

Grundsätze zur Produktverantwortung der Hamburger Sparkasse AG

(Grundsätze Produktverantwortung)

Inhalt

Vorwort	3
1. Generelle Produktverantwortung	4
2. Verantwortliche Produktentwicklung und -genehmigung	4
3. Prinzipien für Beratung und Produktangebot	5
4. Zugang zu Finanzdienstleistungen	7
5. Datenschutz und Informationssicherheit	7
6. Schutz vor Überschuldung	7
8. Interessenkonflikte	8
9. Kommunikation und Marketing	8
Information und Kontakt	9

Vorwort

Liebe Mitarbeiterinnen, liebe Mitarbeiter,

seit ihrer Gründung ist die Haspa der Gesellschaft und dem Gemeinwohl verpflichtet. Finanzprodukte für alle anzubieten, ganz gleich, welchen ökonomischen, sozialen und kulturellen Hintergrund der oder die Einzelne hat; Unternehmen jedweder Größe auf ihrem Weg durch gute wie schwierigere Zeiten konstruktiv zu begleiten – das ist unverrückbarer Bestandteil unserer Geschäftsphilosophie und Privileg zugleich. Keiner anderen Bank oder Finanzinstitution in Hamburg vertrauen die Bürgerinnen und Bürger mehr als der Haspa.

Vertrauen bei den Menschen und Unternehmen als Konstante über alle Krisen und Herausforderungen hinweg zu genießen bedeutet Verantwortung. Eine Verantwortung, die die Haspa nach innen und außen jeden Tag von Neuem wahrnimmt: Mit unserer Haltung, unseren Produkten und unseren Initiativen tragen wir zu individuellem Wohlstand und finanziell abgesicherten Zukunftsperspektiven der Menschen bei, zu Fortschritt und einer nachhaltigen Entwicklung, in der Wirtschaft ebenso wie in der Metropolregion Hamburg.

Verbindlichkeit ist eine der wesentlichen Säulen verantwortlicher Unternehmensführung und guter Geschäftsbeziehungen. In der Haspa haben wir hierfür eine Vielzahl von Richtlinien und Verfahren eingeführt, die wir regelmäßig überprüfen und weiterentwickeln. Sie dienen der Schaffung eines offenen, verlässlichen und berechenbaren Umfelds für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, alle Führungskräfte, unsere Kundschaft und Geschäftspartner sowie alle anderen Anspruchsgruppen. Hierzu soll künftig auch die umfassendere Veröffentlichung der wichtigsten Leitlinien und Dokumente der Haspa beitragen.

Wir haben daher beschlossen, über eine neue Leitlinie zum Kerngeschäft hinaus, die die Nachhaltigkeitsstandards für das Kerngeschäft und Depot A der Haspa festschreibt, einen Teil der für den Umgang nach innen und außen maßgeblichen Verhaltensgrundsätze in drei zentralen Dokumenten neu zusammenzufassen. Der Code of Conduct, die Grundsätze zur Produktverantwortung und die Grundsätze zu den menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten der Haspa machen die Werte und Grundhaltungen, die das Handeln unseres Instituts und aller seiner Mitarbeitenden leiten, transparent, nachvollziehbar sowie für Dritte leichter zugänglich. Wo notwendig und hilfreich wird darin auf weitere spezielle oder fachliche Vorgaben und Verfahren verwiesen.

Die vorliegende Grundsatzerklärung zur Produktverantwortung der Haspa bündelt alle Grundlagen und Handlungsvorgaben bei der Entwicklung unserer Produkte und Dienstleistungen. Sie ist Orientierung für deren verantwortungsvolle Vermarktung, den gleichberechtigten Zugang zu unseren Angeboten für alle sowie den fairen und lösungsorientierten Umgang mit Kundinnen oder Kunden, die bei der Einhaltung ihrer vertraglichen Verpflichtungen in Schwierigkeiten geraten.

