

Corporate Engagement Policy

Richtlinien für Aktivitäten im Bereich Corporate Responsibility & Corporate Citizenship

Version 1.5 – Januar 2024

Public

Corporate Engagement Policy

- Public -

Inhaltsverzeichnis

1	Zusammenfassung	2
2	Einführung	2
2.1	Zweck dieser Richtlinie	2
2.2	Zuständigkeiten/Verantwortung	3
3	Umfang	3
3.1	Anwendungsbereich	3
4	Prinzipien des Engagements	4
5	Tätigkeitsbereiche	4
5.1	Bildung und Kultur	4
5.2	Sozialer Zusammenhalt	5
5.3	Sport	5
6	Instrumente des Engagements und wie sie angewendet werden	5
6.1	Nicht-geschäftsbezogenes Sponsoring	5
6.2	Spenden	6
6.2.1	Spenden durch die Gruppe	6
6.2.2	Privat organisierte Spendenaktionen	6
6.3	Volunteering	6
6.4	Mitgliedschaften	7
7	Katastrophenhilfe	7
8	Verfahren zur Genehmigung	7
8.1	Genehmigungsverfahren	7
8.2	Genehmigungskriterien	8
8.3	Scorecard	8

1 Zusammenfassung

Die Corporate Engagement Policy (Richtlinie) legt verbindliche Grundsätze und Standards für alle Aktivitäten im Zusammenhang mit dem unternehmerischen Engagement der Gruppe Deutsche Börse (Deutsche Börse AG und alle ihre Tochterunternehmen, nachfolgend „Gruppe“) fest.

Die Richtlinie schafft einen effektiven Genehmigungsprozess und einen Kontrollrahmen der ersten Ebene (Level 1) und stellt so einen kohärenten, abgestimmten, effektiven und darüber hinaus gruppenweit gültigen Rahmen für Unternehmensverantwortung und „Citizenship“ sicher. Damit werden jegliche Formen der Reputationsschädigung der Gruppe sowie Verstöße gegen bestehende Compliance-Regeln und eine ineffektive Verwendung von Aktionärsgeldern verhindert.

Unser unternehmerisches Engagement folgt zwei Prinzipien – dem der Effektivität und dem, unsere Stärken einzubringen – und es konzentriert sich auf drei Tätigkeitsbereiche: Bildung und Kultur, sozialer Zusammenhalt und Sport. Unser Engagement setzen wir mit Hilfe von vier Instrumenten um: nicht-geschäftsbezogenes Sponsoring, Spenden, Volunteering und Mitgliedschaften.

Diese Richtlinie gilt für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte, die an der Planung und Durchführung von Aktivitäten des unternehmerischen Engagements beteiligt sind, wie sie in dieser Richtlinie beschrieben sind.

Ein Verstoß gegen diese Richtlinie kann zu Disziplinarmaßnahmen führen.

2 Einführung

Das Corporate Engagement-Programm der Gruppe deckt einen spezifischen Teil des ESG-Programms (Environmental, Social and Governance) der Gruppe ab. Es basiert auf der Überzeugung, dass Unternehmen neben ihrer grundlegenden ethischen und rechtlichen Verantwortung auch Verantwortung für das Umfeld übernehmen, in dem sie tätig sind. Das Corporate Engagement-Programm der Gruppe, das in den Bereich des „S“ in „ESG“ fällt, befasst sich mit dem Management derjenigen Aktivitäten der Gruppe, die dem Ziel dienen, der Gesellschaft etwas zurückzugeben, sich an gemeinnützigen Zwecken zu beteiligen und einen positiven sozialen Wert zu schaffen.

Ein sozial verantwortliches Unternehmen zu sein, kann das Image eines Unternehmens und den Ruf als guter Unternehmensbürger („Corporate Citizen“) stärken. Dies wirkt sich positiv auf die Art und Weise aus, in der das Unternehmen operiert, und fördert die Loyalität der Mitarbeitenden gegenüber dem Unternehmen. Es hilft zudem bei der Rekrutierung und Bindung von Talenten. Innerhalb der Gruppe verstehen wir unternehmerisches Engagement als eine kontinuierliche Verpflichtung gegenüber unseren Aktionär*innen und Kunden, unseren Mitarbeitenden und der Gesellschaft.

