



GEMEINWOHL BERICHT 2020

GEMEINWOHL 
ÖKONOMIE Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft

Bilanzierendes
Unternehmen mit
externem Audit

WIR FÜR DIE REGION.

DIE RAIFFEISENBANK REGION ST. PÖLTEN



Die Raiffeisenbank Region St. Pölten bietet ihren Kunden ein umfassendes Allfinanz-Angebot. Im Privatkundenbereich beinhaltet dies kompetente Beratung und moderne Lösungen in den Bereichen Konto, Karte, Kredit & Leasing, Sparen, Anlegen sowie Vorsorgen & Versichern.

Unsere Spezialisten im Kompetenz Center bieten individuelle Lösungen in Spezialbereichen. Kleine und mittlere Unternehmen, aber auch Jungunternehmer werden von unseren Mitarbeitern des Gewerbe Kompetenz Centers bei wichtigen unternehmerischen Entscheidungen begleitet. Das bestens ausgebildete Team des Kompetenz Centers Veranlagung steht für professionelle, verlässliche und einwandfreie Zusammenarbeit mit privaten Anlegern. Bei der Verwirklichung von Wohnträumen helfen die Spezialisten unseres WohnTraum Centers – mit kompetenter Beratung in den Bereichen Finanzierung, Förderung und Versicherung. Regionale Landwirte finden sich im Agrar Kompetenz Center bestens betreut. Unsere Agrar-Spezialisten beraten ihre Kunden hier zu Finanzierungen, Förderungen, Vorsorge bis hin zur Veranlagung.

Vermögende Privatkunden, aber auch Vertreter der Freien Berufe und Ärzte haben ganz spezielle Anforderungen an ein persönliches Finanzmanagement. Diese Kundenschicht genießt eine individuelle Betreuung durch unsere Private Banking Spezialberater.

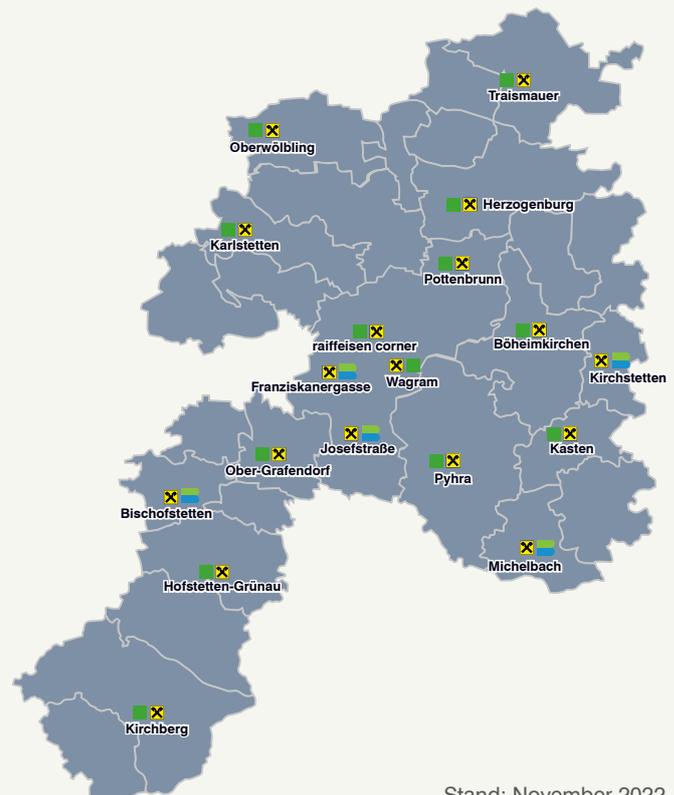
Unser Firmenkundenteam begleitet Unternehmen bei der Auswahl von passenden Lösungen in den Bereichen Finanzierungen, Förderungen, dem Weg ins Ausland oder bei Vorsorgelösungen für Unternehmer bzw. Mitarbeiter.

Zahlen/Daten/Fakten:

Das Genossenschaftsgebiet erstreckt sich rund um die Landeshauptstadt St. Pölten von Kirchberg im Süden bis Traismauer im Norden und von Böheimkirchen im Osten

bis Karlstetten im Westen. Mit insgesamt 13 Bankstellen und 5 SB-Standorten verfügt die Raiffeisenbank Region St. Pölten über das dichteste Bankstellennetz in der Region.

Die Raiffeisenbank Region St. Pölten beschäftigt 166 Mitarbeiter – davon 103 direkt in den Bankstellen und 63 in den internen Servicebereichen. 51.000 Kunden halten unserer Regionalbank die Treue. Davon sind 18.600 Kunden auch Mitglieder und somit Miteigentümer unseres Unternehmens. Als Genossenschaftsbank sind wir folgendermaßen aufgestellt:



Stand: November 2022





*aktueller Stand per Juni 2022

Laut §2 (1) der Satzung ist es oberstes Ziel der Raiffeisenbank Region St. Pölten, den Förderauftrag zu erfüllen:
 „Der Zweck der Raiffeisenbank ist im Wesentlichen die Förderung des Erwerbes oder der Wirtschaft ihrer Mitglieder. Sie verwirklicht ihren Förderauftrag autonom im genossenschaftlichen Verbund. Die Raiffeisenbank bietet allen Menschen in ihrem Tätigkeitsgebiet eine demokratische Grundlage zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit. Sie motiviert die Menschen, in der Gemeinschaft ihre Probleme selbstständig und eigenverantwortlich zu lösen.“ Mitglieder sind nicht nur Kunden, sondern auch Miteigentümer und Partner unserer Raiffeisenbank. Sie können mitentscheiden und genießen darüber hinaus viele Sonderleistungen und Vorteile. Der Regionalrat hat die Interessen und Wünsche der Mitglieder an den Vorstand heranzutragen. Er berät und unterstützt die Leitung der Raiffeisenbank in allen regionalen Fragen. Vorstand und Aufsichtsrat stellen das Bindeglied zwischen der Raiffeisenbank und ihren Mitgliedern dar und

sind, wie auch der Regionalrat, ehrenamtlich tätig. Sie haben als solche für ausreichende Information über die genossenschaftliche Tätigkeit und für die Kommunikation der Mitglieder zu sorgen und die genossenschaftlichen Zielsetzungen in der Öffentlichkeit zu vertreten.

Zu den Stakeholdern der Raiffeisenbank Region St. Pölten zählen:

- Vorstand und Aufsichtsrat
- Regionalräte
- Kunden und Mitglieder
- Mitarbeiter
- Produkt- und Kooperationspartner
- Raiffeisen-Spitzeninstitute und Töchter
- Vermittler
- Lieferanten und weitere Geschäftspartner
- Verbraucherschutz
- Medien
- Kommunen

Unser Geschäftszweck und unsere Ziele:

„Durch vertrauensvolle und bedarfsorientierte Beratung unterstützen wir unsere Kunden mit innovativen Finanzlösungen bei der Erreichung ihrer Ziele und schaffen dadurch einen Mehrwert für die Kunden und die Bank.“

„Als attraktiver Arbeitgeber agieren wir mit sozialer Verantwortung und setzen Impulse in der Region.“

UNSER GESCHÄFTSBERICHT 2021

Hier bekommen Sie einen Gesamtüberblick.