Über die konkreten Ergebnisse unserer verantwortungsvollen Geschäftspolitik sowie zu den Auswirkungen unserer Produkte, Dienstleistungen und Governance-Regelungen auf Umwelt, Klima und Gesellschaft berichten wir in unserem jährlich publizierten Nachhaltigkeitsbericht.


Macht euch bitte mit den Grundsätzen zur Produktverantwortung vertraut, wenn möglich auch mit den Aspekten, die nicht euren unmittelbaren fachlichen Arbeitsbereich betreffen. Gemeinsam mit dem Code of Conduct, den Grundsätzen zur Achtung der Menschenrechte und der Leitlinie zu den Nachhaltigkeitsstandards in Kerngeschäft und Depot A tragen sie maßgeblich dazu bei, dass wir unserem Sparkassenauftrag auch in Zukunft gerecht werden, uns weiterhin erfolgreich am Markt behaupten und auch künftig für alle Hamburgerinnen und Hamburger der Finanzpartner sind, dem sie am meisten vertrauen.



Dr. Harald Vogelsang



Frank Brockmann



Axel Kodlin



Jürgen Marquardt



Dr. Olaf Oesterhelweg

1. Generelle Produktverantwortung

Aus unternehmerischer Verantwortung und ihrem Selbstverständnis als Sparkasse heraus ist die Haspa dem Gemeinwohl verpflichtet. Sie bekennt sich zur Idee und den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung, wie sie in der Agenda 2030 der Vereinten Nationen formuliert sind, und setzt sich mit den ihr zur Verfügung stehenden Mitteln für die Umsetzung des Pariser Klimaabkommens zur Begrenzung der Erderwärmung ein.

Integrität, Vertrauen, Verantwortung und Professionalität sind zentrale Grundwerte der Haspa. Sie sind im Code of Conduct als Werteorientierungen zusammengefasst und Voraussetzungen für ihren anhaltenden unternehmerischen Erfolg. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter* aller Unternehmensbereiche sind entsprechend der Rahmenanweisung der Haspa und dem dort fixierten Ethik-Kodex dazu angehalten, im Umgang untereinander wie gegenüber allen Kundinnen und Kunden bei allen geschäftlichen Aktivitäten immer aufrichtig, respektvoll, ethisch einwandfrei, nachhaltig, verlässlich und fair zu handeln. Diese Grundsätze gelten auch für den verantwortungsvollen Umgang mit allen von der Haspa angebotenen Produkten und Dienstleistungen – von deren Entwicklung über den Verkauf bis hin zu ihrer vorgesehenen Anwendung.

Für die Wahrnehmung unserer Produktverantwortung gegenüber Privatkunden, Firmenkunden und im Private Banking sind die Unternehmensbereiche verantwortlich. Sie werden von den in der Haspa etablierten Kontrollfunktionen unterstützt. Die auf der Grundlage bestehender Gesetze und Vorschriften etablierten Prozesse und Kontrollmechanismen helfen dabei, relevante Themen und mögliche Konfliktpunkte rechtzeitig zu erkennen und daraus entsprechende Handlungsfelder und Aktivitäten zu definieren.

Zu den eingesetzten Instrumenten zählen zum Beispiel regelmäßige Markt- und Kundenanalysen. Diese machen es unter anderem möglich, neue Produkte und Angebote zu identifizieren, die besonders gut zu den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden passen. Sie stellen auch sicher, dass Kundenzufriedenheit systematisch in das Zielsystem der Haspa und in die variablen Vergütungsbestandteile einbezogen werden kann. Entlang der internen Richtlinien und Vorgaben der Haspa werden die Themen und Impulse der Analysen aufgegriffen und weiterbearbeitet.

Die verantwortlichen Unternehmensbereiche verfügen jedoch auch über einen gewissen Spielraum, wie sie die internen Richtlinien im Einzelnen umsetzen, da die Regionen, in denen die Haspa aktiv ist, und ihre Kundengruppen teilweise sehr unterschiedlich sind. Daher ist die genaue Anwendung und Auslegung der Vorgaben von zusätzlichen Faktoren abhängig, wie etwa von der Schutzbedürftigkeit einer Kundengruppe, ihrem Finanzwissen und weiteren ähnlichen Aspekten.