2.1 Zweck dieser Richtlinie

Die Corporate Engagement-Richtlinie legt verbindliche Grundsätze und Standards für alle unternehmensbezogenen Aktivitäten der Gruppe fest, wie z. B. nicht-geschäftsbezogenes Sponsoring, Spenden, Volunteering (einschließlich privat organisierter Spendenaktionen) und Mitgliedschaften. Diese Grundsätze sollen nicht nur die Wirksamkeit dieser Aktivitäten sicherstellen, sondern auch eine verantwortungsvolle Verwendung des Geldes der Aktionär*innen. Zugleich sollen sie dafür sorgen, dass

sämtliche Aktivitäten den Ruf der Gruppe nicht schädigen und auch keinen Verstoß gegen etablierte Compliance-Regeln darstellen.

2.2 Zuständigkeiten/Verantwortung

Jedes unternehmerische Engagement ist zugleich eine Aussage, die wir als Unternehmen treffen und die sowohl die öffentliche als auch die interne Wahrnehmung der Gruppe prägen kann. Diese Wahrnehmung ist wiederum für das Vertrauen von Kunden, Aktionär*innen und Mitarbeitenden entscheidend. Die Verantwortung und die verbindliche Genehmigung für alle Aktivitäten des unternehmerischen Engagements liegt somit bei Group Communications & Marketing.

Der*die Inhaber*in der Richtlinie („Owner“) ist der*die Leiter*in der Abteilung „Content Desk Corporate & Corporate Engagement“ innerhalb von Group Communications & Marketing. Der Owner ist verantwortlich für die Veröffentlichung neuer Versionen dieser Richtlinie – nach Zustimmung der jeweiligen Geschäftsleitung.

Die Richtlinie wird gemäß der Richtlinie zur Erstellung und Aktualisierung von Richtlinien aktualisiert und übernommen. Sie wird mindestens einmal jährlich überprüft.

3 Umfang

Die Richtlinie gilt für alle Arten des unternehmerischen Engagements, die im Namen der Gruppe im Sinne von Absatz 5 („[Tätigkeitsbereiche](#)“) und Absatz 6 („[Instrumente des Engagements und wie sie angewendet werden](#)“) durchgeführt werden. Darüber hinaus muss jede Initiative im Rahmen des unternehmerischen Engagements in Übereinstimmung mit der Anti-Korruptionsrichtlinie und der Richtlinie zu Interessenkonflikten der Gruppe stehen. Initiativen, an denen politische Interessengruppen beteiligt sind, werden von der Abteilung Group Regulatory Strategy gesteuert.

3.1 Anwendungsbereich

Diese Richtlinie ist für alle betroffenen Mitarbeitenden derjenigen juristischen Einheiten der Gruppe verbindlich, deren Vorstände die Richtlinie genehmigt haben. Sie gilt für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte, die an der Planung und Durchführung von unternehmerischen Engagements (wie hier beschrieben) beteiligt sind.

Ein Verstoß gegen diese Richtlinie kann zu Disziplinarmaßnahmen führen.

Diese Richtlinie ersetzt alle früheren Versionen.

4 Prinzipien des Engagements

Unser Engagement folgt zwei Prinzipien: dem der Effektivität und dem, unserer Stärken einzubringen.

Effektivität	Unsere Stärken einbringen
<p>Unser Engagement ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - hat langfristige Auswirkungen. - ist skalierbar und kann an anderen Standorten ausgerollt werden. - erzielt einen messbaren Erfolg bei den Zielgruppen. 	<p>Unser Engagement ...</p> <ul style="list-style-type: none"> - bezieht sich auf Kernkompetenzen oder Kernthemen der Gruppe. - ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich persönlich zu engagieren und sich direkt zu beteiligen. - hat eine direkte Verbindung zu einem unserer Standorte oder entfaltet seine Auswirkungen in der Nähe des Standorts. - positioniert die Gruppe als guten Unternehmensbürger („Corporate Citizen“).

5 Tätigkeitsbereiche

Unser Engagement konzentriert sich auf drei Schwerpunkte: Bildung und Kultur, sozialer Zusammenhalt und Sport.

5.1 Bildung und Kultur

Unser Engagement sollte im Einklang mit dem folgenden Leitsatz stehen: Verbesserung der gesellschaftlichen Teilhabe durch wirtschaftliche und finanzielle Bildung und einen Beitrag zum kulturellen Erbe.

Die Aktivitäten müssen entweder die wirtschaftliche Grundbildung von Kindern und Jugendlichen, oder die Börsenkenntnisse von Studenten und privaten Investoren fördern, oder Universitäten und Professuren mit Schwerpunkt Finanz- und Kapitalmärkte unterstützen.

