkte, Dienstleistungen und Technologien anbieten, die zu einer Verringerung von Treibhausgasemissionen beitragen bzw. helfen, die Konsequenzen des Klimawandels besser zu bewältigen 		
<ul style="list-style-type: none"> DWS Noor 	<ul style="list-style-type: none"> In Dubai, Bahrein und Singapur zugelassene Publikumsfondspalette (5 Teilfonds), die eine shariakonforme Anlagepolitik verfolgt 		



DWS Klimawandel: Produktbroschüre

Produktfelder	Beschreibung	Ergebnisse	Mehrwert
Emissionshandel	s. S. 12		
Investitionen in erneuerbare Energien <ul style="list-style-type: none"> Unternehmensfinanzierung 	Finanzierung des Wachstums und der Kapazitätserweiterung von Unternehmen der Solarindustrie durch langfristige Darlehen und Kontokorrentlinien	Vergabe von insgesamt rund 350 Mio. EUR an Krediten an die Unternehmen der Branche durch das deutsche Firmenkundengeschäft (Stand: Ende 2006)	<ul style="list-style-type: none"> Realisierung von gesamtwirtschaftlich und ökologisch sinnvollen Projekten durch die Investitionsfinanzierungen Aufbau eines soliden Branchen Know-hows innerhalb der Bank
<ul style="list-style-type: none"> Projektentwicklung 	Aktive, langjährige Beteiligung am verstärkten Einsatz erneuerbarer Energieträger durch die Strukturierung von Finanzierungslösungen für Windparks, Solarprojekte, Biomasse-Anlagen u. ä.	<ul style="list-style-type: none"> 27 realisierte Projekte im Bereich der Windenergie Zurzeit Entwicklung des voraussichtlich größten Windparks der Welt in Kanada mit einem kanadischen Joint Venture-Partner Zurzeit Realisierung eines Sonnenkraftwerks mit einer Leistung von 20 Megawatt in Spanien Bis Ende 2007: mit Förderung der EU Entwicklung einer Biomasse-Anlage für Olivenabfälle in Griechenland, die als Blaupause für die Multiplikation in andere EU-Länder dienen soll 	<ul style="list-style-type: none"> Förderung klimaschonender Technologien Projekte erbringen marktkonforme Rendite und entsprechen somit den Erwartungen unserer Aktionäre und Kunden Gewährleistung der Energieversorgung, da beständige Versorgung mit fossilen Brennstoffen aus Drittländern gefährdet ist Wirtschaftliches Interesse: <ul style="list-style-type: none"> Suche nach alternativen Energieformen angesichts steigender Rohöl- und Gaspreise Zahlreiche staatliche Fördermaßnahmen für Investitionen in erneuerbare Energien
Förderbank-Maßnahmen <ul style="list-style-type: none"> Förderung von Investitionen in den Umwelt- und Klimaschutz 	Einbeziehung von Maßnahmen der EU, des Bundes und der Länder zur Förderung von Energieeinsparung, Energieeffizienz und CO ₂ -Minderung sowie des Einsatzes erneuerbarer Energien	Zinsvergünstigungen für Investitionen im Umweltschutz- und Energiesparbereich unter Einbeziehung von KfW-Förderprogrammen in Höhe von 420 Mio. EUR in 2006	Anreiz zur Umsetzung gesellschaftlich erwünschter Projekte zum Umwelt- und Klimaschutz
<ul style="list-style-type: none"> Förderung von Innovation, Forschung und Entwicklung 	Begleitung von innovativen Unternehmen/Projekten	Finanzierung durch zielgerichteten Einsatz von Mezzanine-Produkten der KfW, Risikoübernahmen der Europäischen Investitionsbank (EIB) und regionaler Förderinstitute	Erkennen wirtschaftlicher Chancen und Verteilung des wirtschaftlichen Risikos innovativer Vorhaben sowie Verstärkung der Eigenkapitalbasis
<ul style="list-style-type: none"> Begleitung kommunaler Infrastrukturmaßnahmen 	Günstige KfW-Kreditfinanzierung von Investitionen im sozialen Bereich sowie vorteilhafte Darlehen der Europäischen Investitions-Bank (EIB) für Bildung und Gesundheit	<ul style="list-style-type: none"> Standort- und Zukunftssicherung der Einrichtungen im Gesundheits- und Sozialwesen Weiterentwicklung/Modernisierung und Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit 	Verbesserung der sozialen Versorgung der Bevölkerung, verbunden mit Kosteneinsparungen und damit Finanzierbarkeit der Projekte

Produktfelder	Beschreibung	Ergebnisse	Mehrwert
Public Private Partnerships (Langfristige, vertraglich abgesicherte Kooperation der öffentlichen Hand mit privaten Investoren bei der Planung, der Errichtung, der Finanzierung, dem Betrieb und/oder der Instandhaltung öffentlicher Einrichtungen)	Engagement bei der Beratung und Finanzierung von PPP-Projekten und Einbringung umfangreicher internationaler Erfahrung bei der Realisierung komplexer Infrastrukturprojekte in unterschiedlichen Industriesektoren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beratung, Strukturierung und Finanzierung von Infrastrukturprojekten und Projekten des öffentlichen Hochbaus ▪ Allein 2006 wurden Transaktionen über mehrere Milliarden Euro abgeschlossen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesellschaftliche, soziale und umweltrelevante Bedeutung der Projekte ▪ Entwicklung von kostengünstigeren und effizienteren Finanzierungslösungen, mit denen Infrastrukturprojekte erst realisiert werden können ▪ Politische Veränderungen (EU-Osterweiterung, knappe Staatskassen, begrenzte Neuverschuldungsmöglichkeiten) erhöhen Notwendigkeit von Infrastrukturinvestitionen und Zusammenarbeit des privaten und öffentlichen Sektors
Beispiel: Protonentherapiezentrum Essen	Größtes PPP im deutschen Gesundheitswesen: Finanzierungsvolumen in Höhe von 136 Mio. Euro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verknüpfung einer neuartigen Technologie mit einer innovativen Finanzierungsstruktur ▪ Auszeichnungen: „EMEA PPP Deal of the Year 2006“ (Project Finance International) und „European Healthcare Deal of the Year 2006“ (Euromoney Project Finance) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ermöglichung einer gewebe-schonenden Krebstherapie ▪ Kosteneffiziente Errichtung und Unterhaltung des Zentrums
Strukturierung innovativer Finanzierungs-lösungen für Immobilien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umfassende Beratung bei der technischen und kaufmännischen Realisierung komplexer Immobilienprojekte ▪ Begleitung gewerblicher und kommunaler Kunden bei Analyse, Vermittlung, Finanzierung, Bau-management und Bewirtschaftung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Allein im Jahr 2006 Realisierung von Immobilienprojekten in Höhe von mehr als 500 Mio. EUR durch die Abteilung Asset Finance & Leasing 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schließung von Finanzierungslücken ▪ Einrichtung und Optimierung von Finanzierungsstrukturen
Beispiel: Deutsche Schule, Mailand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung eines speziellen Finanzierungskonzepts für einen Neubau der Schule zusammen mit dem Trägerverein ▪ Aktive und fortlaufende Betreuung durch die Bank bei der Realisierung des Neubaus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angesichts bestehender Mittelknappheit beinhaltet die Finanzierungslösung den zusätzlichen Bau einer Tiefgarage mit 135 Stellplätzen unter dem Neubau, von denen 95 verkauft werden ▪ Durch den Verkauf für durchschnittlich 52.000 EUR pro Stück werden 75% der Gesamtinvestitionskosten (6,5 Mio. EUR) gedeckt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ca. 3000 m² für zusätzliche Unterrichtsflächen, einen Kindergarten und eine Sporthalle ▪ 3/4 der Bausumme konnte selbst aufgebracht werden, ohne dass das Schulgeld erhöht werden musste ▪ Überwindung von Finanzierungsengpässen in der staatlichen Bildungsfinanzierung

Produktfelder	Beschreibung	Ergebnisse	Mehrwert
Islamisches Finanzwesen	Entwicklung und Angebot von Finanzdienstleistungen und -produkten, die mit den Vorschriften der Scharia, den islamischen Gesetzen, in Einklang stehen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auszeichnungen: „Euromoney Most Innovative Islamic Finance House 2006“, „Euromoney Best Structured Products House 2007“, etc. ▪ Marktführer weltweit bei Scharia-konformen Investmentprodukten ▪ Bevorzugter Anbieter von Strukturierungen wandelbarer Sukuk-Papiere, Profit-Rate-Swaps und Hedgefonds-Produkten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kunden können investieren, ohne dabei gegen ihre Glaubensgrundsätze zu verstoßen ▪ Sicherstellung der selben Qualität, Liquidität, Renditechancen und Kosteneffizienz wie bei konventionellen Dienstleistungen und Produkten
dbStudentenKredit	Finanzierung von Lebensunterhalt und Studiengebühren für Studenten und Doktoranden an deutschen Hochschulen und Berufsakademien ohne Bürgschaft der Eltern o. ä.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zusage von 4684 Krediten in 2006 ▪ Zusage von insgesamt 6400 Krediten seit Oktober 2005 mit einem Volumen von 83 Mio. EUR ▪ bislang Auszahlung von 24 Mio. EUR 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Persönliche Beratung für Studenten ▪ Förderung Bildungsstandort Deutschland ▪ Große Potenziale des Produkts aufgrund der Einführung von Studiengebühren ▪ Ermöglichung eines Studiums auch für sozial Schwächere
Eyefund	s. S. 48		
Global Commercial Microfinance Consortium	s. S. 49		



Stiftung Select für Kulturförderung: Unterstützung von museumspädagogischen Angeboten und der Gemälderestaurierung



Stiftung Select für Menschen in Not: Unterstützung der Deutschen Welthungerhilfe beim Bau eines Brunnens in Äthiopien

Stiftung Select: Dauerhaft wirken – Stiften statt Spenden

Die Deutsche StiftungsTrust (DSTT) und die DWS haben mit „Stiftung Select“ ein Modell entwickelt, das es erstmals möglich macht, Stiftungen bereits ab 10.000 Euro zu gründen – unter dem Namen des Stifters. Gerade das ist für viele potenzielle Stifter besonders reizvoll und ein wichtiges Motiv, wenn sie über die Verwendung ihres Vermögens entscheiden.

Der Stifter überträgt dabei sein Stiftungskapital an bis zu fünf treuhänderische Dachstiftungen in der Deutsche Bank-Tochter DSTT, die jeweils einen bestimmten Zweck verfolgen: Kulturförderung, Natur und Umwelt, Generationen, Menschen in Not oder Zukunftsgestaltung (Bildung und Wissenschaft). Unabhängige Experten wählen für jeden Stiftungszweck sinnvolle Projekte aus und überprüfen ihren Erfolg. Der Stifter erhält regelmäßig einen Bericht über die Verwendung der Erträge seines Stiftungskapitals. Die Erträge aus dem Stiftungskapital fließen entsprechend dem festgelegten Zweck der fünf Dachstiftungen in die jeweiligen Projekte. Das Kapital selbst bleibt erhalten und generiert Jahr für Jahr neue Erträge. Die Wege des eingesetzten Kapitals sind für den Stifter transparent und nachvollziehbar: Es wird über die DSTT im DVG Stiftungsfonds der DWS (s. S. 26) angelegt, der in internationale Aktien und europäische Renten investiert.

Im Gegensatz zur einmaligen Zuwendung in Form einer Spende stellt die Stiftung ein gesellschaftliches Engagement von Dauer dar. Dies entspricht dem Wunsch vieler Kunden, nachhaltig zu wirken. Zustiftungen in die einmal errichtete eigene Stiftung sind schon ab 1000 Euro möglich.

www.dstt.de

Zufriedenheit unserer Privat- und Geschäftskunden

Die Zufriedenheit und das Vertrauen unserer Kunden sind unsere oberste Maxime. Leitsätze und Verhaltensanker unterstützen und leiten unsere Mitarbeiter. Wir nehmen Kundenanliegen an jeder Stelle in der Bank ernst und setzen uns dafür ein, die für den Kunden entstandene Unannehmlichkeit auszuräumen und alle notwendigen Schritte zur Lösung des Problems einzuleiten.

BESCHWERDEMANAGEMENT

Ein Aspekt unserer Strategie „Kunden zu Fans machen“ ist es auch, gerade in besonderen Situationen beste Beratungs- und Servicequalität zu leisten. Daher wird der überwiegende Teil der Verärgerungen oder Beschwerden im direkten gemeinsamen Gespräch mit dem Kunden abschließend und für ihn zufriedenstellend durch den Kundenberater vor Ort gelöst. Hierfür steht dem Berater u. a. eine Sofortkompetenz zur

Verfügung. Alle von Kunden schriftlich geäußerten Verärgerungen oder Beschwerden werden unter Einbindung des jeweiligen Investment und Finanz-Centers zeitnah zentral bearbeitet und beantwortet. Sollte für die Beantwortung eine zeitintensivere Recherche notwendig werden, erhält der Kunde hierüber eine schriftliche Information. So soll unser Kunde stets über den Bearbeitungsstand informiert bleiben. Zur laufenden Qualitätsverbesserung werden u. a. einzelne Kunden nach Abschluss ihrer Beschwerde gezielt hinsichtlich ihrer Zufriedenheit mit der Bearbeitung ihres Anliegens befragt. Diese Ergebnisse und eigene ständige Überprüfungen der Arbeitsqualität werden zur Weiterentwicklung und kontinuierlichen Verbesserung im Sinne unserer Kunden genutzt. In diesem Zusammenhang steht auch die erstmalig im Dezember 2005 nach DIN

EN ISO 9001 durch die DQS durchgeführte Zertifizierung. Ende 2006 wurde sie erfolgreich wiederholt.

Anhand eines flexiblen Monitorings des Beschwerdeaufkommens im Bereich Privat- und Geschäftskunden (PBC) lassen sich Schwerpunkt-Themen und regionale Besonderheiten identifizieren. Im Rahmen eines etablierten Informations- und Bearbeitungsprozesses ist sichergestellt, dass besonders sensible Themen vorrangig behandelt werden. Die u. a. aus dem Beschwerdeaufkommen erkannten prozessualen Störungen werden innerhalb von PBC in ein Verbesserungsmanagement (Qualitätsrat) eingebracht. Zur ständigen Verbesserung aller kundenorientierten Abläufe werden dort die Themen aufgenommen, priorisiert, Lösungsvorschläge vorgestellt und zeitnah im Interesse unserer Kunden umgesetzt.

Verbraucherschutz und Produktverantwortung in unserem Privat- und Firmenkundengeschäft

Bei der Gestaltung der „Basisprodukte“ – Kontoführung, Sparprodukte, Kredite – berücksichtigen wir stets die spezifischen Bedürfnisse und Lebenssituationen unserer jeweiligen Kundengruppen. Die Vorgaben des Gesetzgebers zum Verbraucherschutz sind dabei Grundvoraussetzung. Wir achten darauf, dass unsere Verträge kundenfreundlich und verständlich formuliert sind. Moderne Scoring-Verfahren ermöglichen eine schnelle Kreditentscheidung, verringern unser Kreditausfallrisiko und mindern das Verschuldungsrisiko eines potenziellen Kreditnehmers. Zudem können wir mit unserem stringent angewandten „Early warning-System“ Kunden frühzeitig informieren, um diese vor der Schuldenfalle zu bewahren. Bei Invest-

mentprodukten berücksichtigen wir die Regelungen des Wertpapierhandelsgesetzes. Der Anlegerschutz bezieht sich besonders auf Vertrieb und Transparenz von Produkten und deren Kostenstruktur. Um eine hohe Produktqualität sicherzustellen, durchlaufen neue Lösungen – beispielsweise zur Deckung des Vorsorgebedarfs – einen „New product approval-Prozess“. Darin werden insbesondere rechtliche und steuerrelevante Fragestellungen beleuchtet.

Bei jungen Kunden achten wir besonders auf den Schutz von Minderjährigen: So werden an Personen unter 18 Jahren weder Ratenkredite noch Dispokredite vergeben. Die Servicekarte zum „Jungen Konto“ wird für minderjährige

Kunden als Debitkarte, eine Karte, die auf Guthabenbasis geführt wird, ausgegeben. Ein eigenes Produktpaket haben wir für Studenten zusammengestellt: den db Studentenkredit. Bei der Gewährung eines Studentenkredits legen wir großen Wert darauf, eine ausgewogene Balance zwischen dem aktuellen Finanzbedarf und späterer Verschuldung zu finden (s. S. 29). Ein umfangreiches Leistungspaket rund um die Vermögens- und Nachlassplanung ist auf unsere älteren Kunden zugeschnitten. Wir begleiten Gründungen und Investitionen von Geschäftskunden mit zinsgünstigen Finanzierungen. Gründern, Kleinunternehmern und Freiberuflern bieten wir zum Beispiel Mikro-Darlehen und Startkapital. Kreditkarten kann

jeder Kunde erwerben, der volljährig ist und ausreichende Bonität hat. Weitere Unterscheidungen nach Geschlecht oder Alter nehmen wir nicht vor.

ELEKTRONIC BANKING

Wir bieten unseren Kunden verschiedene Services, um einen möglichst ungehinderten und schnellen Zugang zu Bankgeschäften zu gewährleisten. Electronic Banking ermöglicht nicht nur Privatkunden Transaktionen weltweit rund um die Uhr, im geschäftlichen Zahlungsverkehr ist es inzwischen Standard. Die Sicherheit der Daten hat

beim Electronic Banking oberste Priorität. Die Systeme der Deutschen Bank sind umfassend gegen einen nicht autorisierten Zugriff geschützt. Ein mehrstufiges Verschlüsselungs- und Identifizierungssystem sorgt zusätzlich dafür, dass Unbefugte die Daten nicht erfragen, verändern oder lesbar machen können. Ein erweitertes PIN/TAN-Verfahren sowie Transaktionen über HBCI sorgen für maximale Sicherheit im Online-Banking. Auch über das Telefon-Banking ist es jederzeit möglich, Bankgeschäfte zu tätigen. Dieser Service eignet sich

besonders für Kunden, die nur eingeschränkt mobil sind oder die beispielsweise aufgrund einer Sehbehinderung Electronic Banking nicht nutzen können. Seit Dezember 2005 betreibt die Deutsche Bank auch an mehreren Flughäfen und in einigen Filialen insgesamt 30 Geldautomaten, die den Bedürfnissen Blindler und Sehbehinderter durch eine zusätzliche Beschriftung in Braille-Schrift Rechnung tragen. Zudem wird der gesamte Zahlungsablauf auf Wunsch – durch die Nutzung von Kopfhörern – sprachlich unterstützt.

Datenschutz

Datenschutz hat zum Ziel, die Persönlichkeitsrechte natürlicher Personen über Regelungen zu Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten zu schützen. Leitlinie ist, dass der Einzelne entscheidet, wer wann was zu welcher Gelegenheit über ihn weiß. Die Anforderungen sind in der EU harmonisiert, variieren global jedoch erheblich. Unsere Group Data Protection koordiniert die für Compliance mit diesen Anforderungen notwendigen Aktivitäten im Hinblick auf den global aufgestellten Konzern. Beispiele für Tätigkeitsfelder sind Verlagerungen von Services zwischen Konzerneinheiten oder zu Dritten, Applikationsplattformen, die für verschiedene Konzerngesellschaften und in verschiedenen Rechtskreisen Einsatz finden, sowie Dokumentations- und Meldeerfordernisse.

Unsere Konzern-Datenschutzorganisation haben wir im Jahr 2006 im Rahmen der Verabschiedung von neuen Datenschutzgesetzen (zum Beispiel in Russland, Dubai) wesentlich ausgebaut. Der Schwerpunkt der Tätigkeit von Group

Data Protection bildete die Implementierung von Standardvertragswerken für die Verlagerung von Services zu internen und externen Dienstleistern als auch die Konzeption und Durchführung entsprechender Kontrollen im Zusammenwirken mit dem Group Technology and Operations Bereich. Darüber hinaus wurde ein Selbsteinschätzungsfragebogen entwickelt, der in Deutschland flächendeckend sowie in einigen europäischen Staaten in einer Testphase eingeführt wurde. Die Ergebnisse zeigen einen sehr hohen Grad an Awareness und Einhaltung datenschutzrechtlicher Vorgaben. Dieser Ansatz wird kontinuierlich weiter ausgebaut.

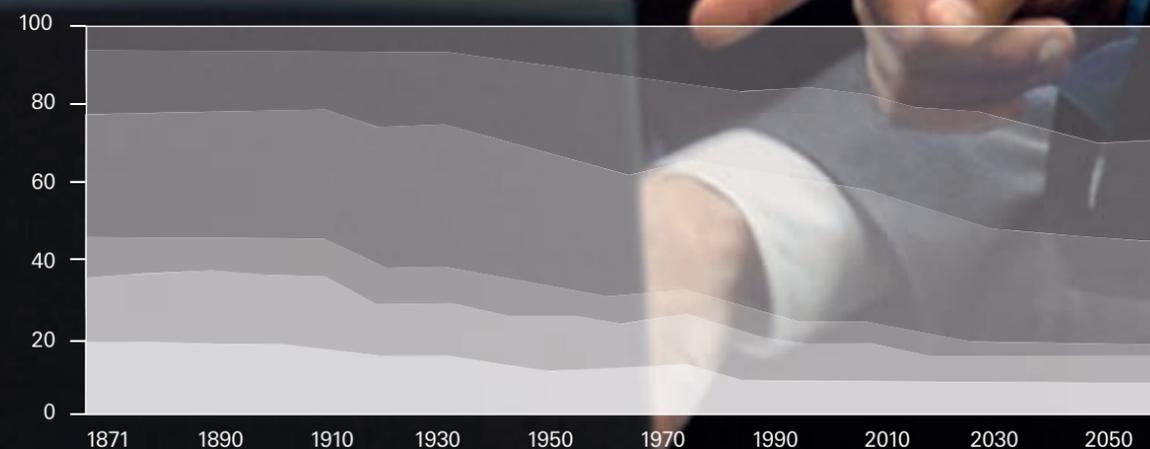
Die Anzahl der datenschutzbezogenen Beschwerden im Inland stieg nur sehr moderat. Insgesamt 10 Prozent bezogen sich auf Auskunftersuche, 20 Prozent auf vermeintliche Prozessprobleme, wie zum Beispiel falsche Zustellungen. Ein Anteil von ca. 20 Prozent der Anfragen erwies sich als begründet und hat zu entsprechenden Mitigationsmaßnahmen geführt.

DBCERT

Cybercrime entwickelt sich immer mehr zu einem global umspannenden Thema mit entsprechenden Herausforderungen. Dieser Entwicklung hat die Deutsche Bank durch die Verstärkung der globalen Ausrichtung ihres Computer Emergency Response Teams (dbCERT) Rechnung getragen und ein entsprechendes „follow-the-sun“-Modell implementiert. In Zusammenarbeit mit dem IT Security Operation Center können Anfragen im sieben Tage/24 Stunden-Betrieb rund um den Globus aufgenommen und bearbeitet werden. Die hausinternen Gegenmaßnahmen zum Schutz der Infrastruktur gegen Trojaner, Viren und unerlaubte Nutzung wurden ausgebaut, ebenso die Schutzmaßnahmen gegen Phishing. Dazu gehörten die indizierten TAN (Transaktionsnummern) sowie die Erhöhung der Kunden- und Mitarbeiteraufmerksamkeit gegenüber Cybercrime-Delikten. (Siehe hierzu auch S. 59.)

Entwicklung der Altersstruktur in Deutschland von 1871 bis 2050

In % ■ 0-6 ■ 6-15 ■ 15-20 ■ 20-45 ■ 45-65 ■ 65 und älter



Demographische Entwicklungen, v. a. die zunehmende Alterung der Bevölkerung in Deutschland, haben nicht nur für das Alterssicherungssystem Konsequenzen. Sie wirken sich auch auf die Arbeitswelt aus. Der Anteil der Älteren wird zunehmen, während der Anteil der Berufstätigen immer kleiner wird. Die Gruppe der 65-Jährigen und Älteren wird von heute 19 Prozent auf bis 33 Prozent im Jahr 2050 steigen. Zugleich wird sich der Anteil der Hochbetagten (80 Jahre und älter) auf bis 15 Prozent erhöhen und damit mehr als verdreifachen.

Die Deutsche Bank begegnet diesen Herausforderungen mit ihrer Diversity-Strategie, mit unterschiedlichen Programmen, die auf die spezifischen Bedürfnisse und Lebenssituationen ihrer Mitarbeiter ausgerichtet sind. So werden beispielsweise ganz bewusst Mitarbeiter unterschiedlichen Alters in Arbeitsteams eingebunden. Solche intergenerativen Teams bieten den jüngeren wie älteren Mitarbeitern die Möglichkeit zum gegenseitigen Austausch und Lernen.

Wie begegnen wir als Bank den Herausforderungen des demographischen Wandels?

Lange Zeit schien „Das Methusalem-Komplott“ noch in weiter Zukunft zu liegen. Die Vision von der Überalterung der Gesellschaft war noch unscharf und im Wirtschaftsleben nicht zu erkennen. Die demographischen Veränderungen machen sich nun jedoch auch zunehmend für Unternehmen bemerkbar. Nach Schätzungen des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung der Bundesanstalt für Arbeit (IAB) wird aufgrund der sich umkehrenden Alterspyramide das Potenzial an Arbeitskräften in den nächsten Jahrzehnten in Deutschland deutlich zurückgehen: von 41 Mio. Menschen im Jahr 2000 auf nur noch 26 Mio. im Jahr 2040.

Für die Deutsche Bank bedeuten diese Prognosen konkret: Während wir derzeit noch eine vergleichsweise junge Belegschaft haben, wird es in Zukunft zunehmend schwieriger, qualifizierten Nachwuchs zu rekrutieren. Diesem stärker werdenden Wettbewerb um junge Talente können wir standhalten: Aufgrund unseres Geschäftserfolgs sowie des dynamischen und globalen Lernfeldes bieten wir karriereorientierten Startern attraktive Perspektiven.



Employability-Programm: Das Startpaket „Mein berufliches Fitness-Programm“ wurde jedem Mitarbeiter in Deutschland zugesandt

Doch zunächst gilt es, das vorhandene Potenzial unserer Mitarbeiter bestmöglich zu fördern und weiterzuentwickeln. Um Mitarbeitern die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu erleichtern, bauen wir derzeit unser Angebot an Kindertagesplätzen in Deutschland aus (s. S. 42f). Teilzeitarbeit wird in unserem Unternehmen ohnehin seit vielen Jahren durch unterschiedliche Programme gefördert. Um Mitarbeiter so lange wie möglich beschäftigen zu können, setzt die Bank an erster Stelle auf „Employability“, den Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit. Dazu stellen wir unseren Mitarbeitern Programme zur Verfügung, die ihnen die kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Kenntnisse und Fähigkeiten ermöglichen. So richtet sich die Bank mit dem „Employability-Programm“ seit Mai 2006 an alle 31000 Mitarbeiter in Deutschland. Die vom Betriebsrat mitgetragene Initiative setzt auf Eigenverantwortung und Engagement der Mitarbeiter. Die Herausforderung: „Alle Mitarbeitergruppen unabhängig von Qualifikation und Alter zu motivieren, sich beruflich fit zu halten, mit den Anforderungen zu wachsen und sich das ganze Berufsleben hindurch selbstbewusst einzubringen“, so Ralf Brümmer, Head of HR Employment Models. Mehr als 4500 Mitarbeiter haben sich auf der eigens eingerichteten Aktionsplattform im Internet (www.db-in-eigener-sache.de) registrieren lassen. Dort können sie beispielsweise den „Kompetenztest mit individueller Auswertung“ nutzen oder sich für den Workshop „Veränderungen meistern“ anmelden (s. S. 38).

Im Kontext der Beschäftigungsfähigkeit hat auch die Gesundheitsförderung und Prävention einen großen Stellenwert. Von der Vorbeugung koronarer Herzkrankheiten bis zum Training für den Umgang mit Stress bieten wir unseren Mitarbeitern eine breite Palette an Angeboten, um sich bis ins Alter fit und gesund zu halten (s. Tabelle S. 42).



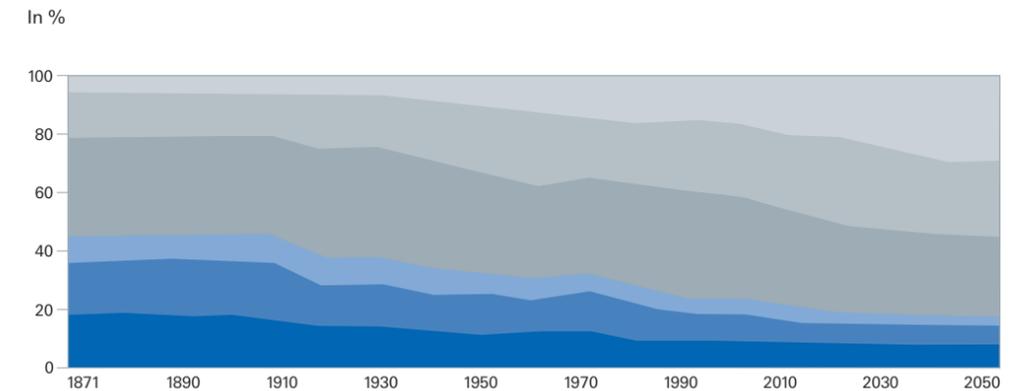
Einführungswoche: 2006 wurden weltweit 904 Hochschulabsolventen eingestellt

Als Herausforderung des demographischen Wandels erweist sich weniger der langfristige Bevölkerungsrückgang in Deutschland, sondern vielmehr die zunehmende Alterung der Bevölkerung, die soziale Sicherungssysteme in Schwierigkeiten bringt. Modellrechnungen zeigen, dass der Anteil der 65-Jährigen und Älteren von heute 19,3% bis 33,2% im Jahre 2050 steigt; zugleich wird sich der Anteil der Hochbetagten (80 Jahre und älter) auf bis 15% erhöhen und damit mehr als verdreifachen.

Quelle: Statistisches Bundesamt und Bundesministerium des Inneren; eigene Berechnungen

- 0-6
- 6-15
- 15-20
- 20-45
- 45-65
- 65 und älter

Entwicklung der Altersstruktur in Deutschland von 1871 bis 2050



Schon heute verfolgt die Deutsche Bank mit ihrer Diversity-Strategie den Ansatz, in Arbeitsteams alle Generationen von Mitarbeitern einzubinden. Für die Kundenberatung beispielsweise werden gezielt erfahrene Relationship Manager rekrutiert, die mit jüngeren Mitarbeitern in einem Team arbeiten. „Die für unsere Kunden geschaffenen intergenerativen Teams bieten den Jüngeren wie den Älteren eine hervorragende Basis für gegenseitigen Austausch und Lernen“, so Personalvorstand Tessen von Heydebreck. Über die Personalentwicklung „on the job“ hinaus engagiert sich die Deutsche Bank intensiv für lebenslanges Lernen und bietet ihren Mitarbeitern umfassende Weiterbildungsmaßnahmen an (s. S. 37f).



Im Dezember 2006 wurde die Charta der Vielfalt von den vier erstunterzeichnenden Unternehmen – DaimlerChrysler, Deutsche Bank, Deutsche BP und Deutsche Telekom – und Staatsministerin Prof. Dr. Maria Böhmer im Bundeskanzleramt unterzeichnet



Die Deutsche Bank beschäftigt in 73 Ländern Mitarbeiter aus 132 Nationen. Mit dieser internationalen Belegschaft hat sie bereits heute eine Kultur der Vielfalt geschaffen. Als global tätiger Finanzdienstleister eröffnen sich uns im Hinblick auf den demographischen Wandel durchaus auch Chancen: Wir können auf einen breiten und internationalen Arbeitsmarkt zugreifen und weltweit attraktive Karriereperspektiven anbieten. In „Diversity Workshops“ arbeitet die Bank daran, ein „vorurteilsfreies Arbeitsumfeld zu schaffen und den Mehrwert und die Vorteile von Vielfalt aufzuzeigen“, so Aletta

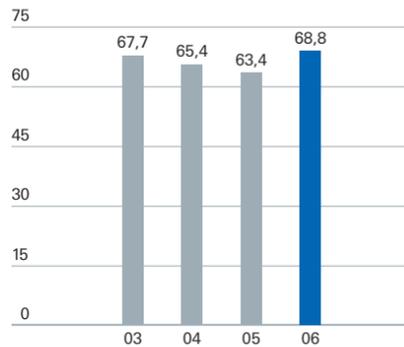
Gräfin von Hardenberg, die im Diversity-Team für Deutschland verantwortlich ist. Um diese Überzeugung auch in deutsche Unternehmen hineinzutragen, hat sie als Initiatorin gemeinsam mit DaimlerChrysler, Deutsche BP und Deutsche Telekom die „Charta der Vielfalt“ ins Leben gerufen (s. S. 39f). In solchen Partnerschaften geht es auch darum, sich ein Bild über die Perspektiven des Alters zu machen, um die Alterung unserer Gesellschaft nicht zu einem Problem werden zu lassen, sondern uns frühzeitig darauf einzustellen und Lösungsansätze zu erarbeiten.

Unser Engagement für Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Garanten unseres Erfolges. In 73 Ländern entwickeln Teams der Deutschen Bank Finanzlösungen für unsere Kunden. Mit ihren vielfältigen Erfahrungen, ihrem Engagement und dem kulturellen Hintergrund aus insgesamt 132 Nationen gestalten unsere Mitarbeiter die Zukunft unseres Hauses aktiv mit. Wir fördern daher ihre Entwicklung, bauen Qualifikationen systematisch aus und schaffen ein Arbeitsumfeld, das es ihnen erlaubt, ihr Potenzial optimal zu entfalten. Mit einem breiten Spektrum betrieblicher Leistungen honorieren wir den besonderen Einsatz und die Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter. Dies schließt auch die Verantwortung für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie die Vorsorge für das Alter und die Zeit nach der aktiven Tätigkeit in der Bank ein.

Mitarbeiterzahl

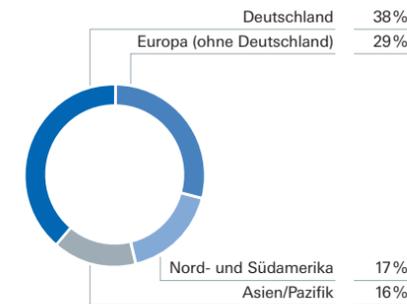
In Tausend zum Jahresende¹



¹In Vollzeitkräfte umgerechnet

Regionaler Einsatz unserer Mitarbeiter

Jahresende 2006 insgesamt 68.849¹



¹In Vollzeitkräfte umgerechnet



Seit 2002 haben sich Bank-Trainees mit insgesamt 68.310 Stunden in gemeinnützigen Projekten engagiert



Auch Praktikanten werden an so genannten „Social Days“ – hier in einer Frankfurter Kindertagesstätte – aktiv

TALENTE GEWINNEN

Die Globalisierung der Märkte erfordert nicht nur ein starkes Engagement im Heimatmarkt, sondern eine weltweite Präsenz. Dazu gehören insbesondere Mitarbeiter, die mit ihren vielfältigen Kompetenzen auf Kundenwünsche rund um den Globus eingehen können. Wir rekrutieren daher Studenten führender Hochschulen und Business Schools weltweit für unsere Trainingsprogramme und Praktika. Mit der „Class of 2006“ haben insgesamt 904 Hochschulabsolventen ihre Tätigkeit in unserem Hause aufgenommen. Für 2007 wollen wir erstmals die Zahl von 1000 Neueinsteigern überschreiten und wiederum unserer strategischen Ausrichtung folgend Top-Talente für unser Haus gewinnen. Alle unsere Trainees nehmen an einer Orientierungs- und Ein-

führungsveranstaltung in London oder New York teil, die ihnen einen Einblick in Strategie und Geschäftsfelder, aber auch in Werte und Unternehmenskultur der Deutschen Bank vermittelt. Die Veranstaltung schließt auch einen dreitägigen gemeinnützigen Team-Workshop ein. Ziel der Teamarbeit ist es, über Länder-, Kultur- und Geschäftsbereichsgrenzen hinweg zusammen zu arbeiten, gemeinsame Lösungen zu entwickeln und die Menschen vor Ort zu unterstützen (s. S. 92 ff). In 2006 engagierte sich bereits der fünfte Trainee-Jahrgang in insgesamt 15 Projekten, darunter insbesondere in Schulen sowie einer Einrichtung für behinderte Menschen. Seit 2002 haben Deutsche Bank Trainees damit insgesamt 68.310 Stunden ihrer Trainingsprogramme in gemeinnützige Arbeit investiert.