Um sicherzustellen, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Sinne der Verhaltensgrundsätze der Haspa integer und kundenorientiert handeln, schulen wir regelmäßig insbesondere diejenigen von ihnen, die in Kontakt zu unseren Kundinnen und Kunden stehen. Ganz im Sinne ihres besonderen gesellschaftlichen Auftrags legt die Haspa dabei stets ein Augenmerk auf den verantwortungsvollen Umgang mit neuen Produkten und neuen produktbezogenen Anforderungen, eine verantwortungsbewusste Kundenberatung, die Vermeidung von Überschuldung sowie den angemessenen und regelkonformen Umgang mit Interessenkonflikten.

2. Verantwortliche Produktentwicklung und -genehmigung

Die Entwicklungschancen für bestehende sowie neue Produkte und Dienstleistungen werden in der Haspa regelmäßig im Rahmen der Strategieprozesse thematisiert und analysiert. Für die Genehmigung neuer Produkte und die Überprüfung bestehender Produkte sind Prozesse und Verfahren festgelegt. Der Neuprodukt-Prozess definiert zum Beispiel die Leitplanken, wie die Haspa neue Produkte entwickelt, Dienstleistungen ausgestaltet oder neue Märkte einführt.

Auch die Verantwortlichen in den Haspa-Regionen und in den Bereichen nehmen Stellung zu neuen Produkten und wesentlichen Änderungen bei bestehenden Produkten. So werden Kundeninteressen frühzeitig identifiziert oder durch die Nutzung eines Produkts in anderen Geschäftsfeldern zusätzliche Ertragschancen realisiert.

Die Kontrolleinheiten wirken bei der Einführung neuer Produkte, Märkte, Kundensegmente oder Vertriebswege darauf hin, dass Risiken frühzeitig erkannt werden. Darüber hinaus werden alle Produkte systematisch während ihres gesamten Lebenszyklus überprüft. So wird sichergestellt, dass sie weiterhin den ihnen zugedachten Zweck erfüllen und mit den Bedürfnissen, Eigenschaften und Zielsetzungen der entsprechenden Kundengruppen im Einklang sind. Alle Produktmerkmale oder -eigenschaften, die bei diesen Prüfungen Anlass zu Zweifeln geben – etwa mit Blick auf Umwelt- oder Sozialaspekte, oder auf Aspekte, die sich negativ auf die Reputation der Haspa auswirken können – werden in die vorgesehenen Überprüfungsprozesse und Genehmigungsverfahren weitergeleitet.

Im Kapitalanlagegeschäft arbeiten wir in der Haspa mit Prozessen sowie Leit- und Richtlinien, die u. a. die Berücksichtigung von Klima- und Nachhaltigkeitsaspekten beinhalten und die Entscheidungen im besten Interesse der Kundinnen und Kunden sicherstellen sollen. Das gilt auch für das Kreditgeschäft. Damit Produkte und Beratungsleistungen angeboten werden können, die den spezifischen Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden in einem bestimmten Marktumfeld entsprechen, analysieren wir die Marktbedingungen getrennt von unserer Absatzplanung. Dieses Vorgehen schafft für bestehende und potentielle Kundinnen und Kunden Transparenz darüber, welche Meinung die Haspa zu bestimmten Anlagethemen, Anlageklassen und Marktereignissen vertritt.

Im Wertpapieranlagegeschäft der Haspa führt dieser Prozess zum Beispiel zu strukturierten, die Einschätzung von Experten berücksichtigenden Anlage- und Markteinschätzungen. Diese werden in verschiedenen mit dem Thema Anlage befassten Gremien diskutiert und anschließend den Portfoliomanagern sowie den Kundenberaterinnen und Kundenberatern zur Verfügung gestellt.