Im kulturellen Bereich unterstützt die Gruppe Kunstprojekte und -institutionen (Malerei, Skulptur, Architektur, Musik, Theater, Tanz und Dichtung). Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf zeitgenössischer Fotografie; hier ist die Deutsche Börse Photography Foundation tätig. Ein Projekt muss der mit Kunst (Malerei, Skulptur, Architektur, Musik, Theater, Tanz und Dichtung) befassten Institution unmittelbaren Nutzen bringen.

5.2 Sozialer Zusammenhalt

Unser Engagement sollte im Einklang mit dem folgenden Leitsatz stehen: Förderung innovativer und skalierbarer Ansätze zur Stärkung des sozialen Zusammenhalts.

Die Aktivitäten müssen die großen Herausforderungen im Bereich des sozialen Zusammenhalts angehen, etwa in den Bereichen demografischer Wandel; Migration; [Vielfalt, Chancengleichheit & Inklusion](#) und digitale Transformation. Bevorzugt werden Ansätze, bei denen Unternehmen, Politik und Gesellschaft zusammenarbeiten. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung von Projekten, die jungen Menschen dabei helfen, sich zu wertvollen Mitgliedern unserer zukünftigen Gesellschaft zu entwickeln.

5.3 Sport

Unser Engagement sollte im Einklang mit dem folgenden Leitsatz stehen: Zusammenarbeit mit hervorragenden Partnern, um zur sozialen Integration und dem gesellschaftlichen Miteinander beizutragen.

Die Aktivitäten müssen Mitarbeitenden eine Plattform bieten, ihren Team-Spirit zu zeigen und das Zusammengehörigkeitsgefühl zu stärken, oder von herausragender strategischer Bedeutung für die Reputation der Gruppe sein.

6 Instrumente des Engagements und wie sie angewendet werden

Unser Engagement wird mit Hilfe von vier Instrumenten umgesetzt: nicht-geschäftsbezogenes Sponsoring, Spenden, persönliches Engagement und Mitgliedschaften.

6.1 Nicht-geschäftsbezogenes Sponsoring

Nicht-geschäftsbezogenes Sponsoring beschreibt die systematische Unterstützung von Organisationen oder einzelnen Veranstaltungen in den ausgewiesenen Tätigkeitsbereichen unseres Engagements, und zwar durch Geld- und Sachleistungen sowie Dienstleistungen mit dem Ziel, philanthropische oder gemeinnützige sowie Kommunikations- und Marketingziele zu erreichen. Das nicht-geschäftsbezogene Sponsoring richtet sich an bestimmte Zielgruppen und basiert auf einer gegenseitigen Vereinbarung, in der die von beiden Parteien erbrachten Leistungen im Voraus klar definiert und in einem von Legal, Compliance und Tax genehmigten Sponsoringvertrag festgelegt sind. Nicht-geschäftsbezogenes Sponsoring ist besonders effektiv, wenn es mittel- bis langfristig ausgerichtet ist und in die gesamte Unternehmenskommunikation der Gruppe eingebunden ist.

- Das Projekt muss mit mindestens einem der drei Tätigkeitsbereiche übereinstimmen.
- Ein Gruppenunternehmen sollte Titel- oder Hauptsponsor sein.
- Die Anzahl weiterer Sponsoren sollte möglichst gering sein.
- Wenn weitere Sponsoren involviert sind, sollten sie vom Image her zur Gruppe passen. Projekte, bei denen ein direkter Wettbewerber Co-Sponsor wäre, sollen vermieden werden.
- Das Projekt muss einen unmittelbaren Nutzen für die Mitarbeitenden der Gruppe haben.
- Die Gruppe sponsert Institutionen oder Veranstaltungen, keine Einzelpersonen.
- Aus dem nicht-geschäftsbezogenen Sponsoring darf sich kein Interessenkonflikt ergeben.

6.2 Spenden

6.2.1 Spenden durch die Gruppe

Spenden beinhalten Geld- und Sachleistungen für gemeinnützige Zwecke und für Projekte in unseren Tätigkeitsbereichen.

- Das Projekt muss mit mindestens einem unserer drei Tätigkeitsbereiche übereinstimmen.
- Das Projekt sollte nicht gewinnbringend sein.
- Wir unterstützen nur Projekte, die in Zusammenarbeit mit etablierten und bekannten oder anerkannten sozialen Institutionen durchgeführt werden, welche die Mittel für ein bestimmtes Hilfsprojekt (z. B. auf lokaler Ebene) verwenden.
- Wir bieten keine direkte finanzielle Unterstützung von i) politischen Parteien oder Kandidaten oder ii) religiösen Organisationen, unabhängig vom jeweiligen Standort.
- Aus den Spenden darf kein Interessenkonflikt entstehen.
- Einzelspenden oder kombinierte Spenden in Höhe von 100.000 € p. a. oder mehr müssen an die*den Gruppengeldwäschebeauftragte*n (Group Money Laundering Officer) im Voraus gemeldet werden.
- Einzelspenden oder kombinierte Spenden in Höhe von 250.000 € p. a. oder mehr müssen von dem zuständigen Vorstand der jeweiligen Gesellschaft im Voraus formal genehmigt werden.

