

Richtlinie Corporate Citizenship

Richtlinie Corporate Citizenship

Vorwort

Die Beiträge der Berlin Hyp zur Gesellschaft sind vielfältig: Unsere Produkte und Dienstleistungen, aber auch Löhne und Gehälter, Steuern und Abgaben oder unsere Beschaffungsvorgaben tragen zur gesellschaftlichen Entwicklung bei. Mit unserem gesellschaftlichen Engagement (Corporate Citizenship) wollen wir diese Verankerung der Berlin Hyp in der Gesellschaft weiter stärken. Gemeinnütziges Engagement ist damit originärer Teil unserer Geschäftstätigkeit, der uns auch hilft, die Berlin Hyp vor Ort für Kunden, Nachbarn und potentiell neue Mitarbeiter als verantwortlicher Teil der Gesellschaft sichtbarer und erlebbarer zu machen.

Mit unserem gemeinnützigem Engagement kommen wir mit vielen Menschen außerhalb unseres Unternehmens in Kontakt und erzielen öffentliche Aufmerksamkeit. Dieses Engagement kann auch in Verbindung mit bewegenden Ereignissen oder menschlichen Schicksalen stehen. Gleichzeitig sind die von der Berlin Hyp zur Verfügung gestellten Ressourcen begrenzt und müssen sorgsam und ergebnisorientiert eingesetzt werden. Diese Richtlinie legt deshalb Definitionen, Themen und Verantwortlichkeiten fest – auch um den organisatorischen Aufwand gering zu halten.

Definitionen

Spenden sind Geldbeiträge, die die Berlin Hyp an gemeinnützige Organisationen leistet, ohne eine Gegenleistung von der empfangenden Organisation oder einem Dritten zu verlangen oder zu erwarten. Spen-

den können auch Dienstleistungen oder sonstige Leistungen sein, wie die Abordnung von Mitarbeitern während der Arbeitszeit (Corporate Volunteering).

Eine Zahlung gilt auch als Spende, wenn eine Gegenleistung erbracht wird, die die Berlin Hyp nicht ausdrücklich verlangt hat und die für die Berlin Hyp maximal einen geringen Marktwert hat.

Wird die Berlin Hyp von einem Geschäftspartner aufgrund eines besonderen Anlasses (z. B. Jubiläum, runder Geburtstag, Todesfall) gebeten, sich an einer Spendenaktion zu beteiligen, kann dies geschehen, wenn die empfangende Organisation vom zuständigen Finanzamt als gemeinnützig anerkannt ist und für die Spende eine für Steuerzwecke geeignete Spendenquittung ausstellen kann. Sofern die Berlin Hyp im Fall einer Spende keine Spendenbescheinigung erhält, handelt es sich um ein Geschenk, dessen Erbringbarkeit anhand der Vorschriften der Berlin Hyp beurteilt werden muss. Außerdem darf aus Compliancegründen die Spende nicht in direktem Zusammenhang mit einem gerade zu verhandelnden oder laufenden Auftrag stehen. Im Falle von Unklarheiten ist der Compliancebeauftragte einzubinden.

Umgekehrt wird die Berlin Hyp unter keinen Umständen einen Geschäftspartner dazu auffordern, sich an Spendenaktivitäten der Berlin Hyp direkt zu beteiligen.

Inhalte unseres gemeinnützigem Engagements

Die Berlin Hyp hat ihr gesellschaftliches Engagement auf die Themen Förderung von benachteiligten Kindern und Jugendlichen und die Förderung des Breitensports fokussiert.

Damit wollen wir einen Beitrag dazu leisten, dass benachteiligte Kinder und Jugendliche in einem Rahmen aufwachsen können, der ihnen die nötige materielle und soziale Sicherheit gibt, ihre Lebenspotentiale voll zu entfalten. Zum anderen wollen wir unsere Mitarbeiter ermuntern einen Teil ihrer gesundheitlichen Entwicklung in die eigene Hand zu nehmen und über sportliches Engagement zu einem verbesserten Körpergefühl und Gesundheitsbewußtsein zu kommen.

Getragen vom Gedanken einer auf Langfristigkeit und Vertrauen aufbauenden Beziehung zu den von uns unterstützen gemeinnützigen Institutionen, konzentrieren wir unser Engagement auf die folgenden beiden Institutionen:

- **Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e.V.**
Unsere Kooperation mit dem Kinderhaus Berlin-Mark Brandenburg e.V. zeichnet sich durch gegenseitigen Respekt und Vertrauen aus. Im Laufe der seit mehr als zehn Jahren bestehenden Zusammenarbeit ist ein Verhältnis entstanden, das sich positiv auf alle Aktivitäten auswirkt. Exemplarisch seien hier die Schultütenpatenschaften, die Starterwäschekörbe für die Jugendlichen, die aus dem Kinderhaus ausziehen und ihren ersten eigenen Haushalt gründen, oder die Wunschkartenaktion, bei der unsere Mitarbeiter die Weihnachtswünsche der Kinder erfüllen, genannt.
- **Betriebssportgemeinschaft**
Neben der fachlichen Leistungsfähigkeit sind aber auch die körperliche Fitness und psychische Belastbarkeit entscheidende Erfolgsfaktoren unseres Unternehmens. Aus diesem Grund unterstützt die Berlin Hyp die Betriebssportgemeinschaft des Unternehmens.