Die Einhaltung aller Vorgaben und Verfahren im Wertpapier-Anlagegeschäft wird systematisch durch die Wertpapier-Compliance-Funktion anhand festgelegter Prüfmethode und -zyklen überprüft. Diese berichtet über die Ergebnisse mindestens einmal jährlich an den Vorstand.

3. Prinzipien für Beratung und Produktangebot

Dem gesellschaftlichen Auftrag der Haspa folgend gehört es zu unseren Prinzipien, dass unsere Produkte und Dienstleistungen dem Einzelnen zugutekommen sollen, ohne der Allgemeinheit zu schaden. Deshalb werden beispielsweise Produkte oder Investitionen ausgeschlossen, die in Zusammenhang stehen mit der Herstellung oder dem Verkauf von Atomwaffen, Streumunition und Landminen, der Förderung oder dem Einsatz von Kinderarbeit, der Verletzung von Menschenrechten oder jeglicher Unterstützung von Drogenhandel, Geldwäsche und Korruption. Explizite Ausschlüsse gelten in zunehmendem Maße auch für Produkte oder Investitionen, die zur Förderung bzw. Beschleunigung der Erderwärmung beitragen. Details hierzu sind in den Leitlinien zu Nachhaltigkeitsstandards für das Kerngeschäft und Depot A der Haspa (Basisrahmenwerk), dem Code of Conduct der Haspa sowie den Grundsätzen der Haspa zu den menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten fixiert.

Qualität ist oberstes Unternehmensziel in der Kundenberatung der Haspa. Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden durch unsere Beratung in die Lage versetzen, selbstbestimmte Finanzentscheidungen zu treffen. Grundlage für das Qualitätsversprechen der Haspa ist dabei eine hochwertige, an den Kundeninteressen ausgerichtete Beratung durch sehr gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Haspa betreut ihre Kundinnen und Kunden auf Basis des Sparkassen-Finanzkonzepts. Die Beratung erfolgt kontinuierlich und bedarfsgerecht durch persönliche Beraterinnen oder Berater bzw. Berater-Teams in ihren Filialen und Centern sowie im Rahmen der immer weiter ausgebauten Direktberatung. Dieser ganzheitliche Beratungsansatz schafft die Grundlage, um individuell auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden einzugehen und diese bei der Auswahl von Produkten zu unterstützen, die zu ihrer persönlichen Lebensplanung und ihren persönlichen Präferenzen passen.

Hierfür erfasst die Beraterin oder der Berater unter anderem die jeweilige Lebens- und Finanzsituation, die Risikoneigung, die Anlageziele, die Präferenz für nachhaltige Finanzprodukte sowie die Erfahrungen und Kenntnisse der Kundinnen bzw. des Kunden.

Die Haspa ist immer bestrebt, Kundinnen und Kunden verantwortungsbewusst und vorausschauend zu beraten. Hierfür stellen wir das Kundenbedürfnis in den Mittelpunkt und zeigen die mit einem Produkt verbundenen Chancen und Risiken auf. Zudem werden verschiedene Parameter herangezogen, um zu gewährleisten, dass die von der Haspa angebotenen Produkte geeignet und angemessen sind. Zu diesen Parametern gehören zum Beispiel im Anlagegeschäft die Komplexität eines Produkts, Produktkenntnisse und Erfahrungen der Kundinnen bzw. des Kunden mit einem Produkt, individuelle Anlageziele sowie regulatorische Klassifizierungsvorgaben. Der langfristige Vermögensaufbau und die Portfoliooptimierung stehen für die Haspa dabei grundsätzlich im Vordergrund.

Mit den Grundsätzen und Standards für ihre Produktlinien verpflichtet sich die Haspa, ausschließlich ethisch vertretbare sowie transparente Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Diese beruhen auf Prinzipien und Prozessen die sicherstellen, dass alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die gesetzlichen, regulatorischen und fachlichen Anforderungen einhalten. Sie sollen ermöglichen, dass möglichst alle relevanten Produkte und Dienstleistungen der Haspa schrittweise auf die Klima- und Nachhaltigkeitsziele der Haspa ausgerichtet werden.

Die Haspa entwickelt keine Produkte oder Leistungsangebote, die Produkt- und Leistungsbestandteile enthalten, die in ihrer Struktur und/oder in ihrer Komplexität dazu geeignet sind, Risiken zu verschleiern oder beim Produktnutzer eine Erwartungshaltung erzeugen, die den tatsächlichen Produkteigenschaften nicht entspricht. Grundsätzlich vertreibt die Haspa ein Produkt oder eine Dienstleistung nicht, wenn sich herausstellt, dass eine Kundin oder ein Kunde das Produkt nicht benötigt, es sich mittelfristig nicht leisten kann, die Produktmerkmale nicht verstanden hat oder wenn das Produkt nicht dem individuellen Risikoprofil entspricht.

Darüber hinaus müssen Produkte der Haspa so konzipiert sein, dass die möglichen Erträge die Kosten für die Investition in das Produkt übersteigen können. In ihrer Anlage- und Wertpapierberatung wie auch in der Baufinanzierungsberatung achtet die Haspa auf die Berücksichtigung nachhaltiger Aspekte und empfiehlt sowohl eigene Produkte als auch Produkte anderer Anbieter. Dieser Ansatz ermöglicht es, nur Produkte anzubieten, die am besten zu den spezifischen Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden passen.

Die Haspa steht ihren Kundinnen und Kunden über das einzelne Produktangebot hinaus in jeder Lebensphase bei allen finanziellen Fragen beratend und unterstützend zur Seite. Es gibt daher in der Regel keine auf einzelne Produkte bezogenen Absatz- und Volumenziele. Die Kundenberaterinnen und Kundenberater der Haspa erhalten in der Regel keine Absatzvorgaben für Einzelprodukte im Wertpapiergeschäft und keine Provisionen. Anregungen der Kundschaft werden hier ebenso wie Beschwerden regelmäßig analysiert, bewertet und für den kontinuierlichen Verbesserungsprozess in der Haspa genutzt.

4. Zugang zu Finanzdienstleistungen

Seit jeher bietet die Haspa aus ihrem Selbstverständnis und ihrer Verpflichtung für das Gemeinwohl heraus Bürgerinnen und Bürgern, die über kein anderes Konto verfügen, unabhängig von ihrem ökonomischen Status die Möglichkeit zur Teilnahme am bargeldlosen Zahlungsverkehr. Dies erfolgt über ein auf Guthabenbasis geführtes Basiskonto, das den Kontoinhaberinnen und Kontoinhabern neben Überweisungen und dem Zahlungsempfang auch Ein- und Auszahlungen ermöglicht und den seit 2016 in Deutschland geltenden Rechtsanspruch auf ein Basiskonto vollständig abdeckt. Dieses Recht haben auch Personen, die als Asylsuchende oder mit Duldung in Deutschland leben. Über die Anzahl der geführten Basiskonten berichtet die Haspa jährlich in ihrem Nachhaltigkeitsbericht.

Mit ihren personenbesetzten Filialen, SB-Filialen, Geldausgabeautomaten sowie der Vielzahl von Angeboten und Services im Rahmen ihres Online-Bankings sorgt die Haspa für das größte und dichteste flächendeckende Versorgungsnetz mit Finanzdienstleistungen der Metropolregion Hamburg. Dieses qualitativ hochwertige Angebot wird auch in Stadtteilen mit einer schwächeren ökonomischen und sozialen Struktur aufrechterhalten. Für Kundinnen und Kunden mit Behinderung bietet die Haspa barrierefreie Zugänge zu ihrem Angebot an, für einzelne Einwanderergruppen hält sie Informations- und Beratungsmöglichkeiten in ihrer Sprache vor.