6.2.2 Privat organisierte Spendenaktionen

Privat organisierte Spendenaktionen von Mitarbeitenden der Gruppe werden durch diese Richtlinie ausdrücklich unterstützt. Um die Integrität der Gruppenunternehmen als streng regulierte Unternehmen jederzeit zu schützen, müssen privat organisierte gemeinnützige Aktivitäten, insbesondere solche, die einen Spendenaufruf oder eine Schenkung beinhalten, klar als solche erkennbar sein. Es muss sichergestellt sein, dass privat organisierte Spendenaufrufe keine Beteiligung durch das Unternehmen implizieren. Es muss weiterhin kenntlich sein, dass die Gruppe weder mit dem Begünstigten der Spendensammlung in Verbindung steht noch dass sie an der Auswahl des Begünstigten beteiligt war. Logos oder Namen von Körperschaften dürfen nicht zur Darstellung oder Beschreibung dieser Art von gemeinnützigen Aktivitäten verwendet werden. Derartige Aktivitäten müssen dem*der Leiter*in des Content Desk Corporate & Corporate Engagement zur Kenntnis gebracht werden.

6.3 Volunteering

Volunteering beschreibt das persönliche und freiwillige Engagement unserer Mitarbeitenden – oft mit Unterstützung des Unternehmens – für gemeinnützige Organisationen und Projekte in unseren drei Tätigkeitsbereichen. Wir wollen unsere Mitarbeitenden motivieren, Verantwortung gegenüber der Gesellschaft wahrzunehmen und lokale Corporate Citizenship-Initiativen an den Standorten der Gruppe zu unterstützen.

- Das Projekt muss mit mindestens einem unserer drei Tätigkeitsbereiche übereinstimmen.
- Group Communications & Marketing koordiniert gemeinsam mit den lokalen Vertreter*innen die Auswahl der Formate und Organisationen, in denen sich die Mitarbeitenden engagieren können. Mitarbeitende können weitere Projekte und Organisationen vorschlagen.
- Pro Jahr stellt die Gruppe Mitarbeitende an bis zu drei Arbeitstagen für ehrenamtliche Aktivitäten bezahlt frei. Zusätzlich zu diesen Tagen besteht für Mitarbeitende die Möglichkeit, zur Teilnahme an den über die Gruppe organisierten Social Days freigestellt zu werden.
- Die Freistellung der Mitarbeitenden für ausgewählte Projekte erfolgt nach Rücksprache mit der Personalabteilung und der*dem zuständigen Vorgesetzte*n.

- Wenn ein Engagement während der Arbeitszeit erforderlich ist, sollte die Länge des Projekteinsatzes einen Tag nicht überschreiten.
- Durch das persönliche Engagement darf kein Interessenkonflikt entstehen.

6.4 Mitgliedschaften

Die Gruppe unterstützt verschiedene Initiativen und Institutionen in Form von Mitgliedschaften. Eine Mitgliedschaft kann finanzielle Beiträge, die Teilnahme der Mitarbeitenden an Veranstaltungen oder eine andere Form des Engagements beinhalten. Eine Mitgliedschaft sollte idealerweise für die gesamte Gruppe, zumindest aber für den jeweiligen Geschäftsbereich, relevant sein. Die Bedingungen der Mitgliedschaft sind im Voraus klar definiert sowie von Legal und Compliance genehmigt.

- Die Mitgliedschaft muss mit mindestens einem unserer drei Tätigkeitsbereiche übereinstimmen.
- Die Mitgliedschaften können langfristig angelegt sein, die Verträge müssen jedoch jährlich kündbar sein.
- Aus der Mitgliedschaft darf sich kein Interessenkonflikt ergeben.

7 Katastrophenhilfe

Die Gruppe bekennt sich zu einem Corporate Engagement, das über den beschriebenen gewöhnlichen Standard hinaus effektive Hilfe bei Naturkatastrophen und humanitären Notständen leistet. Im Falle einer Naturkatastrophe oder eines humanitären Notstandes a) in der Nähe eines Standortes der Gruppe oder b) mit Auswirkungen auf eine erhebliche Anzahl von Mitarbeitenden der Gruppe wird Group Communications & Marketing finanzielle Mittel beim Vorstand der Deutsche Börse AG beantragen, die an Hilfsorganisationen gespendet werden, die den Vorgaben der Corporate Engagement Policy und anderer relevanter Richtlinien entsprechen.