Darüberhinaus engagieren sich Führungskräfte der Berlin Hyp über das Angebot „Seitenwechsel“ der gemeinnützigen Patriotischen Gesellschaft von 1765 für Menschen in schwierigen Lebenslagen. Dabei arbeiten die Führungskräfte eine Woche lang in einer sozialen Institution. Sie erarbeiten sich andere Formen des Zugangs zu Menschen und entdecken dabei

den Stellenwert sozialer Verantwortung neu. Neben der Unterstützung der sozialen Institutionen entwickeln diese Einsätze empathische und kommunikative Fähigkeiten weiter und verhelfen zu einem sensiblen und souveränen Umgang mit Krisensituationen.

Verantwortlichkeiten, Rollen und Prozesse

Corporate Citizenship ist bei der Berlin Hyp im Bereich Unternehmensstrategie (Nachhaltigkeitsmanagement) angesiedelt, der auch als zentraler Ansprechpartner dient.

Alle Spenden am Standort Berlin der Berlin Hyp werden durch den Bereich Unternehmensstrategie (Nachhaltigkeitsmanagement) bzw. durch den Vorstand entschieden.

An den anderen Standorten der Berlin Hyp entscheiden die Leiter über Spenden selbst. Dabei sind diese aber mit dem Nachhaltigkeitsmanagement abzustimmen.

Die Berlin Hyp spendet ausschließlich an vom jeweiligen Finanzamt als gemeinnützig anerkannte Organisationen, deren Ziele und Arbeitsweisen mit dem Code of Conduct der Berlin Hyp im Einklang stehen.

Spenden müssen immer in einer Form gewährt werden, die die steuerliche Absetzbarkeit sicherstellt. Spendenquittung müssen aktiv und zeitnah eingefordert werden.

Die Berlin Hyp spendet nicht an Politiker, Parteien sowie parteinahe Institutionen. Sie spendet auch nicht an Kirchen und kirchliche Einrichtungen, es sei denn, diese erbringen ihre gemeinnützigen Aktivitäten ohne

Ansehen der religiösen Überzeugung der Empfänger und ohne diese zu indoktrinieren.

Die Berlin Hyp plant, steuert, bewertet und kommuniziert ihr gemeinnütziges Engagement in Anlehnung an die Systematik der London Benchmark Group. Das bedeutet, dass alle wesentlichen Engagementaufwendungen („Input“) erfasst werden, ermittelt wird, was mit diesen Aufwendungen unmittelbar getan („Output“) wird und dass schließlich abgeschätzt wird, was das Engagement längerfristig für Empfänger, Geber und Gesellschaft bewirkt („Impact“).

Zum „Input“ für die Gesellschaft zählen alle finanziellen, personellen und materiellen Ressourcen, die das Unternehmen für die Konzeption, Planung, Realisierung und Steuerung seines gesellschaftlichen Engagements aufwendet.

Zum „Input“ zählt die Berlin Hyp auch alle finanzielle Aufwendungen für ein Engagement in Form eines direkten Geldtransfers an den gemeinnützigen Partner oder die Kostenübernahme für Maßnahmen, Medien oder andere Leistungen von Dritten, die für die Umsetzung des gesellschaftlichen Engagements erforderlich sind. Ferner gehören auch zum „Input“ Aufwendungen für Personal. Es handelt sich zum einen um Aufwendungen zum Management eines Engagements und zum anderen um Personalaufwand, der durch die Freistellung von Mitarbeitern entsteht, damit diese sich an einem Engagement beteiligen können bspw. bei Corporate Volunteering-Projekten.

Zum „Output“ gehören alle mit den eingesetzten Mitteln („Input“) realisierten, direkten Ergebnisse des Engagements – bspw. mit den Spenden erworbene Sachmittel, angemietete Fahrzeuge, ausgegebene Mahlzeiten etc.

Der „Impact“ bewertet in der Regel mittel und längerfristig eintretende Wirkungen des Engagements für alle Beteiligten bspw. vermiedene Auf-

wendungen der Gesellschaft für Krankheitskosten, bestandene Schulabschlüsse, aber auch die Kompetenzerweiterung oder ähnliches.

Die Ermittlung der Angaben zu „Input“, „Output“ und „Impact“ erfolgt im Dialog mit den betroffenen gemeinnützigen Projektpartnern und den involvierten Mitarbeitern.

Um der interessierten Öffentlichkeit, aber auch um den eigenen Mitarbeitern und den gemeinnützigen Projektpartnern einen Überblick zu geben, berichtet die Berlin Hyp im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsberichterstattung regelmäßig über:

- Anzahl, Art und Volumen der Engagements und ihre Ziele sowie Projektpartner
- Spendensummen
- Anzahl Mitarbeitertage in Corporate Citizenship Projekten
- Nutzen der Projekte
- Von Mitarbeitern auf eigene Kosten im Zusammenhang mit Aktivitäten der Berlin Hyp getätigte Spenden

Die Berlin Hyp bekennt sich klar zu der Einhaltung der vorliegenden Richtlinie.



Sascha Klaus

Vorstandsvorsitzender der Berlin Hyp AG

Eine Anmerkung zum Gebrauch der männlichen Form von Personen:
Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige
Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d)
verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen
für alle Geschlechter.