Zudem bietet die Kundenbetreuung der Haspa Beratung und Service auch filialungebunden per Telefon, Chat und Video. Ziel ist es, die Zugangswege der Kundinnen und Kunden zur Haspa und umgekehrt immer weiter so auszubauen, dass diese ein immer homogeneres Kontakterlebnis auf allen heutigen und künftigen Kanälen haben.

Die von der Haspa verwendeten Rating- bzw. Scoringverfahren entsprechen dem von den Sparkassen angewandten Standard. Die Haspa setzt in ihren Geschäftsbeziehungen und bei den von ihr angebotenen Produkten keine diskriminierenden Scores ein.

5. Datenschutz und Informationssicherheit

Für die Haspa stellt die Informationssicherheit einen integralen Bestandteil der Geschäftspolitik dar. Die Verlässlichkeit der eingesetzten Produkte und Verfahren sowie eine hohe Verfügbarkeit der Daten und Informationen sichern das Vertrauen bei Kunden und Geschäftspartnern. Alle hierzu bestehenden gesetzlichen sowie bankenaufsichtlichen Anforderungen an die IT werden von der Haspa beachtet, um das jeweils angemessene Maß an Informationssicherheit aufrechtzuerhalten. Sämtliche auf deren Grundlage etablierten Prozesse und Kontrollmechanismen werden regelmäßig überprüft und entlang der Anforderungen, die sich aus einer dynamischen Digitalisierung ergeben, kontinuierlich weiterentwickelt. Die hohen Anforderungen der Haspa an Datenschutz und Datensicherheit werden auch in den Geschäftsbeziehungen zu Dritten angewendet.

Die Details der IT-Strategie, der IT-Governance, des Informationsrisikomanagements, des Informationssicherheitsmanagements, des Benutzerberechtigungsmanagements, zur IT im Geschäftsbetrieb, der Auslagerung von Daten, der Einbeziehung von Dienstleistern sowie dem Umgang mit kritischen Infrastrukturen der Haspa sind in eigenen Konzepten und Regelungen fixiert. Sie werden regelmäßig aktualisiert und sind Teil des internen Controlling- und Dokumentationssystems der Haspa.

6. Schutz vor Überschuldung

Die Haspa möchte bei der Vergabe von Krediten alle ihre Kundinnen und Kunden, insbesondere ihre Privatkundschaft, vor Überschuldung oder den Verlust ihres Eigentums schützen. Deshalb wird jeder Kreditantrag durch eine verbindliche Analyse der persönlichen Situation der Kundin bzw. des Kunden begleitet. So wird ein Kreditengagement nur dann eingegangen, wenn den Kunden nach Abzug von Zinsen und Tilgungsbeträgen ausreichend finanzieller Spielraum bleibt.

Bei notleidenden Krediten ergreift die Haspa eine Reihe von Maßnahmen, um Härtefälle abzumildern. In Fällen von Zahlungsverzug oder Nichtzahlung wird aktiv Kontakt zu Kundinnen und Kunden aufgenommen. Auch in finanziellen Notlagen, die zum Beispiel durch Arbeitslosigkeit oder Krankheit entstehen, sowie bei anderen begründeten Ausnahmesituationen wendet die Haspa Prozesse und individuelle Strategien an, um nach Möglichkeit hilfreiche alternative finanzielle Lösungen zu entwickeln und negative Konsequenzen für die betroffenen Kundinnen und Kunden abzuwenden. Hierzu zählt beispielsweise der Aufschieb von Zahlungen oder reduzierte Tilgungsraten. Die entsprechenden Vorgaben und Anforderungen hat die Haspa in ihren Kreditvergabeprozessen umfassend berücksichtigt.

Sie schult und sensibilisiert hierzu die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Vertrieb regelmäßig.

8. Interessenkonflikte

Grundsätzlich können im Rahmen aller Geschäftstätigkeiten Interessenkonflikte auftreten. Diese können beispielsweise in Zusammenhang mit Geschäften entstehen, die die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst tätigen, wenn diese externe Geschäftsinteressen haben oder bei familiären und engen persönlichen Beziehungen.

Interessenkonflikte, die unerkannt bleiben oder nicht angemessen gehandhabt werden, können negative Folgen für die Haspa, deren Kundinnen und Kunden sowie die Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter haben. Alle Mitarbeitende der Haspa sind daher angehalten, etwaige Interessenkonflikte, auf die sie aufmerksam werden, ihrem Vorgesetzten oder den Compliance-Funktionen zu melden. In bestimmten Fällen, wie beispielsweise bei möglichen Interessenkonflikten im Wertpapierbereich, ist eine Meldung an die Compliance-Funktion Wertpapiere zwingend vorgeschrieben.

Im Rahmen der erlassenen Richtlinie zu Interessenkonflikten werden auch alltagspraktische Hinweise gegeben, um tatsächliche und potenzielle Konflikte zu erkennen, diese einzudämmen oder für alle Beteiligten fair und angemessen zu handhaben. Die Führungskräfte der Haspa sind dazu verpflichtet, für Maßnahmen zu sorgen, die Interessenkonflikte dokumentieren und eindämmen, sowie die Wirksamkeit der getroffenen Maßnahmen regelmäßig zu überprüfen. Im Compliance-Bereich der Haspa ist eine unabhängige Kontrolleinheit eingerichtet, die den Umgang mit Interessenkonflikten beaufsichtigt und mindestens einmal jährlich an den Vorstand berichtet.

Bei Konflikten, in denen Kundinnen oder Kunden keine für sie zufriedenstellende Lösung mit der Haspa erreichen konnten, haben diese die Möglichkeit, sich an die für die Haspa zuständige Verbraucherschlichtungsstelle beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) zu wenden. Die in einer Schlichtung vom DSGV eingesetzten Ombudsleute suchen dann eine außergerichtliche und somit kostengünstige und schnelle Streitbeilegung zwischen Kunde und Sparkasse. Ombudsleute müssen die Befähigung zum Richteramt haben, sind unabhängig und an Weisungen nicht gebunden.

9. Kommunikation und Marketing

Als Haspa achten wir stets darauf, Produkte und Dienstleistungen verantwortungsbewusst zu vermarkten und Informationen bereitzustellen, denen unsere Kundinnen und Kunden uneingeschränkt vertrauen können. Neben den getroffenen Vorkehrungen bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen müssen daher alle Informationen in Werbe- und Vermarktungsmaterialien sowie Produktinformationen transparent, klar, fair und genau sein. Sie dürfen nicht irreführen, keine Kosten oder Risiken verschleiern.

Unsere Kommunikationsaktivitäten und -maßnahmen müssen unabhängig von Format, Medium und Zielgruppe den Anforderungen entsprechen, die die internen Richtlinien und Handlungsanweisungen vorgeben. In ihrer Werbung garantiert die Haspa keine bestimmten Eigenschaften oder Resultate von Produkten oder Dienstleistungen. Bei der Produktinformation zu Finanzprodukten erfüllt die Haspa alle gesetzlichen Anforderungen.

Darüber hinaus werden Handlungsorientierungen für die interne und externe Kommunikation der Haspa in den Regelungen des Fachbereichs vorgehalten.

Information und Kontakt

Jan-Jochen Rommel (Unternehmensentwicklung)

Yvonne Kiesel (Unternehmensentwicklung)

Telefon 040 3579-0

E-Mail: haspa@haspa.de

Die Grundsätze zur Produktverantwortung der Hamburger Sparkasse AG können im Intranet der Haspa und auf der Homepage abgerufen werden.

*Hinweis zur gendergerechten Sprache in diesem Text: Wo immer möglich werden im Text männliche und weibliche Form genannt. Hier und dort, wo in Aufzählungen oder zusammengesetzten Wörtern aufgrund einer besseren Lesbarkeit nur die männliche Form verwendet wird, sind die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

Herausgeber:

Hamburger Sparkasse AG, Ecke Adolphsplatz/Großer Burstah, 20457 Hamburg, www.haspa.de