8 Verfahren zur Genehmigung

Dieses Kapitel beschreibt das Verfahren zur Genehmigung von Engagement-Aktivitäten des Unternehmens.

8.1 Genehmigungsverfahren

Um ein effektives Kontrollumfeld auf der ersten Ebene (Level 1) und einen effizienten Überprüfungsprozess sicherzustellen, sollten die Projektverantwortlichen für eine geplante Tätigkeit prüfen, ob die in dieser Richtlinie beschriebenen Kriterien erfüllt sind, und zudem eine vorläufige Genehmigung durch ihre Vorgesetzten einholen, bevor sie es zur Überprüfung einreichen. Die Projektverantwortlichen sollten zudem den Verhaltenskodex für das Geschäftsleben, die Anti-Korruptionsrichtlinie der Gruppe und die Richtlinie zu Interessenkonflikten gründlich durchgehen.

Alle in dieser Richtlinie beschriebenen Aktivitäten müssen Content Desk Corporate & Corporate Engagement mindestens 14 Tage, bevor die endgültige Entscheidung über die Initiative fällt bzw. fallen muss, schriftlich per E-Mail an folgende Adresse mitgeteilt werden:

corporate.engagement@deutsche-boerse.com

Corporate Engagement Policy

- Public -

Das Team des Content Desk Corporate & Corporate Engagement hat bis zu 14 Tage Zeit, um dem*der Verantwortlichen der geplanten Tätigkeit Bedenken bezüglich der Tätigkeit mitzuteilen und die Ausführung der Tätigkeit zu pausieren oder auch zu stoppen, wenn die in dieser Richtlinie beschriebenen Kriterien nicht ausreichend erfüllt sind.

Innerhalb dieser 14 Tage kann das Team des Content Desk Corporate & Corporate Engagement auch mit Group Compliance und Group Legal Rücksprache halten, wenn Zweifel bestehen, ob die geplante Tätigkeit mit den oben genannten Richtlinien übereinstimmt. Wenn das Team des Content Desk Corporate & Corporate Engagement beschließt, sich mit Group Compliance und Group Legal abzustimmen, wird der Inhaber der geplanten Aktivität informiert und gebeten, das Ergebnis der Überprüfung durch Group Compliance und Group Legal abzuwarten, bevor mit der Planung oder Durchführung der Aktivität begonnen wird.

8.2 Genehmigungskriterien

- 1) Das Projekt folgt den Prinzipien unseres Engagements (Punktzahl 5-7, siehe Kapitel 4).
- 2) Das Projekt steht im Einklang mit mindestens einem der drei Bereiche unseres Engagements.
- 3) Das Projekt nutzt die Instrumente unseres Engagements und wie sie angewendet werden.
- 4) Das Projekt steht im Einklang mit unserer Anti-Korruptionsrichtlinie.
- 5) Das Projekt steht im Einklang mit unserer Richtlinie zu Interessenkonflikten.
- 6) Das Projekt steht im Einklang mit unserem Verhaltenskodex für das Geschäftsleben.

Projekte können genehmigt werden, wenn sie eine Mindestpunktzahl von 5 haben (siehe Scorecard, Kapitel 8.3) und die Kriterien 2), 3), 4), 5) und 6) ohne Ausnahme erfüllt sind.

8.3 Scorecard

	Das Projekt ...	
Effektivität	<ul style="list-style-type: none"> - hat langfristige Auswirkungen. - ist skalierbar und kann an anderen Stellen ausgerollt werden. - beinhaltet ein Verfahren zur Messung der Effektivität bei den Zielgruppen. 	Ja/Nein Ja/Nein Ja/Nein
Unsere Stärken einbringen	<ul style="list-style-type: none"> - bezieht sich auf Kernkompetenzen oder Kernthemen der Gruppe. - ermöglicht es den Mitarbeitenden, sich persönlich zu engagieren und sich direkt zu beteiligen. - hat einen direkten Bezug zu einem unserer Standorte oder entfaltet seine Wirkung in der Nähe des Standortes. - positioniert die Gruppe als guten Unternehmensbürger („Corporate Citizen“). 	Ja/Nein Ja/Nein Ja/Nein Ja/Nein
		Gesamtpunktzahl: