

Santander: Fast 80 Prozent für die Bildung

Von Alberto Dörr, Sebastian Fairhurst und Anke Wolff



In den Sponsoring-Aktivitäten des Santander-Konzerns liegt ein besonderer Fokus auf Bildung. Für die Zusammenarbeiten mit Hochschulen wurde sogar ein eigener Geschäftsbereich geschaffen. Doch auch „klassisches“ Sponsoring, bei dem Breitenwirkung in Sachen Markenbekanntheit eine Rolle spielt, ist für Santander nicht tabu. Das Formel-1-Engagement mit einer seit 2010 bestehenden Unterstützung des Rennstalls Ferrari wird als gutes Marketinginstrument bewertet, das dabei hilft, neue Kunden zu gewinnen. Red.

“All companies must have a social purpose, in addition to a commercial one. Banco Santander’s purpose is to help people and businesses prosper.” Dieser Selbstverpflichtung – formuliert von Ana Botín, Chairman von Banco Santander – folgend, übernimmt Santander weltweit seit vielen Jahren Verantwortung in der Gesellschaft. Ziel ist es, durch zahlreiche soziale Investitionsprogramme in Bereichen wie Bildung, Unternehmertum, Kultur und Umwelt zum wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fortschritt beizutragen.

Bildung ist der Motor des Fortschritts. Daher unterstützt Santander Bildung überwiegend in den Ländern, in denen das Unternehmen vertreten ist. Besonderer Fokus

liegt dabei auf der Hochschulbildung, die das Kernstück der gesellschaftlichen Unternehmensverantwortung darstellt.

Investition in Hochschulbildung prägt das gesellschaftliche Engagement

Seit 1996 investiert der Bankkonzern mit dem globalen Unternehmensbereich Santander Universitäten nachhaltig in Hochschulbildung. Das ist eine weltweit einzigartige Initiative, die Banco Santander von allen internationalen Finanzinstituten unterscheidet und inzwischen zum Markenzeichen des gesellschaftlichen Engagements der Bank geworden ist.

Bisher wurden mehr als eine Milliarde Euro für Universitäten und Forschungszentren auf der ganzen Welt bereitgestellt – allein in den vergangenen fünf Jahren etwa 140 000 Stipendien vergeben und somit rund 695 Millionen Euro für höhere Bildungsprogramme und Projekte zur Verfügung gestellt.

Im Jahr 2016 wird Santander insgesamt 36 381 Stipendien an Studenten überwie-

gend in den Ländern, in denen die Bank tätig ist, vergeben. Das Stipendienprogramm, das dafür entwickelt wurde, ist das größte internationale Programm dieser Art von einem privaten Unternehmen. Ferner wird die Bank 2016 – als Teil ihrer Mission, Studenten in allen Ländern zu fördern – weitere 169 Millionen Euro bereitstellen, um Universitäten und Studenten bei ihrer Ausbildung zu unterstützen.

Kultur des Unternehmergeists fördern

Dabei soll eine Kultur des Unternehmertums und der Beschäftigungsfähigkeit gefördert werden, um beispielsweise für die Herausforderungen der digitalen Transformation, die verschiedenste Lebensbereiche nachhaltig verändern wird, gewappnet zu sein.

Für das Jahr 2016 wird die Zusammenarbeit mit den Universitäten voraussichtlich mehr als 16,5 Millionen Studenten, Forschern und Professoren zugutekommen. Durch die Unterstützung von mehr als 8 200 studentischen Jungunternehmern bei ihren Projekten, wird die Gründung von über 600 neuen Firmen ermöglicht. Bis 2018 sollen weitere 700 Millionen Euro für Stipendien, den Ausbau der nationalen und internationalen Mobilität sowie die Unterstützung von Forschungsprojekten zur Verfügung gestellt werden.

Inzwischen wurden mit 1 229 Hochschulen und anderen akademischen Einrich-

Zu den Autoren

Alberto Dörr, Direktor Universitäten, **Sebastian Fairhurst**, Direktor Public Policy, **Anke Wolff**, Direktorin Communications, Santander Consumer Bank AG, Mönchengladbach

tungen strategische Partnerschaften geschlossen. In dem eigens geschaffenen Unternehmensbereich Santander Universitäten engagieren sich mehr als 2 100 Mitarbeiter in 21 Ländern. Sie koordinieren und steuern das Engagement.

In Deutschland ist die Bank seit 2011 in der Hochschulförderung aktiv. Über den Unternehmensbereich Santander Universitäten bestehen zwölf Kooperationen mit Partnerhochschulen sowie dem Deutschen Hochschulverband (DHV). Heidelberg war 2011 die erste Universität, mit der die Bank zusammengearbeitet hat. Inzwischen sind Köln, Frankfurt am Main, Bremen, Münster, Tübingen, Göttingen, Berlin, Gießen und Saarland hinzugekommen. Außerdem bestehen mit der Hochschule Niederrhein seit langem partnerschaftliche Beziehungen. Darüber hinaus stiftet Santander seit 2014 den Preis „Rektor/Präsident des Jahres“, den der DHV jährlich für eine vorbildliche Amtsführung auslobt.

Um nachhaltige Erfolge für die Universitäten zu sichern, werden stets längerfristige Rahmenverträge mit den Universitäten abgeschlossen und der Schulterschluss mit den Studentenwerken sowie Studierendenvertretungen gesucht. Daran anknüpfend werden verschiedene Projekte festgelegt.

Internationalen Austausch fördern

Der grenzüberschreitende Austausch steht dabei im Vordergrund: Unterstützt wurden beispielsweise verschiedene Summer Schools an der Universität zu Köln, zu der von der Hochschule ausgesuchte Studenten aus der ganzen Welt zu jeweils dreiwöchigen Seminaren zusammengekommen sind. Die Universität Münster organisiert mit der Förderung eine jährlich stattfindende Zusammenkunft internationaler und interdisziplinärer Wissenschaftler zu diversen Forschungsthemen. Außerdem ermöglichen es Kooperationen Wissenschaftlern, für einen bestimmten Zeitraum an Hochschulen anderer Länder zu forschen.

Das soziale Engagement kommt somit auch in Deutschland maßgeblich dem Fortschritt von internationaler Mobilität sowie dem Austausch von Lehre und Forschung innerhalb des globalen Netzwerkes zugute. Neben Stipendienaustauschprogrammen und internationalen Welcome-Centern unterstützt Santander Universitäten zurzeit etwa 100 Deutschlandstipendien, mit der die Bundesregierung begabte und engagierte Studierende fördert.

Eingebettet in die Nachhaltigkeitspolitik der Bank

Die Zusammenarbeit mit Universitäten und Bildungseinrichtungen soll auch in Deutschland noch weiter ausgebaut werden. Die Förderung der Internationalisierung und der technologische Fortschritt sollten aber immer Ziel und Wunsch der Universität sein. Beides ist auch für Hochschulen zunehmend wichtiger, um wettbewerbsfähig zu sein. Außerdem fördert die Bank den Austausch von Referenten oder sponsert Online-Plattformen, die Praktikanten, Trainees oder Diplomanden vermitteln.

Einen hohen Stellenwert bei der Aus- und Weiterbildung hat die lokale Partnerschaft mit der Hochschule Niederrhein – in unmittelbarer Nähe zum Deutschlandsitz der Bank in Mönchengladbach: Besonders qualifizierte Auszubildende der Bank erhalten hier die Chance zu einem berufsbeglei-

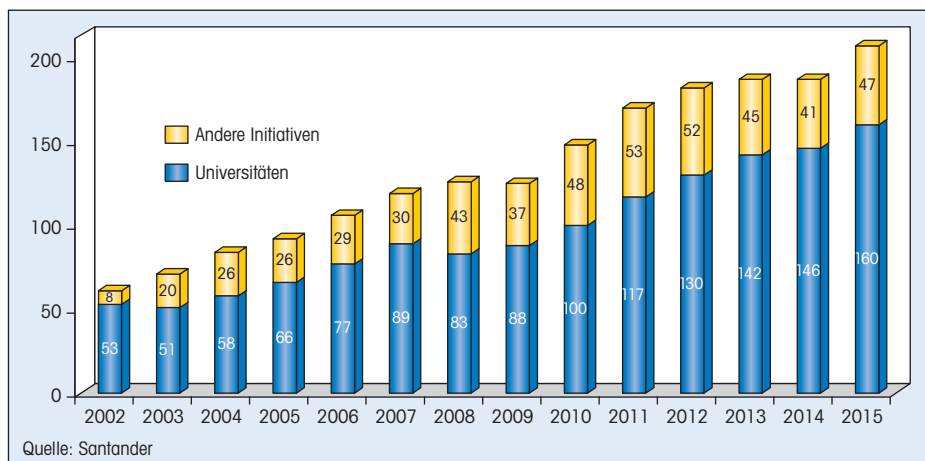
tenden Betriebswirtschaftlichen Studium. Hinzu kommen Mitarbeiter, die neben ihrem Beruf noch ein betriebswirtschaftliches Studium absolvieren wollen.

Mit dem Engagement im Bildungsbereich übernimmt die Bank nachhaltig Verantwortung für den wirtschaftlichen und sozialen Fortschritt. Sie erfüllt damit aus unternehmerischer Verantwortung heraus ethische, soziale und ökologische Verpflichtungen, die weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Santander Universitäten ist eingebettet in die allgemeine Nachhaltigkeitspolitik. Darin sind allgemeine Handlungsprinzipien in diesem Bereich festgelegt. Sie stellt den Bezugsrahmen für die gesellschaftliche Verantwortung des Unternehmens, aber auch den Umgang mit Risiken für Gesellschaft und Umwelt dar.

Mitarbeiter für gemeinnützige Projekte

Neben der Bildung engagiert sich der Konzern weltweit auf vielfältige Weise: für Sport, Jugend, den Umweltschutz und gemeinnützige Zwecke. Mit diversen Aktionen wie zum Beispiel der "We are Santander"-Woche wird bedürftigen Menschen oder karitativen Einrichtungen geholfen. Jedes Jahr im Sommer beteiligen sich Mitarbeiter der gesamten Gruppe weltweit an dieser Aktionswoche, um anderen Menschen Gutes zu tun. Indem die Bank Mitarbeitern bei ihrem gesellschaftlichen Engagement die

Weltweite Ausgaben für Universitäten und sonstiges Gemeinwohl in Millionen Euro



Möglichkeit gibt, sich aktiv zu beteiligen, steigert sie sowohl ihre Solidarität und Motivation als auch ihren Stolz auf die Zugehörigkeit zum Unternehmen.

Bei der „We are Santander“-Woche in Deutschland stehen soziales Engagement, Gesundheit und Sport im Vordergrund. Schon zur Tradition gehören die Blutspende-Aktion in der Unternehmenszentrale, der Santander-Fußball-Cup, der „Tag der Tat“ sowie der Spendenlauf, an dem im vergangenen Jahr mehr als 3200 Teilnehmer in Mönchengladbach an den Start gingen – darunter auch wieder zahlreiche Schüler.

Seit sechs Jahren gibt es einen Spendenlauf. Pro Teilnehmer spendet die Bank zehn Euro für einen guten Zweck und unterstützt so soziale Einrichtungen in der Region. Seit Bestehen der Initiative sind bisher rund 160000 Euro zusammengekommen, die an soziale Einrichtungen und Projekte verteilt werden konnten. Diesem sozialen Anspruch wird die Bank auch in Zukunft treu bleiben: Mit dem Santander Marathon Mönchengladbach wird der Spendenlauf in diesem Jahr seine Fortsetzung finden. Auch außerhalb der Aktionswoche haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sich ehrenamtlich zu engagieren. Die Bank unterstützt bundesweit Mitarbeiter, die sich zum Beispiel freiwillig für die Flüchtlingshilfe einsetzen, mit der Anrechnung der so geleisteten Arbeitszeit auf ein „Ehrenamtskonto“. Die dort gut geschriebenen Tage können dann wiederum in Freizeit abgegolten werden.

Den Nachwuchs fördern

Für die finanzielle Bildung wurden auf Gruppenebene bereits Materialien erstellt und verschiedene Programme initiiert. In Deutschland werden im Laufe des Jahres 2016 weiterführende Materialien zur finanziellen Bildung auf der Webseite publiziert.

Im Sinne der Förderung des Nachwuchses engagiert sich die Bank auch im Sport: Seit 2008 ist die Santander Consumer Bank Hauptsponsor der Jugendmannschaften

von Borussia Mönchengladbach. Zusätzlich werden bundesweit Nachwuchsfußballer gefördert, indem die Bank zahlreiche Fußballmannschaften unterstützt – vorausgesetzt, Kinder der Mitarbeiter spielen in der betreffenden Mannschaft oder Mitarbeiter engagieren sich in dem jeweiligen Verein.

Formel-1-Engagement ein gutes Marketinginstrument

Durch das Formel-1-Engagement ist es gelungen, die Bankmarke weltweit sowohl im internationalen Finanzsektor wie auch in den relevanten Märkten bekannt zu machen. Seit 2010 ist die Bank offizieller Sponsor des Rennstalls Scuderia Ferrari. Beide Partner passen in vielerlei Hinsicht hervorragend zusammen – sogar bei der Markenfarbe Rot.

Das Sponsoring in diesem Bereich sorgt sowohl bei Kunden als auch in der eigenen Belegschaft für viel Sympathie. Laut einer Mitarbeiterbefragung glauben fast alle Mitarbeiter, dass das Engagement in der Formel 1 ein gutes Marketing-Instrument ist, um neues Geschäft zu generieren. So hat beispielsweise die in sieben Ländern angebotene Ferrari-Kreditkarte bereits mehr als 600000 Kunden gefunden.

Aktives Nachhaltigkeits-Management

Der Bankkonzern hat seine Governance-Struktur dahingehend angepasst, dass auch Nachhaltigkeit eine wesentliche Rolle spielt. In jedem Businessbereich steht somit auch die Nachhaltigkeit permanent auf dem Prüfstand. Die Regeln und Vorschriften des Vorstandes schreiben in Bezug auf Nachhaltigkeit vor, dass:

■ es dem Vorstand in allen Angelegenheiten – mit Ausnahme derjenigen, die der Hauptversammlung vorbehalten sind – zufällt, allgemeine Richtlinien und Strategien zu genehmigen, insbesondere mit Nachhaltigkeitsbezug.

■ die Risikoaufsicht, also das Regulierungs- und Compliance-Komitee, die Unternehmenspolitik hinsichtlich sozialer Verantwortung überwacht und damit die Gewährleistung seiner Einhaltung innerhalb der Gruppe sichern soll, um so Werte für die Bank zu schaffen.

Der Vorstand wird regelmäßig über die Fortschritte bei den wichtigsten Nachhaltigkeitsinitiativen der Bank unterrichtet. Ein Nachhaltigkeitskomitee ist unter dem Vorsitz des Chief Executive Officer installiert. Es umfasst Geschäftsführer beziehungsweise Abteilungsleiter verschiedener Unternehmensbereiche, die Nachhaltigkeitsinitiativen auflegen, promoten und koordinieren. Die Mehrheit der lokalen Geschäftseinheiten hat ihre eigenen Nachhaltigkeitskomitees, jeweils geleitet vom Landesverantwortlichen. Jede lokale Unternehmenseinheit organisiert selbstständig Nachhaltigkeitsinitiativen, die für die lokalen Anforderungen auf Basis der gruppenweiten Strategien maßgeschneidert sind und zugleich den Unternehmensverantwortungsrichtlinien entsprechen.

Zudem wurde eine Arbeitsgruppe ins Leben gerufen, die das Reputationsrisiko bewertet, das von allen Finanztransaktionen mit sozialen oder ökologischen Auswirkungen ausgeht. Diese Arbeitsgruppe unter Vorsitz des gruppenweiten Chief Compliance Officer erteilt dem zuständigen Entscheidungsgremium unverbindliche Empfehlungen. Außerdem evaluieren die Innenrevisoren regelmäßig die Nachhaltigkeitsinitiativen.

Eine Kontrolle der selbst auferlegten Nachhaltigkeitsstrategie erfolgt aber auch von außen: Santander wird in den wichtigsten Börsenindizes geführt, die die Aktivitäten von Unternehmen im Bereich der Nachhaltigkeit analysieren und bewerten. Hierbei ist der Dow Jones Sustainability Index von großer Bedeutung, der jedes Jahr Unternehmen in verschiedenen Branchen nach sozialen und ökologischen Kriterien nominert und diese dann bezüglich ihren Tätigkeiten im Nachhaltigkeitsbereich auflistet. ■■■