**EINFACH
AN DIE
ZUKUNFT DENKEN.**



WARUM GEMEINWOHL?



Gemeinwohl und Nachhaltigkeit sind Themen, die aktuell immer mehr an Bedeutung gewinnen. Die Menschen werden dahingehend immer stärker sensibilisiert und viele wünschen sich, auch einen Beitrag im Sinne des Gemeinwohls leisten zu können. Jetzt mag dies vielleicht im privaten Bereich oder auch beispielsweise für produzierende Unternehmen auf den ersten Blick klar ersichtlich sein, welche Hebel hier bewegt werden müssen, aber wie kann sich der Gemeinwohl-Beitrag einer Regionalbank äußern? Diese Frage haben die GWÖ-Begleiter Mag. Renate Hagmann und Mag. Gebhard Moser, CMC, CSE in einem Erstgespräch an unsere Geschäftsleitung gestellt und diese sind zu dem Entschluss gekommen, dass die Raiffeisenbank Region St. Pölten in manchen Bereichen (beispielsweise in der Energieversorgung unserer Bankstellen, Berücksichtigung von nachhaltigen Bauelementen bei der Modernisierung von Bankstellen, Angebot nachhaltiger Anlagevarianten, etc.) schon auf einem guten Weg ist und wir uns auf andere Bereiche in den kommenden Jahren fokussieren sollten. Die Erstellung eines Gemeinwohlberichts bzw. einer Gemeinwohlabilanz soll uns dabei unterstützen, all dies zu visualisieren und zu erkennen, wo wir ansetzen wollen, um uns in den nächsten Jahren noch zu verbessern. Die Raiffeisenbank Region St. Pölten sieht sich als Impulsgeber in der Region und somit haben wir als Bank den Anspruch, unser geschäftliches Umfeld und die Region, in der wir wirtschaften, aktiv und vor allem positiv mitzugestalten.

Wie entsteht die Gemeinwohl-Bilanz

Herzstück der Gemeinwohlabilanzierung ist die Gemeinwohlmatrix. Diese gibt 20 Themenfelder sowie dazugehörige Kennzahlen der Gemeinwohl-Bilanz vor. Die Gemeinwohlmatrix soll die unternehmerischen Tätigkeiten und Bemühungen bewerten und überprüfen. Die einzelnen

Themenfelder wurden durch Fokusgruppen aus verschiedenen Abteilungen und Bereichen erarbeitet und ein Gemeinwohl-Bericht erstellt. Insgesamt waren 22 Mitarbeiter an der Erstellung des Gemeinwohl-Berichtes beteiligt. Es wurden in das Projekt inkl. Einführung, Arbeit der Fokusgruppen und Ausarbeitung des Berichtes ca. 500 Arbeits-



stunden aufgewendet. In der Gemeinwohl-Matrix finden sich horizontal die vier zentralen Werte, auf denen der Gemeinwohlgedanke beruht: Menschenwürde, Solidarität & Gerechtigkeit, ökologische Nachhaltigkeit und Transparenz & Mitentscheidung. Vertikal sind die fünf wesentlichen Berührungsgruppen des Unternehmens dargestellt und es gilt die vier Gemeinwohlwerte auf die Berührungsgruppen zu übertragen. Somit entstehen 20 Themenfelder in denen in Summe bis zu 1.000 Gemeinwohl Punkte gesammelt werden können.

Die Punkte ergeben sich aus der erstellten Gemeinwohl-Bilanz für 2020:

WERTE	MENSCHENWÜRDE	SOLIDARITÄT + GERECHTIGKEIT	ÖKOLOGISCHE NACHHALTIGKEIT	TRANSPARENZ + MITENTSCHEIDUNG
BERÜHRUNGSGRUPPE				
LIEFERANT*INNEN	A1 Menschenwürde in der Zulieferkette 10 %	A2 Solidarität und Gerechtigkeit in der Zulieferkette 10 %	A3 Ökologische Nachhaltigkeit in der Zulieferkette 10 %	A4 Transparenz und Mitentscheidung in der Zulieferkette 0 %
EIGENTÜMER*INNEN & FINANZPARTNER*INNEN	B1 Ethische Haltung im Umgang mit Geldmitteln 20 %	B2 Soziale Haltung im Umgang mit Geldmitteln 60 %	B3 Sozial-ökologische Investitionen und Mittelverteilung 20 %	B4 Eigentum und Mitentscheidung 70 %
MITARBEITENDE	C1 Menschenwürde am Arbeitsplatz 30 %	C2 Ausgestaltung der Arbeitsverträge 30 %	C3 Förderung des ökologischen Verhaltens der Mitarbeitenden 10 %	C4 Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz 20 %
KUND*INNEN & MITUNTERNEHMEN	D1 Ethische Kundenbeziehungen 60 %	D2 Kooperation und Solidarität mit Mitunternehmen 30 %	D3 Ökologische Auswirkung durch Nutzung und Entsorgung von Produkten und Dienstleistungen 20 %	D4 Kund*innen-Mitwirkung und Produktransparenz 30 %
GESELLSCHAFTLICHES UMFELD	E1 Sinn und gesellschaftliche Wirkung der Produkte und Dienstleistungen 20 %	E2 Beitrag zum Gemeinwesen 40 %	E3 Reduktion ökologischer Auswirkungen 20 %	E4 Transparenz und gesellschaftliche Mitentscheidung 30 %
GESAMT ERREICHTE GEMEINWOHLPUNKTE:	284 erreichte Punkte von möglichen 1.000 Punkten			





LIEFERANTEN



Wir pflegen mit einem Großteil unserer Lieferanten bereits eine langfristige Beziehung und begegnen unseren Geschäftspartnern und Dienstleistern stets auf Augenhöhe. Die Beurteilung der Einhaltung der Solidarität und Gerechtigkeit über die gesamte Zulieferkette war uns im Berichtszeitraum noch nicht möglich.

Daher stützen wir unsere Einschätzung, wo immer es möglich ist, auf die von unseren Lieferanten vorgelegten Zertifizierungen oder persönliche Besuche und Kontakte. Sofern wir in der Zusammenarbeit mit unseren Produktpartnern und Dienstleistern Probleme feststellen, sprechen wir diese offen an und streben eine rasche und zufriedenstellende Lösung im Sinne der Gemeinwohlökonomie-Kriterien an.

Im Berichtszeitraum war ein angemessenes Preis-Leistungsverhältnis noch die Grundlage jeder Einkaufsentscheidung. Auf preisgetriebene Beschaffungsprozesse wurde jedoch hier bereits bewusst verzichtet.

Ein wesentlicher Zukauf von Leistungen erfolgte notwendigerweise aus dem Raiffeisensektor. Hier besteht zwar ein hohes Maß an Vertrauen, aber dennoch keine Sicherheit, dass Gemeinwohl-Kriterien bei den dahinterstehenden Beschaffungen auch zur Anwendung kommen. Auch hier wurden bereits erste Schritte und begleitende Maßnahmen gesetzt.

Ein Wechsel auf andere Lieferanten ist in Teilbereichen aus technischen Gründen jedoch nicht umsetzbar. Der Fokus unseres Einkaufs richtet sich ab sofort immer mehr auf eine nachhaltige Beschaffung umweltfreundlicher Produkte und Leistungen aus. So setzen wir bereits nach

Möglichkeit auf Regionalität und unterstützen örtliche Produzenten, wodurch nicht nur die Transportwege gering gehalten werden, sondern auch die Wertschöpfung in der Region verbleibt.

Ziel der Gemeinwohlökonomie muss es sein, dass jedes Glied in der Zulieferkette seine unmittelbaren Vorlieferanten entsprechend evaluiert und dazu anhält, die entsprechenden Kriterien einzuhalten. Dieser Aufgabe gehen wir mit großer Ernsthaftigkeit nach.

Positive Beispiele von Partnern in Bezug auf die Einhaltung wesentlicher Gemeinwohlökonomie-Kriterien

Durch eingehende Analyse unseres Einkaufs mit Hilfe des hausinternen Warenwirtschaftsprogrammes haben wir vorerst die fünfzehn umsatzstärksten Positionen herausgefiltert und einer näheren Betrachtung in Bezug auf die GWÖ-Kriterien unterzogen.

Einhaltung der Menschenwürde

Dies spiegelt sich bei einem Teil unserer Partner in einem sehr wertschätzenden, teils familiären Umgang mit den Mitarbeitern, in einer Reihe von Benefits sowie höchster Mitarbeiterzufriedenheit, die auch wesentliche Auswirkungen auf die Dauer der Betriebszugehörigkeit zeigt, wider.

Nachhaltigkeit in der Zulieferkette

Auch bei Beschaffungsvorgängen wird vermehrt Augenmerk auf Nachhaltigkeit gelegt. Das beginnt bei der Vermeidung inhaltlich gefährlicher Rohstoffe in Produkten, aber auch bei der Erneuerung im Bereich Beleuchtungstechnologie sowie bei der Ökologisierung unserer Heizsysteme, bis hin zu klimaaktiv Gebäudestandards



AUS DER REGION FÜR DIE REGION.

bei Neu- und Umbauten. Unsere Partner legen Wert auf Ressourcenschonung und umweltbewusste, nachhaltige Herstellung ihrer Produkte.

● BIOPLATZL Maierhofer, Bioprodukte, Sitz Karlstetten
● Veranstaltungsbetriebs GmbH (NXP), VAZ Veranstaltungszentrum, Sitz St. Pölten
● Kleintransporte Walter Preibisch, Transport- und Logistikpartner, Sitz St. Pölten
● Dockner druck&medien GmbH, Druckerei und Agentur, Sitz Kuffern
● RMA Media Services GmbH, Bezirksblätter Niederösterreich, Sitz St. Pölten
● Hausvomnikolaus Nikolaus Zichtl, Popcorn, Sitz Pummersdorf
● Firma EnergieAllianzAustria GmbH, Energielieferant, Sitz Wien
● Österreichische Post AG, Logistik- und Postdienstleistungen, Sitz Wien
● feld72 Architekten ZT GmbH, Architektengruppe, Sitz Wien
● hollu Systemhygiene GmbH, Reinigungsmittel, Sitz Zirl
● Raiffeisen Informatik GmbH & Co KG, IT Dienstleister, Sitz Wien
● Diverse regionale Energieanbieter und Kleinunternehmen

Unser Ziel: Zugekaufte Produkte bzw. Dienstleistungen werden auf ökologische Risiken sowie deren Auswirkungen geprüft und ökologisch höherwertige Alternativen gesucht.

Erste Ausschlusskriterien bei einzelnen Produkten (Luftballons, Gase, einige Plastikspielzeuge und Reinigungsmittel) im Einkauf werden bereits eingehalten bzw. unsere Lieferanten mittels GWÖ-Lieferantenfragebogen in die Ernsthaftigkeit und Umsetzung unserer Bestrebungen mit einbezogen.

Als finales Ziel wollen wir einen Lieferantenkodex „Code of Conduct“ der Raiffeisenbank Region St. Pölten erstellen und einsetzen. Dieser beschreibt die zu berücksichtigenden Anforderungen an die jeweiligen Lieferanten bzw. erwarten wir von diesen auch, dass diese den Code of Conduct in ihrer gesamten Lieferkette kommunizieren und überwachen.



WIR SIND JUNG UND ALT ZUGLEICH.

EIGENTÜMER/FINANZPARTNER



Wir wollen langfristig ein starker Partner für all unsere Stakeholder in der Region sein. Einen Vertrauensbeweis dafür, dass uns dies gelingt, haben wir bereits von unseren Kunden erhalten - mit einem beachtlichen Wachstum von 7,8 % an verwalteten Kundengeldern auf insgesamt Euro 2,76 Mrd im Jahr 2020.

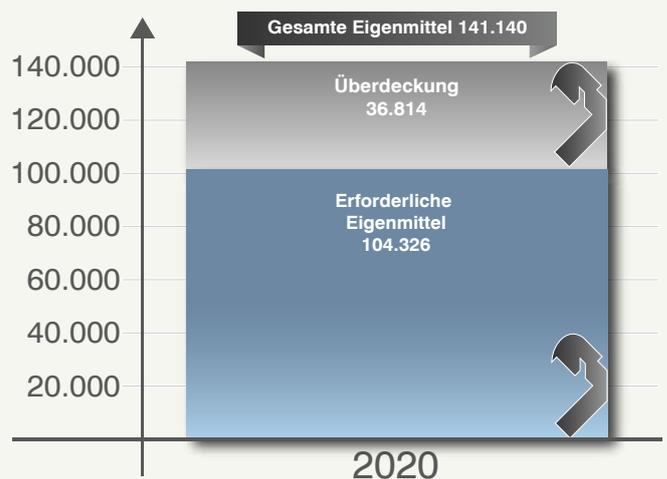
Finanzielle Unabhängigkeit durch Eigenfinanzierung
Zentrales Thema der kurz- und mittelfristigen Gesamtbankstrategie der Raiffeisenbank Region St. Pölten ist die ausreichende Einhaltung der gesetzlichen Eigenmittelerfordernisse. Deswegen wird der erwirtschaftete Jahresüberschuss nicht ausgeschüttet, sondern zur Gänze den Eigenmitteln zugeführt und für zukünftige Kreditvergaben verwendet. Somit sichern wir uns langfristig vor Risiken ab und damit den Fortbestand des Unternehmens. Folge dieser Geschäftspolitik ist eine komfortable Über-Erfüllung der aufsichtsrechtlich geforderten Mindest-Eigenmittelquote von 12,30 %.

Gemeinwohlorientierte Fremdfinanzierung
Bedingt durch unsere genossenschaftliche Rechtsform sind unsere Kunden und Mitglieder die wichtigsten Kapitalgeber. Der Großteil unserer Finanzierungen erfolgt aus den Mitteln unserer regionalen Kundeneinlagen so-

wie unseres Eigenkapitals. Den darüberhinausgehenden Liquiditätsbedarf decken wir über Refinanzierungen bei der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien ab. Im Gegensatz zur Kernkapitalquote, wo die Eigenmittel zu den risikogewichteten Aktiva in Verhältnis gesetzt werden, werden bei der Berechnung der Eigenmittelanteile ebendiese in Relation zur Bilanzsumme gebracht.

EIGENMITTEL

Angaben in TSD. Euro





Ethische Haltung externer Finanzpartner

Durch den mehrstufigen Aufbau der Raiffeisen Bankengruppe ist die Raiffeisenbank Region St. Pölten Miteigentümer der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien, welche zu den Hauptfinanzdienstleistern unserer Bank im Finanzierungsbereich zählt.

Im Veranlagungsbereich ist die Raiffeisenbank International (RBI) mit ihren nachstehend angeführten Töchtern unser wichtigster Finanzpartner:

- Raiffeisen KAG mit der Dachmarke Raiffeisen Capital Management (RCM)
- Raiffeisen Centrobank AG (RCB)
- UNIQA Insurance Group AG mit der Dachmarke Raiffeisen Versicherung
- Valida Vorsorgemanagement
- Raiffeisen Bausparkasse GmbH
- Raiffeisen-Leasing
- Raiffeisen Factor Bank AG

Im Kreditkartenbereich sind die Card Complete sowie die RBI unsere Hauptdienstleister.

Die RLB NÖ-Wien beschäftigt sich schon lange mit dem Thema Nachhaltigkeit. Neben der Veröffentlichung von Nachhaltigkeitsberichten, ist die RLB Gründungsmitglied der Raiffeisen Nachhaltigkeits-Initiative und Mitglied in diversen weiteren Organisationen mit Nachhaltigkeitsbezug. Ebenso werden unternehmensintern sowie auch extern verschiedene Kampagnen und Projekte unterstützt (Gruft, Caritas, Wildnisgebiet Dürrenstein, nachhaltige Weltspartagsgeschenke, Mitarbeiterförderung, etc.) Im Sinne der Transparenz der Umsetzung von Nachhaltigkeitszielen durch die RBI und in der RBI Gruppe, veröffentlicht die RBI jährlich Nachhaltigkeitsberichte. Die RBI berücksichtigt Nachhaltigkeitsrisiken in ihren Prozessen sowohl durch Verankerung von Nachhaltigkeitsaspekten auf den Ebenen Governance und Strategien als auch in ihrer Kreditpolitik, die in den Nachhaltigkeitsberichten der RBI näher dargestellt ist. Alle angeführten Töchter der RBI – mit Ausnahme der Raiffeisen Centrobank AG (RCB) – sind Teil der Raiffeisen Nachhaltigkeits-Initiative, welche die Mission hat, einen wesentlichen Beitrag zu leisten, um Österreich erfolgreicher, zukunftsfähiger und lebenswerter zu machen.

Konkrete Maßnahmen der Raiffeisen Nachhaltigkeitsinitiative sowie die zusätzliche Einhaltung von Nachhaltigkeitsstandards bzw. Mitgliedschaften in weiteren Vereinigungen der Töchter können Sie hier nachlesen:

**NACHHALTIGKEITS-
STANDARDS**
der Raiffeisentöchter



Sozial-ökologische Investitionen

Aufgrund der rückläufigen Ertragssituation im Bereich Privatkunden sowie keiner merklichen Entspannung der

Zinssituation im Jahr 2019 und weiterhin steigendem Konditionendruck wurde im Jahr 2020 mit der Umsetzung der Servicestrategie begonnen. Hauptziel der Servicestrategie war es, die qualitative Beratungszeit zu erhöhen und gleichzeitig die Servicezeiten zu reduzieren bzw. auf andere Kanäle umzuleiten (SB, Mein ELBA). Im Zuge des Projektes wurden Berufsbilder für Marktmitarbeiter neu definiert, Vertriebseinheiten in Gebiete aufgeteilt und bewusst in Standorte investiert.



Bankstellen wurden zu Service Clustern („Basis-Service“, „Erweiterter Service“, „Voll-Service“) zusammengefasst und betreffend SB-Angebot, Service- und Öffnungszeiten an die Kundenbedürfnisse angepasst.

Modernisierung Bankstelle Traismauer

Ziel dieses Umbaus war es, durch bauliche und organisatorische Maßnahmen die Qualität in der umfassenden Kundenbetreuung zu steigern. Die Mitarbeiter vor Ort waren in die kreative Planungs- und Entscheidungsphase maßgeblich eingebunden. Klar gestecktes Ziel war es, mehr Zeit für qualitativ hochwertige und individuelle Beratung in einem modernen und ansprechenden Servicecenter, das allen Anforderungen gerecht wird und wo man sich einfach zuhause fühlt, anbieten zu können. Neben der Errichtung einer kundenfreundlichen Warte-, Abwicklungs- und Beratungszone mit ansprechendem Ambiente wurde auch gleich das sicherheitstechnische System auf den neuesten Stand gebracht und die Umsetzung von Energiesparmaßnahmen im Bereich Beleuchtung und Klimatechnik miterledigt. Als Beispiel für unsere zukünftigen Bemühungen, durchgängig nachhaltig zu investieren, möchten wir den Neubau des raiffeisen corners anführen.

Gemeinwohlorientierte Veranlagung

Unsere Eigenveranlagungen erfolgen selektiv und risikobewusst. Ca. 2/3 der gesamten Eigenveranlagungen sind im Raiffeisen-Sektor sowie österreichischen Staatsanleihen veranlagt. Auch hier wird die Veranlagung in Nachhaltigkeitsfonds forciert.





MITARBEITENDE



Gelebte Menschenwürde zeigt sich in einer mitarbeiterorientierten Unternehmenskultur, die auf Respekt, Wertschätzung und Vertrauen aufbaut. Dass dies bei uns gelebt wird, zeigt sich vor allem in einer hohen Loyalität zum Unternehmen, langen Betriebszugehörigkeiten und nicht zuletzt im nachhaltigen Erfolg unseres Unternehmens. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit unserer Mitarbeiter liegt bei stolzen 20,33 Jahren. Dadurch können wir auf einen enorm wertvollen Erfahrungsschatz zurückgreifen und an die neuen Kollegen weitergeben. Wir bilden jedes Jahr 1-3 Lehrlinge aus und bieten jungen Menschen die Möglichkeit, im Zuge einer Ferialpraxis erste Berufserfahrungen zu sammeln. Steht eine Stelle zur Vergabe an, erfolgt primär eine interne Ausschreibung, auf die sich Mitarbeiter bewerben können. Unser Aus- und Weiterbildungsangebot steht Frauen und Männern, Vollzeit oder Teilzeit, jung und alt, in gleichem Maß - ausschließlich abhängig vom jeweiligen Berufsbild - zur Verfügung. Dass dies angenommen wird, zeigen die durchschnittlichen Schulungstage von 7,32 Tagen im Jahr. Zudem ermöglichen wir vielen Mitarbeitern (ca. 40% der Belegschaft), nach der Karenz und auch nach der Elternteilzeit ein Arbeiten in Teilzeit - die Höhe des Arbeitsvertrages (Anzahl der Stunden) richtet sich hier stets nach den Wünschen des Mitarbeiters. Die durchschnittliche Karenzdauer nach der Geburt eines Kindes in unserem Unternehmen beträgt 22 Monate und wird zu einem großen Teil von den Müttern, vereinzelt und mit einer kürzeren Dauer von meist 2 Monaten aber auch von Vätern in Anspruch genommen.

2019 und 2020 - also noch vor Ausbruch der Covid 19 Pandemie - haben wir Vorbereitungen getroffen, um flächendeckendes Home-Office zu ermöglichen. Frühzeitig wurde in eine entsprechende technische Ausstattung investiert (Laptops, etc.) - dadurch konnten wir bei Ausbruch der Pandemie bereits 2/3 unserer Belegschaft Home-Office ermöglichen und ihre Gesundheit schützen. Als positiven Nebeneffekt konnten unsere Mitarbeiter dank Homeoffice

beim finanziellen Aufwand für Treibstoff sparen - und somit zur CO₂ Einsparung beitragen. Zusätzlich wurden die angebotenen Onlineberatungen durch unsere Kunden sehr positiv angenommen. Jenen Mitarbeitern, die aufgrund ihres Berufsbildes nicht im Home-Office arbeiten können (z.B. Schalter), wird ermöglicht, zumindest an Ausbildungen, Schulungen etc. via Teleworker virtuell teilzunehmen. Damit soll, neben anderen Maßnahmen, die leichtere Vereinbarkeit von Beruf & Familie ermöglicht werden.

Kommunikation & Konfliktlösung

Ein respektvoller, wertschätzender Umgang ist essentiell, damit alle Mitarbeiter sich wohlfühlen und dadurch motiviert ihre Leistung abrufen können. Regelmäßige Mitarbeitergespräche, Analyse von Ergebnissen, abteilungsübergreifende Meetings mit der Möglichkeit Fragen zu stellen (GL-Meeting, Mitarbeiterinfos, etc.), aber auch informelle Treffen (Kaffeetratsch, Geburtstagsumtrünke) werden gut und gerne genutzt. Konflikte sollen in erster Linie in der jeweiligen Abteilung, wenn notwendig mithilfe der Führungskraft, gelöst werden. Zeigt dies keinen Erfolg, wird die Abteilung Personal mit dem Ziel, eine für alle Beteiligten gangbare Lösung zu finden, eingebunden. Probleme, die Mitarbeiter belasten (persönlich oder familiär) und eventuell Einfluss auf die Arbeitsleistung haben, sollen und können geäußert werden. Nach Möglichkeit wird hier Unterstützung angeboten; z. B. durch Pflegeurlaub - auch stundenweise - bei Krankheit eines engen Familienangehörigen oder Kindes auch über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus.

Mitarbeitergesundheit

Generell wird im Unternehmen großes Augenmerk auf die Gesundheit aller Mitarbeiter gelegt. Ergonomische Stühle und Tische, ausreichende Beleuchtung, gratis Obstangebot und Getränke, Betreuung durch einen Arbeitsmediziner, Massagen am Arbeitsplatz bzw. Förderung von Mitgliedschaften in Vereinen und Fitnessstudios sind fest etabliert

GEMEINSCHAFT IST EIN TEIL VON UNS.

und werden gerne angenommen. Unterschiedliche Vorträge und Seminare zum Thema Ernährung, Resilienz, etc. wurden und werden angeboten und im Ausmaß von ca. 1,5 Stunden/Mitarbeiter im Jahr genutzt. Gewürdigt wurde diese wertschätzende und auch familienfreundliche Personalpolitik bereits Ende 2019 mit der erstmaligen Zuerkennung des staatlichen Gütezeichens „Audit berufundfamilie“.

Vergütungssystem

Ziel ist eine möglichst harmonisierte und gleichzeitig motivationsfördernde, leistungsgerechte Entlohnung zu gewährleisten. Eine Entlohnung, die letztlich die Basis für eine lebenswürdige Existenz in der Region sicherstellt. Dieser Verdienst wird bei uns im Unternehmen bei allen Mitarbeitern (ausgenommen sind Lehrlinge) sogar überschritten. Die Vergütungspolitik - neben dem kollektivvertraglich festgelegten Grundlohn - der Raiffeisenbank Region St. Pölten steht mit der Geschäfts- und Risikostrategie im Einklang und ist so gestaltet, dass Interessenskonflikte und Risiken zum Nachteil der Kunden vermieden werden. Die Raiffeisenbank Region St. Pölten möchte grundsätzlich gute Leistungen honorieren und die Mitarbeiter am Unternehmenserfolg partizipieren lassen. Die Bedürfnisse des Kunden stehen dabei jedoch im Vordergrund, wodurch größter Fokus auf die Qualität in der Beratung gelegt wird. Das bedingt mind. 50 % qualitätsfördernde Maßnahmen bzw. qualitative Ziele in allen Unternehmensbereichen. Zusätzlich wurden die Vergütungen im Jahr 2020 ausschließlich auf Basis von Zielerreichung im Team vergütet.

Die Ziele je Berufsbild sind einheitlich und transparent nachvollziehbar und auch die Kriterien für die Höhe der Auszahlungsmöglichkeiten je Berufsbild sind für die Mitarbeiter einsehbar.

Ökologisches Verhalten der Mitarbeiter

- Recruiting von Mitarbeitern vorwiegend aus der Region

- Förderung von Bewegung (Teilnahme Vision Run, Fitness Challenge, ...)
- Sensibilisierung der Mitarbeiter im Hinblick auf Energie-entwertung
- Steigerung des Digitalisierungsgrades (somit z.B. Reduktion von Anfahrtswegen zu Schulungen)
- Regionale Herkunft von Lebensmitteln am Arbeitsplatz (Catering für diverse Veranstaltungen und Schulungen ausschließlich von regionalen Lieferanten)

Innerbetriebliche Mitentscheidung und Transparenz

Es wird eine gute Zusammenarbeit mit dem Betriebsrat gepflegt bzw. gibt es regelmäßige Mitarbeiter-Informationsveranstaltungen, die den Informationsfluss und die Transparenz im Unternehmen sicherstellen sollen.

Um Ideen und Vorschläge im Unternehmen zu sammeln und auf kurzem Wege umzusetzen, gibt es in unserem Unternehmen beispielsweise:

- Regelmäßige Meetings mit der Geschäftsleitung mit einer zufällig ausgewählten sehr heterogenen Gruppe von Mitarbeitern
- Quartalsweise Besprechungstermine zwischen Mitarbeitern in den Bankstellen und Geschäftsleitung
- Arbeitsgruppen
- Mitarbeiterbefragungen
- Sounding Boards
- Online-Abstimmungen

Information erfolgt - insbesondere seit 2020 - durch verschiedene Kanäle:

- Aktuelle Beiträge im Infonet
- Informationsdokumente im Infonet
- Jährliche Mitarbeiterveranstaltungen (Überblick über die wichtigsten Zahlen und zukünftige Entwicklung)
- Regelmäßige Updates für Führungskräfte
- Informationsrunden (in Präsenz und per MS-Teams)



WIR SIND DIGITAL ABER IMMER PERSÖNLICH.

KUNDEN



Unsere Raiffeisenbank ist eine besondere Gemeinschaft: Unsere Mitglieder sind ein Teil dieser außergewöhnlichen „Familie“. Jedes Mitglied und jeder Kunde wird als Mensch mit seinen individuellen Bedürfnissen gesehen - im Fokus jedes Beratungsgesprächs steht der Bedarf in der jeweiligen Lebenssituation. Trotz des wirtschaftlich notwendigen Rückbaus des Bankstellennetzes in den letzten Jahren stellen wir weiterhin in geringer Entfernung einen Standort mit Mindestausstattung durch Geldausgabe- und Überweisungsgerät zur Verfügung. Damit bleiben wir auch in Zukunft der finanzielle Nahversorger in der Region. Unser Bankomatnetz im Einzugsgebiet, stellen wir nicht nur eigenen Kunden, sondern auch Bankkunden von Mitbewerbern - kostenfrei zur Verfügung. Die digitale Vernetzung durch unser Electronic Banking „Mein ELBA“ sowie der Homepageauftritt ergänzen unsere persönliche Nähe und garantieren Erreichbarkeit für umfassende, lebensbegleitende Beratung.

Beratungs-/Betreuungsstandards

Unsere Kunden stellen zurecht immer höhere Anforderungen an die Fach- und Beratungskompetenz unserer Berater. Gleichzeitig werden durch sich laufend ändernde gesetzliche Rahmenbedingungen sowie Compliance-Vorschriften die Beratungsprozesse immer komplexer. Diese zusätzlichen Herausforderungen bilden die Basis für die Arbeit des Kompetenz Centers und die damit verbundene Spezialisierung für Landwirtschaft / Klein- und Mittelunternehmen / Veranlagung und Wohnbau. Dadurch garantieren wir in allen Bereichen beste individuelle Lösungen durch eine umfassende und detaillierte Analyse des persönlichen Kundenwunsches bzw. Projektes unter Einbindung aller Fördermöglichkeiten. Firmenkunden, vermögende Privatkunden, Ärzte und freiberuflich tätige Kunden unseres Hauses haben spezielle Anforderungen an ihr persönliches Finanzmanagement. Unsere bestens ausgebildeten Teams für Private Banking sowie Firmen-

kunden decken diese durch professionelle Beratung und individuelle Gesamtkonzepte optimal ab.

Unser Kundenbetreuungskonzept sieht vor, bei den Kunden mit zugeordnetem, persönlichem Berater einmal jährlich Kontakt von Seiten des Beraters aufzubauen, um auf eventuell geänderte Lebenssituationen rasch eingehen zu können.

Vernetzung/Wissenstransfer

Als eine der größten Raiffeisenbanken in der österreichischen Raiffeisenbankengruppe sehen wir uns in der Verantwortung, Wissen und Erfahrungen weiterzugeben und bei Raiffeisen Gesamtprojekten unentgeltlich mitzuwirken. Unser Know-how im Bereich Immobilienfinanzierung stellen wir in Form von Konsortialfinanzierungen kleineren Raiffeisenbanken in NÖ zur Verfügung.

Benachteiligte Kundengruppen

Wir bieten unsere Beratung auch in türkischer Sprache an - hier gibt es auch eigens dafür erstellte Info- und Werbefolder. Die türkische Community ist in St. Pölten stark vertreten und gerade hier ist das Bedürfnis nach Bankprodukten groß - zumal diese Bevölkerungsgruppe stark in Richtung beruflicher Selbstständigkeit und speziell auch Wohneigentum strebt. Auf Nachfrage und bei Bedarf kann auch Beratung in Tschechisch und Englisch angeboten werden.

Barrierefreiheit

Für Menschen mit körperlicher Behinderung sind die baulichen Anlagen an unseren Standorten, die öffentlich für unsere Kunden zugänglich sind, im erforderlichen Umfang barrierefrei. Das betrifft sowohl die Parkmöglichkeiten sowie den Eingangs-, Beratungs- und Selbstbedienungsbereich. Auch die Ausstattung der SB-Geräte in den Foyers ist behindertengerecht, sowohl hinsichtlich Zugänglichkeit als auch Handhabung.



Um möglichst individuelle Zugänge zu Finanzdienstleistungen zu ermöglichen, wurden in den vergangenen Jahren alternative Vertriebswege ausgebaut, die auch für benachteiligte Kundengruppen Nutzen stiften. Wir sind digital, aber nach wie vor immer noch persönlich an den Standorten für unsere Kunden erreichbar. Der Kunde sucht sich den gewünschten Kanal aus. Accessibility bedeutet für uns mehr, als nur die gesetzlichen Anforderungen zu erfüllen. Denn wir sind grundsätzlich der Meinung, dass Benutzeroberflächen und interaktive Systeme für alle Menschen nutzbar sein müssen. Die meistgenutzten Funktionen in „Mein ELBA“ (z.B. Login, Navigation, Umsatzabfragen, Überweisungen, Online Sparen, Wertpapiere kaufen, mit dem Berater kommunizieren) sind barrierefrei, d.h. möglichst auf die Anforderungen von Menschen mit Beeinträchtigungen eingestellt. Auch die Sprache ist individuell einstellbar. Wir suchen gemeinsam mit den Kunden in Ausnahmesituationen wie Arbeitslosigkeit, Kurzarbeit oder längerem Krankenstand aktiv nach Möglichkeiten zur Bewältigung der Krise und bieten ihnen eine Hilfestellung.

Neukundengewinnung

Im Allgemeinen gewinnen wir neue Privatkunden durch Weiterempfehlung unserer Stammkunden, die von unserer werte- und bedarfsorientierten, lebensbegleitenden Beratungsphilosophie begeistert sind. Für nicht wenige ist auch unser immer noch dichtes Bankstellennetz - in Kombination mit dem Onlineangebot - und damit die Betreuung vor Ort ein wichtiges Argument, um Kunde bei uns zu werden. Wir werben nicht gezielt Kunden von Mitbewerbern, durch nicht marktübliche Konditionen oder durch „negative campaigning“ ab und es finden keine wertenden Vergleiche mit Mitunternehmern statt. Durch individuelle Angebotsgestaltung und durch wertvolle Zusatzleistungen schaffen wir dem Kunden einen Mehrwert. Wir streben grundsätzlich keine Kundenbeziehungen zu Branchen mit kriminellem Geschäftszweck (Drogenhandel, Terrorismus, etc.) oder Prostitution, zu Casinos und Glücksspiel-Betrieben, zu Unternehmen, die Versuche an Menschen und/oder Tieren durchführen, zu Briefkastenfirmen oder zu Waffen- und Atomstrom-Produzenten an.

Nachhaltigkeit

54 % unserer Kunden mit einem Girokonto verfügen über „Mein ELBA“ (VGL NÖ 42 %) und die zur Kommunikation notwendige Einverständniserklärung wurde von 58 % der Kunden akzeptiert (VGL NÖ 48 %). Zusätzlich konnten durch diese Kombination (ELBA mit rechtlicher Einverständniserklärung) insgesamt im Jahr 2020 durch Umstellung von Papierzuschriften auf MBM (Mailboxmailings) mind. 435.000 Blätter Papier eingespart werden. Dies entspricht 55.000 Bogen im Format 64x90 cm = 2,5 Paletten oder 110.000 Bogen im Format 45x45 cm = 5 Paletten und somit ca. 2.900 KG Papier und CO² Einsparung (nur Druck ohne Versand) von 2,3 Tonnen. Die Wegersparnis ist ebenfalls beachtlich aber nicht in überprüfbaren Zahlen darstellbar. Bei den Spar- und Girokon-

ten setzen wir verstärkt auf Konten statt Sparbuch, um auch durch die Digitalisierung Papierersparnis zu lukrieren (Ersparnis bei Kontoauszügen in Papierform und bei haptischen Sparbüchern). Diese Strategie spart Papier und Druckerpatronen. Bereits jede dritte, durch Beratung unserer Mitarbeiter getätigte Wertpapiertransaktion, geht in nachhaltige Produkte unserer RCM-Fonds-Palette oder der Zertifikatspalette der Centrobank (322 von 974 Transaktionen). 2020 wurde damit eine Summe von 3,6 Mio umgesetzt - das entspricht 34,84 % des Gesamtvolumens im Bereich des Wertpapier-Beratungsgeschäftes.



Der Bestand an nachhaltigen Fonds in unserem Institut konnte dadurch auf über 18 % des gesamten Fondsvolumens gesteigert werden. Nachhaltigkeit im Wertpapierbereich bedeutet keinesfalls Einbußen an Ertrag. Die Spezialberater des Kompetenz Centers Veranlagung bzw. Private Banking - insbesondere unsere ÖGUT-zertifizierten Berater - sind dahingehend geschult, den Kunden die Merkmale von nachhaltigen Finanzprodukten zu erklären und Vorzüge von nachhaltigen Veranlagungsmöglichkeiten anzubieten.

Raiffeisen für E-Mobilität

Mit unserem Partner Raiffeisen Leasing sowie mit vielen Gemeinden besetzen wir das Thema E-Mobilität und Ökoflottenmanagement im Finanzdienstleistungsumfeld und leisten seit Jahren gemeinsam Pionierarbeit in diesen Bereichen.

Ziel: Ausbau von Förderberatungen mit Nachhaltigkeitsbezug

Wir forcieren die Ausbildung von Mitarbeitern im Haus zu Nachhaltigkeitsschwerpunkten in der Förderberatung und treiben die langfristige Umstellung auf 100 % nachhaltige Fonds- und Versicherungsprodukte voran.





GESELLSCHAFTLICHES UMFELD



Im Zuge der Erstellung unserer Gemeinwohlbilanz haben wir uns erstmalig mit den SDGs (Sustainable Development Goals) - den Entwicklungszielen der UN beschäftigt und erkannt, dass es durchaus SDGs gibt, die uns besonders wichtig sind und auch schon immer waren. Vieles ergibt sich aus unserem generellen Förderauftrag als Raiffeisenbank und Genossenschaft bzw. daraus, dass es in unserer Unternehmenskultur verankert ist.



So ist uns besonders die Erreichung folgender SDGs wichtig, da wir der Meinung sind, diese direkt beeinflussen zu können:

- 1 „keine Armut“
- 4 „hochwertige Bildung“
- 8 „menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“
- 12 „nachhaltiger Konsum und Produktion“
- 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“
- 15 „Leben an Land“
- 17 „Partnerschaften zur Zielerreichung.“

MASSNAHMEN ZUR ERREICHUNG DER SDGs

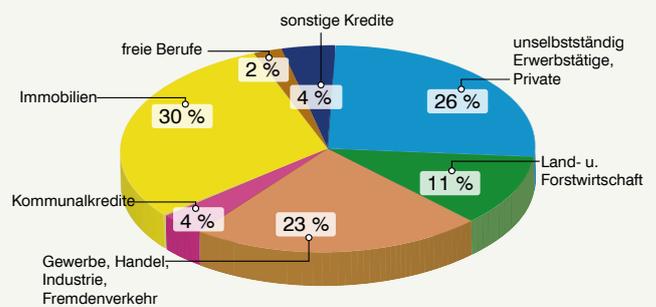
Miteinander

Als Raiffeisenbank sind wir den genossenschaftlichen Prinzipien von Friedrich Wilhelm Raiffeisen verpflichtet. Oberste Zielsetzung der Genossenschaft ist die „Hilfe zur Selbsthilfe“ – sprich, die Mitglieder da zu unterstützen, wo sie Hilfe benötigen und so die Gemeinschaft zu stärken. Der entscheidende Unterschied zu anderen Unternehmen ist, dass Kunden zu Mitgliedern und somit zu Miteigentümern der Bank werden können.

Geldkreislauf

Unser Geschäftsmodell basiert auf einem regionalen geldwirtschaftlichen Kreislauf. Sparguthaben unserer Kunden werden in Form von Krediten an unsere Kunden weitergegeben. Diese Einlagen werden für Investitionen unter anderem im privaten Wohnbau, für KMUs und den landwirtschaftlichen Bereich verwendet, was wiederum das Wachstum in der Region unterstützt und damit Arbeitsplätze und Wohlstand schafft (siehe Grafik Kreditnehmerstruktur). Eindrucksvoller Beweis eines ausgegogenen Kreislaufes ist unser Wachstum im Jahr 2020. Die Spar- und Giroeinlagen unserer Kunden vermehrten sich um ca. Euro 94 Mio - und genau diese Euro 94 Mio wurden in Form von Krediten (Kreditwachstum) wieder an unsere Kunden vergeben. Von den im Jahr 2020 neu vergebenen Krediten in Höhe von Euro 296 Mio wurden für privaten Wohnbau Euro 58 Mio aufgewendet.

KREDITNEHMERSTRUKTUR



Kundenorientierte Beratung und Produktverkauf

Wir stärken die finanzielle Unabhängigkeit unserer Kunden, indem wir in der Beratung zielgerichtetes Sparen und Vorsorge (Absicherung für die Zukunft) vermitteln sowie Finanzierungen von sinnvollen Investitionen forcieren. In jedem Kundengespräch wird die Wichtigkeit des Sparens und Vorsorgens hervorgehoben. Finanzierungen werden auf die gegenwärtigen und zukünftigen finanziellen Möglichkeiten der Kunden angepasst sowie alle Fördermöglichkeiten, beispielsweise im Bereich Wohnbau und Mobilität mit dem Kunden gemeinsam besprochen. Durch einen intern klar definierten Kreditvergabeprozess wird sichergestellt, dass Kredithöhe, Laufzeit und Ratenrückzahlung den finanziellen Möglichkeiten des Kunden bestens angepasst sind.

Umgang mit risikoreichem Kreditgeschäft

Grundsätzlich vergibt die Raiffeisenbank Region St. Pölten aufgrund des hohen Zinsänderungs- und Währungsrisikos keine Fremdwährungskredite an Verbraucher. Ebenso werden aufgrund des hohen Risikos für Kunden keine endfälligen Kredite mit kapitalbildenden Tilgungsträgern neu vergeben.

Wir als Arbeitgeber

Wir sind ein regionaler Arbeitgeber mit dem Ziel der Sicherung von Standorten und Arbeitsplätzen in der Re-



gion. Unsere Mitarbeiter sind vorwiegend aus der Region und identifizieren sich mit den Werten von „Raiffeisen“. Kundenorientierung und die damit einhergehende bedarfsorientierte Beratung zählen zu unseren grundlegenden Werten.

BEITRAG ZUM GEMEINWESEN

Die Raiffeisenbank Region St. Pölten zeichnet sich durch viele Aktivitäten in der Region aus. Diese gehen oft weit über das Bankwesen hinaus. Wir sind in den unterschiedlichsten Bereichen tätig: dies betrifft Sport, Kultur, soziales Engagement oder Schulen und Universitäten, um nur einige Beispiele zu nennen. Von diesem nicht nur finanziellen sondern auch persönlichen Engagement durch ehrenamtliche Tätigkeiten von Raiffeisenmitarbeitern vor Ort profitiert die gesamte Bevölkerung.

Vom Gesamtwerbebudget 2020 in Höhe von Euro 834.000,- wurden 13 % für vertriebliche Maßnahmen speziell im nachwachsenden Markt (Jugend), je 10 % für die Förderung von Kultur und Sozialeinrichtungen sowie 10 % für die Förderung des Sports aufgewendet.

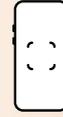


In Summe stellen wir dafür jährlich knapp Euro 450.000,- für Fördermaßnahmen in der Region bereit. Zusätzlich bieten wir einzelnen Personen, aber auch Gruppen oder Vereinen und Institutionen noch Unterstützung im Bereich Sachmittelsponsoring an.

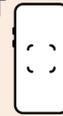
Darunter fällt auch die Zuwendung von know-how (Dir. Gerhard Buchinger ist Rechnungsprüfer bei der Bezirksstelle des Roten Kreuzes) oder Dienstleistungen, wie Druckunterstützung oder die Öffnung unserer SocialMedia-Kanäle zur Bewerbung.

Förderung für Region und Umwelt:

AUFBÄUMEN FÜR UNSERE ZUKUNFT
Machen wir unsere Umwelt gemeinsam gesünder!



RAIFFEISEN BIENENPROJEKT JEDE BIENE ZÄHLT
Wir unterstützen die Schwestern von Sumsi.



ARTENSCHUTZ IN DER REGION
Auch Artenschutz ist ein Teil von uns.



Mitglieder- und Kundenförderung:

Im Jahr 2020 wurden z. B. Veranlagungscafes - bewusst gerichtet an ältere Menschen und bewusst um 14 Uhr am Nachmittag - abgehalten, wo leicht verständlich über wertvolle Veranstaltung informiert und durch Notar Mag. Dirnegger im Anschluss über das Erbrecht aufgeklärt wurde.

Auch an den Spartagen und bei Events sind wir immer bestrebt, für das Catering und „gesunde Give aways“ regionale Anbieter mit ins Boot zu holen. Dies reicht von Bioapfelchips, über regionales Popcorn und Biosäfte, bis zum Obstkorb in den Bankstellen oder das gesunde Buffet der Landwirtschaftlichen Fachschule Pyhra.

Gemäß dem Motto von Friedrich Wilhelm Raiffeisen „Die Kraft der Idee“ haben wir in Kooperation mit der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien heimischen Betrieben, die durch Covid-Maßnahmen besonders hart getroffen wurden, eine Internetplattform geöffnet und ihnen so die Bewerbung sowie Vermarktung ihrer Angebote ermöglicht.

„ POSITIVES FAZIT

Unsere Vision für eine „Kultur der Gemeinwohl-Ökonomie“ in der Raiffeisenbank Region St. Pölten ist es, die Zukunftsfähigkeit der Bank sicherzustellen. Gemeinsam setzen wir Impulse für eine verantwortungsvolle Art des Wirtschaftens und Lebens im Sinne der Menschen sowie der Umwelt und unterstützen nachhaltig den gesellschaftlichen Wandel unserer Region. ““



audit berufundfamilie – wir sind zertifiziert

Wir legen in der Raiffeisenbank Region St. Pölten, als stark in der Region verwurzelte Genossenschaftsbank, großen Wert auf die Vereinbarkeit von Beruf und Familie/Privatleben. Mit der Zertifizierung möchten wir diese Vereinbarkeit sowohl bei unseren Mitarbeitern als auch bei unseren Kunden verstärkt im Bewusstsein verankern. Ein großes Ziel ist es daher, durch bestmögliche Mitarbeiterbindung und gesteigerte Arbeitgeberattraktivität die Kontinuität und Qualität in der Kundenbetreuung sicherzustellen.



Hinweis Druckproduktion:

Gedruckt auf Vivus 89, 100% recyceltes Naturpapier „Made in Austria“ / produziert in Österreich



Gedruckt nach der Richtlinie
„Druckerzeugnisse“ des
Österreichischen Umweltzeichens,
Dockner GmbH, UW 1349



Hinweis bezüglich der Gender-Formulierungen:

Bei allen Bezeichnungen in dieser Ausgabe, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der leichteren Lesbarkeit nur die männliche Form verwendet wird.

Impressum: Raiffeisenbank Region St. Pölten eGen, Kremser Landstraße 18,
3100 St. Pölten, Telefon: 05 95 005, E-Mail: info@rbstp.at, Homepage: www.rbstp.at

Fotos: istockphoto, Vilma Pflaum

Hersteller: Dockner Gesellschaft m.b.H., 3125 Kuffern, Untere Ortsstraße 17