UNSERE KOOPERATIONEN MIT SCHULEN UND HOCHSCHULEN (Auswahl)

Partnerschaften mit Hochschulen: Neue Kooperationen in 2006

HfB Business School of Finance & Management, Frankfurt

Deutsche Bank Professur für Retail Banking, Forschungsprojekte und Vorlesungen, jährlich Einladung zweier internationaler Gastdozenten für Forschung und Lehre

Universität Mannheim

Deutsche Bank Marketing and Sales Management Research Group als neues Forschungsteam mit drei Wissenschaftlichen Mitarbeitern am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung unter der Leitung von Prof. Dr. h. c. Christian Homburg: Wissenschaftliche Erforschung des Privatkundengeschäfts, Forschungs- und Praxisprojekte

Mentoring Programme für Studierende

Next Steps Mentoring (UK)

Deutsche Bank Mitarbeiter als Mentoren für Studenten ethnischer Minderheiten an ausgewählten britischen Universitäten

African Caribbean Mentoring Program (UK)

Mentoring Programm für Studenten aus traditionell unterrepräsentierten afrikanisch-karibischen Minderheiten

Sponsors for Educational Opportunity, SEO (UK, US)

Gemeinnützige Organisation, die potenzialstarke Schüler und Studenten aus ethnischen Minderheiten bei ihrem beruflichen Einstieg unterstützt. Zusammenarbeit bei der Auswahl von Kandidaten für Einstiegspositionen bei der Deutschen Bank

Internationale Praktika

Deutsche Bank „I Have a Dream“ (D, UK, US, Polen)

Seit mehr als fünf Jahren erfolgreiches globales Praktikantenprogramm für Schüler, die normalerweise aufgrund ihrer Herkunft keinen Einblick in den Finanzdienstleistungssektor und das Investment Banking erhalten würden (s. S. 68)

Praktikanten-Programme für Studenten

Wir bieten Studenten deutscher Universitäten Praktika in über zwanzig Niederlassungen weltweit an. Die Praktikumsdauer für alle Bereiche der Bank liegt zwischen 2 und 6 Monaten.

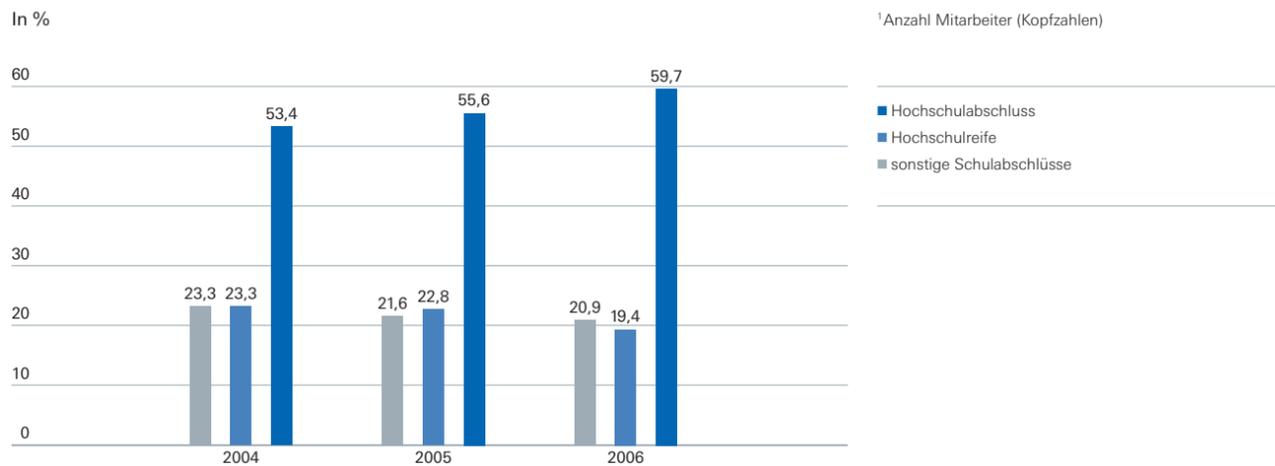
QUALIFIKATIONEN WEITERENTWICKELN

Unser Weiterbildungsangebot haben wir im Jahr 2006 erneut ausgeweitet. Über die konzernweite elektronische Trainingsplattform „db Learn“ können unsere Mitarbeiter nun unter 3070 Seminaren und Online-Trainings auswählen. Neben fachspezifischen Inhalten tragen Themen zu Führung und Management, Persönlichkeits- und Teamentwicklung sowie Veranstaltungen zu Unternehmenskultur, Orientierung und Networking zu einer ganzheitlichen Qualifizierung bei. In Deutschland haben wir 2006 insgesamt 654 Ausbildungsplätze, dies bedeutet 60 mehr als im Vorjahr, zur Verfügung gestellt. Damit absolvieren derzeit bundesweit nahezu 1500 junge Menschen ihre Berufsausbildung bei der Deutschen Bank. In 2006 haben erstmals 604 Auszubildende und 29 Studenten der

Berufsakademie die „Vertriebsqualifizierung mit Zertifikat“ abgeschlossen. Dieses deutschlandweit bislang einmalige DIN-geprüfte Programm bietet unseren Auszubildenden eine hochwertige Zusatzqualifikation. Präsenztrainings und Selbstlerneinheiten zu vertriebs- und handlungsorientierten Themen bereiten auf die Berufspraxis vor.

Berufsakademie die „Vertriebsqualifizierung mit Zertifikat“ abgeschlossen. Dieses deutschlandweit bislang einmalige DIN-geprüfte Programm bietet unseren Auszubildenden eine hochwertige Zusatzqualifikation. Präsenztrainings und Selbstlerneinheiten zu vertriebs- und handlungsorientierten Themen bereiten auf die Berufspraxis vor.

Qualifikation unserer Mitarbeiter¹



Anzahl der Trainingstage 2006 nach Kategorien

Kategorie	Teilnehmer ¹	Trainingstage
BWL und Finanzen	69,2	77,7
Führung und Management	9,0	15,3
Persönliche und Teamentwicklung	34,9	38,4
Kultur und Orientierung	8,8	10,4
Kommunikation und Informationstechnologie	6,9	7,3
Berufliche Qualifikation	4,1	11,8
Rechtliche Rahmenbedingungen und Compliance	145,5	16,5
Summe	278,4	177,4

¹Mitarbeiter, die zwei oder mehrere Seminare besucht haben, werden mehrfach erfasst.



BERUFLICH FIT BLEIBEN

Neben der Weiterqualifizierung für ihren konkreten Tätigkeitsbereich unterstützen wir unsere Mitarbeiter mit dem Employability-Programm „In eigener Sache“ bei der regelmäßigen Analyse ihres Kompetenz- und Erfahrungsprofils,

Die Aktionsplattform „in eigener Sache“ fasst das Angebot zur Stärkung von Veränderungskompetenz und Beschäftigungsfähigkeit für Mitarbeiter nutzerfreundlich zusammen. Seit dem Start des Programms im Mai 2006 wurde die Plattform bereits über 18000 Mal besucht.

der individuellen Zielbestimmung und dem Ausbau ihrer persönlichen Kompetenzen. 2006 haben wir das Engagement zur Förderung der Beschäftigungsfähigkeit weiter verstärkt. Das Startpaket „Mein berufliches Fitness-Programm“ bietet allen Mitarbeitern in Deutschland seit Mai 2006 eine Reihe innovativer Angebote zur persönlichen Weiterentwicklung. So unterstützen etwa Kompetenzinventur, Fitness Coaching oder der Workshop „Positionieren mit Profil“ bei der erfolgreichen Navigation durch ein von zunehmender Komplexität und Veränderungsgeschwindigkeit geprägtes Berufsleben (s. S. 34).

ERFAHRUNGSUSTAUSCH ANREGEN

Unsere Programme zur Karriereentwicklung ermöglichen nicht nur interne Lern-erfahrungen, sondern auch den Austausch über das eigene Unternehmen oder über den privatwirtschaftlichen Sektor hinaus. So beteiligten wir uns 2006 bereits zum siebten Mal mit zehn Mentoren und zehn Mentees am Cross-Company-Mentoring-Programm, einem unternehmensübergreifenden Personalentwicklungsprogramm für Frauen. In diesem Programm bauen Mentor und Mentee über Unternehmensgrenzen hinweg ein unterstützendes und karriereförderndes Netzwerk auf, tauschen Fach- und Erfahrungswissen aus und lernen Unternehmenskultur und Strukturen des jeweils anderen Unternehmens kennen. Noch einen Schritt weiter

geht das Personalaustauschprogramm zwischen Privatwirtschaft und Öffentlicher Hand, bei dem unsere Mitarbeiter ihren Schreibtisch für einige Monate mit Beamten aus den Spitzenbehörden des Bundes tauschen. Führungskräfte aus Privatwirtschaft und Öffentlicher Hand können in diesem Programm die fachliche Tätigkeit, aber auch Organisation und Arbeitsweisen des jeweils anderen Bereichs kennen lernen und sich mit den eigenen Qualifikationen aktiv einbringen. Seit Beginn des Programms im Oktober 2004 wurden 41 Austauschoptionen in Privatwirtschaft und Öffentlichem Dienst identifiziert, von denen 24 bereits realisiert worden sind – davon 12 von der Deutschen Bank. Eine Ausweitung des Programms auf die EU-Kommission ist derzeit in Planung.



Die 7. WEB-Konferenz stand im März 2006 unter dem Motto „Taking on Corporate Responsibility“

Mentoring-Programme für Frauen (Auswahl)

Cross-Company Mentoring für Frauen (D)

Unternehmensübergreifendes Mentoring-Programm, bei dem hochqualifizierten Mitarbeiterinnen Mentorinnen und Mentoren aus Senior Positionen anderer Unternehmen zur Seite gestellt werden

Cross-divisionales Mentoring für Frauen (D)

Das Programm dient der Förderung und Weiterentwicklung potenzialstarker Frauen über Geschäftsbereichsgrenzen hinweg. Bis zu 60 Mentoren und Mentees arbeiten jährlich als „cross-divisionale“ Tandems zusammen.

Coaching Programme für Frauen (US)

Einzelne Geschäftsbereiche bieten potenzialstarken Frauen Business Coachings an. Diese finden in der Gruppe oder als individuelle Begleitung statt und dienen der Karriereentwicklung sowie dem Ausbau der Kenntnisse und des Netzwerks über den eigenen Geschäftsbereich hinaus.

VIELFALT FÖRDERN

Die Förderung von Vielfalt ist ein integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Aus diesem Grund haben wir als einer der Initiatoren im Dezember 2006 im Bundeskanzleramt die „Charta der Vielfalt der Unternehmen in Deutschland“ unterschrieben (s. S. 35). Sie bringt u. a. zum Ausdruck, was uns seit Jahren ein unternehmerisches Ziel und Anliegen ist: für alle Mitarbeiter unabhängig von Merkmalen, wie z. B. Alter, Geschlecht, Religion, ethnische Herkunft, sexuelle Identität oder Behinderung, ein attraktives, vorurteilsfreies und motivierendes Arbeitsumfeld

zu schaffen. Unsere Diversity-Strategie trägt dazu bei, Vielfalt zu fördern und zu gestalten. Um ein Höchstmaß an Integrität und Konsistenz in allen Aktivitäten zu gewährleisten, haben wir globale Regelungen und Vereinbarungen verabschiedet, die alle Mitarbeiter verpflichten, respektvoll und fair zusammen zu arbeiten (auf globaler Ebene z. B. der Verhaltenskodex, in Deutschland etwa die Betriebsvereinbarung „Fairness am Arbeitsplatz“). Daneben trägt eine Vielzahl von Initiativen zur Umsetzung unserer Diversity-Strategie bei. Eine Auswahl zeigt die Tabelle auf der Folgeseite.



Die Rainbow Group in Deutschland beteiligte sich auch 2006 wieder am Christopher Street Day in Frankfurt am Main

GLOBAL DIVERSITY – UNSERE INITIATIVEN (Auswahl)

Netzwerke, Konferenzen und Angebote

Women on Wall Street™ Netzwerk und Konferenz, WOWS™ (US)
 Netzwerk, das 2006 zum 13. Mal die jährliche Women on Wall Street Konferenz für weibliche Führungskräfte aus der Finanzbranche organisierte. Zahlreiche Vortrags- und Weiterbildungsveranstaltungen

Women in European Business®, WEB (Frankfurt/London)
 Netzwerk von Frauen in der Deutschen Bank sowie Alumnae zur Förderung des Dialogs zwischen Frauen in der europäischen Wirtschaft. Die WEB-Konferenzen zählen mit jährlich rund 700 Teilnehmerinnen zu den erfolgreichsten europäischen Veranstaltungen für Frauen in Führungspositionen.

Regionale Frauennetzwerke (D)
 In acht deutschen Regionen vertreten, zahlreiche Networking-Initiativen und Veranstaltungen

Netzwerk für weibliche Top-Führungskräfte (D)
 Erfahrungsaustausch und Networking

Deutsche Bank Women, DBW (London)
 Netzwerk zur Förderung der beruflichen und persönlichen Entwicklung von Frauen in der Deutschen Bank

Rainbow Groups (D, UK, US)
 Die Netzwerke thematisieren die berufliche und persönliche Entwicklung von Lesben, Schwulen sowie bisexuellen und transsexuellen Mitarbeitern.

Multicultural Partnership (US, UK)
 Netzwerke zum Erfahrungsaustausch sowie zur beruflichen und persönlichen Weiterentwicklung von Mitarbeitern aus ethnischen Minderheiten

E-Fellows (D)
 Die Deutsche Bank ist Partner dieses Karrierenetzwerks für besonders begabte Studenten, die z. B. ein Onlinestipendium oder kostenlosen Internetzugang erhalten. Auch die Teilnahme an exklusiven Veranstaltungen oder die Vermittlung von Stellen wird übernommen.

Raum der Stille (UK, US)
 Eigene, konfessionsunabhängige Gebets- und Andachtsräume für Mitarbeiter

Engagement für Menschen mit Behinderung in Kooperation mit:

IBW (D)
 Interessengemeinschaft von (Schwerbehinderten-) Vertrauenspersonen großer Unternehmen

Arbeitsgemeinschaft Behinderung, BAG (D)
 Arbeitsgemeinschaft von Banken, Sparkassen, Versicherungen und Kommunen in Nordrhein-Westfalen für behinderte Menschen

Genossenschaft der Werkstätten für Behinderte eG, GDW (D)
 Zusammenschluss der Werkstätten für angepasste Arbeit für Menschen mit Behinderung

Berufsförderungswerke für behinderte Menschen (D)
 Angebot von Praktika und Zusammenarbeit im Bereich des „Deutsche Bank Mosaik für Beschäftigung“

„Dialog im Dunkeln“ (D)
 Projekt zur Integration blinder und sehbehinderter Menschen in Frankfurt

Werkstätten für behinderte Menschen – „Initiative Leisten-Helfen-Profitieren“ (D)
 Konzernweite Veröffentlichung des Leistungsspektrums der Werkstätten und Auftragsvergabe

Auszeichnungen und Sponsoring

SIA Diversity Leadership Award für beständige Führungsrollen 2005 (US)
 Die Deutsche Bank wurde 2005 für ihre Women on Wall Street™ Konferenz und die damit verbundenen Fraueninitiativen mit dem „Securities Industry Association’s Diversity Leadership Award“ für „Sustained Leadership“ ausgezeichnet.

Courageous Corporate Champion Award 2005 (US)
 Das „New York City Gay and Lesbian Anti-Violence Project“ (AVP) hat die Deutsche Bank 2005 zum „Courageous Corporate Champion“ ernannt.

2006 „Lauf für mehr Zeit“ AIDS Walk Frankfurt (D)
 Das Teilnehmer-Team der Deutschen Bank sammelte erneut Spenden für die ambulante AIDS-Hilfe in Frankfurt. Die Teilnahme wurde durch die Rainbow Group Germany organisiert, die auch mit einem Stand vertreten war.

AIDS Walk New York, AWWNY (US)
 Koordiniert von der Rainbow Group Americas nahm erneut ein Deutsche Bank-Team am Lauf teil und errang im vierten Jahr in Folge den Gold-Team-Status für die gesammelten Spendengelder.

Human Rights Campaign – 2006 Corporate Equality Index
 2006 erzielte die Deutsche Bank erneut die volle Punktzahl im „Human Rights Campaign’s Corporate Equality Index“ (CEI), der das Engagement großer Unternehmen in Bezug auf ihre lesbischen, schwulen, bisexuellen und transsexuellen Mitarbeiter, Konsumenten und Investoren bewertet. Damit haben wir bereits im vierten Jahr in Folge die volle Punktzahl erreicht.

Diversity Benchmarking, Mitgliedschaften und Forschungsstudien

Catalyst (US)
 Forschungs-Organisation im Bereich der Förderung von Frauen in der Wirtschaft. Beteiligung an Studien zu Frauen in der Finanzbranche

EU Kompendium „Bewährte Verfahren am Arbeitsplatz“
 Die Deutsche Bank wurde aufgrund ihrer guten Umsetzung der Diversity-Prinzipien europaweit aus 500 Unternehmen ausgewählt und in das Kompendium aufgenommen.

Securities Industry Association Diversity Survey, SIA (US)
 Die Deutsche Bank beteiligt sich als Mitgliedsunternehmen der SIA an den halbjährlichen Diversity-Studien.

EU Projekt „active@work“
 Beteiligung an dem von der EU geförderten Projekt active@work zum Thema Age Diversity

Race for Opportunity (UK)
 Mitgliedschaft in dieser Organisation, die sich weltweit auf Initiativen für ethnische Minderheiten spezialisiert hat

Opportunity Now (UK)
 Die Deutsche Bank engagiert sich als Mitgliedsunternehmen in dieser Organisation, die sich für Chancengleichheit und Diversity am Arbeitsplatz einsetzt.



Die Einführung der neu ernannten Führungskräfte bildete den Auftakt von internationalen Einführungsveranstaltungen ...



... in ihnen werden Werte, Kultur und Strategie der Bank erläutert. Darüber hinaus bieten sie den Führungskräften Gelegenheit, Erfahrungen auszutauschen und Netzwerke zu bilden

FÜHRUNGSKOMPETENZ STÄRKEN

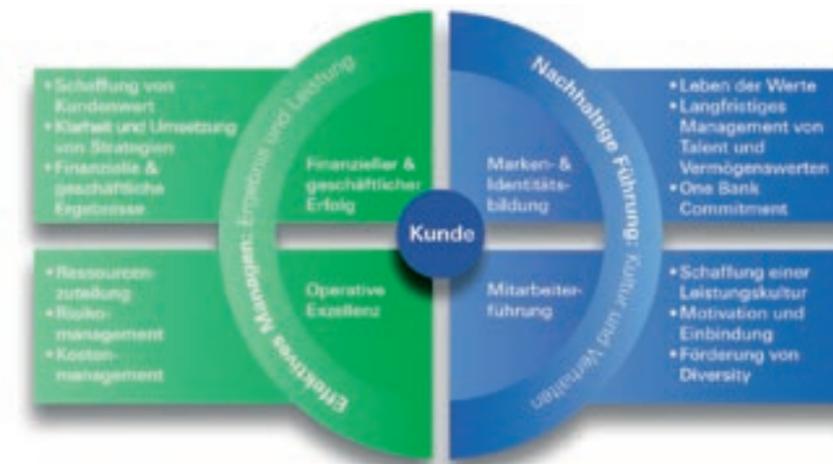
Unsere Leadership Standards sind die Basis für ein ganzheitliches Verständnis von Führung. Das bereits 2004 konzernweit eingeführte Rahmenwerk definiert, was die Bank unter Führung versteht und was sie von ihren Führungskräften erwartet. Führungserfolg beinhaltet dabei nicht nur finanziellen bzw. geschäftlichen Erfolg und gute operative Leistungen, sondern auch die nachhaltige Förderung unserer Werte und Unternehmenskultur sowie Teambildung und Mitarbeiterführung. Die Leadership Standards sind gleichzeitig Grundlage unserer Personalprozesse,

wie etwa Zielvereinbarung und Leistungsbeurteilung oder Auswahl und Entwicklung unserer Mitarbeiter. Um insbesondere unsere neuen Führungskräfte konzernweit mit den Standards vertraut zu machen und ihre Anwendung im konkreten Verantwortungsbereich zu trainieren, steht ein so genanntes „Leadership Curriculum“, ein Trainingsplan mit insgesamt 14 Kernprogrammen, zur Verfügung. Die Angebote können flexibel aufeinander abgestimmt werden – von kurzen 90 Minuten-Modulen bis hin zu mehrtägigen Veranstaltungen. Das dreitägige Basisseminar „Fundamentals of Management“ für

alle neuen Führungskräfte haben wir 2006 insgesamt 68 Mal in 15 Ländern und sieben Sprachen durchgeführt. Das „Leading Managers Programm“, das sich an Top-Führungskräfte richtet, die ihrerseits Manager führen, wurde in den USA, in Großbritannien, Asien und Deutschland insgesamt 15 Mal in zwei Sprachen angeboten.

LEISTUNG ANERKENNEN

Das hohe Engagement und die Leistungsbereitschaft unserer Mitarbeiter fördern und honorieren wir mit einer fairen und transparenten variablen Vergütung, die den Erfolg des Unternehmensbereichs, aber auch den individuellen Beitrag unmittelbar und leistungsgerecht abbildet. Auch als Aktionäre konnten unsere Mitarbeiter 2006 von der positiven geschäftlichen Entwicklung profitieren: Im Rahmen unseres Belegschaftsaktienprogramms Global Share haben wir allen bezugsberechtigten Mitarbeitern erneut bis zu zehn unentgeltliche Deutsche Bank Aktien zugeteilt. Unsere Vergütungssysteme werden ergänzt durch ein breites Spektrum attraktiver betrieblicher Zusatzleistungen, die dem zunehmenden Bedürfnis nach einer Balance zwischen Beruf und Privatleben, der Vorsorge für Gesundheit und Familie sowie für das Alter entsprechen.



Die Leadership Standards definieren, was die Bank unter Führung versteht und von ihren Führungskräften erwartet

AKTIVES GESUNDHEITSMANAGEMENT – ANGEBOTE FÜR UNSERE MITARBEITER (Auswahl)

Partner für die Gesundheit unserer Mitarbeiter

Arbeitskreis Gesundheit

Beratendes und initiiierendes Forum zur betrieblichen Gesundheitsförderung und Primärprävention. Unterstützung des Konzerns bei der Konzeption und Umsetzung von Projekten zu Gesundheit und Work-Life-Balance. Kooperation der Bereiche Personal, Arbeitssicherheit, Betriebsrat, Vertrauensperson der Schwerbehinderten sowie der Gesundheitspartner:

▪ Betriebskrankenkasse Deutsche Bank AG

Im Dezember 2006 betreute die BKK Deutsche Bank AG 53704 Mitglieder und 24743 mitversicherte Familienangehörige, insgesamt 78447 Versicherte (Aktive und Rentner).

▪ Betriebsärztlicher Dienst

Leistungen und Angebote für Mitarbeiter, Beratungen für Führungskräfte, Personalbetreuer und Betriebsräte

▪ Betriebssportgemeinschaften

Über 15000 Sportler aus der Deutschen Bank engagieren sich in über 100 Betriebssportgemeinschaften in Deutschland.

Mitarbeiterberatungsprogramm

Beratung bei persönlichen Konflikt- und Krisensituationen für Mitarbeiter, Angehörige und Bezugspersonen durch eigens für diese Aufgabe ausgebildete Mitarbeiter. Seit der Gründung im Jahr 2000 insgesamt rund 6200 Beratungen bzw. Weitervermittlungen an externe Experten und Beratungsstellen.

BERUF UND PRIVATLEBEN VEREINBAREN

Neben flexiblen Modellen der Arbeitszeitgestaltung, die allen Mitarbeitern zugute kommen, ist es uns ein besonderes Anliegen, die Vereinbarkeit von Berufstätigkeit und familiärem Engagement zu fördern. Bereits 2003 haben wir daher in Deutschland eine neue Betriebsvereinbarung „Beruf und Familie“ verabschiedet. Der Dialog zwischen Mitarbeitern und Bank vor und während der Elternzeit sowie die Unterstützung nach dem Wiedereinstieg in den Beruf sind dabei zentrale Elemente. 2006 haben wir mit einer anonymen und extern durchgeführten Umfrage die Wirksamkeit dieser Maßnahmen erstmals systematisch überprüft. Dazu wurden Mitarbeiter in und nach der

Elternzeit sowie auch des Personalbereichs, als zentralem Ansprechpartner, befragt. Ergebnis ist insbesondere der Wunsch nach einer schnellen Rückkehr in den Beruf und einer möglichst hohen Flexibilität im Hinblick auf Arbeitszeit, -umfang und -einteilung. Teilzeitangebote während der Elternzeit sowie flexibel einzusetzende Jahresdeputate erwiesen sich als besonders hilfreich. Über 90 Prozent der antwortenden Berufsrückkehrer gaben an, bereits während der Elternzeit auf Teilzeitbasis gearbeitet zu haben. Als wesentliche Faktoren für den erfolgreichen Wiedereinstieg wurde der Informationsaustausch während der Elternzeit genannt, wie etwa die Nutzung von Elternzeit-Newsletter (mit derzeit rund 1400 Empfängern),

Angebote zu Gesundheitsförderung und Prävention für unsere Mitarbeiter (Beispiele aus Deutschland)

Gesundheit am Arbeitsplatz

Beratung zu Anordnung der Arbeitsmittel, Ergonomie, Bildschirmarbeit und sitzender Tätigkeit, Kurse zu Körperhaltung, Bewegungsverhalten, Entspannung, Rückenschule

Impfungen und reisemedizinische Beratung

Gripeschutz, Beratung zum Impfschutz auf Reisen

Präventive Untersuchungen

Hautscreening, Prävention gegen koronare Herzerkrankungen, Check-Up Untersuchungen für Führungskräfte

Erährungsberatung

Ernährungs-Check-Up, telefonische und persönliche Beratung

Beratung zum Umgang mit Stress

Individuelle Beratung, Kurse zu Entspannungstechniken und Zeitmanagement

Beratung bei psychischen Problemen

Nach Banküberfall, schwerer Erkrankung, bei sonstigen psychischen Problemen im Berufs- oder Privatleben

Wiedereingliederung am Arbeitsplatz

Nach längerer Krankheit und Rehabilitation

Betreuung von Schwerbehinderten

Gestaltung des Arbeitsplatzes, arbeitsplatznahe medizinische Unterstützung

Intranetzzugang zur Bank, Workshops und Qualifizierungsmaßnahmen. Auch durch die Bank bereitgestellte Kindertagesplätze in unmittelbarer Nähe zum Arbeitsplatz stellen eine Erleichterung für die Berufsrückkehrer dar. Bisherige Angebote, wie etwa die Vermittlung von Betreuungslösungen durch den Familienservice, werden sehr positiv bewertet. Rund 700 Mal haben unsere Mitarbeiter den Familienservice 2006 in Anspruch genommen. Wir werden die Ergebnisse der Umfrage nutzen, um die Bedürfnisse von Müttern und Vätern noch stärker zu thematisieren und unsere Angebote bedarfsorientiert weiterzuentwickeln.

VEREINBARKEIT VON BERUF UND PRIVATLEBEN – UNSERE INITIATIVEN (Auswahl)

Gestaltung von Lebens- und Arbeitszeit

Flexible Arbeitszeitmodelle

Im Rahmen der gesetzlichen, vertraglichen und betrieblichen Regelungen sowie der geschäftlichen Erfordernisse gestalten die Mitarbeiter ihre Arbeitszeit weitgehend individuell und eigenverantwortlich.

Teilzeit und Telearbeit

Die Deutsche Bank unterstützt im Rahmen der betrieblichen Belange den Wunsch ihrer Mitarbeiter nach Teilzeitbeschäftigung und Telearbeitsplätzen, das heißt der Möglichkeit, einen Teil der beruflichen Tätigkeit von einem Arbeitsplatz außerhalb der Bank auszuüben. Dies gilt insbesondere bei der Rückkehr aus der Elternzeit.

db zeitinvest (D)

Individuelle Gestaltung der persönlichen Lebensarbeitszeit durch Tausch von Gehaltsbestandteilen gegen bezahlte Freizeit, z. B. für eine Auszeit von der Arbeit bei vollem Gehaltsausgleich oder ein selbstgewähltes vorzeitiges Ausscheiden aus dem Arbeitsleben ohne Abschläge in der gesetzlichen Altersvorsorge.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Angebote für die Elternzeit (D)

Verlängerung der Elternzeit um weitere 6 Monate auf Antrag möglich.

Weitere Angebote:

- Gespräche zu Perspektiven und Vorbereitung des Wiedereinstiegs bereits vor Beginn der Elternzeit
- Planungsgespräche während der Elternzeit
- Einladung zu Informations-/Abteilungsveranstaltungen
- Berücksichtigung in der Personalplanung
- Intranetzzugang zur Bank
- Teilzeitarbeit sowie Qualifikations- und Weiterentwicklungsmaßnahmen während der Elternzeit
- Training-on-the-job nach der Rückkehr
- Newsletter zu Themen rund um Elternzeit, Beruf & Familie, Wiedereinstieg und Neuerungen in der Bank
- Workshop und individuelles Coaching „Wiedereinstieg – Gut vorbereitet!“ für Rückkehrer

Flexibler Wiedereinstieg in der Elternzeit (US)

- Um Müttern und Vätern die Rückkehr an den Arbeitsplatz zu erleichtern, haben wir die Gehaltsfortzahlung nach Geburt des Kindes von 12 auf 16 Wochen ausgeweitet.
- Darüber hinaus bieten wir den Eltern mit dem neuen „Phase Back to Work Program“ die Möglichkeit, den Wiedereinstieg flexibel zu handhaben: Innerhalb eines definierten zeitlichen Rahmens kann die Arbeitszeit während der anschließenden acht Wochen schrittweise erhöht werden.

Betriebskindergärten (D)

Betriebskindergärten befinden sich in Frankfurt/M., Eschborn und Leipzig.

Broadgate Nursery (UK)

Die Deutsche Bank ist die erste Bank in der Londoner City mit einer eigenen Einrichtung zur Rundumbetreuung von Kindern zwischen drei Monaten und fünf Jahren.

Vermittlung von Betreuungsleistungen und Notfallbetreuung (D, UK, US)

In Deutschland steht unseren Mitarbeitern der „pme Familienservice“ zur Vermittlung von Betreuungsleistungen, auch für pflegebedürftige Familienangehörige, kostenlos zur Verfügung. In den USA, Großbritannien und Deutschland wird zudem eine kurzfristige Notfallbetreuung von Kindern angeboten.

Erfahrungsaustausch/Unterstützung in Notfällen

Familiennetzwerk (UK)

Netzwerk, das das Bewusstsein für die Bedürfnisse berufstätiger Eltern stärkt, Lösungen zur Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf sowie eine Plattform für den Erfahrungsaustausch anbietet

Stammtisch für berufstätige Eltern (D)

Initiative für berufstätige und werdende Eltern sowie Betreuer als Forum des Erfahrungsaustauschs zu Themen der Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf

Franz Urbig und Oscar Schlitter Stiftung (D)

Bietet finanzielle Unterstützung aktiver Mitarbeiter, von Mitarbeitern in Elternzeit, Pensionären sowie deren engsten Angehörigen, die unverschuldet in Not geraten sind, z. B. bei schwerer Krankheit im familiären Umfeld oder bei Unglücksfällen

Freistellung aufgrund familiärer Ausnahmesituationen

Eine unbezahlte Freistellung von der Arbeit ist bis zu zweimal für ein bis sechs Monate möglich. Darüber hinaus kann die Freistellung bis zu zwei Jahren erfolgen, falls ein schwer pflegebedürftiges Familienmitglied zu betreiben ist.

Preise und Auszeichnungen

Working Mother Award 2006 (US)

Die Deutsche Bank wurde zum fünften Mal in Folge im jährlichen Ranking der Zeitschrift „Working Mother“ als eines der 100 besten Unternehmen für berufstätige Mütter ausgezeichnet.

Fortune Magazine Top 50 Employers for Women 2005 (US)

Im Rahmen einer Untersuchung der wichtigsten Unternehmen in den USA wurde die Deutsche Bank 2005 von der Zeitschrift „Fortune“ zu den Top 50-Arbeitgebern für Frauen gezählt.

Total E-Quality Prädikat 2005 (D)

Die Deutsche Bank wurde 2005 zum dritten Mal in Folge mit dem alle drei Jahre zu vergebenden Prädikat ausgezeichnet. Die Auszeichnung würdigt die Diversity-Initiativen sowie die Schaffung einer familienfreundlichen Arbeitsumgebung.

„Erfolgsfaktor Familie 2005“ (D)

Als Mitglied des „Forum Frauen in der Wirtschaft“ gewann die Deutsche Bank 2005 den vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ausgeschriebenen Preis „Erfolgsfaktor Familie 2005“.

Times Top 50 Places Where Women Want to Work 2006 (UK)

Die Deutsche Bank wird in einer Umfrage der Zeitung „The Times“ als eines der Top 50-Unternehmen genannt, in denen Frauen bevorzugt arbeiten möchten.

Sunday Times Best Companies 2006 (UK)

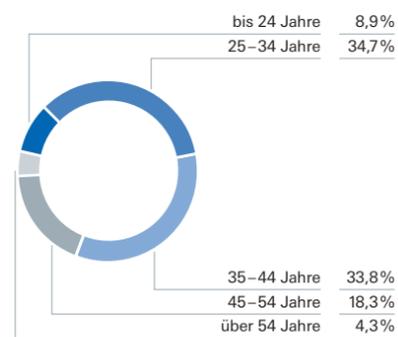
Die „Sunday Times“ nannte die Deutsche Bank als einen der Top 20-Arbeitgeber unter den großen Unternehmen in UK.

FÜR DAS ALTER VORSORGEN

Die betriebliche Altersvorsorge stellt einen der wichtigsten Bausteine im Spektrum unserer Arbeitgeberleistungen dar. Angesichts der demographischen Entwicklung und der Diskussion um die Rente ab 67 gewinnt die ergänzende Vorsorge an Gewicht. Die Deutsche Bank trägt daher mit dem Beitragsplan, in dessen Rahmen für jeden Mitarbeiter ein persönliches Versorgungskonto eingerichtet wird, zum schrittweisen Aufbau eines Versorgungskapitals für die Zeit nach Beendigung des aktiven Berufslebens bei. Die jährlichen Versorgungsbausteine

werden von der Bank aufgebracht. Das beitragsorientierte Versorgungssystem deckt neben der Altersvorsorge auch vorzeitig eintretende Versorgungsfälle durch eine Hinterbliebenen- und Invaliditätsleistung ab und trägt damit aktiv zur sozialen Sicherung unserer Mitarbeiter und ihrer Familien bei. Der Beitragsplan wird im Rahmen der betrieblichen Altersversorgung in Deutschland ergänzt durch die Leistungen des Versicherungsvereins des Bankgewerbes a. G. (BVV). Die Beiträge zum BVV tragen Bank und Mitarbeiter gemeinsam.

Altersstruktur unserer Mitarbeiter 2006



Zufriedenheit und Förderung unserer Mitarbeiter

	2004	2005	2006
Mitarbeiter-Commitment-Index	68	68	68
Weiterbildung (Aufwendung pro Mitarbeiter in EUR ¹)	1479	1583	1757
Berufsausbildung (Aufwendung in Mio. EUR)	42	40	40
Frauenanteil insgesamt	44,6%	44,7%	44,2%
Anteil von Frauen in Managementpositionen (Managing Director, Director)	14,8%	14,5%	14,6%

¹Anzahl Mitarbeiter (Kopfzahlen)

Seit 1999 werden in der Deutschen Bank globale Mitarbeiterbefragungen durchgeführt, mit denen wir u. a. den jährlichen Mitarbeiter-Commitment-Index ermitteln. Dieser Wert gibt z. B. Auskunft über das Engagement und die Identifikation unserer Mitarbeiter. Die Investitionen in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter haben wir in den letzten Jahren kontinuierlich erhöht. In 2006 betrug der Anteil der weiblichen Top-Führungskräfte 14,6% und bewegt sich damit auf einem konstanten Niveau.

Vergütung von Betriebsräten

Die Transparenz der Leistungsentlohnung freigestellter Mitglieder der Arbeitnehmervertretungen stellen wir in unserem Haus durch Kontrollmechanismen auf der Ausgabenseite sicher, um Unregelmäßigkeiten von vornherein auszuschließen. Insbesondere werden in einem monatlichen Bericht die Angaben aller Betriebsrätekostenstellen erfasst, analysiert und gegebenenfalls Auffälligkeiten untersucht. Des Weiteren ist eine Begrenzung der maximalen Verwaltungskompetenz freigestellter Betriebsratsmitglieder festgelegt. Sie sind ebenfalls von speziellen Genehmiger-Berechtigungen in diversen Buchungs- und Bestellsystemen ausgeschlossen. Ferner ist eine besondere Betriebsvereinbarung über die Bemessung von Sondervergütungen für freigestellte Mitglieder der Arbeitnehmervertretungen im Zuge der Umstellung auf das diskretionäre Bonussystem geschlossen worden. Die Vereinbarung sieht vor, dass die Festsetzung der Boni von freigestellten Betriebsratsmitgliedern anhand eines bankheitlichen betriebsübergreifenden Faktors erfolgt, der die Entwicklung des Bonuspools in Deutschland gegenüber dem Vorjahr widerspiegelt. Diese Maßnahmen dienen der Arbeitgeberseite zur Erfüllung revisionsrechtlicher Vorgaben und gewährleisten gleichzeitig in jedem Fall die Integrität der Arbeitnehmervertretungen.

Arbeitssicherheit

Die Förderung und Umsetzung von Gesundheits- und Sicherheitsstandards in allen Bereichen der Deutschen Bank ist das globale Ziel des bei Corporate Real Estate & Services (CRES) angesiedelten Arbeitssicherheits-Teams. Die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen der Länder, in denen wir tätig sind, verstehen wir dabei als Mindeststandard bei der weltweiten Umsetzung unseres Best-Practice-Modells für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz.

Beispiel Deutschland

Zur Erhaltung des hohen Niveaus und zur weiteren Verstärkung der präventiven Arbeit kooperiert das dreiköpfige Arbeitssicherheitsteam der Bank mit 19 Sicherheitsfachkräften eines externen Dienstleisters. Darüber hinaus wirken im Arbeitsschutz neben 30 externen Betriebsärz-

ten noch 203 Sicherheitsbeauftragte und 1330 Ersthelfer mit.

Schwerpunkte beim Konzern-Arbeitsschutzausschuss und im Arbeitskreis Gesundheit waren 2006:

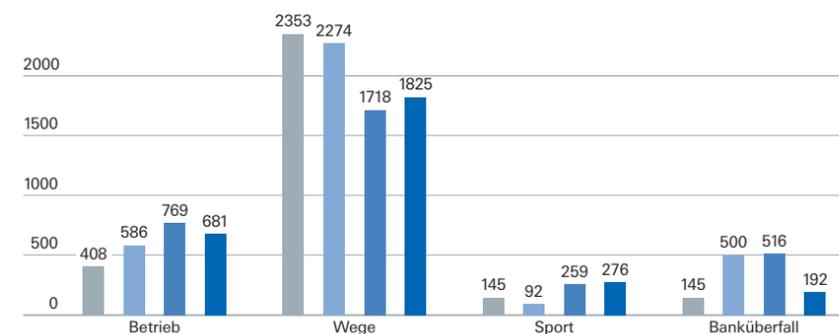
- Optimierung des Prozesses zur jährlichen Unterweisung der Mitarbeiter zum Arbeits-, Brand- und Gesundheitsschutz
- Festlegung von Fristen zur Prüfung elektrischer Anlagen und Betriebsmittel
- Installation eines Prozesses zur psychologischen Betreuung nach Banküberfällen und sonstigen Ereignissen
- Optimierung des Ersthelferprozesses

Die Fachkräfte für Arbeitssicherheit führten gemeinsam mit den Betriebsärzten 415 Betriebsbegehungen durch. Damit wurde das Jahressoll voll erfüllt.

Die in den Protokollen aufgeführten Beanstandungen wurden fristgerecht durch die jeweils Verantwortlichen behoben. Um die Nachhaltigkeit dieses Prozesses sicherzustellen, wurde die Berichtsdatenbank angepasst und optimiert.

Die Anzahl von Unfällen im Betrieb blieb auf dem geringen Niveau des Vorjahres. In dem Bestreben, die Anzahl sowohl der Unfälle als auch der Arbeitsausfalltage nachhaltig zu reduzieren, wurde zusätzlich zu den Verantwortlichen der Bank auch unser Facility-Servicepartner verpflichtet, präventiv in den Objekten mögliche Unfallquellen festzustellen und entsprechende Gegenmaßnahmen zeitnah zu ergreifen.

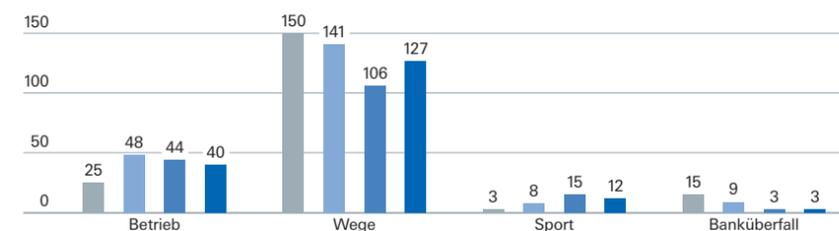
Anzahl der Arbeitsausfalltage 2006



Reduzierung der Arbeitsausfalltage zum Vorjahr um insgesamt 288 Arbeitstage: entspricht ca. 1 MAK (Mitarbeiterkapazität)
Möglicher Grund für Anstieg der Wegeunfälle:
▪ Langer Winter/Glatteis in 2006

Quelle: Unfallanzeigen DB AG & DB P&GK AG

Anzahl der Unfallanzeigen und Banküberfälle



Quelle: Unfallanzeigen DB AG & DB P&GK AG

Mikrokredite im internationalen Vergleich: Deutsche Bank Microcredit Development Fund, Global Commercial Microfinance Consortium & Start-up Fund

Summe der Mikrokredite insgesamt: 309 883 956 USD ■ Zahl der Kreditnehmer ■ Durchschnittlicher Betrag in USD



634 US-Dollar – die durchschnittliche Höhe eines Mikrokredits in Latein- und Südamerika. Maria Anastacia de Oliveira Alves reichten bereits 120 US-Dollar, um sich in São Paulo mit einem Gemüsestand selbstständig zu machen. Mit einem weiteren Kredit konnte sie ihr Lager ausbauen und damit ihr Einkommen um 50 Prozent in weniger als einem Jahr steigern. Innovative Finanzinstrumente ermöglichen vielen Menschen auf der ganzen Welt, sich eine Existenz aufzubauen und somit aus dem Kreislauf der Armut auszubrechen. Die Deutsche Bank hat langjährige Erfahrung und Know-how in der Entwicklung solcher Instrumente. Mit dem Microcredit Development Fund engagieren wir uns bereits seit 1997 im Bereich der Mikrofinanzierung. Zurzeit legen wir mit Partnern aus dem sozialen Bereich den „Eye Fund“ auf, um Augenkliniken in Entwicklungsländern mit einer Anschubfinanzierung zu unterstützen.

Startkapital für soziale Innovationen

Jeanne D. hatte die Hoffnung schon fast aufgegeben: Über die Jahre hatte die Sehkraft der Marktfräule aus Kinshasa stetig nachgelassen. Der Verkauf von Mangoldwurzeln wurde für die Kongolesin immer beschwerlicher und sie war mehr und mehr auf fremde Hilfe angewiesen. Mit 59 Jahren war sie so gut wie blind – der graue Star hatte das Licht beider Augen getrübt.

Jeanne D. ist kein Einzelfall. Gerade in Entwicklungsländern ist Blindheit eine weit verbreitete Krankheit. 90 Prozent der weltweit rund 45 Mio. Blinden leben dort. Etwa 25 Mrd. US-Dollar betragen die ökonomischen Folgen, die weltweit jährlich durch Blindheit entstehen. Dabei wäre es in vielen Fällen einfach, eine Augenkrankheit zu heilen: Rund 20 US-Dollar kostet die Operation des grauen Stars in Entwicklungsländern. Und so hat eine 15-minütige Operation in der Augenklinik St. Joseph in Kinshasa auch Jeanne D. Lebensqualität und Selbstbestimmung zurückgebracht.

Seit etwa fünf Jahren hat sich von Indien aus ein Geschäftsmodell von Augenkliniken in den Entwicklungsländern rasch verbreitet. Es verbindet humanitäre Bedürfnisse mit der Möglichkeit, unternehmerisch tätig zu sein. Das Konzept: Nur Personen, die es sich leisten können, zahlen für die Behandlung; alle anderen werden kostenlos therapiert und von den zahlenden Patienten finanziell mitgetragen. Rund 400 Augenkliniken arbeiten derzeit in Entwicklungsländern nach diesem Modell. Doch weitere Kliniken werden dringend benötigt, um dem wachsenden Problem begegnen zu können. So schätzt die International Agency for the Prevention of Blindness (IAPB), dass die Zahl blinder Menschen in Entwicklungsländern bis zum Jahr 2020 auf 75 Mio. ansteigt – sofern nichts dagegen unternommen wird.

Um den Aufbau solcher Kliniken zu fördern, ist die Deutsche Bank derzeit dabei, den so genannten „Eye Fund“ aufzulegen. Dabei arbeitet sie mit Partnern aus dem sozialen Bereich zusammen: der International Agency for the Prevention of Blindness – der größten Dachorganisation für die Vorbeugung von Erblindungskrankheiten – und der gemeinnützigen Organisation Ashoka. Der Investmentfonds in Höhe von 20 Mio. US-Dollar soll in den nächsten fünf Jahren Kliniken in Ländern wie Nepal, Ägypten, Indien oder China mit einer Anschubfinanzierung dahingehend unterstützen, dass sie sich über Patientenzahlun-



Der „Eye Fund“ unterstützt Kliniken in Entwicklungsländern, damit diese auch Patienten behandeln können, die es sich finanziell nicht leisten können

Was ist ein Mikrokredit?

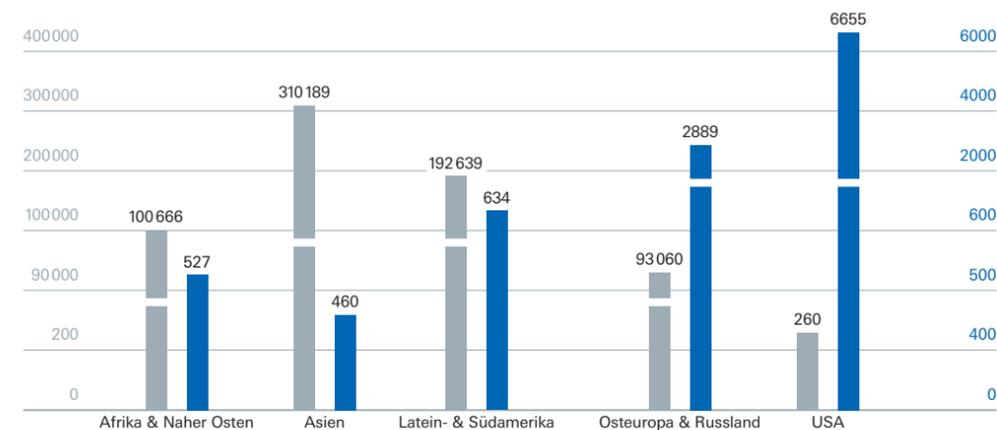
Mikrokredite sind Kleinkredite, die an Menschen ohne materielle Ressourcen vergeben werden. Manchmal handelt es sich um Beträge in Höhe von nur 50 oder 100 USD, die die Menschen benötigen, um ein Stück Land zu kaufen oder einen Handel zu eröffnen. Trotz fehlender Sicherheiten ist die Zahlungsmoral außerordentlich hoch; die Ausfallquoten liegen häufig unter 1%, mehrheitlich unter 5%. Abgewickelt wird das Geschäft von Mikrofinanz-Institutionen, die wie lokale Banken ihre Arbeit aus den Zinszahlungen finanzieren. Darüber hinaus leisten sie Existenzgründungsberatung für die Kreditnehmer.

Über unseren Microcredit Development Fund, das Global Commercial Microfinance Consortium und den Start-up Fund konnten insgesamt Mikrokredite in Höhe von über 309 Mio. USD an nahezu 700.000 Menschen ermöglicht werden. Das einzelne Kreditvolumen variiert zwischen und in den einzelnen Regionen: In Asien zum Beispiel bewegt sich die Höhe der Kredite meist zwischen 100 und 200 USD; in wenigen Fällen wird dieser Betrag überschritten. In den USA hingegen kann ein Mikrokredit mehrere Tausend Dollar betragen.

■ Zahl der Kreditnehmer
■ Durchschnittlicher Betrag in USD

Mikrokredite im internationalen Vergleich: Deutsche Bank Microcredit Development Fund, Global Commercial Microfinance Consortium & Start-up Fund

Summe der Mikrokredite insgesamt: 309.883.956 USD



Gemüsehändlerin Maria Anastacia de Oliveira Alves aus São Paulo



Ella Nazreem aus Indien eröffnete mit ihrem ersten Mikrokredit über 114 US-Dollar eine Schneiderei

gen nachhaltig selbst finanzieren und zugleich armen Menschen helfen können. „Der ‚Eye Fund‘ ist ein überzeugendes Beispiel dafür, wie ein neuer, marktbasierter Ansatz zur Lösung eines grundlegenden menschlichen Problems beitragen kann“, so Seth Waugh, CEO der Deutsche Bank Americas. In der Gestaltung innovativer Finanzierungsstrukturen verfügt die Deutsche Bank über langjähriges Know-how. Ein Beispiel dafür ist das 2005 ins Leben gerufene Mikrofinanzierungskonsortium, das unter Führung der Bank bei Entwicklungshilfe-Organisationen und institutionellen Investoren wie AXA, HP, Merrill Lynch oder Münchner Rück mittlerweile rund 80 Mio. US-Dollar Kapital eingesammelt hat. Innerhalb eines Jahres hat das Konsortium rund 70 Mio. US-Dollar an Mikrofinanzierungs-Institutionen vergeben, die das Geschäft mit den Endkunden in Ländern wie Kambodscha, Mozambik, Bosnien, Peru oder Mexiko abwickeln.

Im Bereich der Mikrofinanzierung – die durch den Nobelpreis für deren Erfinder Muhammad Yunus 2006 große Aufmerksamkeit erhielt – engagiert sich die Bank bereits seit 1997. Der „Deutsche Bank Microcredit Development Fund“ (DBMDF) führt wohlhabende Familien in einer Partnerschaft mit der Deutsche Bank Community Development Finance Group zusammen und schafft damit die Kapitalbasis für einen Garantiefonds, der Mikrofinanzinstitutionen finanziert.

Mit der im Mikrokreditbereich gesammelten Erfahrung steht der Bank ein Instrumentarium zur Verfügung, das es möglich macht, Projekte mit Startkapital auszustatten. „Wir können die richtigen Partner an einen Tisch bringen und Erfindungen aus dem sozialen Bereich, die bislang auf Spenden angewiesen waren, mit der nötigen Anschubfinanzierung helfen“, sagt Asad Mahmood, General Manager der Deutsche Bank Microcredit Development Funds und Entwickler des „Eye Funds“, der in dieser Form bislang einzigartig ist: Er bietet Investoren Sicherheit für ihr eingesetztes Kapital und dazu eine marktconforme Verzinsung. „Ob Wohnungsbau, Alternative Energien oder Bildung – es gibt viele Probleme in der Welt, die auf diese Weise bekämpft werden können“, umschreibt Mahmood die Chancen derartiger Finanzierungskonzepte.

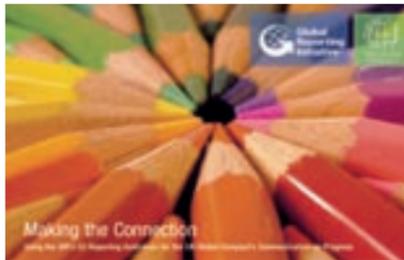
UN Global Compact – Communication on progress

Die zehn Prinzipien des UN Global Compact bilden die Wertebasis, an der wir unser Engagement im Bereich der Nachhaltigkeit orientieren. Mit der Teilnahme am UN Global Compact verpflichten wir uns u. a. zur Wahrung der internationalen Menschenrechte, zur Schaffung sozialverträglicher Arbeitsbedingungen sowie zur Förderung des Umweltschutzes und zur Bekämpfung von Korruption. Dabei sehen wir den UN Global Compact als eine Dachaussage im Zusammenhang aller freiwilligen Selbstverpflichtungen, die die Deutsche Bank unterzeichnet hat (s. Infobox).

Auch 2006 leisteten wir wieder innerhalb unseres Unternehmens und in der Öffentlichkeit einen aktiven Beitrag zur Umsetzung und Verbreitung der Prinzipien des UN Global Compacts sowie der Idee des nachhaltigen Handelns.

COMMUNICATION ON PROGRESS 2006

- Aktive Beteiligung an Veranstaltungen und Konferenzen zum Thema Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility
- Veröffentlichungen in internen und externen Printpublikationen
- Über 80 Präsentationen und Roadshows vor Mitarbeitern sowie nationalem und internationalem Publikum
- Regelmäßige Integration in Kunden- und Lieferantenkommunikation
- Nutzung dieser Plattform zum Dialog mit Nicht-Regierungsorganisationen



Selbstverpflichtungen der Deutschen Bank

- World Bank-Standards
- UNEP Declaration of the Financial Institutes
- UN Global Compact
- Global Reporting Initiative (GRI)
- OECD-Principles for Multinational Corporations
- International Labour Standards
- Wolfsberg Anti-Money Laundering Principles
- German Corporate Governance Codex



Die Deutsche Bank war Gastgeberin des UNEP FI/VfU Roundtable 2006, der unter dem Thema „Klimawandel – Chancen und Risiken für die Finanzbranche“ stand

Die 10 Prinzipien des Global Compact

Menschenrechte

Prinzip 1: Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und

Prinzip 2: sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Arbeitsnormen

Prinzip 3: Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für

Prinzip 4: die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,

Prinzip 5: die Abschaffung der Kinderarbeit und

Prinzip 6: die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

Umweltschutz (US)

Prinzip 7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,

Prinzip 8: Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen, und

Prinzip 9: die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

Korruptionsbekämpfung

Prinzip 10: Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Beispiele für die Umsetzung

S. 35, 39–40, 51, 58

S. 16–17, 31, 51, 58

S. 51, 58

S. 51, 58

S. 51, 58

S. 35, 39–40, 58

S. 7 ff, 12–14, 16, 26–29, 54–56

S. 7 ff, 12–14, 16, 26–29, 54–56

S. 12–14, 26–29, 54–56

S. 16–17, 58, 59

Mitgliedschaften der Deutschen Bank zur Förderung von Nachhaltigkeit

Aktive Mitgliedschaft

Arbeitsgruppe „Emissionshandel zur Bekämpfung des Treibhauseffektes“ (AGE)



Bellagio Forum for Sustainable Development



Bundesdeutscher Arbeitskreis für umweltbewusstes Management B.A.U.M.



dena – Deutsche Energie-Agentur



Deutscher Industrie- und Handelstag/Industrie- und Handelskammern



econsense – Forum Nachhaltige Entwicklung



Forum für Zukunftsenergien e.V.



Global Reporting Initiative



Klima-Partner 2007



Naturschutzbund Deutschland e.V.



UNEP Finance Initiative



UN Global Compact



Verein für Umweltmanagement in Banken, Sparkassen und Versicherungen e.V. (VfU)



World Business Council for Sustainable Development



World Economic Forum

Kurzbeschreibung

▪ Initiative des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit zur Ausgestaltung des Emissionshandels in Deutschland

▪ 1993 gegründeter Zusammenschluss internationaler Organisationen, Stiftungen, NGOs, Medieninstitutionen und Unternehmen zur Förderung von nachhaltigkeitsbezogenen Projekten

▪ Umweltinitiative der Wirtschaft, insbesondere des Mittelstandes
▪ Auszeichnung mit dem B.A.U.M.-Umweltpreis 2003

▪ Förderung von Energieeffizienz und erneuerbaren Energien

▪ Interessenvertretung der deutschen Wirtschaft gegenüber den Entscheidern der kommunalen Politik, der Landes- und der Bundespolitik sowie den europäischen Institutionen

▪ Initiative führender Unternehmen und Organisationen der deutschen Wirtschaft, die eine nachhaltige Unternehmensstrategie verfolgen

▪ Förderung einer sicheren, preisgünstigen, ressourcenschonenden und umweltfreundlichen Energieversorgung

▪ 1997 ins Leben gerufene Multi-Stakeholder-Initiative
▪ Förderung der Berichterstattung über ökonomische, ökologische und soziale Leistungen einer Organisation

▪ Entwicklung und Durchführung klimaneutraler Produkte und Dienstleistungen
▪ Umbenennung: vormalss Hessische Klima-Partner

▪ Führender Verband zur Förderung des Umwelt- und Naturschutzes

▪ Spezialisierte Arbeitsgruppen: Asset Management, Klimawandel, Umweltmanagement und Reporting
▪ Regionale „task forces“: Amerika, Ferner Osten, Ost- und Mitteleuropa, Afrika

▪ Verhaltenskodex für Unternehmen zu Menschenrechten, Arbeit, Umwelt und Antikorruption
▪ 1950 Teilnehmer aus 74 Nationen

▪ Forum für den fachbezogenen Meinungs- und Informationsaustausch von Umwelt- und Nachhaltigkeitsthemen

▪ Zusammenschluss von etwa 175 internationalen Unternehmen, die sich der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet haben

▪ Internationale Dialogplattform für Führungspersonlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft zur gemeinschaftlichen Bewältigung globaler Problemstellungen

seit

2003

1998

1995

2001

1997

2000

2000

2002

2006

2001

1992

2000

2004

2000

2001

Solarimpulse – mit Solarenergie die Welt umrunden

Im Rahmen ihres Engagements für nachhaltige Entwicklung unterstützt die Deutsche Bank seit Ende 2006 das ungewöhnliche Projekt „Solarimpulse“, das von dem bekannten Schweizer Arzt und Forscher Bertrand Piccard initiiert wurde: Eine Weltumrundung mit einem (Solar-) Flugzeug ohne Verbrauch fossiler Brennstoffe.

Das Solar-Flugzeug wird bis 2011 entwickelt und dann mit einer Flügelspannweite von 80 m ähnlich breit sein wie der neue Airbus A 380 – allerdings ohne Passagiere zu transportieren, nur einen Bruchteil davon zu wiegen und auch nicht so schnell zu fliegen. So wird Solarimpulse mehrere Tage für die Erdumrundung benötigen. Das bringt auch die Herausforderung mit sich, bei Nacht zu fliegen und kurze Zwischenlandungen einzulegen, bei denen ein Pilotenwechsel stattfinden wird. Der Rekordflug ist dabei kein Selbstzweck, sondern soll die Entwicklung und Nutzung erneuerbarer Energien wesentlich vorantreiben und das Bewusstsein in der Gesellschaft für ein Ressourcen schonendes Verhalten schärfen.

Mit unserer Partnerschaft knüpfen wir bewusst an eine lange Fördertradition von Innovationen an. Bereits kurz nach ihrer Gründung im Jahr 1870 war die Deutsche Bank in Finanzierungen innovativer Projekte wie beispielsweise im Eisenbahnbau oder der Entwicklung von neuen Technologien in den Bereichen Elektrizität, Automobile und später Luftfahrt engagiert. Auch das Thema Nachhaltigkeit ist uns ein besonderes Anliegen – und das nicht erst aufgrund der aktuellen Diskussionen um die Veränderungen des Erdklimas (s. S. 7 ff und 12 ff). Der Förderung erneuerbarer Energien kommt dabei eine besondere Bedeutung zu (s. S. 14, 26 f, 54). Das Projekt „Solarimpulse“ zeichnet neben der starken Innovations- und Nachhaltigkeitsorientierung außerdem noch etwas aus: unternehmerische Risikobereitschaft gepaart mit dem unbedingten Willen zum Erfolg. Alles zusammen zeigt eine große Übereinstimmung der Werte und Ziele von Solarimpulse und Deutscher Bank, womit das Fundament für eine vertrauensvolle Kooperation in den nächsten Jahren gelegt ist.

www.solarimpulse.com



Josef Ackermann mit den beiden Piloten Bertrand Piccard (l.) und André Borschberg

Deutsche Bank Research

DB Research, der Think Tank für Trends in Wirtschaft, Gesellschaft und Finanzmärkten, beschäftigt sich seit Jahren intensiv mit Nachhaltigkeitsthemen. Die Herausforderungen des demographischen Wandels zählen ebenso dazu wie die Analyse globaler Wachstumszentren. Wir besetzen dabei neue Felder wie die Bedeutung nationaler Wohlergehens-Rechnungen und erstellen Zukunftsszenarien, die zeigen, dass politische Veränderungen Wachstumsfaktoren wie Bildung und Innovation nachhaltig verändern können.

DB Research berät Politik und Wirtschaft in Fragen der Energiesicherheit. Im Rahmen des Megathemas Energie fokussieren wir zunehmend ökonomische und soziale Folgen des globalen Klimawandels und leiten daraus Handlungsempfehlungen ab.

Wir nehmen zu wichtigen ökonomischen und sozialpolitischen Themen Stellung und fördern deren öffentliche Diskussion. Daher richten wir uns aktiv an Ansprechpartner in Unternehmen, Politik und Administration, Wissenschaft und Medien, arbeiten in Netzwerken und bieten insbesondere im Berliner Büro mit rund 25 Vortragsveranstaltungen und Workshops pro Jahr ein Forum für Meinungsaustausch und Debatte. DB Research veröffentlicht jährlich etwa 50 Studien, die ebenso wie Web-Kommentare, Präsentationen und Grafiken frei auf unserer Website zur Verfügung stehen.

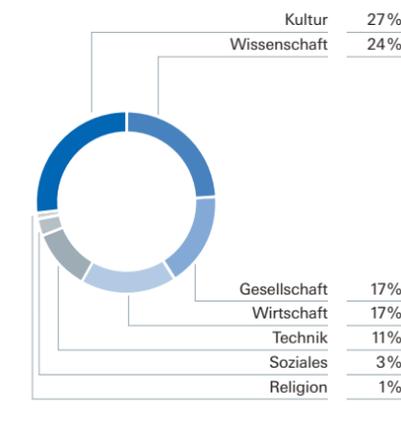
www.dbresearch.de

Leidenschaft macht Ideen zu Erfolgen – 365 Orte im Land der Ideen

Ein Orchester mit Weltruf verhilft durch ungewöhnliche Aufträge Nachwuchskomponisten zum Durchbruch, ein Altenpflegeheim und eine Grundschule schließen sich zu einem „inter-generationellen“ Projekt zusammen, Wohnhäuser kommen mit nur zehn Prozent des normalen Energieverbrauches aus – innovative Ideen aus Deutschland, die Beachtung verdienen. Um vorbildliches Engagement für die Zukunftsfähigkeit unserer Gesellschaft zu würdigen und ihm breite öffentliche Aufmerksamkeit zu verschaffen, rief die Deutsche Bank gemeinsam mit der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ unter der Schirmherrschaft von Bundespräsident Horst Köhler zum Wettbewerb „365 Orte im Land der Ideen“ auf. Die Resonanz war beeindruckend: 1200 Institutionen – Forschungseinrichtungen, Unternehmen, kulturelle oder soziale Projekte, Museen und Universitäten – bewarben sich um den Titel „Ausgewählter Ort im Land der Ideen“. Eine unabhängige Jury wählte die 365 überzeugendsten Bewerber aus, die mit ihren Ideen das innovative, wirtschaftliche und kulturelle Potenzial Deutschlands sichtbar machen. Jeden Tag im Jahr 2006 stellte sich ein „Ausgewählter Ort“ mit seiner Idee der Öffentlichkeit vor und wurde dabei von einem Mitarbeiter der Deutschen Bank ausgezeichnet. Über 250 000 Interessierte besuchten die 365 Preisverleihungen und gewannen Einblicke in die Zukunftschmieden des Landes. Es wurde die größte Veranstaltungsreihe Deutschlands. So wuchs ein Netzwerk, das den „365 ausgewählten Orten“ die Möglichkeit bietet, sich in ihrer Wirkung gegenseitig zu verstärken.



Themenbereiche der „365 Orte im Land der Ideen“ 2006



Die Deutsche Bank setzt sich mit dieser Initiative für Projekte und Einrichtungen ein, die mit Leidenschaft und unternehmerischem Geist den Standort Deutschland stärken. „Wir wollen, dass das Potenzial, das in Deutschland steckt – seine Weltoffenheit, Wettbewerbsstärke und Leistungsfähigkeit – wieder sichtbar wird. Das ist der wesentliche Grund, weshalb wir uns entschlossen haben, als Partner die Initiative ‚Deutschland – Land der Ideen‘ zu unterstützen“, so Josef Ackermann.



Auch ein ausgewählter Ort: die Initiative „Lokale Bündnisse für Familie“

Die Initiative wird 2007 fortgesetzt. Lag der Fokus im ersten Jahr auf Ideen aus Vergangenheit und Gegenwart, stehen bei den „Ausgewählten Orten 2007“ Zukunftsorientierung und Umsetzungsstärke im Vordergrund.

www.deutsche-bank.de/ideen www.land-der-ideen.de

Betrieblicher Umweltschutz

Auch wenn das Thema Nachhaltigkeit bei einer Bank weit mehr ist als die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Aspekte im eigenen Gebäudebetrieb, ist es für die Glaubhaftigkeit eines Unternehmens von entscheidender Bedeutung, zunächst im eigenen Hause einen verantwortungsvollen Umgang mit den natürlichen Ressourcen vorzuleben. Denn erst dann können entsprechende Forderungen an Lieferanten, Kunden oder Geschäftspartner gestellt werden.

Energie: 80% der Treibhausgasemissionen der EU werden durch Energie bedingte CO₂-Emissionen verursacht.

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Konzernstandard zum Betrieblichen Umweltschutz
- Nachhaltigkeitsleitlinie zum Facility Management (für Deutschland)
- Nachhaltigkeitsleitlinie zum Fremdfirmeneinsatz im Facility Management (für Deutschland)

Maßnahmen

- Kontinuierliche Optimierung der Energieeffizienz der Gebäudetechnik
- Vertragliche Verpflichtung unserer Dienstleister im Bereich des Gebäudemangements, Energiesparpotenziale zu identifizieren und umzusetzen
- Durchführung von Energiesparkampagnen zur Reduzierung des durch Änderungen im Mitarbeiterverhalten beeinflussbaren Energieverbrauchs
- Bezug von Strom aus regenerativen Energien

Ergebnisse

- Veränderung des Energieverbrauchs
 - in Deutschland im Zeitraum 2002–2006 Reduzierung um 10,6%
 - in New York im Zeitraum 2004–2006 Anstieg um 5,7%
- Veränderung der durch die Energieerzeugung bedingten CO₂-Emissionen
 - in Deutschland im Zeitraum 2002–2006 Reduzierung um 32,6%
 - in New York im Zeitraum 2004–2006 Anstieg um 4,9%
- 20% des benötigten Stroms in Deutschland stammen aus regenerativen Energiequellen.

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Erstellung einer globalen Richtlinie zum Thema „Inhouse Ecology“, die ökologische Kriterien für die Auswahl neuer und Optimierung bestehender Gebäude definiert
- Integration ökologischer Aspekte in geplante Umbaumaßnahmen (insb. Umbau der Zwillingstürme in Frankfurt)
- Reduzierung des Energieverbrauchs
 - in Deutschland: Mitarbeiterbezogene Stabilisierung bis 2008 auf Basis des Wertes von 2004
 - in New York um 2% pro Mitarbeiter bis 2007 auf Basis des Wertes von 2006
 - in London um 5% bis 2007 auf Basis des Wertes von 2006
- Reduzierung der energiebedingten CO₂-Emissionen
 - in Deutschland um 5–10% pro Mitarbeiter bis 2008 auf Basis des Wertes von 2004
 - in London um 5–10% bis 2007 auf Basis des Wertes von 2006
- Erhöhung des Anteils an regenerativen Energien im Energiemix der Bank weltweit

Wasser: Nur 0,3% des Wassers der Welt ist trinkbares Süßwasser aus Flüssen und Seen. Trinkwasser ist daher eine wertvolle Ressource.

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Konzernstandard zum Betrieblichen Umweltschutz

Maßnahmen

- Optimierung der bestehenden Gebäudetechnik
- Verpflichtung der Dienstleister zur Identifizierung und Umsetzung entsprechender Verbesserungspotenziale
- Regelmäßige Mitarbeiterinformationen zur Reduzierung des Wasserverbrauchs

Ergebnisse

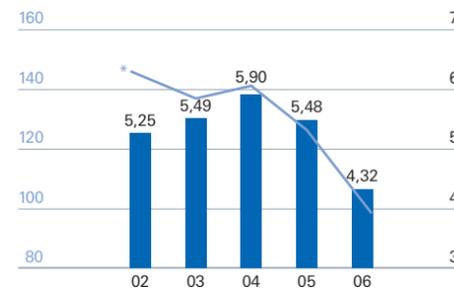
- Veränderung des Wasserverbrauchs
 - in Deutschland im Zeitraum 2002–2006 Reduzierung um 26,4%
 - in New York im Zeitraum 2004–2006 Anstieg um 22,1%

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Reduzierung des Wasserverbrauchs
 - in Deutschland: Mitarbeiterbezogene Stabilisierung bis 2008 auf Basis des Wertes von 2004
 - in New York um 2% bis 2007 auf Basis des Wertes von 2006
 - in London um 3% bis 2007 auf Basis des Wertes von 2006

CO₂ aus der Energieerzeugung¹ in Deutschland² pro Mitarbeiter (in t)

Gesamtausstoß* (in Tausend t)

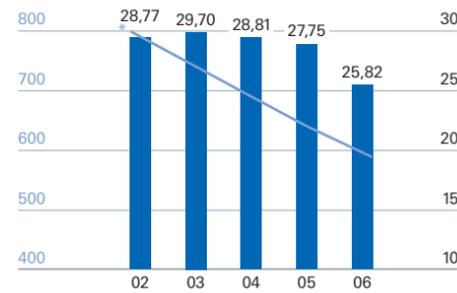


¹Geänderte Umrechnungsfaktoren für CO₂-Emissionen

²Angaben gelten für DB AG und DB PGK AG

Wasserverbrauch in Deutschland¹ pro Mitarbeiter (in m³)

Gesamtverbrauch* (in Tausend m³)



¹Angaben gelten für DB AG und DB PGK AG

Abfall: Die Trennung von Abfällen führte in Deutschland von 1990 bis 2004 zu einer Senkung der Restmüllquote von 87% auf 44%.

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Konzernstandard zum Betrieblichen Umweltschutz
- Nachhaltigkeitsleitlinie zur Abfallwirtschaft (für Deutschland)
- Innerhalb der Deutschen Bank gelten folgende Grundsätze:
 1. Abfälle sind generell zu vermeiden.
 2. Anfallende Abfälle werden so weit als möglich verwertet.
 3. Sollte eine Verwertung nicht möglich sein: ordnungsgemäße Entsorgung durch zertifizierte Entsorgungsfachbetriebe

Maßnahmen

- Neuorganisation der Abfallentsorgung in Deutschland: Verringerung der großen Anzahl von zertifizierten Abfallentsorgern auf zwei deutschlandweit tätige Unternehmen
- Beauftragung der Genossenschaft der Werkstätten für Behinderte (GdW) für die Verwertung von vertraulichen Dokumenten/Datenträgern sowie von Elektroschrott
- Mitarbeiterinformationen zur Reduktion des Restmülls durch Mülltrennung insb. in London und New York
- Einführung der Mülltrennung am Standort London im Rahmen des „Bin to Bin Programms“

Ergebnisse

- Deutliche Qualitätsverbesserung durch die Intensivierung des Kontaktes zu den Abfallentsorgern in Deutschland
- Verringerung des Gesamtabfalls
 - in Deutschland im Zeitraum 2002–2006 um 22,4%
 - in New York im Zeitraum 2004–2006 um 61,5%
- Der Anteil der wieder verwertbaren Abfälle betrug
 - 64,9% in Deutschland
 - 86% in New York
- Auftragsvolumen bei der GdW 2006 in Deutschland: 5,1 Mio. EUR. Neben einer ordnungsgemäßen Abfallentsorgung, Förderung der Berufsfähigkeit von Menschen mit Behinderungen
- Auszeichnung der 14 Standorte in London mit der Goldmedaille im Rahmen der Clean City Awards der Stadt London

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Verstärkung der Internationalisierung der Aktivitäten zu Abfallvermeidung und -minderung
- Reduzierung des Restmülls in Deutschland: Mitarbeiterbezogene Stabilisierung bis 2008 auf Basis des Wertes von 2004
- Erhöhung der Quote der Wiederverwertung auf
 - dauerhaft 85% der Abfälle in New York
 - 33% in London in 2007
- Ausweitung des „Bin to Bin Programms“ in London auf 100% aller Arbeitsplätze bis Ende 2007

Gefahrstoffe: Durch die Vermeidung des Einsatzes von Gefahrstoffen wird neben einer Verringerung der Umweltbelastung auch ein Beitrag zum Gesundheitsschutz geleistet.

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Konzernstandard zum Betrieblichen Umweltschutz
- Nachhaltigkeitsleitlinie zum Umgang mit Gefahrstoffen (für Deutschland)
- Nachhaltigkeitsleitlinie zur Gefahrprävention im Umweltschutz (für Deutschland)

Maßnahmen

- Verringerung der Anzahl der eingesetzten Gefahrstoffe
- Verantwortungsvoller Umgang mit Gefahrstoffen

Ergebnisse

- Durchführung von 78 Substitutionsprüfungen von Gefahrstoffen in Deutschland in 2006
- Reduzierung des Bestandes an Gefahrstoffen um ca. 75% in Deutschland seit 2000
- Inventarisierung und Reduzierung der Gefahrstoffe am Standort New York

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Weltweite Verringerung des Einsatzes von Gefahrstoffen in Gebäuden der Deutschen Bank

Papier: Weltweit wird jeder fünfte geschlagene Baum für die Papierproduktion verwendet. Ein Großteil des benötigten Zellstoffes stammt aus außereuropäischen Ländern.

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Es gilt der Grundsatz:
 1. Reduzierung des Papierverbrauches
 2. Nutzung von Recyclingpapier, wo immer möglich
 3. Nutzung von Frischfaserpapier mit einem Siegel nachhaltiger Waldwirtschaft (FSC)

Maßnahmen

- Mitarbeiterinformationen zu einem sparsamen Einsatz von Papier
- Einsatz von Recyclingpapier
- Einsatz von FSC zertifiziertem Papier, wo kein Recyclingpapier eingesetzt werden kann
- Beauftragung einer unabhängigen Studie zum Thema „Nachhaltigkeit bei der Beschaffung von Drucksachen und Papier unter besonderer Berücksichtigung von Zertifizierungen nachhaltiger Waldwirtschaft wie FSC und PEFC“

Papier: Fortsetzung

Ergebnisse

- Rückgang des Papierverbrauchs im Zeitraum 2002–2006 um 6,8%
- Seit 1.1.2007: 100% des Office Papiers in London ist Recyclingpapier.
- 100% des Frischfaserpapiers für Kopierer, Drucker und Faxgeräte in Deutschland ist nach dem FSC zertifiziert, Förderung einer sozial- und umweltverträglichen Bewirtschaftung der Wälder

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Umsetzung der Ergebnisse der genannten Studie in die Prozesse der Deutschen Bank

Mobilität: 23% der weltweiten CO₂-Emissionen werden durch den Verkehr verursacht.

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Travel Policy
- DB Konzernrichtlinie zum globalen Kostenmanagement
- Firmenwagenregelung
- Nachhaltigkeitsleitlinie zur Mobilität (für Deutschland)

Maßnahmen

- Verpflichtende Prüfung zur Nutzung von Telefon- und Videokonferenzen vor jeder Reise
- Mitarbeiter, die geschäftlich viel reisen, erhalten von der Deutschen Bank eine BahnCard.
- Finanzierung von Jobtickets an vielen Standorten der Deutschen Bank
- Finanzielle Beteiligung der Mitarbeiter an ihrem Firmenwagen in Abhängigkeit von dessen Kraftstoffverbrauchswerten
- Verpflichtende Ausstattung von Dieselfahrzeugen mit einem Rußpartikelfilter

Ergebnisse

- Bestand von weltweit 491 Videokonferenzräumen
- Einrichtung von mehr als 3000 Videokonferenzeinrichtungen am Arbeitsplatz
- 2006: Ausstellung von 1563 neuen BahnCards in Deutschland
- 86,7% der Firmenwagen (Dieselfahrzeuge) verfügen über einen Rußpartikelfilter.

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Verringerung des weltweiten Reiseaufkommens trotz steigender Geschäftsaktivitäten
- Weitere Investition in Video- und Telefonkonferenzanlagen, einschließlich der Videokonferenzsysteme am Arbeitsplatz
- Klimaneutralstellung von Geschäftsreisen und Veranstaltungen

Catering: 75% der weltweit genutzten Fischbestände gelten als überfisch.

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Liste der Marine Conservation Society für bedrohte Fischarten (in London)

Maßnahmen

- Zusammenarbeit mit der Marine Conservation Society am Standort London
- Einführung von Bioprodukten in den Kantinen am Standort London
- Erweiterung des Angebotes von fair gehandeltem Kaffee in Kantinen in Deutschland und London

Ergebnisse

- Entfernen von bedrohten Fischarten von den Speiseplänen der Kantinen in London
- Erweiterung des Angebotes von fair gehandeltem Kaffee um weitere 2 Kantinen in Deutschland sowie um alle 4 Kantinen am Standort in London

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Ausweitung der Aktivitäten auf weitere internationale Standorte
- Ausweitung der Beschaffung von Produkten aus fairem Handel auf weitere Standorte

Umweltdaten (s. S. 57): Grundlage zur Identifizierung von Unregelmäßigkeiten, möglichen Störungen im Betriebsablauf sowie Optimierungspotenzialen

Interne Richtlinien und Vorgaben

- Konzernstandard für Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen im Rahmen des Nachhaltigkeits-Management-Systems

Maßnahmen

- Monatliche Erfassung der Verbrauchsdaten der Standorte > 4000 m² in Deutschland, der DWS, der DB Bauspar sowie an den Standorten in London und New York
- Beauftragung einer Studie zur weltweiten Erhebung der Umweltdaten der Deutschen Bank bzw. zur Hochrechnung auf einen globalen CO₂-Fußabdruck

Ergebnisse

- Externe Verifizierung der Systematik der Datengenerierung und -aggregation durch Gerling Risiko Consulting für die Umweltdaten der Jahre 2004, 2005 und 2006

Herausforderungen und geplante Maßnahmen für 2007

- Ausweitung der Umweltdatenerfassung auf weitere internationale Standorte

Verifizierungsstatement

Die Gerling Consulting Gruppe GmbH wurde von der Deutsche Bank AG am 14.02.2007 beauftragt, die Systematik der Datengenerierung und Datenaggregation der im Bericht 2006 „Gesellschaftliche Verantwortung“ der Deutschen Bank abgebildeten betriebsökologischen Daten zu prüfen.

Die in diesem Bericht der Deutschen Bank dargestellten betriebsökologischen Kennzahlen entsprechen hinsichtlich ihres Aufbaus und Umfangs sowie ihrer Angemessenheit der branchenüblichen Best Practice.

Das vorliegende Statement begründet sich auf die im „Bericht zur Verifizierung der betriebsökologischen Daten der Deutsche Bank AG 2006“ vom 03.04.2007 dargelegten Ergebnisse und Empfehlungen.

Ina Stubenrauch *Norbert Eigen*
GERLING
 CONSULTING GRUPPE

UMWELTDATENVERGLEICH 2002–2006: STANDORTE DEUTSCHLAND, NEW YORK UND LONDON

		2002	2003	2004	2005 ²	2006 ²
Mitarbeiter (Vollzeitäquivalente)	Deutschland ¹	27 767	24 906	23 915	23 033 (23 852)	22 770 (23 545)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	5 912	4 277	5 435
	London	n.e.	n.e.	n.e.	6 246	6 776
Flächen (qm)	Deutschland	1 477 171	1 439 000	1 185 052	1 125 699 (1 155 685)	1 085 616 (1 110 773)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	151 007	151 007	151 007
	London	n.e.	n.e.	n.e.	108 728	122 084
Energieverbrauch (GJ)	Deutschland	1 500 392	1 377 362	1 636 184	1 398 272 (1 435 605) ³	1 341 807 (1 369 950)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	281 657	298 536	297 735
	London	n.e.	n.e.	n.e.	— ⁴	370 554
CO ₂ -Emissionen aus Energieerzeugung (t) ⁵	Deutschland	145 813	136 770	140 993	126 150 (129 560) ³	98 282 (100 233)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	11 989	13 046	12 574
	London	n.e.	n.e.	n.e.	— ⁴	41 724
Wasserverbrauch (m ³)	Deutschland	798 964	739 683	688 919	639 235 (643 585) ^{3,6}	587 816 (597 085)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	198 864	250 248	242 883
	London	n.e.	n.e.	n.e.	— ⁴	199 913
Abfall zur Entsorgung (t)	Deutschland	7313	7979	6732	5594 (6650) ³	5677 (6352)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	624	439	240
	London	n.e.	n.e.	n.e.	— ⁴	1992,51
Abfall zur Verwertung (t)	Deutschland	n.e.	n.e.	12288	9478 (9799)	10 703 (11 005)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	899	1373	1589
	London	n.e.	n.e.	n.e.	— ⁴	668
Gefährliche Abfälle (t)	Deutschland	n.e.	n.e.	126	129 (131)	116 (120)
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	3
	London	n.e.	n.e.	n.e.	— ⁴	98
Reisekilometer Deutsche Bank Konzern (Mio. km)	Welt	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	920,45
	Flugkilometer < 500 km	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	48,65
	> 500 km	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	871,80
	Deutschland	104,18	87,08	95,90	102,44	117,67
	Flugkilometer	72,64	62,99	72,29	76,36	91,55
	Bahnkilometer	23,23	16,82	18,71	21,36	21,61
	Mietwagen	8,31	7,27	4,90	4,72	4,51
	USA	n.e.	n.e.	n.e.	226,66	281,74
	Flugkilometer	n.e.	n.e.	n.e.	226,04	280,60
	Bahnkilometer	n.e.	n.e.	n.e.	0,62	1,14
United Kingdom	n.e.	n.e.	n.e.	159,89	188,92	
Flugkilometer	n.e.	n.e.	n.e.	159,89	188,92	
CO ₂ -Emissionen aus Dienstreisen (t) ⁵	Welt	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	103 195
	Deutschland	11 175	9531	10 285	10 886	12 599
	USA	n.e.	n.e.	n.e.	24 986	31 087
Papierverbrauch (t)	United Kingdom	n.e.	n.e.	n.e.	18 547	20 781
	Deutschland	5860	5314	5401	5380 (5430) ³	5463 (5752)
	Kopierpapier	2123	1942	2082	1821 (1871)	1757 (2046)
	davon Recyclingpapier	136	135	108	60	34
	Drucksachen	3737	3372	3319	3559	3706
	New York, 60 Wall Street	n.e.	n.e.	n.e.	524	— ⁷
	Kopierpapier	n.e.	n.e.	n.e.	513	— ⁷
	davon Recyclingpapier	n.e.	n.e.	n.e.	11	— ⁷
	Drucksachen	n.e.	n.e.	n.e.	n.e.	— ⁷
	London	n.e.	n.e.	n.e.	984	758
Kopierpapier	n.e.	n.e.	n.e.	444	468	
davon Recyclingpapier	n.e.	n.e.	n.e.	—	—	
Drucksachen	n.e.	n.e.	n.e.	540	290	

¹ Deutschland: Angaben gelten für DB AG und DB PGK AG

² Angaben in Klammern DB AG, DB PGK AG, DWS und DB Bauspar

³ Aktualisierte Werte

⁴ Vergleichbarkeit der Daten aus 2005 nicht gegeben

⁵ Geänderte CO₂-Emissionsfaktoren: Strom (kg/kWh) D Strommix (80% seit 2006): 0,453 (GHG Protocol); Strom (kg/kWh) D aus Wasserkraft (20% seit 2006): 0,004 (VfU-Kennzahlen); Strom (kg/kWh) UK: 0,467 (GHG Protocol); Strom (kg/kWh) US aus Gas (25%): 0,442 (GHG Protocol); Strom (kg/kWh) US aus Wasserkraft (75%): 0,004 (VfU-Kennzahlen); Gas (kg/kWh): 0,19 (GHG Protocol); Heizöl (kg/kWh): 0,268 (GHG Protocol); Fernwärme (kg/kWh) D: 0,161 (VfU-Kennzahlen); Fernwärme (kg/kWh) US: 0,269 (GHG Protocol); Energie für Notstrom (kg/kWh): 0,265 (GHG Protocol); PKW (kg/Personenkilometer): 0,1725 (Kraftfahrtbundesamt); Bahn (kg/Personenkilometer) D: 0,046 (Deutsche Bahn); Bahn (kg/Personenkilometer) USA: 0,195 (GHG Protocol); Flug Kurzstrecke (kg/Personenkilometer): 0,15 (GHG Protocol); Flug Langstrecke (kg/Personenkilometer): 0,11 (GHG Protocol)

⁶ Ohne DWS

⁷ Daten lagen bei Fertigstellung des Berichts noch nicht vor.

Nachhaltigkeit in der Beschaffung

Nachhaltigkeit bedeutet für die Deutsche Bank die Berücksichtigung von ökologischen, sozialen und ethischen Aspekten bei der Auswahl unserer Produkte und Lieferanten. Durch das Festlegen von Mindestanforderungen bei der Produktspezifikation sowie die Definition von Anforderungen an unsere Lieferanten fordern und fördern wir nachhaltige Grundsätze bei unseren Lieferanten. Im Jahr 2006 haben wir weltweit für ca. sieben Milliarden Euro Waren, Materialien und Dienstleistungen eingekauft. Dies veranschaulicht die Bedeutung des Themas auch für uns als Finanzdienstleister.

In folgenden global gültigen internen Richtlinien werden Vorgaben zur Berücksichtigung nachhaltiger Aspekte im Einkaufsprozess, der Auswahl von Lieferanten sowie zur Verhinderung von Vetterwirtschaft und Korruption gemacht:

- Global Sourcing Policy
- Global Outsourcing Policy

IM JAHR 2006 HABEN WIR IM BEREICH DER NACHHALTIGEN BESCHAFFUNG

FOLGENDE ZIELSETZUNGEN ERFÜLLT:

- Erstellung neuer und Überarbeitung bestehender nachhaltiger Kriterienkataloge

- Orientierung an nachhaltigen Kriterien, auch wenn dies in einigen Fällen zu Mehrkosten für die Deutsche Bank geführt hat
- Einleitung erster Schritte zum Aufbau eines einheitlichen Systems zur Lieferantenbewertung

- Verpflichtung unserer Lieferanten im strategischen Einkauf, den Verhaltenskodex auch bei Nutzung von Sub-Lieferanten einzuhalten

FÜR DAS JAHR 2007 HABEN WIR UNS FOLGENDE ZIELE GESETZT:

- Ausweitung der Nutzung nachhaltiger Kriterienkataloge insbesondere auf Ausschreibungen im Ausland

- Erweiterung des Beurteilungssystems für Lieferanten zur Aufnahme in das elektronische Bestellsystem der Bank
- Überarbeitung und Anpassung der bestehenden Richtlinien

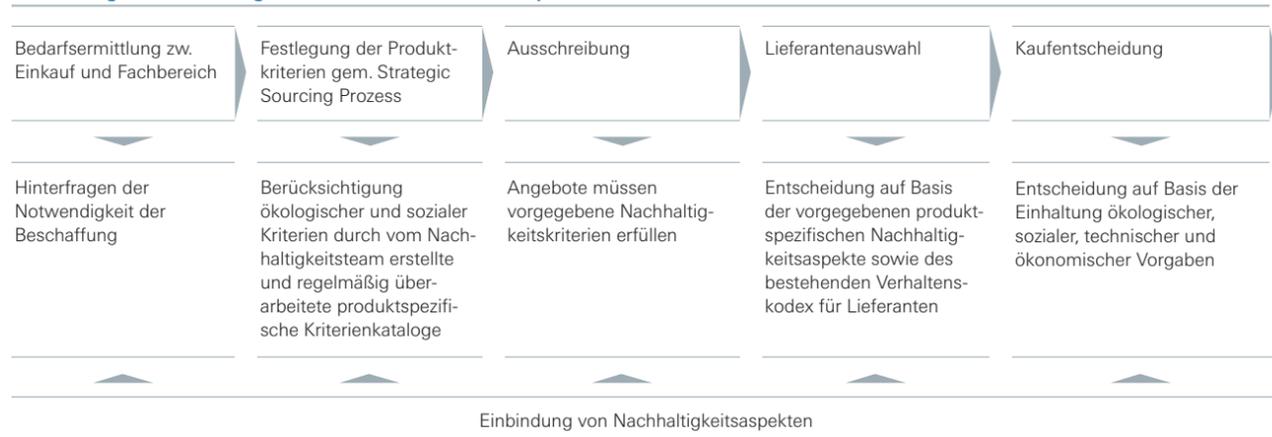
Verhaltenskodex für Lieferanten

- Gewährleistung von Chancengleichheit
- Anerkennung des Rechtes auf Kollektivverhandlungen
- Sicherstellung eines gesunden Arbeitsumfeldes
- Verbot von Zwangs- und Kinderarbeit
- Berücksichtigung ökologischer Kriterien und eines schonenden Einsatzes von Ressourcen
- Die Grundsätze der Nachhaltigkeit und umweltpolitischer Verantwortung gelten im Falle mehrerer gleicher Angebote als Auswahlkriterien.

Beispiel eines Beschaffungsprozesses: Beschaffung von Bürogeräten

Im Februar 2006 stand die Beschaffung von Computern, Monitoren und Laptops in einer weltweiten Ausschreibung an. Die schon bestehenden Umweltkriterienkataloge wurden daraufhin überarbeitet und um soziale Kriterien erweitert. Die Anforderungen an die Energieeffizienz wurden mit Hilfe der Seite www.office-topten.de der Deutschen Energie-Agentur (dena) deutlich verschärft. Bei der Ausschreibung über die Deutsche Bank e-Sourcing-Plattform war das Ausfüllen des nachhaltigen Kriterienkataloges obligatorisch. Die Kaufentscheidung wurde im April 2006 getroffen. Dabei sind die gewählten Lieferanten aus Sicht der abgefragten Nachhaltigkeitskriterien in der Führungsgruppe anzusiedeln.

Einbindung von Nachhaltigkeitskriterien in den Einkaufsprozess



Konzernsicherheit und Krisenmanagement

Im April 2006 wurden die Funktionen Corporate Security und Business Continuity Management (CSBC) zusammengelegt. Ziel dieser Maßnahme war die Optimierung der Zusammenarbeit mit den Geschäftsbereichen und die Verbesserung der Dienstleistungen. Durch die Zusammenlegung können wir zudem schneller auf die neuen Herausforderungen des operativen Geschäfts reagieren und die Aktivitäten der Bank besser vor Risiken schützen.

Die Deutsche Bank erweitert kontinuierlich ihre Zusammenarbeit mit Revisoren, Aufsichtsbehörden und staatlichen Organisationen, um ihre CSBC-Maßnahmen auszubauen und in Krisensituationen offen und zeitnah kommunizieren zu können. Wir sind in wichtigen Branchenverbänden vertreten, die in der Finanzbranche den Austausch von gemeinsamem Know-how hinsichtlich

Sicherheit und Geschäftskontinuität sowie Best-Practice-Möglichkeiten fördern. Hierzu zählen zum Beispiel die US-amerikanische Securities Industry Association, die britische Securities Industry Business Continuity Management Group und die Association of Banks in Singapur.

Wissensaustausch zwischen CSBC und führenden externen Experten stellen wir auch durch die enge Zusammenarbeit mit internationalen Regierungen und Institutionen, wie dem US-amerikanischen Verteidigungsministerium und dem Institute of Defence and Strategic Studies, sicher.

Ende des Jahres 2006 beteiligte sich die Deutsche Bank erfolgreich an einer Krisenmanagementübung in London, die jährlich vom Tripartite Standing Committee (bestehend aus dem HM

Treasury, der Bank of England und der Financial Services Authority (FSA)) durchgeführt wird. Im Übungsszenario, das sich über einen Zeitraum von sechs Wochen erstreckte, wurde die Ausbreitung einer Vogelgrippe-Pandemie simuliert. Wie im letzten Jahr unterstützten wir die FSA bei der Entwicklung des Szenarios.

Darüber hinaus haben wir auch intern umfangreiche Krisenmanagementübungen durchgeführt. Unterschiedliche Szenarien wurden an verschiedenen Standorten simuliert – in New York zum Beispiel eine Simulation zu Cyberterrorismus und in Tokio das Szenario einer Bombendrohung.

Zu den neuen Initiativen im Krisenmanagementprogramm von CSBC gehören Social Engineering Workshops, die 2006 erfolgreich gestartet wurden und im Laufe des Jahres 2007 an allen großen Standorten fortgeführt werden sollen.

Politische Kommunikation

Die Effizienz von Finanzmärkten und Finanzdienstleistungen – und damit auch der Wohlstandsgewinn, den sie für die Gesellschaft erbringen können – hängt zu einem großen Teil von ihren rechtlichen und regulatorischen Rahmenbedingungen ab. In diesem Zusammenhang beteiligt sich die Deutsche Bank aktiv am politischen Dialog, an der Fortentwicklung der rechtlichen Grundlagen und der Verbesserung der regulatorischen Rahmenbedingungen. Politische Kommunikation und Lobbyarbeit sind Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Wir bieten den Dialog auf allen Ebenen der politischen Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse an. So fördern wir eine Reihe von Initiativen, die auf eine Verbesserung der Rahmenbedingungen an den Kapitalmärkten abzielen. Außerdem unterstützen wir inhaltlich und personell die

Arbeit von Expertengruppen in Verbänden der Kreditwirtschaft, bei gesetzgebenden Institutionen oder Regulatoren. In diesem Rahmen engagieren wir uns vor allem in Berlin, Brüssel, London und Washington DC. Dort setzen wir uns u. a. für die Stärkung des Finanzstandorts Deutschland, die Integration der europäischen Finanzmärkte und die Vertiefung der transatlantischen Wirtschaftsbeziehungen ein.

DEUTSCHE BANK EU-REPRÄSENTANZ BRÜSSEL

In Brüssel unterhält die Deutsche Bank seit mehr als 15 Jahren eine EU-Repräsentanz als Bindeglied zwischen dem Konzern und den EU-Institutionen. Mit unserer Markterfahrung bringen wir uns bei Gesetzesinitiativen, die das Bankengeschäft betreffen, ein. Dieser Informationsaustausch findet zumeist im Rahmen von Konsultati-

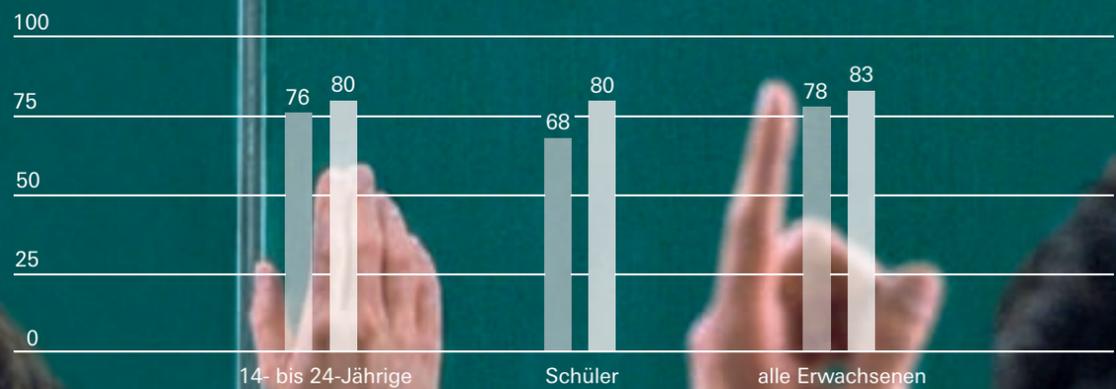


Anlässlich der deutschen EU-Ratspräsidentschaft unterstützen wir in Brüssel das Kunstprojekt „Mehr Licht“

onen der EU-Institutionen statt, an denen sich Interessenvertreter der Finanzdienstleistungsbranche sowie anderer Bereiche (z. B. Verbraucherorganisationen) beteiligen. Unsere EU-Repräsentanz verfolgt anhängige und geplante Gesetzgebungsvorhaben sowie weitere politische Initiativen der EU-Institutionen, und informiert die für die entsprechenden Themen zuständigen Abteilungen innerhalb der Bank über relevante Entwicklungen.

„Die Vermittlung wirtschaftlicher Zusammenhänge in der Schule soll verstärkt werden.“

In % ■ 2003 ■ 2006



Bildung

Viele junge Menschen sind sich ihrer ökonomischen Wissensdefizite bewusst und plädieren für die verstärkte Vermittlung wirtschaftlicher Zusammenhänge in der Schule. Das Interesse an Wirtschaftsthemen wächst bei Schülern von Jahr zu Jahr. Während sich 68 Prozent aller Schüler im Jahr 2003 verstärkt Wirtschaftsthemen in der Schule wünschten, waren es 2006 bereits 80 Prozent. Daher hat die Deutsche Bank unterschiedliche ökonomische Bildungsprojekte ins Leben gerufen. So geben wir in unserer Initiative zur finanziellen Allgemeinbildung Schülern Orientierung im Bereich „private Finanzen“ und Hilfestellung beim verantwortungsvollen Umgang mit Geld.

Wirtschaft zum Anfassen: Wenn Banker in die Schule kommen

Können sich schon 10- bis 17-Jährige verschulden? Sie können und sie tun es auch, wie die repräsentative Studie „Jugend und Geld 2005“ des IJF Instituts für Jugendforschung im Auftrag der Schufa herausfand. Jeder Fünfte aus dieser Altersgruppe gab an, im Monatsdurchschnitt mehr Geld auszugeben, als ihm zur Verfügung steht. Sechs Prozent gelten als verschuldet, weil sie das Geld nicht zurückzahlen können. Ausgehen, Fast Food, Kleidung, Handys – das sind die vier großen Schuldenfallen für Jugendliche.

Mit der Volljährigkeit und dem ersten regelmäßigen Einkommen wird die finanzielle Schiefelage evident. Statt der Taschengeldschulden bei den Eltern sind es nun angemahnte Rechnungen, offene Leasingraten oder nicht bediente Kredite. Bei den so genannten harten Negativ-Einträgen der Schufa sind die 25- bis 29-Jährigen unruhliche Spitzenreiter von allen Altersgruppen. Dieses Ergebnis belegt, dass sich viele Heranwachsende über Soll und Haben zu wenig Gedanken machen.

Zwar gibt es in allen Bundesländern Curricula für Wirtschaftsthemen im Schulunterricht. Doch wird dabei die Nutzerperspektive oft vernachlässigt. Um Schülern im Umgang mit Geld Orientierung zu bieten, hat die Deutsche Bank 2005 die Initiative „Finanzielle Allgemeinbildung“ gestartet. Sie richtet sich vor allem an jene, die kurz vor dem Schulabschluss stehen. „Das Finanzwissen muss gerade beim Übergang von der Schule in die Berufsausbildung oder in das Studium gefördert werden“, ist Christian Stronk, Mitglied des Vorstands der Deutsche Bank Stiftung, überzeugt. Denn heute stehen wichtige Lebensfragen wie Altersvorsorge oder Überschuldung durch Kredite bereits in frühen Lebensjahren zur Entscheidung an. „Wir wollen junge Menschen in die Lage versetzen, ihre derzeitige und zukünftige Finanzplanung verantwortungsvoll selbst in die Hand zu nehmen“, beschreibt Stronk das Ziel der Initiative.

Projektevaluation „Finanzielle Allgemeinbildung“: 27 Schulbesuche durch Bankmitarbeiter im 2. Schulhalbjahr 2006; alle Schulformen

- 95% der Erwartungen aller Lehrer wurden erfüllt
- Vor allem der Schulbesuch durch die Kundenberater der Deutschen Bank wird mit „sehr gut“ oder „gut“ bewertet
- Alle Klassen würden noch einmal an dem Projekt teilnehmen
- Optimierungspotenziale bestehen beim Unterrichtsmaterial
- Verzahnung von Schulen mit der Wirtschaft grundsätzlich erwünscht
- Die in den Feedbackbögen gemachten Anregungen zu „Welche Unterstützung wünschen Sie sich darüber hinaus aus der Wirtschaft?“ werden wir in unseren ökonomischen Bildungsprogrammen aufgreifen.



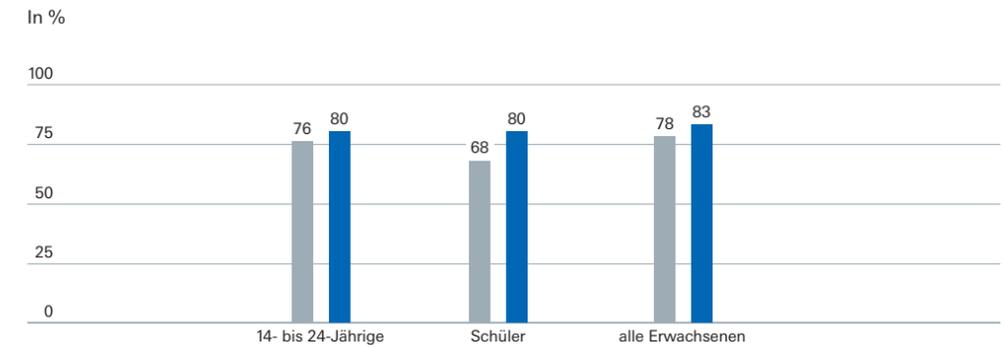
Finanzielle Allgemeinbildung: Zeitung lesen gehört auch dazu! Gestartet wurde die Initiative in Zusammenarbeit mit dem „Handelsblatt“

Viele Jugendliche kümmern sich nach eigenen Angaben gerne um ihre Geldangelegenheiten. Sie schätzen ihr Finanzwissen jedoch eher als spärlich ein. Gegenüber 2003 ist der Anteil der Befürworter einer stärkeren Vermittlung von Wirtschaftsthemen in der Schule sowohl bei den Jugendlichen als auch bei den Erwachsenen gestiegen, am stärksten sogar unter den befragten Schülern. Nahezu 8 von 10 Befragten sprechen sich zudem für die Einführung eines eigenständigen Faches „Wirtschaft“ an den Schulen aus.

Quelle: Bankenverband/ipos, Jugendstudie 2006

■ 2003
■ 2006

„Die Vermittlung wirtschaftlicher Zusammenhänge in der Schule soll verstärkt werden.“



Praxisnahe Gestaltung des Unterrichts durch Deutsche Bank Mitarbeiter

In der Zusammenarbeit mit den Schulen kann das Projekt „Finanzielle Allgemeinbildung“ konzeptionell auf die Kompetenzen bauen, die die Bank in unterschiedlichen Bildungsprogrammen gesammelt hat. So betreibt die Deutsche Bank Stiftung seit 1998 gemeinsam mit dem IZOP-Institut das internationale Projekt „Jugend-Schule-Wirtschaft“ zur ökonomischen Bildung (s. S. 65). Im Rahmen der Initiative „Finanzielle Allgemeinbildung“ vermitteln Kundenberater der Deutschen Bank die Materie. Für den Schulbesuch unterbrechen sie einen Tag lang ihr Alltagsgeschäft. „Unsere Mitarbeiter sind ein wichtiges Aushängeschild unseres Unternehmens – kompetente Ansprechpartner für Schüler, Eltern und Lehrer“, erläutert Guido Heuvelodp, Mitglied des Vorstands der Deutsche Bank Privat- und Geschäftskunden AG. Die Bankmitarbeiter – bis Mai 2007 werden 120 Berater speziell für die Initiative geschult sein – absolvieren bis zu vier Einsätze jährlich, in denen sie Jugendlichen praktisches Finanzwissen vermitteln.



Ingo Liebenow, Leiter eines Investment & FinanzCenters in Berlin, stellt sich den Fragen der Schüler des Georg-Mendheim-Oberstufenzentrums

Der Unterrichtsstoff ergibt sich aus den Themen, die den Schülern auf den Nägeln brennen: Kann man geleaste Autos tunen? Ist es sinnvoll, einen Fernseher als Schnäppchen zu kaufen und dafür beim Konto in den Dispo-Kredit zu gehen? Zwei typische Fragen dieser Altersgruppe an Ingo Liebenow, der im Georg-Mendheim-Oberstufenzentrum in Oranienburg die Fragen der Schüler beantwortete. Der Leiter des Investment & FinanzCenters der Deutschen Bank am Kladower Damm in Berlin stellte fest, dass sich 70 Prozent aller Fragen um das Themenfeld Kredit, Verschuldung, Zinsen drehten. Aber auch verschiedene Formen der Geldanlage interessierten die Jugendlichen. Um den Lerneffekt zu erhöhen,

ließ Liebenow die Schüler Strategien diskutieren und Beispiele durchrechnen. Seine Art der Wissensvermittlung kam bei Brigitte Kühnlenz sehr gut an. Die Lehrerin des Leistungskurses Wirtschaftswissenschaft sieht in dem Informationsangebot „eine hilfreiche, verbrauchernahe Ergänzung des Lehrstoffes“, die sie auch später wieder im Kurs nutzen konnte. Ingo Liebenows Erkenntnis nach dem Unterricht: „Um die Schuldenfalle zu vermeiden, müssen sich junge Menschen frühzeitig selbst um ihre Finanzen kümmern. Dabei sind wir Wegbegleiter und Wissensvermittler.“

Weitere Projekte im Bereich Bildung (Auswahl)

Unter dem Gesichtspunkt von Nachhaltigkeit ist Bildung die wichtigste Ressource der Menschheit. Sowohl in Ländern wie Deutschland – nicht zuletzt wegen des demographischen Wandels – als auch in Entwicklungsländern ist sie ein entscheidender Faktor für Zukunftsfähigkeit. Die Deutsche Bank initiiert und unterstützt daher weltweit Projekte, die Kindern und Jugendlichen Lust auf Bildung machen und ihnen helfen, vorhandene Hürden zu überwinden und persönliche Potenziale zu entfalten. Unser Bildungsengagement, in das wir im Jahr 2006 weltweit 20,2 Mio. Euro investiert haben, umfasst vier Förderschwerpunkte: Dies sind Bildungsprojekte an der Schnittstelle zu Wirtschaft, kulturelle Bildungsprogramme und Initiativen, die junge Menschen auf das Berufsleben vorbereiten. Darüber hinaus fördern wir aber auch gezielt Spitzenleistungen in akademischer Forschung und Lehre (s. S. 89). Dabei geht es uns immer darum, Menschen zu ermöglichen, über sich hinauszuwachsen, und ihnen zu helfen, aus ihren Möglichkeiten Fähigkeiten zu machen.



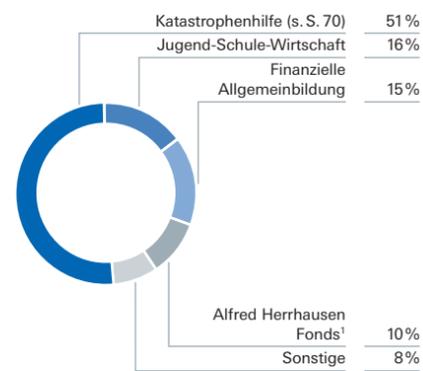
93 Prozent aller Teilnehmer des Coaching-Programms „Hanover“ konnten ihre Schulnoten verbessern



Deutsche Bank Mitarbeiterin Kate Verhagen (3. v.l.) mit Schülern der Zitikeni School, Tembisa

Deutsche Bank Stiftung

Förderungen im Bereich Bildung und Soziales 2006
Insgesamt Mio. EUR 4,4 (s. S. 102)



¹V.a. für Jugendpflege und -fürsorge, s. S. 70



KINDER ZUM OLYMPI: Bereits über 800 Kulturprojekte wurden für die neue Wettbewerbsrunde 2006/07 eingereicht

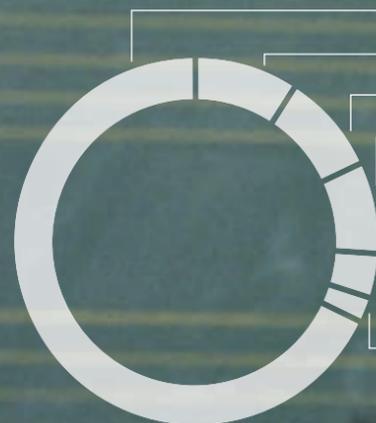


Teambesprechung in der Youth Bank Cottbus, die als 21. regionale Youth Bank im November 2006 gegründet wurde



Über 2600 Aids-Waisen haben wir im vergangenen Jahr in Asien eine Schulausbildung ermöglichen können (s. S. 71)

Projekt	Beschreibung	Ziel	Ergebnisse
Jugend-Schule-Wirtschaft: Dialog in Europa Deutschland, Polen, Tschechische Republik, Ungarn, Slowenien, Slowakei, seit 1998 www.jsw-online.de	<ul style="list-style-type: none"> Wettbewerb zur ökonomischen Bildung, bei dem Schüler zu regionalen Wirtschaftsthemen recherchieren und ihre Ergebnisse in einer Lokalzeitung und Facharbeit vorstellen Beratung durch Journalisten der Lokalzeitung 	<ul style="list-style-type: none"> Erweiterung des schulischen Fächerkanons Vermittlung von praktisch anwendbarem Wirtschaftswissen Aufbau nachhaltiger länderübergreifender Kontakte zwischen den Schülern 	Teilnahme seit 1998: <ul style="list-style-type: none"> 14 460 Schüler 764 Schulen 880 Lehrer
Youth Bank in Kooperation mit der Deutsche Kinder- und Jugendstiftung und der Servicestelle Jugendbeteiligung Deutschland, seit 2004 www.youthbank.de	Unterstützung der Youth Banks, in denen sich Jugendliche engagieren, indem sie Altersgenossen bei der Umsetzung eigener Projektideen unterstützen. Deutsche Bank Mitarbeiter beraten als Mentoren die jungen „Banker“	<ul style="list-style-type: none"> Anregung von außerschulischen Bildungsprozessen Jugendlichen die Verwirklichung eigener Ideen ermöglichen Förderung des ehrenamtlichen Engagements Erfahrungsaustausch zwischen jungen Menschen und der Bank anregen 	Beteiligung: <ul style="list-style-type: none"> 37 Jugendliche leiten 21 Youth Banks 28 Bankmitarbeiter als Mentoren Basisförderung 2006: 62 977 EUR Förderung von 176 Mikroprojekten
KINDER ZUM OLYMPI! Jugendinitiative der Kulturstiftung der Länder und der Deutsche Bank Stiftung Deutschland, seit 2005 www.kinderzumolymp.de	Wettbewerb zur kulturellen Bildung, der Schulen einlädt, Kooperationsprojekte in 7 Sparten mit Kulturinstitutionen und Künstlern zu entwickeln	<ul style="list-style-type: none"> Eröffnung kultureller Erfahrungsräume für junge Menschen Entwicklung neuer Konzepte zur Kooperation zwischen Kultur und Schule 	2005 und 2006: <ul style="list-style-type: none"> 548 Wettbewerbsbeiträge Auszeichnung von 66 Projekten in 7 Sparten
Articulate in Kooperation mit der National Gallery; London, seit 2002 www.nationalgallery.org.uk/education	Projekt zur Förderung der literarischen Fähigkeiten von Schülern: Zusammenarbeit der National Gallery mit 10 Londoner Partnerschulen der Deutschen Bank und Schriftstellern	Verbesserung der Noten von leistungsschwachen Schülern	<ul style="list-style-type: none"> Teilnahme von 1360 Schülern 83% der Schüler verbesserten ihre Noten im Englischunterricht 41% der Schüler besuchten zum ersten Mal ein Museum
Hanover in Kooperation mit der Hanover-Foundation; London, seit 2005 www.hanoverfoundation.org.uk	Coachingprogramm für Schüler mit Motivationsproblemen zur Verbesserung ihrer Leistungen und Persönlichkeitsentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> Qualifikation von 55 Schülern für das Schlexamen 30 von ihnen sollten mit mindestens „befriedigend“ abschließen 	<ul style="list-style-type: none"> 42 von 55 Schülern erreichten mindestens befriedigend Insgesamt 93% der Teilnehmer haben ihre Schulnoten verbessert
School Facilities New York City, seit 2002 www.community.db.com	Unterstützung von Organisationen, die sich für eine Verbesserung der Infrastruktur an Schulen einsetzen	Einbringen des Know-hows der Bank, um dem wachsenden Bedarf von Schulplätzen aufgrund starker Zuwanderung zu decken	Akquise neuer Förderer und Partner
Schools Adoption Programme in Kooperation mit der National Business Initiative (NBI) Südafrika, seit 2004	Unterstützung von Schulen in Tembisa: <ul style="list-style-type: none"> Schulung von Lehrern Ausbau extracurricularer Angebote für Schüler Ausbau des naturwissenschaftlichen Lehrplans 	<ul style="list-style-type: none"> Verbesserung der Allgemeinbildung mit Schwerpunkt auf Naturwissenschaften Steigerung der Motivation der Lehrer und Schüler 	<ul style="list-style-type: none"> Mehrere Bildungsprojekte wurden erfolgreich ins Leben gerufen Steigerung der Durchschnittsnoten
Career Choice Assistance Programme Südafrika, seit 2006	Entwicklung von Lehrmaterialien für die Berufssuche	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung von benachteiligten Jugendlichen bei der Berufssuche Programme zur Berufsberatung 	<ul style="list-style-type: none"> Start eines Pilotprogramms in 2006 Fertigstellung der Lehrmaterialien in 2007 zur weiteren Distribution



Soziales 68 %

Bildung 9 %

Musik 9 %

Kunst 8 %

Mitarbeiterinitiativen 4 %

Sonstiges 2 %

Soziales

Bildungsrückstand und soziale Ungleichheit sind Schlagworte, die die Diskussion um das Bildungswesen bestimmen. Neben der sozialen Herkunft ist der „Migrationshintergrund“ von Jugendlichen mitentscheidend für ihre Bildungskarriere. Dieses Problem zeigt sich nicht nur in Deutschland, es hat auf der ganzen Welt Relevanz. Um dieses Defizit auszugleichen, unterstützt die Deutsche Bank mit einer Vielzahl von Programmen und mit ihren Stiftungen im Ausland (s. S. 101 ff) benachteiligte junge Menschen. Unsere Arbeit hat in den vergangenen Jahren gezeigt, dass sich gerade an der Schnittstelle von sozialen Initiativen und Bildungsprojekten die nachhaltigsten Wirkungen erzielen lassen. Allein unsere Americas Foundation hat im letzten Jahr insgesamt mehr als 9 Mio. Euro in die Förderbereiche Bildung und Soziales investiert. Damit wurden u. a. Bildungsprojekte wie „Classroom, Inc.“ und „Sponsors for Educational Opportunity“ gefördert.

Durchstarten ins Berufsleben – Beratung und Unterstützung für benachteiligte Jugendliche

Drei Schauplätze, drei Nationalitäten, ein Berufsziel: Bankmitarbeiter. Ekaterina aus Russland, Sanjay aus England und Vernal aus den USA sind drei von 95 Jugendlichen, die 2006 an dem Deutsche Bank Projekt „I Have a Dream“ teilgenommen haben. Das internationale Programm richtet sich besonders an Jugendliche aus Migrantenfamilien, aber auch aus SOS-Kinderdörfern, die vor dem Wechsel ins Berufsleben stehen. Es bietet ihnen die Möglichkeit, in acht deutschen Städten sowie in Krakau, New York und London in einem vierwöchigen „summer job“ die Arbeitswelt in der Bank kennen zu lernen. Ziel von „I Have a Dream“ ist es, den Jugendlichen neue Perspektiven aufzuzeigen, sie zu motivieren, sich aktiv mit ihren Berufswünschen auseinanderzusetzen und diese auch konsequent zu verfolgen. „Darüber hinaus ist das Programm auch Bestandteil unserer Global Diversity-Initiativen (s. S. 40), mit denen wir Vielfalt im Unternehmen fördern“, so Heidrun Förster, Betriebsratsvorsitzende in Berlin und stellvertretende Aufsichtsratsvorsitzende der Bank, die als Projekt-Patin die Jugendlichen bei ihren Exkursionen begleitet. Einer von ihnen war Sanjay Budhdeo. Er konnte beispielsweise miterleben, wie Unternehmensfusionen verlaufen und hat an der Zusammenstellung von Branchenberichten mitgearbeitet. Nach diesen Erfahrungen ist er sich sicher: „Investment Banking ist das Richtige für mich. Das Praktikum hat mich überzeugt, eine Karriere im Bereich Mergers & Acquisitions einzuschlagen.“

„I Have a Dream“ ist nur eines von zahlreichen Projekten, mit denen die Deutsche Bank und ihre Mitarbeiter benachteiligte junge Menschen weltweit unterstützen. Seit Jahren beteiligt sich die Deutsche Bank Americas Foundation an der Initiative „Classroom, Inc.“. Das Programm, bei dem das Erlernen der englischen Sprache als Grundlage für Erfolg in der Schule im Mittelpunkt steht, richtet sich an Kinder von Zuwanderern. Das Projekt „Sponsors for Educational Opportunity“ (SEO) motiviert Studenten aus sozial benachteiligten Familien, High School und College mit möglichst guten Abschlüssen zu beenden, um ihre Zukunftschancen zu verbessern. Wer in das renommierte SEO-Programm aufgenommen wird, profitiert ganz besonders von der intensiven Betreuung durch Mentoren und dem umfassenden Partnernetzwerk. Die Deutsche Bank stellt als Projektpartner Praktikumsplätze im Investment Banking zur Verfügung.



„I Have a Dream“ fand 1997 erstmals in New York statt. Seit 2001 wird es als globales Praktikantenprogramm während der Sommerferien in London, New York, an verschiedenen Standorten in Deutschland und seit 2003 auch in Krakau angeboten

Bildungssituation von Schülern mit Migrationshintergrund

Deutschland ist nach den USA das OECD-Land mit den meisten im Ausland geborenen Einwohnern. Im deutschen Bildungssystem ist die Situation von jungen Ausländern schlechter als die der gleichaltrigen Einheimischen: Ausländische Jugendliche verlassen im Vergleich zu Deutschen dreimal so häufig die Schule ohne Abschluss. Bei den ausländischen Jugendlichen dominiert der Hauptschulabschluss (über 40%), nur 8,2% erreichen die allgemeine Hochschulreife. Hingegen machen 25% ihrer deutschen Mitschüler Abitur. Auch in den USA sind Jugendliche mit Migrationshintergrund aufgrund von mangelnder frühkindlicher Sprachförderung und Bildung benachteiligt. Quelle: Statistisches Bundesamt Deutschland, 2004/05; OECD-Studie über die Arbeitsmarktintegration von Zuwanderern in Deutschland, 2005.

2006 förderte die Deutsche Bank Americas Foundation mit mehr als 9 Mio. EUR soziale Initiativen und Bildungsprojekte. Neben Bildungsprogrammen, die auch soziale Aspekte in sich vereinen, sind Stadtentwicklungsinitiativen, Projekte zur interkulturellen Verständigung sowie Kulturförderung Schwerpunkte der Stiftungsarbeit.

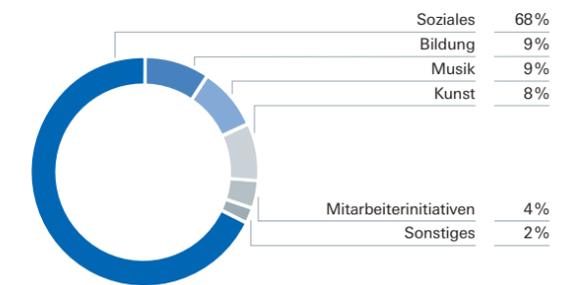
¹Weitere Informationen s. S. 104



In Kooperation mit der Hertie-Stiftung – „START“-Hilfe für den höheren Bildungsweg

Deutsche Bank Americas Foundation¹ – Förderungen nach Themengebieten

Insgesamt Mio. EUR 12,3



Auch die Initiative START in Deutschland hat sich zum Ziel gesetzt, die schulischen und beruflichen Entwicklungschancen engagierter Schüler mit Migrationshintergrund zu verbessern. START wurde 2002 von der Gemeinnützigen Hertie-Stiftung ins Leben gerufen und wird von Landkreisen, Städten, Privatpersonen und Stiftungen mit getragen. Fast 300 überdurchschnittlich begabte und gesellschaftlich engagierte Schüler aus mehr als 50 Nationen haben bisher ein Stipendium erhalten. Monatlich 100 Euro Bildungsgeld sowie ein Computer mit Internetanschluss sind Teil der Unterstützung. Hinzu kommen zahlreiche Beratungs- und Fortbildungsangebote für die Ausbildungs-, Studien- und Lebensplanung, Kontakte zu Unternehmen, Vermittlung von Praktika und das stetig wachsende Netzwerk von Alumni. Getreu der Förderrichtlinie „mehr als Geld“ (s. S. 20), unterstützen ehrenamtliche Mentoren aus der Bank die Stipendiaten. „Wir begleiten die jungen Menschen auf ihrem Lebensweg in diesem Land“, beschreibt Christian Stronk, Mitglied des Vorstands der Deutsche Bank Stiftung, die Aufgabe. „Dazu gehören auch ganz praktische Dinge, etwa Hilfestellung bei der Eröffnung eines Kontos oder im Umgang mit deutschen Behörden.“ Das Förderprogramm zeigt Wirkung: 40 Prozent der Stipendiaten verbessern ihre schulischen Leistungen im ersten Jahr, 70 Prozent engagieren sich ehrenamtlich.



Bis zu 20 START-Stipendiaten werden pro Schuljahr aus den Jahrgangsstufen 8 bis 13 ausgewählt. Neben schulischen Leistungen und gesellschaftlichem Engagement sind Persönlichkeitsprofil, familiäre und wirtschaftliche Lage bei der Auswahl von Bedeutung

Weitere Projekte im Bereich Soziales (Auswahl)

Ob Stadtentwicklungsinitiativen, Katastrophenhilfe oder Projekte, die die Bildungs- und Berufschancen benachteiligter Kinder und Jugendlicher verbessern – die effektivste Hilfe ist immer die, die Menschen in die Lage versetzt, ihr Leben nach eigenen Vorstellungen zu gestalten. Wir wollen daher Hilfe in schwierigen Lebenslagen leisten und Chancen schaffen – im Jahr 2006 mit einem weltweiten Fördervolumen in Höhe von 41,6 Mio. Euro. Gerade in dem sensiblen Bereich des sozialen Engagements setzt die Deutsche Bank auf die Zusammenarbeit mit lokalen Organisationen, Vereinen, Fachleuten und Institutionen unterschiedlicher Disziplinen. Dabei bringen wir nicht nur finanzielle Ressourcen ein, sondern auch unsere Netzwerke, unser Know-how als Finanzdienstleister und die Kompetenz unserer Mitarbeiter.



Zurzeit unterstützen wir insgesamt rund 37000 Aids-Waisen durch unsere Programme in Afrika und Asien

Die Katastrophenhilfe der Deutschen Bank

Die Deutsche Bank, ihre Kunden und Mitarbeiter spendeten insgesamt über 15,5 Mio. Euro für die Opfer des Seebebens in Asien und der Erdbeben in Pakistan und Indonesien. Zudem haben sich Mitarbeiter vor Ort für Soforthilfemaßnahmen oder die Identifizierung von wirkungsvollen Projekten eingesetzt. Hierfür entwickelten wir einen Kriterienkatalog, der die Entscheidungsgrundlage aller für eine finanzielle Unterstützung in Frage kommender Organisationen und Projekte bildete. Im Fokus standen dabei Partner, bei denen auch Bankmitarbeiter ehrenamtlich in die Umsetzung eingebunden wurden und so beitragen konnten, den ordnungsgemäßen Ablauf zu gewährleisten. Unsere Hilfsprojekte in Sri Lanka, Thailand, Indonesien, Indien und Pakistan sind mittlerweile weitgehend vorangeschritten oder abgeschlossen. Nur noch ein sehr geringer Teil der Spendengelder steht zur Ausschüttung an. Unabhängig davon werden die laufenden Projekte von uns weiter begleitet. Detaillierte Informationen zu Förderprojekten und Spendenverteilung: www.katastrophenhilfe.db.com



Das IFC Kirchheim besuchte mit 47 Kindern aus dem SOS Kinderdorf Schorndorf einen Vergnügungspark



Eine Unterstützung durch den Alfred Herrhausen Fonds ermöglichte Prisma e.V., eine Initiative für Jugendhilfe und Kriminalprävention, den Ausbau einer Werkstatt, in der jugendliche Straftäter eine berufliche Qualifizierung erhalten

Projekt	Beschreibung	Ziel	Ergebnisse
Alfred Herrhausen Fonds Deutschland, seit 1987 www.deutsche-bank-stiftung.de	Förderung von Projekten zur Verbesserung der Zukunftschancen von benachteiligten und behinderten Jugendlichen	<ul style="list-style-type: none"> Qualifizierung für das Berufsleben Vorbereitung für ein eigenverantwortliches Leben Hilfe zur Selbsthilfe 	2006: <ul style="list-style-type: none"> Förderung von 19 Projekten mit insgesamt über 300000 EUR
Initiative „Zukunft für Kinder“ Partnerschaft mit SOS Kinderdorf Deutschland, seit 2003 www.sos-kinderdorf.de	<ul style="list-style-type: none"> Förderung des Vereins SOS Kinderdorf e.V. Deutschland Einrichtung eines Bausparvertrags mit 200000 EUR durch die Deutsche Bank Bauspar AG im Oktober 2003 	<ul style="list-style-type: none"> Langfristige Unterstützung der Kinder in den SOS-Kinderdörfern Einbindung der Bankmitarbeiter in die ehrenamtlichen Aktivitäten 	2006: <ul style="list-style-type: none"> Unterstützung der SOS Patenwochen Das Startkapital des Bausparvertrags stieg bis Ende 2006 durch Spenden der Bank, Kunden und Mitarbeiter auf 1376000 EUR

Projekt	Beschreibung	Ziel	Ergebnisse
Bildungsprogramm für Aids-Waisen in Kooperation mit dem Education Development Center (EDC) und internationalen Organisationen; Kambodscha, Indien, Laos, Thailand und Vietnam, seit 2003	<ul style="list-style-type: none"> Vergabe von Schulstipendien und Tagesbetreuung von Kindern, die von HIV/Aids betroffen sind Aufklärungsprogramme zur Aidsprävention und zur Anti-Diskriminierung psychologische Beratungsprogramme 	<ul style="list-style-type: none"> Betroffenen Kindern eine Zukunftsperspektive eröffnen Beitrag zur Aidsprävention 	2006: <ul style="list-style-type: none"> Vergabe von Stipendien an 2607 Kinder zur Behebung spezifischer Bildungsschwächen und zur Berufsvorbereitung Unterstützung von insgesamt 12073 Kindern und ihren Familien
Nurturing Aids Orphans for Humanity (NOAH) Südafrika, seit 2001 www.noahorphans.org.za	Unterstützung der NOAH-Initiative zur Integration von Aids-Waisen in die Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> Aufbau einer Infrastruktur und eines sozialen Netzwerks für Aids-Waisen Ermöglichung einer Schul- und Berufsausbildung 	<ul style="list-style-type: none"> Versorgung von zurzeit mehr als 25000 Kindern Verbesserung des Leistungsspektrums und des Managements
Projekt Shoreditch London, seit 2005 www.communityuk.db.com	Stadtentwicklungsinitiative im Stadtteil Shoreditch in Zusammenarbeit mit East London Business Alliance, Linklaters, UBS und Shoreditch Trust, mit dem Ziel, die Bildungs- und Lebensqualität zu verbessern und zu einer nachhaltigen Stadtteilentwicklung beizutragen	<ul style="list-style-type: none"> Aufbau eines langfristigen Mitarbeiter-Programms Unterstützung von gemeinnützigen Organisationen, die sich lokalen Problemen annehmen Abbau von Vorurteilen zwischen City of London & Shoreditch Engagement der Unternehmen im Einklang mit den Bedürfnissen des Stadtteils Stärkung der Motivation der Einwohner und Helfer für ihren Stadtteil 	<ul style="list-style-type: none"> Beteiligung von insgesamt 914 ehrenamtlichen Mitarbeitern, die 48 Organisationen unterstützten Das Engagement kam 644 Menschen direkt zugute, fast 8000 Anwohner profitierten ebenso davon Sachspenden: 21438 GBP Finanzielle Unterstützung: 75800 GBP
Working Capital Program – Round VI New York, seit 1994 www.community.db.com	Vergabe von Zuwendungen und zinslosen Krediten an Community Development-Organisationen in New York zur Schaffung bezahlbaren Wohnraums und zur Gründung von Gemeindezentren, Schulen und anderen öffentlichen Einrichtungen	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung in risikoreichen Anfangsphasen als Partner Förderung von vorbildhaften Projekten Netzwerkaufbau zwischen Entscheidungsträgern und Community Development-Organisationen 	2006: <ul style="list-style-type: none"> Unterstützung von 11 Organisationen mit jeweils 225000 USD Vergabe von über 7 Mio. USD seit Programmbeginn Realisierung von 6000 Projekten
StreetSmart Großbritannien, seit 2006 www.streetsmart.org.uk	Unterstützung der Organisation StreetSmart, die mit Restaurants kooperiert, um Spenden für die Obdachlosenhilfe zu sammeln: In der Vorweihnachtszeit konnte freiwillig auf jede Rechnung ein Betrag von einem Pfund aufgeschlagen werden	<ul style="list-style-type: none"> Einwerben von Spenden Erhöhung der Aufmerksamkeit für die Probleme obdachloser Menschen 	<ul style="list-style-type: none"> Steigerung der teilnehmenden Restaurants (2006: 290 vs. 2005: 253) Unterstützung von ca. 50 Obdachlosenprojekten
Katastrophenhilfe: Hurrikans Katrina und Rita Golf Küste, USA, seit 2005	Wiederaufbauhilfe durch finanzielle Unterstützung und Hilfsaktionen von Bankmitarbeitern	Wiederaufbauprojekte: <ul style="list-style-type: none"> Erhalt kultureller Besonderheiten Aufbau von Informationssystemen zur Versorgung der Hurrikan-Opfer Unterstützung neuer lokaler Hilfsorganisationen 	<ul style="list-style-type: none"> Die Bank sammelte Spenden in Höhe von 1,8 Mio. USD Unterstützung von 5 Non-Profit-Organisationen Koordination der Hilfeleistungen und der Kommunikationssysteme

Teilnehmer an kulturellen Bildungsprogrammen der Bank (Auswahl)

KINDER ZUM OLYMP! (s. S. 65)	■	548
Deutsche Bank Stiftung Jugend-Kunst-Preis (s. S. 83)	■	270
Dreigroschenoper Plakatwettbewerb	■	465
Dreigroschenoper Programmheftwettbewerb	■	1529
Zukunft@BPhil (s. S. 77)	■	6458
Cooper Hewitt's Design Directions Program (s. S. 83)	■	550
New York Philharmonic Bildungsprogramm	■	3250

Im Brecht-Jahr 2006 haben wir die Neuinszenierung der Dreigroschenoper im Berliner Admiralspalast finanziell unterstützt. Getreu unseres Förderprinzips „Mehr als Geld“ rief die Deutsche Bank Stiftung zwei Wettbewerbe für Kunst- und Design-Studenten sowie für Schüler ins Leben. Ziel war es, junge Menschen zur Auseinandersetzung mit dem Klassiker anzuregen. Die Teilnahme übertraf alle Erwartungen: 465 Studenten reichten Plakatentwürfe ein; 1529 Schüler schrieben Texte für das Programmheft. Kulturelle Bildung – die Kreativität und Denkfähigkeit von Jugendlichen – fördern wir auch international mit zahlreichen weiteren Projekten und Wettbewerben. Die rege Teilnahme an diesen Angeboten bestätigt uns in unserer Arbeit und zeigt, dass sich unser Engagement auszahlt.

Pimp my Brecht

Ein Sponsoring, 234 m² Plakate und Texte von 80 Schulen

Welche Assoziationen weckt die Dreigroschenoper? Bei Sylvia Janssen sind es: blauschwarzer Nachthimmel, die Lichter von Neonreklamen und Lasershows – ein Spiel aus Farben, Formen und Linien. „Das Kiez-Milieu und das ständige Wechselspiel von Sein und Schein haben mich zu dieser Umsetzung des Themas inspiriert“, sagt die Kommunikationsdesignerin aus Hamburg, die mit ihrer Arbeit einem Aufruf der Deutsche Bank Stiftung gefolgt war. Anlässlich des Brecht-Jahres 2006 hatte sich die Stiftung an einer Produktion der Dreigroschenoper in Berlin beteiligt und in deren Umfeld einen Plakat- sowie einen Programmheft-Wettbewerb ausgelobt.

Bereits im Sommer 2005 hatte der Theater-Produzent Lukas Leuenberger bei der Deutschen Bank angefragt, ob das Unternehmen bereit sei, eine Neuinszenierung der Dreigroschenoper unter der Regie von Klaus Maria Brandauer finanziell zu unterstützen. Premiere sollte zum 50. Todestag von Brecht Mitte August 2006 mit der Wiedereröffnung des Admiralspalasts an der Friedrichstraße sein. Für die 45 Aufführungen versammelten die beiden Theatermacher ein Ensemble aus Künstlern und Kreativen um sich, das in dieser Zusammensetzung einmalig bleiben wird. Als Mackie Messer: Campino, Leadsänger der Toten Hosen, als Polly: Birgit Minichmayr, der Shootingstar der deutschsprachigen Theaterszene, als Herr und Frau Peachum: Gottfried John und Katrin Sass, dazu das Deutsche Filmorchester Babelsberg. „Leuenberger und Brandauer waren derart enthusiastisch, dass wir gar nicht Nein sagen konnten“, erinnert sich Michael Münch, Mitglied des Vorstands der Deutsche Bank Stiftung. „Zudem passte das Vorhaben hervorragend in unser Konzept, neben den verschiedenen langfristig angelegten Kulturförderungen jährlich ein besonderes kulturelles Großereignis zu unterstützen.“ In den Jahren zuvor waren das beispielsweise die Faust-Inszenierung von Peter Stein gewesen sowie die Ausstellung des New Yorker Museums of Modern Art (MoMA) in der Neuen Nationalgalerie in Berlin.



1. Preis für ihr nächtliches Kiez-Milieu: Sylvia Janssen, Kommunikationsdesignerin aus Hamburg

Ob Projekte, die Jugendliche an klassische Musik heranführen, zur Kooperation zwischen Schulen und Kultureinrichtungen aufrufen oder zur Auseinandersetzung mit zeitgenössischer Kunst anregen, die Resonanz ist groß. So nahmen beispielsweise seit 2002 6458 junge Menschen an Zukunft@BPhil teil (s. S. 77). Wir führen diese langfristigen Engagements fort; rufen aber auch anlassbezogene neue Initiativen ins Leben. So begleiten wir 2007 mit einem Foto-Wettbewerb Peter Steins „Wallenstein“-Inszenierung in Berlin.

Teilnehmer an kulturellen Bildungsprogrammen der Bank (Auswahl)

KINDER ZUM OLYMP! (s. S. 65)	548
Deutsche Bank Stiftung Jugend-Kunst-Preis (s. S. 83)	270
Dreigroschenoper Plakatwettbewerb	465
Dreigroschenoper Programmheftwettbewerb	1529
Zukunft@BPhil (s. S. 77)	6458
Cooper Hewitt's Design Directions Program (s. S. 83)	550
New York Philharmonic Bildungsprogramm	3250

Die Rolle des Sponsors der Dreigroschenoper war der Deutschen Bank aber nicht ausreichend, und so rief die Deutsche Bank Stiftung getreu ihres Förderschwerpunktes „kulturelle Bildung“ den Programmheft-Wettbewerb für Schüler ab der Jahrgangsstufe 9 und den Plakatwettbewerb für Kunst- und Designstudenten sowie Young Professionals bis zum 30. Lebensjahr ins Leben. Beide Initiativen fügen sich in eine Reihe von Wettbewerben der Stiftung im Bereich der kulturellen Jugendbildung ein, wie zum Beispiel KINDER ZUM OLYMP! (s. S. 65) oder der Deutsche Bank Stiftung Jugend-Kunst-Preis (s. S. 83). „Der Zuspruch zu den Brecht-Projekten übertraf alle unsere Erwartungen“, ist Michael Münch noch Monate später begeistert. 80 Schulklassen und Kurse reichten Programmheftbeiträge ein, in denen sich Schüler in Arbeitsgruppen gemäß der Ausschreibung „mit der Materie und den Parametern Ort, Zeit, Protagonisten und Genre sowie dem Aktualitätsbezug“ des Brechtschen Klassikers auseinandergesetzt hatten. Die Klasse 10a der Albert-Einstein-Schule aus Schwalbach/Taunus ging in ihrer Siegerarbeit sogar über die Anforderungen hinaus: sie befasste sich zusätzlich mit der Musik

Kurt Weills und der Art, wie diese mit dem Bühnengeschehen verwoben ist. „Die Anforderungen passten genau zu den Lernzielen für diese Jahrgangsstufe“, beschreibt Verena Seuring, im Schuljahr 2005/2006 Deutsch- und Musiklehrerin der Klasse, ihre Motivation, an dem Wettbewerb teilzunehmen. Zudem hat sie festgestellt, dass die Mitwirkung an dem Projekt „Kommunikation, Kooperation und Selbstständigkeit der Schüler stark gefördert“ hat.



Über 300 Schüler kamen zur Preisverleihung in das Konzerthaus am Gendarmenmarkt in Berlin



Der Enthusiasmus von Produzent Lukas Leuenberger und Regisseur Klaus Maria Brandauer überzeugte „alte Theaterhasen“ ebenso wie Bühneneulinge



Von Haifischen zu Neonleuchtreklamen: 234 kreative Quadratmeter Plakate machten der Jury die Entscheidung nicht leicht. Die besten Entwürfe wurden während der gesamten Spielzeit im Admiralspalast ausgestellt und in einer Postkartenbox veröffentlicht

Dreigroschenoper, Berlin 2006

Besucher insgesamt	70 000
Vorstellungen	45
Karten für Deutsche Bank Mitarbeiter	746
Karten für Deutsche Bank Kunden	1695
Teilnehmer Programmheft-Wettbewerb (aus 80 Schulen)	1529
Teilnehmer Plakat-Wettbewerb	465

Geradezu überschwemmt mit Entwürfen wurde die Jury des Plakatwettbewerbs. 465 junge Kreative schickten ihre Arbeiten ins Rennen. Das Kaleidoskop an Motiven – von Strumpfband, Slip und Damenschuh über Strick, Brecheisen, Handschellen, Pistole und Messer bis hin zum aufgerissenen Haifischmaul – stellte Designprofessoren, Kunsthistoriker, Dramaturgin, Dirigent und Schauspieler vor eine schwere Entscheidung. Dazu kamen die unterschiedlichsten Stilrichtungen und Ausführungsarten. Die zu gewinnenden Geld- und Sachpreise waren gewiss eine Motivation für die rege Teilnahme. Für Sylvia Janssen war es als junge Selbstständige aber vor allem „ein Glücksfall, sich durch den Wettbewerb einer breiten Öffentlichkeit und einer so illustren Jury präsentieren zu dürfen“.

Weitere Projekte im Bereich Musik (Auswahl)

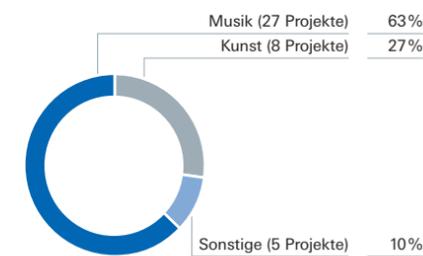
Unser Leitmotiv Bildung prägt auch unser Engagement im Bereich Musik, denn kulturelle Bildung ist keine Beigabe, sondern essenzielle Grundlage für die Entwicklung von Denkfähigkeit und Kreativität. Bildung im musikalischen Bereich bedeutet für uns, eine möglichst große Breitenwirkung zu erzielen und Nachhaltigkeit zu schaffen, indem wir uns auch für das Publikum von morgen einsetzen und den künstlerischen Nachwuchs fördern. So bringen wir vor allem junge Menschen früh mit der Vielfalt klassischer und zeitgenössischer Musik in Berührung. Zugleich unterstützen wir im Rahmen von Wettbewerben und Stipendienprogrammen talentierten künstlerischen Nachwuchs. Daneben ist die Belebung des regionalen Kulturlebens fernab der großen Kulturzentren ein besonderes Anliegen der Deutsche Bank Stiftung, das von den lokalen Niederlassungen der Bank unterstützt wird. Im Jahr 2006 haben die Bank und ihre Stiftung 13,1 Mio. Euro für das Engagement im Bereich Musik bereitgestellt.



Zum ersten Mal gewann eine Frau, die 31-jährige Koreanerin Shi-Yeon Sung, den mit 15000 Euro dotierten Dirigentenwettbewerb

Deutsche Bank Stiftung¹

Kulturförderungen nach Themengebieten 2006
Insgesamt 40 Projekte, Mio. EUR 2,2



¹Weitere Informationen s. S. 102

Warum engagieren wir uns für kulturelle Bildung?

Der Deutsche Musikrat hat im letzten Jahr einen so genannten „Berliner Appell“ an den Bundespräsidenten Horst Köhler gerichtet, bereits der zweite in drei Jahren. Mit ihm wird vor der weiteren Vernachlässigung des Musikunterrichts gewarnt. Nach Erhebung des Verbands Deutscher Schulmusiker fallen an deutschen Grundschulen 82% der Musikstunden aus oder werden von fachfremden Lehrern gegeben. An den Haupt- und Realschulen liegt die Ausfallquote bei 63% und an Gymnasien bei 36%. Neben dem Unterrichtsausfall haben ca. 85% der Jugendlichen in Deutschland keine Möglichkeit zu einem musikalischen Privatunterricht oder einem Unterricht an Musikschulen.

Quelle: www.deutscher-musikrat.de
www.miz.org www.vds-musik.de



Mit einer eigenen Inszenierung verabschiedeten sich die 15 Stipendiaten der Akademie Musiktheater heute



Über 6000 Jugendliche nahmen seit 2002 an Zukunft@BPhil teil, initiiert von Sir Simon Rattle



Förderung von jungen Musiktalenten in der New Yorker Middle School Jazz Academy

Projekt	Beschreibung	Ziel	Ergebnisse
Akademie Musiktheater heute Europa, seit 2001 www.musiktheater-heute.org	Zweijähriges Stipendium für Nachwuchskräfte des Musiktheaters in den Sparten Regie, Dramaturgie, Intendanz, Komposition und Dirigieren Akademieprogramm: ▪ Inszenierungsbesuche ▪ Austausch mit künstlerischen Teams und der Leitung der Häuser	▪ Förderung und Vernetzung von Nachwuchskräften für das moderne Musiktheater ▪ Weiterentwicklung des Musiktheaters über die Grenzen einzelner Opernhäuser hinweg	Seit 2001: ▪ Förderung von 91 Nachwuchstalenten ▪ Besuch von 97 Inszenierungen und Konzerten in 7 Ländern ▪ Verleihung von 18 Förderpreisen zur Umsetzung eigener Produktionen der Stipendiaten ▪ Gestaltung eines kompletten Musiktheaterprojektes jährlich
Internationaler Dirigentenwettbewerb Sir Georg Solti in Kooperation mit Alte Oper und Oper Frankfurt, Frankfurter Museums-gesellschaft e.V., Hessischer Rundfunk; International, seit 2002 www.dirigentenwettbewerb-solti.de	▪ Wettbewerb für talentierte junge Dirigenten ▪ Präsentation des eigenen Könnens vor einer hochkarätigen Jury ▪ Zusammenarbeit mit einem professionellen Orchester unter fachlicher Leitung	▪ Ermöglichung der praktischen Zusammenarbeit zwischen Nachwuchsdirigent und Orchester ▪ Langfristige Kooperation von 4 regionalen Kultureinrichtungen mit der Deutsche Bank Stiftung	▪ Über 800 Bewerber aus 70 Ländern ▪ 9 Preisträger ▪ Unterstützung des Wettbewerbs auch in 2008
Berliner Philharmoniker und Education-Projekt „Zukunft@BPhil“ Zusammenarbeit seit 1990, Partnerschaft seit 2002 www.berliner-philharmoniker.de	▪ Förderung eines der weltbesten Orchester ▪ Exklusiver Rahmen für vom Business gestaltete Begegnungen ▪ Ermöglichung des Bildungsprojekts Zukunft@BPhil für Kinder und Jugendliche unterschiedlicher Herkunft und Vorbildung ▪ Verkörperung der gesamten Bandbreite des gesellschaftlichen Engagements der Bank	Orchester und Philharmonie einem breiteren Publikum näher bringen sowie Erschließung neuer Publika Zukunft@BPhil: ▪ Junge Menschen an klassische Musik heranführen ▪ Sozial-integratives Projekt ▪ Junge oder benachteiligte Menschen in ihrer persönlichen Entwicklung fördern ▪ Kulturelle Bildung ermöglichen	2006: 1850 Kunden in Berliner Konzerten, 1800 Kunden auf Konzertreisen, 214 Mitarbeiterkarten Zukunft@BPhil: ▪ Bisherige Auszeichnungen u. a.: Herbert-von-Karajan-Musikpreis, Comenius-Preis, Goldene Kamera, Karlsmedaille ▪ Deutsche Bank wurde mit dem International Sponsoring Award (2004) und dem Deutschen Kulturförderpreis (2006) ausgezeichnet ▪ 2006: 11 Projekte sowie 8 Sonderprojekte mit 2451 Schülern aus 89 Schulen, 22 Institutionen, 182 Lehrern, 68 Philharmonikern und 40720 Zuschauern
DB Free Tickets Scheme in Zusammenarbeit mit dem London Philharmonic Orchestra (LPO) London, seit 2002 www.lpo.co.uk	Das Deutsche Bank „Free Tickets“ Programm ermöglicht Schülern freien Eintritt zu Orchestra's BrightSparks Konzerten in London	▪ Junge Leute für klassische Musik begeistern ▪ Angebot eines qualitativen Unterhaltungsprogramms für Schüler ▪ Ausbau und Förderung von Teamwork	2006: 6 Schulkonzerte für spezifische Altersgruppen Teilnahme: ▪ 200 Schulen ▪ Insgesamt 11934 Zuhörer ▪ Verteilung von Unterrichtsmaterialien an 600 Lehrer
Middle School Jazz Academy New York, seit 2006 www.jalc.org	Kostenloser Unterricht in Jazzmusik für Schüler aus sozialschwachen Familien	Förderung von musikalisch begabten Schülern	▪ Auftritte der Schüler in Orchestern ▪ Aufbau eines Netzwerks für Teilnehmer
Regionale Musikförderung Europa, seit 1995 www.deutsche-bank-stiftung.de	Unterstützung anspruchsvoller Vorhaben moderner oder zeitgenössischer Musik sowie Förderung regionaler Musikfestivals durch die Deutsche Bank Stiftung	▪ Förderung von Musik auch fernab der großen Kulturzentren ▪ Förderung von Nachwuchstalenten ▪ Mitarbeiter- und Kundenbindung	Unterstützung von 21 Projekten 2006, z. B.: ▪ Festspiele Europäische Wochen Passau ▪ Musikfest-Preis Bremen ▪ Rheingau Musik Festival

Jährliches Einkommen von Künstlern aus dem Verkauf von Kunstwerken



unter 5000 EUR	40 %
5000 EUR bis unter 10 000 EUR	22 %
10 000 EUR bis unter 15 000 EUR	13 %
15 000 EUR bis unter 30 000 EUR	14 %
30 000 EUR bis unter 50 000 EUR	8 %
über 50 000 EUR	3 %

Die wirtschaftliche Situation von Künstlern ist schwierig. Nur wenige können von ihrer Kunst wirklich leben. 40 Prozent aller bildenden Künstler verdienen durch den Verkauf ihrer Kunstwerke weniger als 5000 Euro jährlich. Wie in anderen Professionen haben es gerade junge „Berufseinsteiger“ trotz guter Ausbildung schwer. Hier setzt unsere Förderung durch den jährlich verliehenen Pyramid Award an. Mit dem Preis unterstützen wir Hochschulabsolventen künstlerischer Fachrichtungen nicht nur finanziell, sondern begleiten und beraten sie auch gezielt und professionell bei ihrer Existenzgründung.

Businesspläne für Künstler – Der Pyramid Award unterstützt beim Weg in die Selbstständigkeit

Kaum ein Berufszweig verzeichnet so unterschiedliche Aussichten auf finanziellen Erfolg wie eine künstlerische Selbstständigkeit. „Kunst ist ein hartes Geschäft; entweder man geht drauf oder man schafft es“, so Daniel Spoerri. Der Schweizer Künstler gehört zu denjenigen, die es geschafft haben. Sein Erfolg ist das Resultat harter Arbeit und immer wieder neuer kreativer Ansätze. Am Anfang ihrer Karriere benötigen Kreative einen langen Atem, bevor sie von Gagen und Objektpreisen leben können. Nach einer Umfrage der Künstlersozialkasse aus dem Jahr 2006 betrug das durchschnittliche Jahreseinkommen bei selbstständigen Berufsanfängern in den Bereichen Bildende Kunst, Darstellende Kunst und Musik gerade einmal 6600 Euro.

„Wenn Kunststudenten ihre Colleges verlassen, sprudeln sie über vor Enthusiasmus und Kreativität“, weiß Kate Cavelle, Corporate Social Responsibility Deutsche Bank UK. „Allerdings haben sie oft Schwierigkeiten, an die Ressourcen zu gelangen, die sie benötigen, um ihre Ideen zu verwirklichen.“ An diesem Punkt setzt der Deutsche Bank Pyramid Award an. Der Preis wird jährlich an Absolventen von Londons führenden Kunsthochschulen vergeben. 2006 erhielten zehn Künstler und Ensembles – Schauspieler, Musiker, Tänzer, Designer, Modemacher, Fotografen – ein Preisgeld in Höhe von jeweils 8000 Pfund (rund 12000 Euro). „Die Deutsche Bank will Kreativen den Weg ebnen, damit sie nachhaltig als Unternehmer erfolgreich sein können“, erläutert Cavelle die Award-Idee.



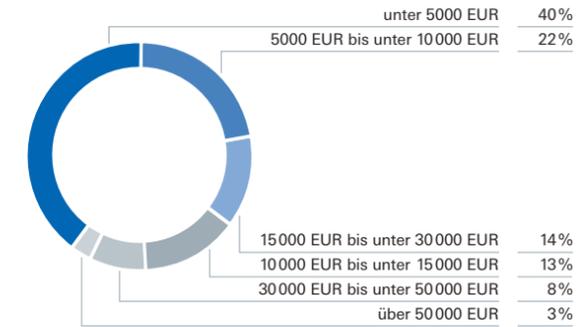
2007 feiert der Pyramid Award sein 15-jähriges Jubiläum: Von dem Förderpreis können junge Künstler profitieren, um in der schwierigen Übergangszeit nach dem Studium mit innovativen Ideen und unternehmerischem Geist durchzustarten

Seit 1992 unterstützte die Deutsche Bank etwa hundert Künstler im Rahmen des kulturellen Existenzförderprogramms. Dabei zielt der Pyramid Award nicht in erster Linie auf künstlerische Bestleistungen, sondern auf Innovation und Unternehmergeist. Bei den eingereichten Arbeiten handelt es sich folglich auch um Businesspläne für Projekt- oder Geschäftsideen. Verlangt werden über die Beschreibung des Vorhabens, des persönlichen Hintergrunds und der eigenen Berufserfahrung hinaus ein Marketing- und Finanzplan, Angaben zu den angestrebten Zielen sowie den Instrumenten zur Erfolgsmessung. Eine Jury aus Lehrkräften der Hochschulen und Mitarbeitern der Deutschen Bank beurteilt, ob die Projekte realistisch sind und langfristig Erfolg versprechen. Darüber hinaus wird die inhaltliche Qualität der Unterlagen bewertet, etwa die Tiefe der Marktforschung oder die finanzielle Durchführbarkeit. Damit die Hochschulabsolventen wissen, wie ein Businessplan zu erstellen ist, bieten die Akademien Sprechstunden und Einführungsseminare an. Den Gewinnern des Pyramid Awards winkt zusätzlich zum Geldpreis ein professionelles Existenzgründer-Training, in dem die

In Deutschland verdienen 40% aller Künstler durch den Verkauf ihrer Kunstwerke weniger als 5000 Euro jährlich. Die Mehrzahl der Künstler ist daher auf zusätzliche Einnahmen, zum Beispiel aus Lehrtätigkeit oder anderen Aktivitäten angewiesen. Berufsanfänger erfahren häufig Unterstützung durch Familie, Freunde und Kollegen.

Quelle: Bundesverband Bildender Künstler, Umfrage bei bildenden Künstlern, 2004/05

Jährliches Einkommen von Künstlern aus dem Verkauf von Kunstwerken



Das Preisträger-Ensemble „The Clash of Steel“ bei der Verleihung ...



... und in Aktion: Das Ensemble zeigt, was es an der London Academy of Music and Dramatic Art gelernt hat

Projekt- und Finanzplanung weiter vertieft wird. Außerdem werden die Preisträger ein Jahr lang von einem Mentor der Deutschen Bank betreut. John Krumins, der das Preisträger-Ensemble „The Clash of Steel“ mit Rat und Tat begleitet, definiert seine Rolle weit über die eines formellen Ansprechpartners hinaus: „Antreiber, wenn es darum geht, die nächsten Ziele zu erreichen, Mutmacher bei Rückschlägen, Moderator eines gruppendynamischen Prozesses sowie Türöffner für Geschäftskontakte und Auftrittsmöglichkeiten.“

Von der Award-Konzeption fühlte sich Anna-Nicole Ziesche direkt angesprochen. Im Jahr 2000 war die gebürtige Hamburgerin die erste Preisträgerin in der Kategorie „Fashion & Textile Design“. Der Pyramid Award ist „außergewöhnlich künstlerfreundlich und bedingungslos“, beschreibt die Video-Künstlerin ihre Motivation zur Teilnahme. „Ich wusste, dass ich eine neue, ungewöhnliche Projektidee hatte, und benötigte für die Umsetzung finanzielle und menschliche Unterstützung.“ Ziesche räumt ein, dass sie ohne die Ausschreibung zu diesem Zeitpunkt keinen Businessplan erstellt hätte. Vor allem hätte sie sich direkt nach dem Studium wohl nicht selbstständig gemacht. Der Award eröffnete ihr neue Möglichkeiten und gab ihr „das notwendige Selbstvertrauen für diesen Schritt“. Ein Schlüsselement für die erfolgreiche Umsetzung ihres Business-Plans war, „finanzielle Richtlinien zu haben, an die ich mich halten musste“, berichtet die Künstlerin im Rückblick. Anna-Nicole Ziesche ist inzwischen mit ihren Filmen – wagemutigen Gratwanderungen zwischen Design, Theater, Mode und Body Art – in der internationalen Kunst- und Modeszene etabliert.



A.-N. Ziesche bei den Dreharbeiten zu ihrem Performance-Film „Non-Bifurcated Diary“. Sie gewann 2000 in der Kategorie „Fashion and Textile Design“

Weitere Projekte im Bereich Kunst (Auswahl)

Die Förderung zeitgenössischer Kunst ist seit über 25 Jahren eine der wichtigsten Säulen des gesellschaftlichen Engagements der Deutschen Bank und ihrer Stiftung. Denn Kunst ist nicht nur Quelle für Ideenreichtum und Kreativität, sondern auch kontinuierliche Inspiration – für die Gesellschaft genauso wie für unser Unternehmen. Unsere Sammlung umfasst mehr als 50 000 Kunstwerke, die in Niederlassungen der Bank sowie in Museen und Galerien weltweit präsentiert werden. Unser Engagement, das – in Zahlen ausgedrückt – 6,5 Mio. Euro im Jahr 2006 umfasste, verbindet Nachwuchsförderung und Vermittlung zeitgenössischer Kunst: Wir konzipieren eigene Ausstellungen, schaffen mit unserem Programm „Art at Work“ Zugang zur weltgrößten Unternehmenssammlung und ermöglichen national und international bedeutsame Kunstprojekte. Denn eine lebendige Kunstszene braucht dreierlei: Angemessene Lebens- und Arbeitsbedingungen für Künstler, Ausstellungsmöglichkeiten und ein breites, interessiertes Publikum.



Mit „All The Best“ fand die Ausstellungs-Trilogie zum 25-jährigen Jubiläum unserer Sammlung ihren Abschluss



Blind Date: Zum ersten Mal seit ihrem Bestehen präsentierte die Sammlung Deutsche Bank 2006 ihre Neuankäufe



Tefaf 2006: Lounge der Sammlung Deutsche Bank mit Werken von Hiroshi Sugimoto

Projekt	Beschreibung	Ziel	Ergebnisse
<p>„Tokyo Blossoms“ Hara-Museum, Tokio „All the Best“ Singapore Art Museum, Singapur www.deutsche-bank-kunst.de</p>	<p>Jubiläumsschau der Sammlung Deutsche Bank als einzigartiges Gesamtkunstwerk mit der Ausstellungsarchitektur von Zaha Hadid</p>	<ul style="list-style-type: none"> Positionierung des Kunstengagements der Bank im internationalen wirtschaftlichen Kontext (International Monetary Fund-Summits) und Kunstzusammenhang (Singapore Art Biennale) Mitarbeiter- und Kundenbindung 	<ul style="list-style-type: none"> 8 Kundenveranstaltungen Singapur: Ausstellung als Plattform für den offiziellen Empfang der Bank anlässlich der IMF-Summits Allein in Singapur: 65 000 Besucher
<p>„More than meets the Eye. Fotokunst aus der Sammlung Deutsche Bank“ Monterrey, Mexiko Mexico City, Mexiko Bogotá, Kolumbien www.deutsche-bank-kunst.de</p>	<p>Ausstellungstournee mit ca. 200 Fotoarbeiten von 50 deutschen Künstlern; erstmalig ausschließlich Präsentation von Fotografien aus der Sammlung Deutsche Bank</p>	<ul style="list-style-type: none"> Präsenz der Bank in Südamerika über ihr kulturelles Engagement Begegnung des südamerikanischen Publikums mit deutscher Fotokunst 	<ul style="list-style-type: none"> 6 Kundenveranstaltungen Allein in Mexiko: 42 000 Besucher
<p>„Blind Date. Neuerwerbungen der Sammlung Deutsche Bank“ Benediktinerkloster und Kunstforum Seligenstadt Museum Moderner Kunst, Passau www.deutsche-bank-kunst.de</p>	<p>Erstmalige Präsentation der Neuerwerbungen der Sammlung Deutsche Bank</p>	<ul style="list-style-type: none"> Positionierung des Kunstengagements auch auf regionaler Ebene außerhalb der gängigen Kunstzentren Mitarbeiter- und Kundenbindung 	<ul style="list-style-type: none"> 10 Kundenveranstaltungen Insgesamt 10 000 Besucher

Projekt	Beschreibung	Ziel	Ergebnisse
<p>„Max Beckmann: Die Aquarelle und Pastelle“ Schirn Kunsthalle, Frankfurt am Main www.deutsche-bank-stiftung.de</p>	<p>Sponsoring der Ausstellung, in der Aquarelle und Pastelle Beckmanns präsentiert wurden</p>	<ul style="list-style-type: none"> Vorstellung eines weniger bekannten Werkaspekts des Künstlers Förderung einer auch international viel beachteten Ausstellung Mitarbeiter- und Kundenbindung 	<ul style="list-style-type: none"> Realisierung des ersten Werkverzeichnisses der Aquarelle 80 885 Besucher Exklusive Preview: ca. 200 Kunden und Mitarbeiter Mitarbeiterführungen für ca. 230 Mitarbeiter
<p>Deutsche Guggenheim Berlin, seit 1997 www.deutsche-guggenheim.de</p>	<p>Joint Venture von Deutscher Bank und Solomon R. Guggenheim Foundation: gemeinschaftlich verantwortetes Programm der Berliner Ausstellungshalle, umfasste 2006 insgesamt 4 Ausstellungen, darunter mit „Cai Guo-Qiang“ eine von der Sammlung Deutsche Bank kuratierte</p>	<ul style="list-style-type: none"> Positionierung des Deutsche Guggenheim in der Berliner und internationalen Kunstszene Nachhaltiges kulturelles Engagement durch diesen Beitrag zum Berliner Kulturleben Mitarbeiter- und Kundenbindung 	<ul style="list-style-type: none"> Insgesamt 153 102 Besucher Umfangreiches Vermittlungsprogramm: mehr als 20 spezielle Kundenveranstaltungen, sowie 4 Mitarbeiterführungen und zahlreiche öffentliche Veranstaltungen und Führungen
<p>Künstlerhaus Villa Romana Florenz, Förderung seit 1929 www.villaromana.org</p>	<p>Unterstützung des Künstlerhauses sowie des Villa Romana-Preises für junge bildende Künstler (ältester deutscher Kunstpreis)</p>	<p>Förderung von Nachwuchstalenten im Bereich der bildenden Kunst</p>	<ul style="list-style-type: none"> Vier Preisträger 2006: Andrea Hanak, Simon Dybbroe Møller, Anna Kerstin Otto, Stefan Thater (mehrmonatiger Arbeitsaufenthalt in Florenz) Seit 1929 Förderung von über 200 Preisträgern/Stipendiaten
<p>Cooper Hewitt's Design Directions Program in Kooperation mit dem Cooper-Hewitt National Design Museum USA, seit 2002</p>	<p>Unterstützung des Programms in Schulen in sozial schwachen Gemeinden: Angebot von Schüler-Workshops und Praktika mit Künstlern und Designern</p>	<ul style="list-style-type: none"> Förderung talentierter Schüler Starthilfe beim Ergreifen eines künstlerischen Berufs 	<ul style="list-style-type: none"> 100 Schüler arbeiteten mit Künstlern in Ateliers Über 450 Schüler besuchten Design Messen
<p>Deutsche Bank Stiftung Jugend-Kunst-Preis Deutschland, seit 2006 www.deutsche-bank-stiftung.de www.museum-kuppersmuehle.de</p>	<p>Kunstwettbewerb für Schüler in Zusammenarbeit mit dem Museum Küppersmühle für Moderne Kunst in Duisburg</p>	<ul style="list-style-type: none"> Auseinandersetzung mit zeitgenössischer deutscher Kunst Förderung des kreativen und organisatorischen Potenzials von Schülern 	<ul style="list-style-type: none"> Aus bundesweit 270 Bewerbungen wurden 20 Teilnehmerklassen ausgelost Präsentation der Gewinnerbeiträge in einer eigenen Ausstellung im Museum Küppersmühle
<p>Royal Academy Outreach Programme in Kooperation mit der Royal Academy of Arts Großbritannien, seit 2006 www.royalacademy.org.uk/education</p>	<p>Kulturelles Bildungsprogramm, das eintägige Malworkshops in Zusammenarbeit mit 100 Schulen anbietet</p>	<ul style="list-style-type: none"> Angebot von 100 Malworkshops Stärkung der Kreativität junger Menschen Ausbau des Verständnisses für Kunst 	<ul style="list-style-type: none"> Teilnahme von 1200 Schülern aus 40 Schulen (bis Ende des Schuljahres sollen 3 000 Schüler erreicht werden) Evaluation der Arbeit an 20 Schulen: 94% der Schüler bewerteten die Workshops als gut oder sehr gut
<p>Sponsoring von Messen: Tefaf, Maastricht Fine Art Fair Frankfurt Frieze Art Fair, London Art Cologne, Köln Contemporary Istanbul www.deutsche-bank-kunst.de</p>	<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung der Messen Präsenz der Sammlung Deutsche Bank mit Lounges 	<ul style="list-style-type: none"> Internationale Positionierung des Kunstengagements Förderung junger Talente, die auf Messen oftmals erstmalig ihre Werke präsentieren Lounge als Plattform für Kundenveranstaltungen und Informationen zum Engagement der Bank 	<ul style="list-style-type: none"> Insgesamt 33 Kundenveranstaltungen Zahlreiche Mitarbeiteraktivitäten Allein auf der Frieze 700 Freitickets für Mitarbeiter

Neue Netzwerke

Bevölkerungswachstum pro Stunde



In diesem Jahrhundert wird erstmals mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten oder Ballungsräumen leben. Urbane Gebiete wachsen wöchentlich um eine Million Menschen an. 21 Prozent der Weltbevölkerung lebt in 438 Städten mit über einer Million Einwohnern. In manchen Regionen – meist Nordhalbkugel und „entwickelte Länder“ – führen rückläufige Bevölkerungszahlen zu so genannten „schrumpfenden“ Städten. Während beispielsweise das Bevölkerungswachstum in Mexico City seit 1930 1500 Prozent betrug, sank im gleichen Zeitraum Londons Bevölkerungszahl um 10 Prozent, Berlins um 20 Prozent. Geschwindigkeit und Ausmaß dieser urbanen Veränderungen stellen enorme Herausforderungen dar. Um für den nötigen Strukturwandel Entscheidungshilfe zu geben, hat die Alfred Herrhausen Gesellschaft, das internationale Forum der Deutschen Bank, das Projekt „Urban Age“ ins Leben gerufen.

Urban Age – die Stadt des 21. Jahrhunderts neu erfinden

Das 21. Jahrhundert ist das Zeitalter der Urbanisierung: Vom Jahr 2007 an wird nach Angaben des Siedlungsprogramms der Vereinten Nationen erstmals mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung in Städten leben. Bis zur Mitte des Jahrhunderts trifft dies sogar für zwei Drittel der Weltbevölkerung zu. Vor allem in Asien und Afrika werden Megastädte – nach der UN-Definition Städte mit mehr als 10 Mio. Einwohnern – explosionsartig wachsen. Schon heute gibt es weltweit 16 Megastädte; Tokio zählt 35,5 Mio. Menschen, Shanghai und Mexico City jeweils mehr als 18 Mio.

In derartigen Ballungszentren entstehen vielschichtige Herausforderungen: „Angesichts hoher Zuwanderungszahlen müssen in den Megastädten der Entwicklungsländer oft innerhalb weniger Jahre Wohnraum, Infrastruktur, Arbeitsplätze, Ver- und Entsorgungssysteme sowie Gesundheits- und Bildungseinrichtungen für Hunderttausende von Menschen bereitgestellt werden“, so Frauke Kraas, Professorin für Humangeographie an der Universität Köln. Die Umstrukturierungen führen nicht selten zu wachsender Informalität und Verlust der Regierbarkeit. In Städten wie Johannesburg oder Shanghai sprießen immer größere informelle Viertel aus dem Boden, in denen es weder offizielle Straßenschilder noch eine öffentliche Ordnung gibt. Nach Angaben von UN-Habitat gab es 2005 weltweit 998 Mio. Slum-Bewohner; sollte dieser Trend anhalten, werden es 2020 ca. 1,4 Mrd. sein. „Manche Städte und Stadtteile wirken schon heute wie sich selbst erfüllende Prophezeiungen eines Niedergangs der Stadt in immer größer werdenden Agglomerationen“, beobachtet Wolfgang Nowak, Geschäftsführer der Alfred Herrhausen Gesellschaft der Deutschen Bank (AHG, s. S. 103).



Die Bevölkerung im Ballungsraum von Mexico City wird auf 18 Mio. geschätzt. Die Wohndichte im Norden des Distrikts beträgt ca. 20.894 Personen pro km².

Städte sind Motor der wirtschaftlichen Entwicklung eines Landes. In den vergangenen Jahren erlebte beispielsweise London einen beeindruckenden ökonomischen Aufschwung. Mit gut 7,5 Mio. Einwohnern zählt der Großraum London zwar deutlich weniger Menschen als Schweden (ca. 9 Mio.) oder Belgien (10,4 Mio.); seine Wirtschaftskraft übertrifft jedoch jene von Schweden um 15 Prozent und jene von Belgien gar um 25 Prozent. Allein in der Londoner Innenstadt wird ein höheres Bruttosozialprodukt erwirtschaftet als in ganz Portugal. Die Verbindungen zwischen Städten liefern aber auch die Infrastruktur für eine neue globale Wirtschaft, für einen neuen Kulturraum und für eine neuartige Politik. „Der organisatorische Teil der heutigen globalen Wirtschaft ist in einem Netzwerk von rund 40 großen und weniger großen Weltstädten angesiedelt“, so Saskia Sassen von der London School of Economics (LSE).

Aus diesen Gründen wird in den kommenden drei Jahren das erfolgreiche Projekt „Urban Age – Das Zeitalter der Städte“ fortgesetzt. Initiiert und organisiert von der AHG und der LSE fanden 2005 und 2006 Konferenzen in New York, Shanghai, London, Mexico City, Johannesburg und Berlin sowie in Halle an der Saale statt. Durch Forschung, Diagnose und Beratung



Saskia Sassen, Soziologin an der London School of Economics und der University of Chicago

Wöchentlich wachsen urbane Gebiete um 1 Mio. Menschen an. In den nächsten zwei Jahrzehnten wird sich 95% des städtischen Wachstums in den Entwicklungsländern vollziehen. Bis 2030 werden die Städte in diesen Ländern annähernd 4 Mrd. Menschen, d. h. circa 80% der Weltbevölkerung beherbergen. In Lagos z. B. wächst die Bevölkerung stündlich um 53 Einwohner, was eine ungeheure Belastung für die bereits stark geforderte städtische Infrastruktur bedeutet.

Bevölkerungswachstum pro Stunde



Zwischenbilanz: Urban Age Summit im November 2006 im Atrium der Deutschen Bank in Berlin



Die Konferenz wurde eröffnet von K. Wowerit, J. Ackermann, A. Merkel und T. v. Heydebreck (v.l.).

unterstützt Urban Age Entscheidungsträger dabei, den Strukturwandel zu meistern und innovative Lösungsansätze zu entwickeln. Der Erfahrungsaustausch eines multidisziplinären Netzwerks internationaler Experten trägt maßgeblich dazu bei. Das Urban Age-Buch, das im Herbst 2007 im Phaidon-Verlag erscheinen wird, dokumentiert die Forschungs- und Diskussionsergebnisse aller bislang bereisten Städte und schildert beispielhafte Initiativen. Durch die intensive gemeinsame Arbeit ist das internationale Netzwerk von Urban Age mittlerweile zu einem „Urban Tribe“ geworden, zu einem engagierten Team von Stadtexperten, die auch zukünftig regelmäßig zusammentreffen werden und ihr Netzwerk und Wissen ausbauen, beobachtet Ute Elisabeth Weiland, zuständig für Presse und Kommunikation bei der AHG. So gibt es bereits gemeinschaftlich organisierte Projekte einzelner Urban Age-Experten, konkrete Planungen für eine Konferenz 2008 in Shanghai sowie ein weiteres Buchprojekt zweier Professoren des Urban Age-Teams.

Im Jahr 2007 steht Indien im Fokus von Urban Age, 2008 wird die Konferenzreihe in Brasilien und 2009 im östlichen Mittelmeerraum fortgesetzt. 2010 wird es, ähnlich wie 2006 in Berlin, eine zusammenfassende Konferenz geben. Ein wichtiges Teilziel haben die Organisatoren schon jetzt erreicht: Die Bürgermeister vieler Städte gehen mit konkreten Beratungsanliegen auf die Experten zu. „Urban Age ist zur Marke geworden“, so Weiland.

Zukünftig sollen auch die Nationalstaaten für den Strukturwandel in ihren Ballungsräumen sensibilisiert werden. „Städte sind die große gemeinsame Aufgabe aller Nationalstaaten. Sie sind von Ressourcenknappheit, Umweltproblemen, neuen Krankheiten, unkontrolliertem Wachstum und Migration ebenso bedroht wie von den aus der Verzweigung der Enttäuschten entstehenden ethnischen und religiösen Konflikten“, analysiert Wolfgang Nowak. „Wir müssen die Stadt des 21. Jahrhunderts neu erfinden“, formuliert er die anspruchsvolle Aufgabe, zu der Urban Age auch in Zukunft beitragen will.

Weitere Initiativen der Alfred Herrhausen Gesellschaft (Auswahl)

Der themenübergreifende und internationale Dialog ist ein wesentlicher Motor der Unternehmensentwicklung und des gesellschaftlichen Engagements der Deutschen Bank. Denn zukünftige Herausforderungen sind nur auf der Basis globaler Netzwerke aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur und Nicht-Regierungs-Organisationen zu bewältigen, die unabhängig forschen und agieren – wie die Alfred Herrhausen Gesellschaft (AHG) seit 15 Jahren. Sie ist dem Denken Alfred Herrhausens verpflichtet, für den die aktive Gestaltung der Wirtschaftspolitik untrennbar mit verantwortungsbewusstem und nachhaltigem Management verbunden war. Als Think Tank der Deutschen Bank führt die AHG internationale Experten in Diskussionsrunden, Vorträgen und Konferenzen zusammen, in denen der fach- und generationsübergreifende Austausch zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen im Vordergrund steht (s. S. 103).



fore/sight: 150 Meinungsmacher diskutierten in Berlin zum Vertrauensverlust der Bevölkerung in die Politik



Von Megametropolen in eine „schrumpfende“ Stadt in Ostdeutschland – Halle a. d. Saale



Botschafter Kotenev und Außenminister Lavrov der Russischen Konföderation mit T.v. Heydebreck und W. Nowak (v.l.)

Projekt	Beschreibung	Ziel	Ergebnisse
<p>fore/sight – Strategien für die Gesellschaft von morgen: „Vertrauenskrise – Die Deutschen und ihre Politiker“ Berlin, 2006 (im Rahmen der fore/sight-Reihe, seit 2005) www.alfred-herrhausen-gesellschaft.de</p>	<p>Zukunftskonferenz der AHG zum Vertrauensverlust der Bürger in die Politik Hintergrund: ■ Forsa-Umfrage: 4 von 5 Deutschen trauen ihren Politikern nicht mehr ■ Nur 38% der Bundesbürger haben großes Vertrauen in die Bundesregierung</p>	<p>■ Anstöße für zukunftsgerichtetes Denken geben – jenseits von Interessengruppen ■ Entwicklung innovativer Handlungsoptionen</p>	<p>■ Diskussion zwischen 160 Meinungsmachern aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien ■ Live-Übertragung der Konferenz auf Deutschlandradio Kultur und Berichterstattung in der Presse</p>
<p>Urban Age Symposium Halle a. d. Saale, 2006 (im Rahmen der Urban Age-Reihe, seit 2005) www.urbanage.net</p>	<p>■ Gegenpool zu Urban Age-Konferenzen in Megastädten ■ Im Fokus steht eine Stadtentwicklung, die mit Bevölkerungsrückgang zu kämpfen hat</p>	<p>Schaffung eines Kompetenznetzwerks aus internationalen Experten und wissenschaftlichen Institutionen, das auch nach Abschluss der Konferenzen bestehen bleibt</p>	<p>■ Ca. 150 Diskussionsteilnehmer: Oberbürgermeister aus deutschen Städten, Politiker, Journalisten, Architekten und Wissenschaftler ■ Das Symposium hat gezeigt, dass es Erfolg jenseits von Wachstum geben kann; es möglich ist, in einer „schrumpfenden“ Stadt die Lebensbedingungen der Bevölkerung zu verbessern</p>
<p>Joint Debates – Außenminister der Russischen Föderation Sergej Lavrov zu Gast bei der AHG Berlin, 2006 (im Rahmen der Joint Debates, seit 2005) www.alfred-herrhausen-gesellschaft.de</p>	<p>Diskussionsforum der AHG zu aktuellen politischen Themen</p>	<p>Die Außenpolitik der Russischen Föderation wird deutschen Entscheidungsträgern näher gebracht</p>	<p>Teilnahme von ca. 80 hochrangigen Vertretern aus Wirtschaft, Politik und Medien</p>

Unsere Hochschulkooperationen

Finanzielle Möglichkeiten und ökonomische Zusammenhänge werden immer komplexer. Fundierte Kenntnisse und Analysen dieser globalen Entwicklungen sind für die Wirtschaft unerlässlich. Daher muss sie in dieses Wissen in Schulen und Hochschulen investieren. Als Finanzdienstleister sehen wir es als unsere gesellschaftliche Aufgabe an, in diesem, unserem ureigenen Feld, jungen Menschen zu helfen, das hierfür notwendige Basiswissen zu erwerben, und darüber hinaus Rahmenbedingungen für exzellenten Nachwuchs zu schaffen. Wir fördern Wissenschaft, damit Nachwuchstalente im internationalen Bildungswettbewerb bestens ausgebildet werden können. Besonders wichtig ist uns dabei, persönlichen Austausch einerseits zwischen jungen Menschen in Hochschule und Bank und andererseits auf der Ebene von Führungskräften und Professoren zu ermöglichen.

DEUTSCHE BANK PRIZE IN FINANCIAL ECONOMICS

Den internationalen Austausch anzuregen ist auch das Ziel unserer Unterstützung des mit 50 000 Euro dotierten Deutsche Bank Prize in Financial Economics. Dieser wurde 2005 erstmalig vom Center for Financial Studies an der Goethe Universität in Frankfurt an Eugene Fama für seine Studien zur Finanzmarkteffizienz vergeben. 2007 hat die Jury internationaler Wissenschaftler Michael Woodford, Professor für Politische Ökonomie an der Columbia University ausgewählt. Der Preisträger gehört zu den weltweit renommiertesten Wissenschaftlern auf dem Gebiet der monetären Ökonomie und erhält die Auszeichnung für seine grundlegenden Beiträge zur Theorie und praktischen Analyse der Geldpolitik.

Die Geschwindigkeit der Finanzmärkte erfordert funktionierende Netzwerke,



Die finanzielle Unterstützung des Baus des „Bucerius Center for Graduate Studies – Deutsche Bank Hall“ in Hamburg (Modell) ermöglicht den Ausbau des Angebots im Graduiertenbereich

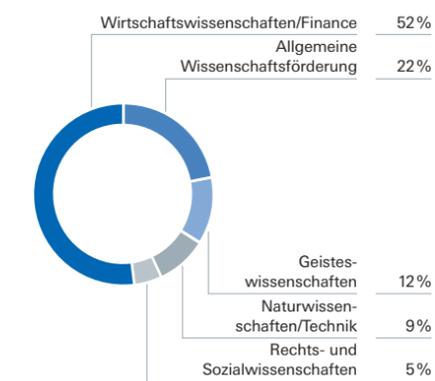
um neueste Entwicklungen zu erkennen und auf Risiken und Chancen hin zu überprüfen. International agierende Unternehmen wie die Deutsche Bank brauchen innovative Managementkenntnisse und -methoden, um sich weiterzuentwickeln und wettbewerbsfähig zu bleiben. Daher fokussieren wir uns in der Wissenschaftsförderung auf die internationale Vernetzung von Hochschulen. Unsere Förderungen erfolgen zum einen über den 1970 gegründeten Stiftungsfonds Deutsche Bank im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (s. S. 106). Zum anderen unterstützen wir auch den wirtschaftswissenschaftlichen Ausbau der Bucerius Law School in Hamburg und die European School of Management and Technology in Berlin. Hochschulkooperationen unserer Human Resources-Abteilung für Recruiting- und Development-Maßnahmen ergänzen diese Kooperationen mit rund 100 Universitäten weltweit.

Unser Ziel ist eine noch stärkere konzeptionelle Entwicklung der Hochschulkooperationen in Bezug auf unsere geschäftliche Strategie. Zudem werden

wir die internationale Zusammenarbeit zwischen den geförderten Hochschulen und Hochschulen an anderen strategischen Standorten der Bank weiterentwickeln, um Wissenstransfer und internationale Vernetzung zu ermöglichen.

Stiftungsfonds Deutsche Bank¹

Auf Initiative der Bank vergebene Förderungen 2006 nach Fachgebieten



¹ Weitere Informationen: s. S. 106

Mitarbeiterengagement

Portfolio unserer Mitarbeiterprogramme



Gesellschaftliches Engagement ist besonders wirkungsvoll und glaubwürdig, wenn es von einem inneren Antrieb getragen wird. Daher stehen unsere Mitarbeiterprogramme unter dem Motto „Leidenschaft: eröffnet Chancen“. Damit aus dieser Begeisterung ein möglichst hoher gesellschaftlicher Nutzen entsteht, bieten wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein Portfolio unterschiedlicher Engagementformen an. Die meisten Aktivitäten werden von den Mitarbeitern angeregt und von ihnen eigenverantwortlich durchgeführt. Einige Programme werden von der Deutschen Bank organisiert, um hier die Kompetenzen der Mitarbeiter gebündelt einzusetzen.

Wie Bankmitarbeiter in ehrenamtlichen Initiativen ihr Wissen zielführend einbringen

Ein Anwalt für Menschenwürde und Gesundheit. Diese Rolle lebt Jack Sim, Geschäftsmann aus Singapur und Gründer der World Toilet Organization (WTO). Seine Mission ist gewaltig. Hat er sich doch vorgenommen, alles dafür zu tun, damit das siebte UN-Millenniumziel erfüllt werden kann: Bis zum Jahr 2015 soll sich der Anteil derer halbieren, die keinen Zugang zu menschenwürdigen sanitären Anlagen haben. „42 Prozent der Weltbevölkerung, das sind 2,6 Milliarden Menschen, müssen heute weltweit zusehen, wo sie ihr Geschäft verrichten“, erläutert Sim. Allzu oft bleibt nur der öffentliche Raum. Für die betroffenen Menschen bedeutet das individuelle Scham, für die Gesellschaften massive Gesundheitsprobleme durch sich schnell ausbreitende Krankheiten und verseuchtes Grundwasser.

Abhilfe soll eine weltweite mehrstufige Informationskampagne schaffen. Wichtige Grundlagen haben hierfür im Herbst 2006 vier Trainees gelegt, die nach Erwerb eines MBA's (Master of Business Administration) zur Deutschen Bank gestoßen sind. Im Rahmen des Graduate Induction Program, das alle Händler und Analysten des Bereichs Global Markets in der Bank durchlaufen, haben sie gemeinsam mit Sim eine Strategie- und Finanzplanung erarbeitet. Während der sechsmonatigen Ausbildungszeit lernen sie nicht nur Produkte und Ablaufprozesse der Bank kennen. Um die gesellschaftliche Verantwortung eines Unternehmens aus eigener Anschauung zu erfahren, haben alle 66 Trainees über zwei Wochen hinweg öffentliche Einrichtungen und Non-Profit-Organisationen beraten – zum gegenseitigen Nutzen: Die gemeinnützigen Organisationen profitieren von den vielfältigen Qualifikationen der Berufseinsteiger; diese wiederum lernen, wie sie ihr Wissen in einem völlig anderen Umfeld nutzbringend einsetzen können. Eine ausführliche Evaluation ergab eine insgesamt positive Resonanz sowohl der gemeinnützigen Partner als auch der Bankmitarbeiter. Verbessert werden soll die Ausrichtung der jeweiligen Projektziele auf die Fachkompetenzen der Mitarbeiter. In 2007 wird das Programm mit etwa 100 MBA-Absolventen fortgesetzt.

Seit vielen Jahren schon fördert die Deutsche Bank das ehrenamtliche Engagement ihrer Beschäftigten – gemäß dem Förderprinzip „Mehr als Geld“. Im Jahr 2006 waren Mitarbeiter weltweit mit 9843 Manntagen in Schulen, Kultureinrichtungen, Vereinen und bei so genannten Social Entrepreneurs tätig. „Wir sehen in unserem Engagement eine konsequente Form, Verantwortung zu übernehmen, und sind überzeugt, dass sich daraus ein hoher Nutzen sowohl für die Gesellschaft als auch für Mitarbeiter und Bank ergibt“, erklärt Thomas Baumeister, Head of Corporate Volunteering bei der Deutschen Bank. „Viele gesellschaftlich nützliche Initiativen erfordern zu Beginn einen kräftigen ‚Anschub‘ von Fachwissen und Motivation, um in Gang zu kommen.“ Hier sind die fachlichen und sozialen Stärken der Mitarbeiter gefragt: Sie betätigen sich als Mentoren in der Beratung von Einzelpersonen, geben als Referenten ihr Wissen und ihre Erfahrung weiter und nehmen Beratungsaufgaben wahr. Von den Mitarbeitern werden die ehrenamtlichen Angebote vermehrt nachgefragt. „Viele unserer Mitarbeiter haben ein Bedürfnis, sich gesellschaftlich zu engagieren“, beobachtet Baumeister,



Mitglieder der World Toilet Organization und Trainees der Deutschen Bank nach Abschluss ihrer Zusammenarbeit



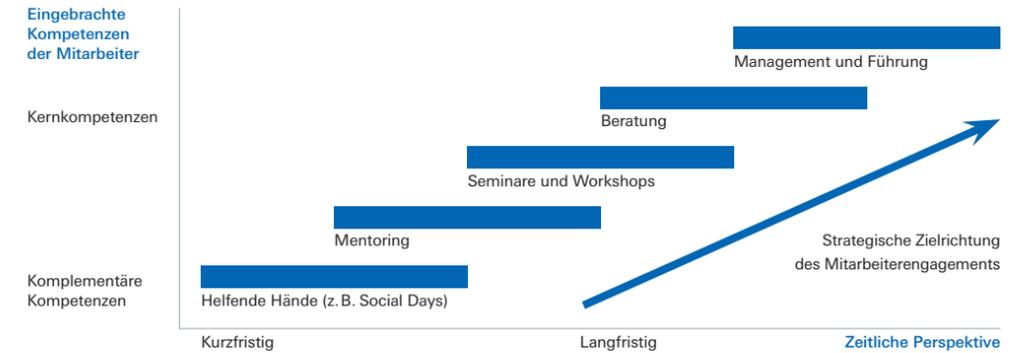
Projekt Shoreditch: Kulturelle und wirtschaftliche Revitalisierung eines sozialen Brennpunkts in London

Viele Mitarbeiter engagieren sich zunächst in einmaligen Aktionen. Bei positiven Erfahrungen fragen sie komplexere Engagementformen mit höheren zeitlichen und fachlichen Ansprüchen nach. Der Nutzen für die Gesellschaft ist tendenziell bei langfristigen Einsätzen von spezifischem Fachwissen am größten.

Portfolio unseres Mitarbeiterengagements

- **Helfende Hände:** Verbesserung der lokalen Infrastruktur, z. B. in Kindergärten und Wohnheimen
- **Mentoring:** Beratung von Einzelpersonen, z. B. Schüler, Schulleiter, Künstler
- **Seminare und Workshops:** Referententätigkeit z. B. an Schulen und Universitäten
- **Beratung:** Unterstützung gemeinnütziger Organisationen, z. B. in den Bereichen Finanzmanagement und Marketing
- **Management:** Engagement in Vorständen und Beiräten gemeinnütziger Einrichtungen und Unternehmen

Portfolio unserer Mitarbeiterprogramme



„befürchten aber, für dauerhafte Ehrenämter in Vereinen nicht genügend Zeit zur Verfügung zu haben.“ Ihnen kommen die zeitlich begrenzten Projekte der Bank – mit klaren Zielsetzungen, unmittelbarer Wirksamkeit, Erfolgskontrolle und unterstützendem Service, wie zum Beispiel Supervision, besonders entgegen.

Damit der gegenseitige Nutzen möglichst groß ist, setzt die Deutsche Bank in ihren Volunteering-Angeboten auf langfristige Beziehungen mit gemeinnützigen Organisationen. Eine besonders große Hebelwirkung hat die Bildung von Engagement-Clustern. Dabei werden Projekte gefördert, die miteinander in Verbindung stehen und sich gegenseitig verstärken. Ein Beispiel hierfür ist die Stadtentwicklungsinitiative im Londoner Stadtteil Shoreditch. So erklärt Kate Cavelle, für den Bereich CSR UK der Bank zuständig: „In Zusammenarbeit mit drei weiteren Unternehmen arbeiten wir in verschiedenen Programmen daran, die Bildungs- und Lebensqualität der Einwohner im Londoner Osten gezielt zu verbessern. Unsere Kollegen bringen sich entsprechend ihrer Kompetenzen ein; etwa, wenn es darum geht, Arbeitsuchende bei ihren Bewerbungen zu unterstützen, für Existenzgründer Finanzplanungen vorzubereiten oder aber die Lese- und Schreibfertigkeiten eines Kindes zu fördern.“

Um die Vorteile für beide Seiten – Organisationen und Mitarbeiter – auf hohem Niveau zu halten, werden alle Projekte regelmäßig einer Evaluation unterzogen. Im Fall der Strategie- und Finanzberatung der WTO ist die Überprüfung auf beiden Seiten positiv ausgefallen. „Zu Beginn prallten Welten aufeinander: viel Idealismus hier, geballtes Hochschulwissen dort“, erinnert sich Jack Sim. Dass am Ende ein überzeugendes Konzept für die Informationskampagne stand, das dazu beitragen kann, jährlich die sanitäre und damit die gesundheitliche Situation von Millionen Menschen zu verbessern, ist das Ergebnis von zwei Wochen intensiver und spannender Arbeit mit gegenseitigem Geben und Nehmen.



Social Days: Kombination aus ehrenamtlichem Engagement und Teambuilding



Common Purpose: Führungskräfte aus unterschiedlichen Bereichen diskutieren lokale Herausforderungen

„Leidenschaft: eröffnet Chancen“

UNSERE MOTIVATION

Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter hat einen hohen Nutzen sowohl für die Mitarbeiter, die gemeinnützigen Partner als auch für die Deutsche Bank.

Mitarbeiter:

- Anregungen aus unterschiedlichen sozialen und kulturellen Milieus
- Sinnstiftende Gemeinschaftserlebnisse
- Gestaltungsmöglichkeiten mit hoher Wirksamkeit

Gemeinnützige Partner:

- Professionalisierung durch den Transfer von Wirtschaftskompetenzen
- Steigerung der Motivation durch die Wertschätzung der Freiwilligen
- Reputationsgewinn

Deutsche Bank:

- Glaubwürdigkeit als gesellschaftlich engagiertes Unternehmen
- Vernetzung mit wichtigen Multiplikatoren
- Stärkung der Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen

STANDARDS FÜR EHRENAMTLICHE PROGRAMME

Basierend auf wissenschaftlichen Untersuchungen und unseren Erfahrungen orientieren wir uns an folgenden Standards:

- Enge Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen
- Entwicklung von Engagementclustern, die sich gegenseitig verstärken
- Systematische Anerkennung des Mitarbeiterengagements

- Verbindung mit Personalentwicklungszielen
- Konsequente Evaluation der Zielerreichung

ZIELE FÜR 2007

- Steigerung des Mitarbeiterengagements insbesondere in den Engagementfeldern „Workshops und Seminare“ sowie „Beratung“ (s.S. 93)
- Ausbau globaler Beratungsaktivitäten bei bezahlter Freistellung der Mitarbeiter
- Stärkere Vernetzung von Freiwilligenaktionen mit Personalentwicklungszielen
- Externe Analyse der Stärken und Schwächen von Strategie und Umsetzung unserer Corporate Volunteering-Aktivitäten

Initiative plus¹

Förderungen 2005 und 2006

Regionen	Förderbeiträge in EUR	
	2006	2005
Deutschland	570 900	235 000
Großbritannien	131 037	145 034
USA	73 804	70 339
Lateinamerika	124 525	113 559
Asien	103 000	67 627
Summe	1 003 266	631 559

¹Siehe gegenüberliegende Tabelle



6700 Schüler ließen sich bisher im Londoner Science Museum für Naturwissenschaften begeistern



Förderung über die Initiative plus: Vorkindergarten „Flohzirkus Astheim“

Die Beteiligung der Mitarbeiter ist in 2006 deutlich gestiegen:

Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiter nach Regionen 2006

Regionen	Engagement in Tagen			Summe	Vergleichswert
	Innerhalb der Arbeitszeit	Außerhalb der Arbeitszeit	Im Rahmen der Initiative plus oder Community Awards ³		
Nord- und Südamerika ¹	0	650	1700	2350	1955
Großbritannien ²	2650	249	1427	4326	3639
Deutschland ¹	357	554	1607	2518	1030
Asien ¹	0	0	621	621	505
Afrika ¹	0	28	0	28	26
Summe	3007	1481	5355	9843	7155

¹Keine Policy zum ehrenamtlichen Engagement innerhalb der Arbeitszeit

²Mitarbeiter können sich an maximal zwei bezahlten Arbeitstagen in Volunteering Programmen engagieren.

³Finanziell unterstützte Projekte außerhalb der Arbeitszeit

Projekt

Helfende Hände Initiative plus

Globales Programm, seit 2001

Bsp. für Unterstützung durch die Initiative plus (1000 Euro)
Ferienlager Odenwald

Helfende Hände Share Our Strength

New York City, seit 2002

Mentoring Patenschaftsmodell Offenbach

in Kooperation mit dem Jugendamt Offenbach
Stadt Offenbach, seit 2005

Mentoring Partners in Leadership

in Kooperation mit der Landesarbeitsgemeinschaft Schule-Wirtschaft Hessen; Rhein-Main-Gebiet und Berlin, seit 2006

HTI

London, seit 2006

Seminare/Workshops Science Museum Outreach Projekt

in Kooperation mit dem Science Museum
London, seit 2006
www.sciencemuseum.org.uk/education

Seminare/Workshops Youth About Business

in Kooperation mit Youth About Business
New York City, seit 2004
www.youthaboutbusiness.org

Beschreibung

Finanzielle Unterstützung des bestehenden ehrenamtlichen Engagements der Mitarbeiter in den Bereichen Bildung, Soziales, Musik, Kunst und Sport

90 Kinder aus z. T. sozial schwachen Verhältnissen gestalteten ein Ferienlager. Eine Bankmitarbeiterin begleitet das Lager seit 17 Jahren und nimmt hierfür jährlich 17 Tage Urlaub

Spendenfonds von Bankmitarbeitern, mit dem Bildungsprojekte gefördert werden, die öffentliche Schulen unterstützen

Individuelle Begleitung von Hauptschülern bei der Suche nach einem Ausbildungsplatz sowie bei der Qualifizierung für eine weiterführende Schule durch Bankmitarbeiter

Individueller Austausch von Führungskräften der Bank und Schulleitern zu den Themen Führung, Projektmanagement, Budgetplanung und Öffentlichkeitsarbeit

▪ Unterstützung des Bildungsprojekts des Science Museums, zur Vermittlung naturwissenschaftlicher Themen
▪ Bankmitarbeiter werden geschult und begleiten Schulklassen ins Museum

Einwöchiges Programm für High School-Schüler, die in der Bank Praxiserfahrungen sammeln können

Ziel

▪ Förderung von lokalen ehrenamtlichen Initiativen
▪ Stärkung der Bindung der Mitarbeiter zur Deutschen Bank

▪ Schulung des Gemeinsinns sowie sozialer Kompetenzen
▪ Kindern einen Ferienaufenthalt ermöglichen

Verbesserung des Bildungsangebots und der Infrastruktur von Schulen in New York

Förderung der beruflichen Chancen von Hauptschülern

▪ Stärkung der Managementkompetenzen der Schulleiter für den zunehmend eigenverantwortlich organisierten Schulbetrieb
▪ Stärkung der Beratungskompetenzen der Bankmitarbeiter durch den Transfer ihres Fachwissens

▪ Junge Menschen für Naturwissenschaften begeistern
▪ Stärkung des Bekanntheitsgrades des Museums
▪ Etablierung des Museums als Ort des Lernens

▪ Jungen Menschen die Finanzbranche als Berufsfeld vorstellen
▪ Vermittlung von Finanzwissen
▪ Motivation von Mitarbeitern, ihre Expertise für die Gemeinschaft einzusetzen

Ergebnisse

Steigerung der Anzahl der geförderten Projekte in allen Regionen (s. Statistik, S. 94)

▪ Steigerung des Selbstwertgefühls der Kinder
▪ Brückenbildung zwischen Kindern aus unterschiedlichen sozialen Verhältnissen

2006:
▪ Spenden in Höhe von 1,5 Mio. USD
▪ Bau von drei Bibliotheken und zwei Spielplätzen

Von 32 betreuten Abgängern fanden 8 Schüler Lehrstellen, 8 wechselten auf eine Realschule, ein Jugendlicher wurde in Arbeit vermittelt, 10 absolvieren ein Berufsgrundbildungsjahr, 5 das Berufsvorbereitungsjahr

Deutschland:
▪ 90% der Führungskräfte und Schulleiter führen den Dialog nach dem ersten Jahr fort
▪ 2007 Einstieg von weiteren Unternehmen

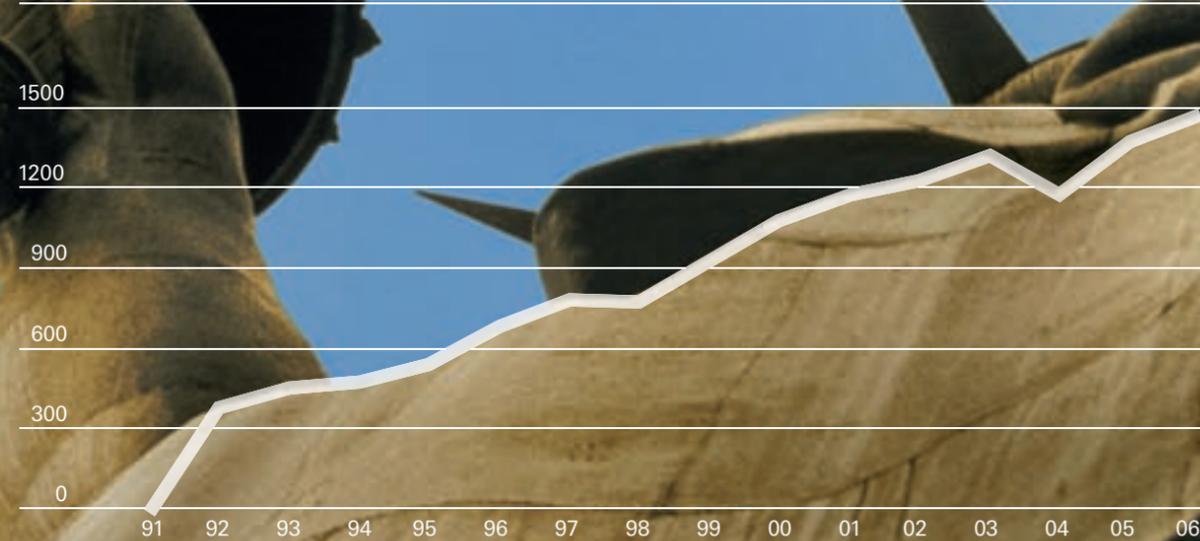
London:
▪ Beteiligung von 25 Bankmitarbeitern

▪ Teilnahme von 6700 Schülern aus 31 Schulen
▪ Engagement von 20 Bankmitarbeitern
▪ 62 Workshops und 9 Schulungen

Teilnahme 2006:
▪ mehr als 35 Bankmitarbeiter
▪ 200 Schüler

Unternehmensgeschichte

Mitgliederzahlen der Historischen Gesellschaft seit Gründung im Jahre 1991



Seit ihrer Gründung im Jahre 1870 entwickelte die Deutsche Bank zielstrebig ihr internationales Geschäft. Von Anfang an beteiligte sie sich auch in den USA – zunächst vorrangig an der Finanzierung von Großprojekten. Heute werden unsere Aktien an der New Yorker Börse gehandelt und rund 20 Prozent unserer Mitarbeiter sind in den USA tätig. Das Historische Institut der Bank ließ das vielfältige Engagement in Amerika in einer wissenschaftlichen Studie aufarbeiten, die 2007 veröffentlicht wird. Die Auseinandersetzung mit unserer eigenen Firmengeschichte sehen wir als zentralen Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Um die Geschichte des Kreditwesens einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln und durch die Beschäftigung mit der Geschichte des Hauses das Zusammengehörigkeitsgefühl unserer Mitarbeiter zu stärken, wurde 1991 die Historische Gesellschaft der Deutschen Bank e. V. gegründet. Mittlerweile zählt sie mehr als 1500 Mitglieder.

Die Deutsche Bank und die USA – Wissenschaftliche Aufarbeitung einer wechselhaften Geschichte

Das Geschäft war vielversprechend, aber riskant. So riskant, dass sich am Ende Vorstandssprecher Georg Siemens persönlich einschaltete, um das Unternehmen zu retten: 1883 hatte sich die Deutsche Bank an der Northern Pacific Railroad des Eisenbahnmagnaten Henry Villard beteiligt, zehn Jahre später wurde diese zahlungsunfähig. Siemens reiste nach New York und errichtete dort ein „Reorganisationskomitee“ für die Besitzer der Eisenbahnbonds. Mit Erfolg: 1897 konnte die Bank in ihrem Geschäftsbericht mitteilen, dass die Northern Pacific mit der Zahlung einer Dividende begonnen habe.

Der persönliche Einsatz von Georg Siemens war Ausdruck einer tiefen Überzeugung, die er einem befreundeten Bankier gegenüber folgendermaßen ausdrückte: „Ich glaube, dass wir in Berlin auch an die amerikanischen Sachen heran müssen. Schließlich liegt uns Amerika näher als Italien, trotz des Gotthard.“ Mit dieser Überzeugung legte Siemens den Grundstein für vielfältiges Engagement in den USA, das die Deutsche Bank in einem historischen Forschungsprojekt aufarbeiten ließ. Rund dreieinhalb Jahre lang wertete der Historiker und Betriebswirt Christopher Kobrak das firmeneigene Archiv aus und nahm Einsicht in viele der rund 1200 Aktenbände, die die amerikanischen Geschäfte der Bank dokumentieren. Ergebnis ist ein Buch, das unter dem Titel „Banking on Global Markets: Deutsche Bank and the United States, 1870 to the Present“ Ende 2007 erscheinen wird. Eine deutsche Ausgabe ist ebenfalls in Vorbereitung.

Es ist glücklichen Umständen zu verdanken, dass der Professor of Finance an der European School of Management, Paris, für seine Forschungsarbeit so viel Material vorfand. Zum einen führte die Bank über ihre Geschäfte in den USA akribisch Buch, zum anderen überstand dieser Teil des Firmenarchivs den Zweiten Weltkrieg und wurde in einer aufwändigen Aktion Anfang der 1960er-Jahre per Luftpost über den Eisernen Vorhang von Berlin nach Frankfurt gebracht. „Unsere Unternehmensgeschichte ist ein zentraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur“, erklärt Martin L. Müller, Leiter des Historischen Instituts der Deutschen Bank, die Bedeutung des Archivs und dessen wissenschaftlicher Auswertung.

Die Aktivitäten der Deutschen Bank in den USA lassen sich grob in drei Phasen einteilen. Von 1872 bis zum Ersten Weltkrieg betätigte sie sich dort vor allem in der Finanzierung von Großprojekten: Die Northern Pacific blieb nicht das einzige Vorhaben, in das sie investierte. Hinzu kamen Projekte wie die Niagara Falls Power Company (Stromerzeugung) oder die Lehigh Coke Company, eine große Kokerei in Pennsylvania. Nach dem Ersten Weltkrieg kam die große Zäsur: Die Deutsche Bank wandelte sich vom Investor zum Kreditnehmer. Neue Geschäfte wurden selten und wenn, dann waren die Rollen umgekehrt: 1927 nahm die Bank in den USA eine Anleihe über den Betrag von 25 Mio. USD auf. Mit der Weltwirtschaftskrise Anfang der 1930er-Jahre verlor das Auslandsgeschäft an Bedeutung, und der Zweite Weltkrieg zerstörte die Geschäftsbeziehungen zu den Vereinigten Staaten vollends.

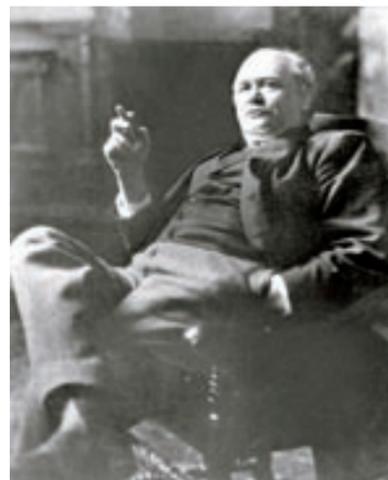
Der erste bedeutsame Schritt über den Atlantik geschah erst wieder 1968: Gemeinsam mit europäischen Partnern etablierte die Deutsche Bank wieder eine eigene Präsenz in New York. Mit der Übernahme von Bankers Trust im Jahr 1999 erlangte das Geschäft in den USA eine völlig neue Größenordnung. Kaum eine andere europäische Bank ist nunmehr mit den

Historisches Institut der Deutschen Bank

1996 zur Erforschung der Geschichte der Bank und zur Aufbewahrung ihrer historisch wichtigen Quellenbestände gegründet. Hervorgegangen aus dem seit 1961 bestehenden Historischen Archiv der Bank, das rund 5000 Regalmeter Akten umfasst. Alle Archivunterlagen aus der Zeit von 1848 bis einschließlich 1945 stehen der Öffentlichkeit für wissenschaftliche Recherchen zur Verfügung.



Northern Pacific Railroad: In den 1880er-Jahren begann die Bank, große Auslandsprojekte zu finanzieren

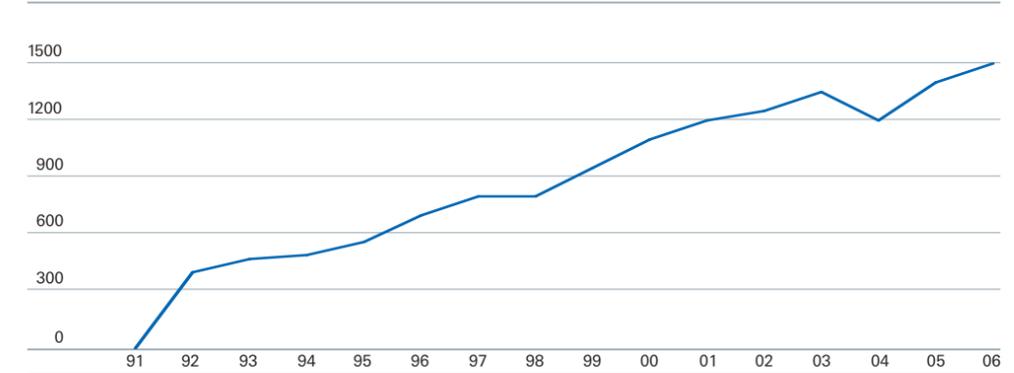


Georg Siemens war von 1870–1900 die zentrale Führungspersönlichkeit der Deutschen Bank

Aufgabe der am 12. Juni 1991 in Frankfurt am Main gegründeten Historischen Gesellschaft der Deutschen Bank ist es, die Geschichte des deutschen und internationalen Kreditwesens einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln. Sie will das Zusammengehörigkeitsgefühl der Mitarbeiter durch Stärkung des historischen Bewusstseins im Konzern fördern. Zurzeit hat die Historische Gesellschaft mehr als 1500 Mitglieder, die aus dem Mitarbeiterkreis und der interessierten Öffentlichkeit kommen.

¹Weitere Informationen s. S. 106

Mitgliederzahlen der Historischen Gesellschaft seit Gründung im Jahre 1991¹



Vereinigten Staaten so stark verbunden wie die Deutsche Bank: Ihre Aktien werden an der New Yorker Börse gehandelt und rund 20 Prozent ihrer Mitarbeiter sind in den USA tätig.



Abschluss der Akquisition von Bankers Trust 1999; Mitarbeiter vor der Zentrale in Frankfurt am Main



C. Kobrak, Professor of Finance an der European Management School, Paris

Für Christopher Kobrak ist eine der wesentlichen Erkenntnisse seiner Forschung, „dass sich die Manager der Deutschen Bank schon immer bewusst waren, dass ihr Erfolg vom Zugang zu internationalen Märkten abhängig ist“. Allerdings wandelte sich für das Unternehmen im Laufe der Zeit die Herangehensweise. „Vor dem Ersten Weltkrieg war die Deutsche Bank in den USA allein aufgrund ihrer starken Position in Deutschland und einem Netz persönlicher Beziehungen erfolgreich – ohne groß in eigene Repräsentanzen investieren zu müssen“, analysiert Kobrak. Heute hingegen bestehe

die strategische Notwendigkeit, in Schlüsselmärkten eigene Präsenz aufzubauen. Kobrak bringt es auf einen Nenner: „Banken müssen heute globale Institutionen werden, wohingegen sie vor 1914 nationale Unternehmen mit starken internationalen Verbindungen sein konnten.“

Mit seiner Forschungsarbeit konnte der renommierte Wissenschaftler lang gehegten Fragestellungen nachgehen: Dazu gehört der Vergleich nationaler Firmenkulturen und Corporate Governance-Systemen, wie auch die Frage, warum und wie sich Unternehmen internationalisieren. „Anhand der nahezu 140 Jahre langen Geschichte der Deutschen Bank in den USA konnte ich studieren, wie sich solch unterschiedliche Unternehmenssysteme gegenseitig beeinflussten und entwickelten“, so Kobrak. „Ohne das Archiv der Bank wäre das nicht möglich gewesen.“ Insofern ist die Studie wesentlich mehr als die Geschichte einer Bank.

Ergänzende Informationen

<u>STIFTUNGEN UND GEMEINNÜTZIGE GESELLSCHAFTEN DER DEUTSCHEN BANK</u>	
Der Bereich Corporate Social Responsibility	101
Deutsche Bank Stiftung	102
Alfred Herrhausen Gesellschaft	103
Deutsche Bank Americas Foundation	104
Corporate Social Responsibility UK	104
Deutsche Bank Africa Foundation	105
Deutsche Bank Asia Foundation	105
Stiftungsfonds Deutsche Bank im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft	106
Historische Gesellschaft der Deutschen Bank e.V.	106
<u>ANHANG</u>	
Preise, Auszeichnungen und Ranking-Ergebnisse 2006	107
Über diesen Bericht und GRI-Index	108
Impressum/Publicationen	110

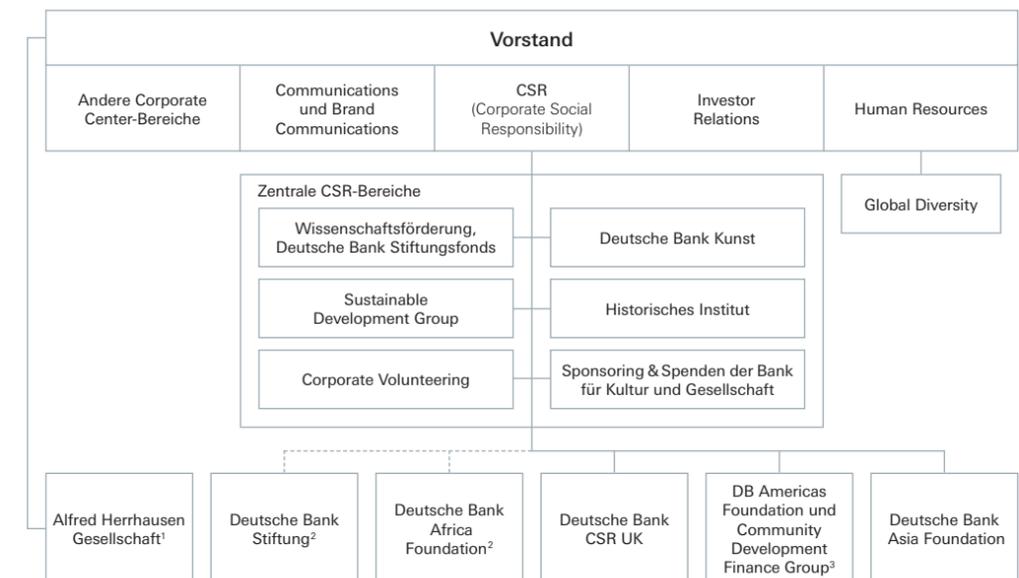
Leitung:
 Hanns Michael Hölz
 Michael Münch
 Frank Trümper
 (bis 30.06.2006)

Der Bereich Corporate Social Responsibility

Als eigenständiger Bereich berichtet Corporate Social Responsibility (CSR) direkt an den Vorstand der Deutschen Bank. Seine Aufgabe ist einerseits, das Bewusstsein für verantwortungsvolle Unternehmensführung und gesellschaftliches Engagement zu schärfen, und andererseits Leitlinien für die Umsetzung zu definieren sowie Aktivitäten in den Geschäftsbereichen und den Regionen zu unterstützen. Dabei setzen fünf regionale CSR-Vertretungen die globale Strategie der Bank als Unternehmensbürger weltweit um: die Deutsche Bank Stiftung, Corporate Social Responsibility UK, die Americas Foundation, Africa Foundation und Asia Foundation. Die Alfred Herrhausen Gesellschaft, das internationale Forum der Deutschen Bank, führt Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in Diskussionsrunden und Konferenzen zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen zusammen. Die globalen CSR-Bereiche umfassen die Sustainable Development Group, die u. a. für das Nachhaltigkeits-Management-System der Bank zuständig ist, Deutsche Bank Kunst und das Historische Institut. Im Bereich CSR sind zudem die Koordination von Spenden- und Sponsoringmaßnahmen, Aktivitäten zur Wissenschaftsförderung sowie das für die Mitarbeiterprogramme zuständige Corporate Volunteering angesiedelt.

www.deutsche-bank.de/csr

CSR-Organisationsstruktur



¹Gemeinnützige GmbH
²Rechtsfähige „Stiftungen bürgerlichen Rechts“
³Inkl. Deutsche Bank Microcredit Development Fund (DBMDF)

Deutsche Bank Stiftung

Gründungsjahr	2005; hervorgegangen aus der Verschmelzung der Deutsche Bank Stiftung Alfred Herrhausen Hilfe zur Selbsthilfe (seit 1987) und der Kultur-Stiftung der Deutschen Bank (seit 1995)
Stiftungskapital	123,5 Mio. EUR
Förderungen 2006	6,6 Mio. EUR
Fördervolumen 1987-2006	105,4 Mio. EUR

FÖRDERPROGRAMM

Förderschwerpunkte der Stiftung sind die Bereiche Bildung, Soziales, Musik und Kunst. Dabei konzentriert sich die Stiftung auf Bildungsprojekte an der Schnittstelle zu Wirtschaft und Kultur, die junge Menschen dazu bringen, ihre Potenziale zu erkennen und zu nutzen. Daneben nehmen die Hochschulförderung und die Unterstützung des regionalen Kunst- und Musiklebens eine wichtige Rolle in der Förderpraxis ein. Mit dem Alfred Herrhausen Fonds „Hilfe zur Selbsthilfe“ erfährt das traditionelle soziale Engagement, d.h. die Hilfe in Notsituationen und die Förderung von benachteiligten Jugendlichen, in der Stiftung seine Verankerung. Die Stiftung leistet zudem schnelle und unbürokratische Hilfe in Katastrophenfällen.

Die Stiftungsarbeit beinhaltet mehr als das Verteilen von Geldern nach bestimmten Kriterien: es geht um langfristige Perspektiven, nachhaltige Weichenstellung für im Aufbau befindliche Projekte. Es wäre kurzsichtig, nur möglichst repräsentative und aufwändige Vorhaben zu unterstützen. Immer wieder zeigt sich, dass auch kleine, ungewöhnliche Initiativen große Wirkung entfalten können, wenn sie gut geplant sind und professionell begleitet werden. Die Deutsche Bank Stiftung steht diesen Projekten nicht nur mit Geld, sondern auch mit Rat und Tat von Mitarbeitern der Deutschen Bank zur Seite.

AKADEMIE MUSIKTHEATER HEUTE

Ein Programmbeispiel ist die aus einer Hochschulinitiative im Jahr 2001 entwickelte Akademie Musiktheater heute. Sie vergibt jährlich 15 Stipendien an Nachwuchs-Führungskräfte des Musiktheaters – an Dirigenten, Regisseure, Intendanten und Dramaturgen, 2006 erstmals auch an Komponisten. Im interdisziplinären Rahmen werden, begleitend zu Studium oder Beruf, Produktionen und internationale Festivals besucht, Diskussionen mit Fachleuten organisiert und Workshops abgehalten. So gibt die Akademie Musiktheater heute Raum für die intensive Auseinandersetzung mit aktueller Aufführungspraxis und für Gespräche mit etablierten Managern und Künstlern des Musiktheaters. Ziel der Akademie ist, über die Grenzen einzelner Opernhäuser hinweg an der Weiterentwicklung des Musiktheaters als zeitgenössischer Kunstform zu arbeiten.

www.deutsche-bank-stiftung.de

www.musiktheater-heute.org

www.katastrophenhilfe.db.com

Vorstand:

Tessen von Heydebreck
(Vorsitzender)

Frank Trümper
(Stellvertretender Vorsitzender,
bis 30.06.2006)

Michael Münch

Peter Spitze

Christian Stronk

Geschäftsführung:

Wolfgang Nowak

Norbert Walter

Kuratorium:

Josef Ackermann (Vorsitzender)

Xiangming Chen

Lady Lynn Forester de Rothschild

Detlev Ganten

Lord Anthony Giddens

Peter Gomez

Heather Grabbe

Tessen von Heydebreck

S. E. Wolfgang Ischinger

Jürgen Jeske

Sergej A. Karaganov

Charles A. Kupchan

Jürgen Mlynek

Enrique Norten

Andrej Plesu

Bruce M. Ramer

Stephan Sattler

Rolf Schmidt-Holtz

Gunnar Folke Schuppert

Christoph Schwöbel

Haig Simonian

Sebastian Turner

America Vera-Zavala

Lord George Weidenfeld

Alfred Herrhausen Gesellschaft

Gründungsjahr	1992
Budget 2006	2,9 Mio. EUR
	Finanziert durch Spenden der Deutschen Bank

FÖRDERPROGRAMM

Die Alfred Herrhausen Gesellschaft (AHG) ist das internationale Forum der Deutschen Bank. Sie sucht Spuren der Zukunft in der Gegenwart und führt Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur zusammen, die sich für die Zukunft der Zivilgesellschaft engagieren. Die AHG ist dem Wirken des früheren Vorstandssprechers Alfred Herrhausen verpflichtet, der 1989 von Terroristen ermordet wurde: zeit seines Lebens setzte er sich für die gesellschaftliche Verantwortung der Wirtschaft und ihrer Repräsentanten ein. Mit zahlreichen Konferenzen, Diskussionsrunden und Publikationen zu Themen wie z.B. Bildung, Toleranz, Europa, Governance und die Zukunft der Städte hat sich die AHG in den vergangenen Jahren aktiv an gesellschaftspolitischen Debatten beteiligt (s. S. 84 ff).

www.alfred-herrhausen-gesellschaft.org

Deutsche Bank Americas Foundation

Gründungsjahr	1999; hervorgegangen aus der Stiftung des US-Finanzinstituts Bankers Trust, das von der Deutschen Bank übernommen wurde
Förderungen 2006	12,3 Mio. EUR Finanziert durch Spenden der Deutschen Bank

FÖRDERPROGRAMM

Schwerpunkte der Stiftungsarbeit bilden Stadtentwicklungsinitiativen, Bildungsprogramme und Kulturförderung sowie Projekte zur interkulturellen Verständigung. Zudem ist hier das Kompetenzzentrum für das weltweite Engagement der Deutschen Bank im Bereich Mikrofinanzierungen angesiedelt. Anders als bei der Deutsche Bank Stiftung werden die Engagements der Americas Foundation nicht aus Erträgen eines Stiftungskapitals finanziert, sondern durch Spenden der Bank. Flankiert wird ihre Arbeit durch die Community Development Finance Group (CDFG), die wirtschaftlich schwache Gemeinden mit Krediten und Investitionen unterstützt. Darüber hinaus entwickelt die CDFG für konzertierte Projekte, wie zum Beispiel Gebäude- und Schulsanierungen, Finanzierungskonzepte und koordiniert deren Gesamtfinanzierung. Das Engagement der Stiftung geht weit über das gesetzlich verlangte Minimum in den USA hinaus und wurde seit der ersten Prüfung 1992 jährlich von der US-Regierung als „outstanding“ bewertet.

www.community.db.com

Corporate Social Responsibility UK

Gründungsjahr	1989; hervorgegangen aus dem Charity-Programm der Morgan Grenfell, Ltd., die 1989 von der Deutschen Bank übernommen wurde
Förderungen 2006	5,7 Mio. EUR Finanziert durch Spenden der Deutschen Bank

FÖRDERPROGRAMM

Der Bereich Corporate Social Responsibility UK ist formal eine Geschäftseinheit der Deutschen Bank UK, verfolgt jedoch wie eine selbstständige Stiftung wohltätige Zwecke. In enger Kooperation mit gemeinnützigen Partnerorganisationen und durch zahlreiche Volunteering-Programme fördert er vorrangig Projekte in sozial benachteiligten Stadtteilen Londons. CSR UK wurde in den vergangenen Jahren vielfach für sein vorbildliches gesellschaftliches Engagement ausgezeichnet. 2006 erhielt die Deutsche Bank UK beispielsweise den „Economic Regeneration Dragon Award“ und den „Business in the Community Big Tick“, für das Projekt Shoreditch, einer Stadtentwicklungsinitiative im Stadtteil Shoreditch mit dem Ziel, die Bildungs- und Lebensqualität zu verbessern und zu einer nachhaltigen Stadtteilentwicklung beizutragen.

www.communityuk.db.com

Chairman:

Seth H. Waugh

President:

Gary S. Hattem

Board Members:

Jacques Brand

Jorge Calderon

Hanns Michael Hölz

Carlos Padula

Richard Walker

Board of Trustees:

Colin Brown

Niall Carroll

Lindiwe Gadd

Hanns Michael Hölz

Tamzin Ratcliffe

Murray Winckler

Leitung:

Colin Brown

Deutsche Bank Africa Foundation

Gründungsjahr	2001
Stiftungskapital	16,4 Mio. EUR
Förderungen 2006	1,0 Mio. EUR

FÖRDERPROGRAMM

Der Förderschwerpunkt der Africa Foundation liegt auf Bildungsprogrammen. Mit dem Educational Development Programme (EDP) fördert sie in Südafrika beispielsweise Schulen in strukturschwachen Gemeinden, damit diese ihr Ausbildungsangebot ausbauen können. Zudem finanziert die Stiftung Schulungen für Lehrer und vergibt im Student Sponsorship Programme Stipendien an Schüler, die auch von Bankmitarbeitern als Mentoren beraten werden. Darüber hinaus unterstützt die Africa Foundation seit 2002 im Rahmen der Initiative NOAH (Nurturing Orphans of Aids for Humanity) die Integration von Aids-Waisen in die Gesellschaft. In kleinen Familiengruppen werden die Kinder von Bezugspersonen aus ihrem Umfeld betreut und erhalten eine Schulausbildung. Mehr als 25000 Kinder werden mittlerweile über diese Initiative versorgt.

www.deutsche-bank.de/csr

Deutsche Bank Asia Foundation

Gründungsjahr	2003
Budget 2003-2007	5,0 Mio. EUR Finanziert durch Spenden der Deutschen Bank
Förderungen 2006	1,2 Mio. EUR

FÖRDERPROGRAMM

Im Dezember 2003 gründete die Deutsche Bank die Asia Foundation, um ihrem Engagement in Asien eine dauerhafte und unabhängige Verankerung zu geben. Ihr Hauptanliegen ist es, einen Beitrag zu stabilen sozialen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für ein gesundes Umfeld künftiger Generationen zu leisten. Förderschwerpunkte der Stiftung sind, wie auch bei der Africa Foundation, ein Bildungsprogramm in Thailand, Indien, Laos, Vietnam und Kambodscha für Waisenkinder, die ihre Eltern durch Aids verloren haben, lokale Bildungsprojekte, die Beteiligung an der Initiative plus – der globalen Mitarbeiterinitiative der Deutschen Bank – sowie Katastrophenhilfe. Gemeinsam mit der Deutsche Bank Stiftung koordinierte die Asia Foundation einen Teil der Hilfeleistungen der Bank für die Opfer der Tsunami-Katastrophe in Asien.

www.deutsche-bank.de/csr
www.katastrophenhilfe.db.com

Deutsche Bank in London (DBiL) Board

Chairman:

Charles Aldington

Board:

Roger Ayland

Elaine Bartleet

David M. Brush

Kate Cavelle

Graham Hodgkin

Mandy Coxon

Ivor Dunbar

Hanns Michael Hölz

Sam Lytton

Tim Pethybridge

Marcus Wuest

Peter Wyllie

Leitung CSR UK:

Kate Cavelle

Leitung:

Michael West

Koordination:

Collin Grassie

Hanns Michael Hölz

Stiftungsfonds Deutsche Bank im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

Gründungsjahr	1970
Stiftungskapital	10,7 Mio. EUR
Förderungen 2006	4,7 Mio. EUR

FÖRDERPROGRAMM

Der Stiftungsfonds Deutsche Bank ist eine treuhänderische Stiftung im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e. V., mit deren Mitteln Wissenschaft in Forschung und Lehre national wie international gefördert und unterstützt wird. Die Fördersumme setzt sich zusammen aus einer jährlichen Spende der Bank sowie Zinsen und Dividenden aus dem Stiftungskapital. 50 Prozent der Fördermittel werden auf Initiative der Deutschen Bank eingesetzt, 50 Prozent im Rahmen der Projekte und Förderungen des Stifterverbands (s. S. 89).

www.stifterverband.de

Historische Gesellschaft der Deutschen Bank e. V.

Gründungsjahr	1991
Mitgliederzahl Ende 2006	1550
Mitgliedsbeitrag	10 EUR; fördernd ab 60 EUR

FÖRDERPROGRAMM

Die Historische Gesellschaft der Deutschen Bank ist ein eingetragener Verein, dessen Mitglieder aus dem Mitarbeiterkreis der Deutschen Bank und der interessierten Öffentlichkeit kommen. Die Historische Gesellschaft verfolgt ausschließlich gemeinnützige Zwecke und will die Geschichte des Bankwesens und seines politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Umfelds einem breiteren Publikum bekannt machen. Sie erfüllt diese Aufgabe durch vielfältige eigene Publikationen, öffentliche Vortragsveranstaltungen und Exkursionen.

www.bankgeschichte.de

Vorstand:

Josef Ackermann
Andreas Schlüter

Vertreter:

Michael Münch
Heinz-Rudi Spiegel

Vorstand:

Rolf-E. Breuer
(Vorsitzender)
Tessen von Heydebreck
(Schatzmeister)
Manfred Pohl
(geschäftsführender Vorsitzender)
Josef Ackermann
Gerald D. Feldman
Jürgen Fitschen
Dierk Hartwig
Michael Münch

Preise, Auszeichnungen und Ranking-Ergebnisse 2006 (Auswahl)¹

Business in the Community Big Tick

Auszeichnung von der Organisation Business in the Community für das Projekt Shoreditch (s. S. 71) in der Kategorie „Power in Partnership“.

Charities Aid Foundation

Die Deutsche Bank wurde in London von der Charities Aid Foundation in der Kategorie „Effective Giving“ für ihr CSR-Engagement ausgezeichnet.

City of London Annual Clean City Awards 2006

Auszeichnung der 14 Standorte der Deutschen Bank in London mit jeweils einer „Goldmedaille“ im Rahmen der „Clean City Awards“. Die Initiative der Stadt London setzt sich in Kooperation mit wirtschaftlichen Akteuren für Müllreduzierung und Recycling von Abfällen ein.

City of London Dragon Award

in der Kategorie „Wirtschaftliche Erneuerung“ für das Projekt Shoreditch.

Erwin Piscator Honorary Award 2006

verliehen von Elysium - Between Two Continents, Inc. an die Deutsche Bank Americas Foundation (s. S. 104) für ihre beispielhaften philanthropischen Aktivitäten und Stadtentwicklungsinitiativen in benachteiligten Gemeinden.

EU Kompendium „Bewährte Verfahren am Arbeitsplatz“

Die Bank wurde aufgrund ihrer guten Umsetzung von Diversity-Prinzipien europaweit aus 500 Unternehmen ausgewählt und in das Kompendium aufgenommen.

Euromoney Project Finance „European Healthcare Deal of the Year“ und PFI Award „EMEA PPP Deal of the Year 2006“

Auszeichnung für die Finanzierung des Protonentherapiezentrum in Essen (s. S. 28) aufgrund der Entwicklung einer neuen Finanzierungsstruktur für PPP-Projekte im Allgemeinen und im Besonderen als Präzedenz für Deutschland (PFI) sowie der innovativen Finanzierungsstruktur und ersten PPP-Struktur in der Protonentherapie weltweit (Euromoney).

Golden Peacock Global Award for Corporate Social Responsibility

Auszeichnung vom World Council of Corporate Governance: Der 1999 ins Leben gerufene Preis honoriert langfristiges Engagement von Unternehmen für ethisches Verhalten, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, soziale Verantwortung und für einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen.

Human Rights Campaign – 2006 Corporate Equality Index

Die Bank erzielte erneut die volle Punktzahl im „Human Rights Campaign's Corporate Equality Index“ (CEI), der das Engagement großer Unternehmen in Bezug auf ihre lesbischen, schwulen, bisexuellen und transsexuellen Mitarbeiter, Konsumenten und Investoren bewertet. Damit haben wir bereits im vierten Jahr in Folge die volle Punktzahl erreicht.

Operational Risk & Compliance Achievement Award

Die Deutsche Bank wurde bei der vom Fachmagazin „Operational Risk“ durchgeführten Verleihung der Operational Risk & Compliance Achievement Awards in London mit dem Preis für das beste Continuity-Programm ausgezeichnet.

Patron of Culture 2006

Auszeichnung in der Kategorie „Promoter“ durch das polnische Ministerium für Kultur und nationales Erbe für „außerordentliches Engagement im Bereich der polnischen Kultur“ und besonders für den Kunstwettbewerb „Views“ der Deutsche Bank Stiftung.

Sunday Times Best Companies 2006

Die „Sunday Times“ nannte die Deutsche Bank als einen der Top 20-Arbeitgeber unter den großen Unternehmen in Großbritannien.

The Guardian Public Services Awards

Auszeichnung in der Kategorie „Good Citizenship“

Times Top 50 Places Where Women Want to Work 2006

in einer Umfrage der Zeitung „The Times“ Auflistung als eines der Top 50-Unternehmen, in denen Frauen bevorzugt arbeiten möchten.

Total E-Quality Prädikat 2005

Die Deutsche Bank wurde 2005 zum dritten Mal in Folge mit dem alle drei Jahre zu vergebenden Prädikat ausgezeichnet, das Diversity-Initiativen sowie die Schaffung einer familienfreundlichen Arbeitsumgebung würdigt.

Deutscher Kulturförderpreis

Im Rahmen des Deutschen Kulturförderpreises erhielt die Bank eine von insgesamt drei vergebenen Auszeichnungen für die Unterstützung des Programms Zukunft@BPhil (s. S. 77). Mit dem Preis würdigt der Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI vorbildliches kulturelles Engagement von Unternehmen. Darüber hinaus wurde ein Ranking kulturfördernder Unternehmen erstellt. In der Kategorie „Unternehmen mit mehr als 2000 Mitarbeitern“ belegten wir auf dieser Rangliste den zweiten Platz.

Working Mother Award 2006

zum fünften Mal in Folge Auszeichnung im jährlichen Ranking der Zeitschrift „Working Mother“ als eines der 100 besten Unternehmen für berufstätige Mütter.

¹ Zu den Ergebnissen der Nachhaltigkeitsratings s. S. 18-19

Über diesen Bericht

BERICHTSZEITRAUM

Der vorliegende Bericht umfasst den Zeitraum Januar 2006 bis Dezember 2006. Die Berichte „Gesellschaftliche Verantwortung“ der Deutschen Bank erscheinen jährlich.

BERICHTSINHALT UND ZIELSETZUNG

Der Berichtsinhalt und die Gewichtung der Themen orientieren sich an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Wir sind ausführlich auf die Richtlinien der dritten Generation (G3) der „Global Reporting Initiative“ (GRI), einschließlich der „Social Performance Indicators“ (SPI) und der „Environmental Performance Indicators“ (GRI und UNEP Finance Initiative), eingegangen. Dabei handelt es sich um anerkannte Indikatoren, die dazu dienen, die Nachhaltigkeitsberichterstattung zu standardisieren und damit vergleichbar zu machen (www.globalreporting.org).

Die GRI hat unsere diesjährige Berichterstattung auf einer Skala von A+ bis C mit A bewertet. Die Stufen A+ bis C bilden den Bewertungsrahmen der GRI, wobei A+ die höchste Zertifizierung darstellt und nur durch eine zusätzliche Prüfung durch externe Dritte erreicht werden kann. Soweit sich im Bericht Inhalte des Jahres- oder Finanzberichts wiederholen, wurden sie im Hinblick auf

die Orientierung an den GRI-Richtlinien teilweise aufgeschlüsselt oder neu zusammengestellt.

In den unterschiedlichen Kapiteln richten wir uns mit spezifischen Themen an unsere jeweiligen Stakeholder. So geben wir einen umfassenden Überblick über all unsere weltweiten Aktivitäten und gehen damit zugleich auf die Informationsbedürfnisse unserer Interessengruppen ein.

Nachhaltiges Handeln ist in allen Bereichen unseres Konzerns von Bedeutung und zieht sich somit als roter Faden durch den ganzen Bericht. Dabei bildet unser Nachhaltigkeits-Management-System den Rahmen für eine einheitliche und systematische Berücksichtigung nachhaltiger Herausforderungen. Darüber hinaus behandelt der Bericht aktuelle Themen, die sich unserem Unternehmen und unseren Stakeholdern stellen. So sind in diesem Jahr u. a. der Klimawandel, demographische Entwicklungen, die internationale Förderung von Bildungsinitiativen sowie die weltweite Armutsbekämpfung Themenschwerpunkte. Ansätze, Strategien und Richtlinien, mit denen die Deutsche Bank diesen Herausforderungen begegnet, werden im Bericht detailliert dargelegt. Darüber hinaus stellen wir in den Textbeiträgen unsere jeweiligen Ziele und bisherigen Leistungen oder Ergebnisse vor. Aufgrund der Vielzahl unserer Aktivitäten veröffentlichen wir

nur eine Auswahl unserer Initiativen und Projekte. Wir haben diese jedoch so ausgewählt, dass sie ein repräsentatives Bild unseres weltweiten Engagements wiedergeben.

Weitere Informationen zur Deutschen Bank – v. a. in Bezug auf die „Ökonomischen Indikatoren“, Angaben zu „Organisationsprofil“ sowie „Governance“ können Sie den auf S. 110 aufgeführten Publikationen entnehmen.

QUALITÄT UND TRANSPARENZ

Wir fühlen uns zu einer transparenten Unternehmenspolitik und -kommunikation verpflichtet. Deshalb bilanzieren wir auch jährlich unseren Leistungsbeitrag für eine nachhaltige Entwicklung und für die Gesellschaft. Die hier veröffentlichten Diagramme und Tabellen präsentieren aussagekräftige und genaue Informationen zu unseren Aktivitäten. Die Gerling Consulting Gruppe GmbH wurde zudem von der Deutsche Bank AG beauftragt, die Systematik der Datengenerierung und Datenaggregation der im Bericht 2006 abgebildeten betriebsökologischen Kennzahlen hinsichtlich ihres Aufbaus und Umfangs sowie ihrer Angemessenheit der branchenüblichen Best Practice zu überprüfen. Unser Nachhaltigkeits-Management-System ist extern nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert und rezertifiziert bis einschließlich 2008.

Berichtsinhalt, Zielsetzung und Qualität

1.1–1.3	S. 1–2, 5–9, 108
Strategie und Analyse	
1.1–1.2	S. 1–2, 5–9, 12–14, 18–19, 20–21, 34–35, 48–49, 54–56, 58, 65, 70–71, 77, 82–83, 88–89, 94–95, JB: S. 2–5

Organisationsprofil

2.1	U1
2.2	S. 12–13, 24–25, 26–29, 48–49, JB: S. 10–14
2.3	S. 101, JB: S. 10–14
2.4	JB: S. 10–14
2.5	U3, S. 24–25, 36, JB: S. 14
2.6	U3, JB: S. 18
2.7	JB: S. 10–13, 16–21

Organisationsprofil (Fortsetzung)

2.8	U3, S. 36, JB und FB
2.9	U2, U3, 36ff, JB: S. 1–5, 10–14
2.10	S. 107, www.db.com

Berichtsparameter

3.1–3.3	U1, U2, U3, S. 108
3.4	S. 112
3.5	S. 1–2, 5–9, 108
3.6	S. 108
3.7	S. 57, 108
3.8	JB: S. 2ff
3.9	U2, S. 7–9, 20, 56
3.10	S. 57
3.11	keine

Berichtsparameter (Fortsetzung)

3.12	S. 108
3.13	S. 56

Governance, Verpflichtungen und Engagements

4.1, 4.6	S. 7ff, 15–17, 101, JB: S. 6–7, 11, 15–16, FB: S. 194ff
4.2–4.3	FB: S. 194ff, JB: S. 15–16
4.4	S. 9, JB: S. 15
4.5	JB: S. 15–16, FB: S. 35–39, 201ff
4.7–4.9	S. 5–9, 15–17, 39–41, 50, 58, FB: S. 55ff
4.10	FB: S. 56ff
4.11	S. 17, 30–31
4.12–4.13	S. 7–9, 15–17, 50–51, 58, 59
4.14–4.15	S. 4, 50–51, JB: S. 17
4.16–4.17	S. 18–19, 20, 28, 44, 50–52, 59, 86–89

Ökonomie

Management Approach Disclosure	U3, JB: S. 2–5, 10–14
EC1	U2, U3, S. 5–6, 101–106, JB: S. 48ff
EC2	S. 12–14, 26–27
EC3	S. 41, 44
EC4	n. b. aus Datenschutzgründen
EC6	S. 58
EC7	S. 34–35, 36–44
EC8	U2, S. 5–6, 38, 44, 60–95, 102–106

Ökologie

Management Approach Disclosure	S. 7–9, 14, 16–17, 26–29, 54–57
EN1–8, 14, 16–18, 22, 26, 29	S. 12–14, 26–27, 54–57
EN11	nicht vorhanden
EN19, 21, 23, 27	für Finanzdienstleister nicht relevante Elemente
EN12	Unterstützung der Peace Parks Foundation
EN20	Datenmenge wird nicht erhoben aufgrund des unverhältnismäßig hohen Erhebungsaufwands
EN28	keine

Produktverantwortung

Management Approach Disclosure	S. 16–17, 30–31, 58, JB: S. 28–41
PR1, 3, 5–6	S. 5–6, 30–31, 45
PR9	nicht berichtet aufgrund bankspezifischer regulatorischer Beschränkungen sowie interner Regelungen

Arbeitspraxis und Arbeitsqualität

Management Approach Disclosure	S. 7–9, 36–45, 50, 58, JB: S. 42–43
LA1–3	S. 36–44, JB: S. 20, 42–43
LA4	Form 20-F: S. 107–108
LA5	Ziel: Informationen zu Indikator im Bericht 2007
LA6–7, 9	S. 45, 59
LA8	S. 34, 42–43, 59
LA10–11	S. 34–35, 37–38
LA13	FB: S. 194ff
LA14	nicht berichtet aufgrund bankspezifischer regulatorischer Beschränkungen sowie interner Regelungen

Menschenrechte

Management Approach Disclosure	S. 34–45, 50, 58, JB: S. 42–43
HR1–2	S. 16, 58
HR4	Angebot verschiedener Instrumente zur Vermeidung von Diskriminierung und zur Unterstützung von betroffenen Mitarbeitern; keine Datenveröffentlichung zum Schutz der Mitarbeiter
HR5–7	S. 16, 50, 58, Form 20-F: S. 107–108

Gesellschaft

Management Approach Disclosure	S. 5–9, 15–17, 101
SO1	S. 5–6, 59, 60–71, 84–95
SO2–4	S. 17, 58
SO5	S. 59, 84–88
SO8	nicht berichtet aufgrund rechtlicher Gründe, bankspezifischer regulatorischer Beschränkungen sowie interner Regelungen

Social Performance Indicators (SPIs)

CSR1	S. 5–9, 34–45, 50–51, 101–106
CSR2	S. 7–9, 101–106
CSR3	S. 9, 18–19
CSR4	S. 7–9, 15–17, 30–31, 50, 58–59
CSR5	n. b.
CSR6	S. 20, 30, 42, 44, 50–51, 58, 84–88, 107–108
INT1	S. 32–45
INT2	S. 36, FB: S. 40, JB: S. 42–43
INT3	U2, S. 20, 44
INT4	FB: S. 35–39, 200ff
INT5–7	n. b.
SOC1	U2, S. 5–6, 60–95, 101–106
SOC2	n. b.
SUP1	S. 58
SUP2	n. b.
RB1	S. 16, 22–31
RB2	n. b.
RB3	S. 27–29, 46–49
IB1	S. 7–9, 16–17
IB2	n. b.
IB3	S. 26, 46–49
AM1–2	S. 18–19, 26–29
AM3	n. b.
INS1–4	n. b.

Environmental Performance Indicators¹

F1–2	S. 7–9, 16–17
F3	n. b.
F4	S. 16
F5	S. 8, 14, 54–65
F6	S. 7–9, 18–19, 56
F7	S. 14, 26–27, 50–51
F8–11, 13	n. b.
F12	S. 26–27

¹Für weitere Informationen: siehe Risikobericht (S. 56–90) im Finanzbericht 2006 n. b. = nicht berichtet. Dies beruht z. T. auf rechtlichen Gründen und bankspezifischen regulatorischen Beschränkungen, mitunter auch auf internen Regelungen, dem Fehlen entsprechender Daten oder für Finanzinstitutionen nicht relevanten Elementen. FB = siehe Finanzbericht 2006, JB = siehe Jahresbericht 2006



Impressum/Publikationen

Deutsche Bank AG
 Taunusanlage 12
 60262 Frankfurt am Main
 Telefon: (0 69) 910-00
deutsche.bank@db.com

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
 LEITUNG/VERANTWORTLICH FÜR DEN
 INHALT:**

Hanns Michael Hölz
 Michael Münch

PROJEKTLEITUNG:

Tanja Christ
 Deutsche Bank AG
 Corporate Social Responsibility
 Cultural Management
 Rossmarkt 18
 60311 Frankfurt am Main
tanja.christ@db.com
www.deutsche-bank.de/csr

KONZEPT UND GESTALTUNG:

Scholz & Friends Berlin

TEXTREDAKTION:

vier-x Kompetenzteam in Sachen Nachhaltigkeit

REDAKTIONELLE ANMERKUNG:

Alle Angaben in diesem Bericht erfolgten mit 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 allen Beteiligten außerhalb des Unternehmens, die an der Erstellung dieses Berichts mitgewirkt haben, danken wir für die freundliche Unterstützung.

BILDNACHWEIS:

Seite 29 (o.): Museumslandschaft Hessen Kassel

Seite 29 (u.): Welthungerhilfe e.V.

Seite 35: Frank Nürnberger, event-photo.biz

Seite 36 (u.): H. J. Herrmann

Seite 54: Stephane Gros

Seite 59: Yvan Glanie

Seiten 62 // 63: Akud/Lars Reimann

Seite 64 (l. u.): Andreas Oldörp; Helene-Lange-Gymnasium

Seite 64 (Mi. u.): youthbank.de

Seite 69 (o.): Marcus Vogel

Seite 69 (u.): Hertie-Stiftung/ Frank Nürnberger

Seite 70 (r. u.): Prisma e.V.

Seiten 74 // 75 (u.): Peter Adamik

Seite 76 (l. o.): Anna Meuer

Seite 76 (Mi.): Katrin Schander

Seite 76 (l. u.): Trippel/Ostkreuz

Seiten 80 // 81: Scott Williams

Seite 82 (l.): Katrin Paul

Seite 82 (Mi.): Alex Kraus

Seite 82 (r.): Pieter de Vries

Seite 86 (o.): Philipp Rode

Seiten 86 bis 88: Alfred Herrhausen Gesellschaft

Seite 89: Architektenbüro, MPP Meding Plan+Projekt

Seiten 92 // 94 (l.): Anthony Epes

Seite 93 (r.): Jürgen Moog

**GERNE SENDEN WIR IHNEN DIE FOLGENDEN
 PUBLIKATIONEN ZUM JAHRESABSCHLUSS:**

Jahresbericht 2006
 (in Deutsch und Englisch)

Finanzbericht 2006
 (in Deutsch und Englisch)

Annual Report 2006 on Form 20-F
 (in Englisch)

Jahresabschluss und Lagebericht der
 Deutsche Bank AG 2006
 (in Deutsch und Englisch)

Verzeichnis der Mandate 2006
 (in Deutsch und Englisch)

Verzeichnis des Anteilsbesitzes 2006
 (in Deutsch und Englisch)

Verzeichnis der Beiratsmitglieder
 (in Deutsch)

SO KÖNNEN SIE BESTELLEN:

- per E-Mail an service-center@bertelsmann.de
- im Internet unter www.deutsche-bank.de/06
- per Fax an (0 1805) 07 08 08 mit Anruf unter (0 18 05) 80 22 00
- postalisch bei arvato logistics services
 Bestellservice Deutsche Bank
 Gottlieb-Daimler-Straße 1
 33428 Harsewinkel

Der vorliegende Bericht wurde klimaneutral gestellt. Die durch Herstellung und Verteilung dieser Publikation verursachten Treibhausgasemissionen in Höhe von 62t CO₂-Äquivalente wurden durch Investitionen in ein hochwertiges zusätzliches Klimaschutzprojekt in Indien, das Bagepalli CDM Biogas Programme, kompensiert.

PAPIER:

Arctic Volume



Deutsche Bank

Der Konzern im Überblick

	2006	2005
Aktienkurs zum Ende der Berichtsperiode	101,34 €	81,90 €
Aktienkurs höchst	103,29 €	85,00 €
Aktienkurs tiefst	80,74 €	60,90 €
Dividende je Aktie (für 2006 vorgeschlagen)	4,00 €	2,50 €
Ergebnis je Aktie	13,31 €	7,62 €
Ergebnis je Aktie (verwässert) ¹	11,55 €	6,95 €
Ausstehende Aktien (Durchschnitt), in Mio	450	463
Ausstehende Aktien (verwässert, Durchschnitt), in Mio	511	509
Eigenkapitalrendite nach Steuern (basierend auf dem durchschnittlichen Eigenkapital)	19,5%	12,5%
Bereinigte Eigenkapitalrendite nach Steuern (basierend auf dem durchschnittlichen Active Equity) ^{2,3}	22,2%	16,2%
Eigenkapitalrendite vor Steuern (basierend auf dem durchschnittlichen Eigenkapital)	26,4%	21,7%
Eigenkapitalrendite vor Steuern (basierend auf dem durchschnittlichen Active Equity) ³	30,4%	24,3%
Aufwand-Ertrag-Relation ⁴	70,2%	74,7%
in Mio €	2006	2005
Erträge insgesamt	28 338	25 640
Risikovorsorge im Kreditgeschäft	330	374
Zinsunabhängige Aufwendungen	19 883	19 154
Ergebnis vor Steueraufwand und kumuliertem Effekt aus Änderungen der Bilanzierungsmethoden	8 125	6 112
Jahresüberschuss	5 986	3 529
in Mrd €	31.12.2006	31.12.2005
Bilanzsumme	1 126	992
Forderungen aus dem Kreditgeschäft, netto	168	151
Eigenkapital	32,8	29,9
BIZ-Kernkapitalquote (Tier-I)	8,9%	8,7%
Anzahl	31.12.2006	31.12.2005
Niederlassungen	1 717	1 588
davon in Deutschland	934	836
Mitarbeiter (in Vollzeitkräfte umgerechnet)	68 849	63 427
davon in Deutschland	26 401	26 336
Langfrustrating	31.12.2006	31.12.2005
Moody's Investors Service, New York	Aa3	Aa3
Standard & Poor's, New York	AA-	AA-
Fitch Ratings, New York	AA-	AA-

¹Einschließlich Verwässerungseffekt aus Derivaten, nach Steuern.

²Bei dieser Berec 1999/2000

(2006: minus 1 Mio €; 2005: 544 Mio €) und den kumulierten Effekt aus Änderungen der Bilanzierungsmethoden, nach Steuern (2006: 46 Mio €), bereinigt.

³Aus Gründen der Vergleichbarkeit berechnen wir eine bereinigte Kennziffer für unsere Eigenkapitalrendite. Diese bereinigte Kennziffer bezeichnen wir als „Eigenkapitalrendite, basierend auf dem durchschnittlichen Active Equity“. Es handelt sich dabei nicht um eine US GAAP-basierte Kennziffer. Bei einem Vergleich sollten daher die Unterschiede bei der Berechnung dieser Quoten berücksichtigt werden. Die Positionen, um die wir das durchschnittliche Eigenkapital (2006: 30 765 Mio €; 2005: 28 201 Mio €) bereinigen, sind die durchschnittlichen unrealisierten Gewinne und Verluste aus Wertpapieren „Available for Sale“, nach darauf entfallenden Steuern (2006: 2 382 Mio €; 2005: 2 023 Mio €) sowie die durchschnittliche jährliche Dividende, die unterjährig abgegrenzt und im Folgejahr nach Zustimmung der Hauptversammlung gezahlt wird (2006: 1 615 Mio €; 2005: 1 048 Mio €).

⁴Zinsunab



Wir fühlen uns zu einer transparenten Unternehmenspolitik und -kommunikation verpflichtet. Deshalb bilanzieren wir seit 2002 jährlich unseren Leistungsbeitrag für die Gesellschaft in dem Bericht „Gesellschaftliche Verantwortung“. In ihm veranschaulichen wir, wie die Deutsche Bank ihrer Rolle als Unternehmensbürger gerecht wird und Nachhaltigkeitsprinzipien in unseren geschäftlichen Aktivitäten berücksichtigt werden. Wir beschreiben aktuelle Herausforderungen, die sich unserem Unternehmen und unseren Stakeholdern – Aktionären, Kunden, Mitarbeitern und der Gesellschaft – stellen. So bilden in dem vorliegenden Jahresbericht u. a. der Klimawandel, demographische Entwicklungen, die Förderung von Bildungsinitiativen sowie die weltweite Armutsbekämpfung Schwerpunkte. In den jeweiligen Kapiteln richten wir uns mit spezifischen Themen an unsere Interessengruppen, veranschaulichen unsere Motivation und Ziele, aber auch die konkreten Ergebnisse unseres Engagements.

